

Eleve o desempenho da sua equipa comercial

 Online



14 horas

Preço : 950,00 € + IVA
Intra empresa : (desde) 3.900,00 € + IVA

Referência: 8549

No ambiente de negócios altamente competitivo do mundo atual, é essencial que os diretores comerciais inspirem e motivem as suas equipas, promovam uma cultura de colaboração e impulsionem a produtividade.

Ao gerir eficazmente os desafios, adaptando-se às dinâmicas de um mercado em constante mudança e capitalizando as oportunidades emergentes, podem aumentar a receita e a quota de mercado, assim como catalisar o sucesso.

Este programa de formação vai diretamente ao cerne do que é fundamental para o sucesso de uma equipa comercial: habilidades e competências, focando as 3 competências sustentáveis subjacentes ao desempenho comercial: Organização, Credibilidade e Relacionamentos.

Destinatários



Para quem?

- Diretores comerciais;
- Diretores de funções correlacionadas.



Pré-requisitos:

- Não aplicável.

Percurso de aprendizagem

Atividades online

Atividades online de preparação para a formação e para a transferência da aprendizagem:

- Definir os seus objetivos pessoais;
- Autoavaliar as suas competências.

Sessão de Formação

Perfil do Cliente Ideal:

- Entenda o perfil ideal dos comerciais
- Explore os primeiros passos de um processo de venda ágil e eficiente

Previsão MMO

- Etapas na reunião e oferta
- Modelo MMO

O Perfil da sua Equipa

- Desenvolva um Plano de Ação Comercial para melhorar o desempenho da sua equipa
- Obtenha informações sobre como implementar um estilo de coaching orientado por dados

O seu Plano de Ação

- Sua previsão de MMO
- Desenvolva o seu próprio Plano de Ação
- Na prática: Coach e acompanhamento com os elementos da sua equipa.

Atividades online

- Atividades digitais para consolidar as aprendizagens e facilitar a sua transferência para o local de trabalho.

Avaliação

- Questionário online para avaliar as competências adquiridas.



Objetivos

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- Dominar uma nova linguagem comercial que, uma vez partilhada com a sua equipa, lhe permitirá prever facilmente os resultados.
- Desenvolver uma abordagem comercial centrada num modelo coeso e integrado, com uma forte concentração na capitalização das oportunidades de mercado.
- Definir um perfil ideal para os seus comerciais e estabelecer objetivos SMART, de modo a impulsionar o sucesso da equipa.
- Implemente um processo comercial ágil e eficiente, dando visibilidade aos objetivos e permitindo o acompanhamento do progresso em tempo real.
- Melhorar o desempenho das equipas comerciais através de um estilo de coaching baseado em dados.



Métodos pedagógicos

Através de diversas atividades e desafios propostos na sessão síncrona e durante a aprendizagem online, este percurso provoca e estimula o envolvimento ativo e constante de todos os participantes. A sua forte componente prática (autodiagnósticos, simulações com feedback personalizado, etc.), visa recriar o quotidiano profissional de forma a potenciar a performance e a transferência das aprendizagens para o contexto de trabalho.



Datas 2026 - Référence 8549



Últimas inscrições



Realização garantida

De 1 abr a 2 abr

De 2 nov a 3 nov

Best

Key Account Management

O desenvolvimento de relações estratégicas na gestão de clientes-chave

 Online



14 horas

Preço : 950,00 € + IVA

Intra empresa : (desde) 3.900,00 € + IVA

Referência: 8577

Um cliente estratégico mal-acompanhado e mal gerido será sempre uma presa fácil para concorrentes que estejam mais atentos e preparados.

Este programa foi concebido para ajudar profissionais com responsabilidades comerciais a repensar o modelo de abordagem e relacionamento enquanto gestores de clientes estratégicos.

Prevê facilitar a implementação de metodologias de gestão - interna e externa - desses clientes mediante a análise da dinâmica complexa dos seus ambientes de negócios bem como criar e implementar Planos de Negócio para esses clientes (key accounts).

Além disso, vai aprimorar a sua capacidade de gerir com destreza, as relações com stakeholders internos e externos, garantindo uma colaboração fluída e um sucesso mútuo.

Desde a gestão de projetos e equipas até ao alinhamento dos esforços comerciais com os objetivos de vendas, cada módulo é cuidadosamente elaborado para facilitar o desenvolvimento de competências práticas que se traduzem diretamente no aperfeiçoamento da performance.

Destinatários



Para quem?

- Responsáveis comerciais que assumiram recentemente funções como key account managers (KAMs), transitando de outras funções - comerciais ou de marketing.
- KAMs já em funções, que pretendam aperfeiçoar as suas competências e melhorar o seu desempenho.
- Diretores Comerciais, responsáveis por KAMs e que pretendam desenvolver uma metodologia de gestão integrada bem como as suas boas-práticas.



Pré-requisitos:

- Não aplicável.

Percurso de aprendizagem

O Papel do Key Account Manager

- Clarificar o propósito do Key Account Management no contexto da estratégia comercial da sua empresa.
- Identificar as missões chave, tarefas, atribuições e competências críticas de um Key Account Manager.
- Analisar a evolução dos relacionamentos entre fornecedores e clientes através das quatro fases.

Gerir o Seu Conhecimento

- Avaliar a importância dos clientes sob a sua responsabilidade.
- Realizar uma análise abrangente, eficiente e eficaz do ambiente de negócios com o seu cliente, em conjunto com o/s interlocutor/es respetivo/s.

Gerir o Seu Negócio

- Planear o seu negócio com uma conta específica.
- Construir uma visão para o futuro.
- Estabelecer uma estratégia para gerir contas.
- Desenvolver ações prioritárias

Gerir as Suas Relações

- Utilizar uma abordagem para melhorar relacionamentos.
- Medir a eficácia e eficiência dos relacionamentos.
- Agir para aumentar a eficácia e eficiência dos relacionamentos a longo prazo.

Gerir os Seus Projetos e Equipas

- Identificar as competências necessárias para implementar planos com clientes Compreender como gerir a sua implementação: cronograma do projeto, Qualidade, controle de
- custos e comunicação multilateral.

Alinhar os Seus Esforços Comerciais com os Objetivos de Vendas

- Ajustar os seus esforços comerciais com os seus objetivos de vendas para desenvolver um plano de ação.
- Elaborar o seu Plano de Ação Individual.



Objetivos

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- Enquadrar o Key Account Management na estratégia da sua empresa.
- Analisar os ambientes empresariais dos seus clientes estratégicos – e logo o da sua empresa;
- Elaborar e implementar com sucesso account business plans;
- Melhorar a eficácia e eficiência na gestão de relacionamentos com stakeholders internos e, sobretudo, nos clientes estratégicos;
- Compreender as competências-chave de um key account manager enquanto gestor de projetos;
- Definir e implementar individualmente o seu Plano de Ação com o propósito de alinhar:
- clientes estratégicos,
- ações táticas e relacionamentos interpessoais com os objetivos corporativos.



Métodos pedagógicos

- Breves exposições seguidas de exercícios práticos, para apoiar a transferência da formação para o dia-a-dia do formando;
- Os formandos são convidados a trabalhar sobre um dos seus clientes reais ao longo dos exercícios práticos individuais;
- Utilização de um *Case Study* de apoio para trabalhos de grupo;
- Utilização de um *KAM Toolbox* com ferramentas em excel para apoiar a construção do seu *Account Plan*.



Pontos fortes

- Esta formação foca-se na aplicação de competências em situações do dia a dia, combinando os benefícios da formação em grupo com atividades de aprendizagem digital individual para uma maior eficácia.
- Avaliação pré e pós-formação para personalizar o programa e medir o progresso.



Datas 2026 - Référence 8577



Últimas inscrições



Realização garantida

De 10 mar a 13 mar

De 15 set a 18 set

De 13 out a 16 out

Best

Atendimento ao cliente e gestão de reclamações

Fidelizar clientes através de um atendimento de excelência

 Online



14 horas

Preço : 950,00 € + IVA
Intra empresa : (desde) 3.050,00 € + IVA

Referência: 142

Empresas orientadas para o cliente assumem a prioridade de um “serviço de excelência”, visando a satisfação e fidelização dos clientes.

Esta ação de formação impulsiona a diferenciação positiva da empresa e a lealdade dos seus clientes através do desenvolvimento de

- competências de relacionamento interpessoal essenciais para um atendimento personalizado;
- um conjunto de boas práticas e comportamentos potenciadores de uma imagem distintiva;
- técnicas e ferramentas de gestão de reclamações visando a satisfação e fidelização dos clientes e a melhoria contínua da empresa.

Destinatários



Para quem?

- Profissionais que contactem com clientes visando o seu atendimento e satisfação e que têm como missão gerar e contribuir para uma imagem de excelência das empresas.



Pré-requisitos:

- Não aplicável.

Percurso de aprendizagem

Desenvolver a Satisfação e Fidelização do Cliente

- Avaliar o impacto da função de atendimento na empresa e no cliente.
- Reconhecer a importância dos incidentes críticos na relação com o cliente.
- Reforçar a imagem da empresa:
 - identificar os comportamentos-chave a adotar para salvaguardar a satisfação e a fidelização do cliente;
 - conhecer e ultrapassar as barreiras e os constrangimentos ao processo de comunicação.

Acolher o cliente desenvolvendo uma relação de confiança

- A formação de uma Primeira Impressão Positiva:
 - a importância do sorriso, da voz e da postura;
 - os comportamentos verbais e não-verbais a adotar;
 - as regras de cortesia, etiqueta e protocolo num serviço de atendimento de excelência.

Compreender o cliente para melhor o satisfazer

- Distinguir as necessidades operacionais e relacionais do cliente.
- Demonstrar disponibilidade e determinação na compreensão do cliente:

- utilizar as perguntas para diagnosticar a situação do cliente;
- manifestar compreensão pelo cliente através da empatia e da reformulação;
- controlar o diálogo, salvaguardando a relação e a qualidade do atendimento.

Apresentar soluções "à medida" do cliente

- O papel da argumentação no processo de persuasão.
- Apresentar soluções em detrimento de condições e procedimentos da empresa:
 - transformar barreiras em oportunidades para o cliente;
 - encaminhar adequadamente o cliente face a situações de reduzida autonomia.
- Garantir o envolvimento do cliente durante a apresentação da solução: a importância da concordância progressiva.

Concluir o contacto de forma positiva

- Saber conduzir o cliente para o fecho, defendendo a solução apresentada.
- Acompanhar e despedir-se do cliente, garantindo a total satisfação do cliente.

Gerir Reclamações sanando a insatisfação do cliente

- O que é uma reclamação e o que não é.
- O impacto e a importância das reclamações no desenvolvimento das empresas.
- Compreender o envolvimento emocional e as expectativas do cliente que reclama:
 - o que leva o cliente a reclamar;
 - lidar com as emoções disruptivas do cliente insatisfeito.
- Analisar a situação do cliente, centrando-se nos factos e na procura de soluções mutuamente satisfatórias.
- Apresentar soluções satisfatórias para o cliente e para a empresa:
 - resolver satisfatoriamente as reclamações dos clientes: sugerir persuasivamente soluções/atuações;
 - dizer "não" a um cliente que não tem razão: saber manter a firmeza em situações difíceis.

Lidar com as especificidades do atendimento telefónico

- As especificidades de comunicação por telefone: boas práticas e erros a evitar:
 - aplicar as regras de cortesia, atendimento e protocolo no atendimento telefónico;
 - acolher o cliente de forma diferenciadora e positiva;
 - utilizar a voz como veículo privilegiado de comunicação;
 - saber transferir e/ou encaminhar corretamente o cliente.



Objetivos

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- transmitir uma imagem profissional, de eficácia e de um bom funcionamento da organização;
- acolher o cliente criando primeiras impressões memoráveis;
- compreender a situação e/ou pedido do cliente, de forma a responder adequadamente;
- captar a atenção do cliente para lhe apresentar soluções recorrendo aos mecanismos da persuasão;
- concluir as interações com o cliente salvaguardando total disponibilidade para futuras interações;
- gerir reclamações do cliente, sanando a insatisfação e minimizando a emoção negativa que lhe está associada;
- realizar um atendimento telefónico de excelência.



Métodos pedagógicos

- Exposições pelo formador, complementadas com exercícios, trocas de experiências e reflexões interativas com o grupo de participantes.
- Exercícios de simulação para treino das técnicas de atendimento e gestão de reclamações abordadas.



Pontos fortes

- Curso de formação eminentemente prático em que, através de diversos exercícios e momentos de partilha, os formandos podem esclarecer as suas dúvidas e questões quotidianas.



Datas 2026 - Référence 142



Últimas inscrições



Realização garantida

De 10 fev a 13 fev

De 28 out a 3 nov

De 25 mai a 28 mai

De 25 nov a 2 dez

Best

Técnicas de venda

As técnicas e ferramentas essenciais para ser bem-sucedido na venda

 Presencial



2 dias (14 horas)

Preço : 950,00 € + IVA

Intra empresa : (desde) 3.050,00 € + IVA

Referência: 8576

No mundo das vendas, cada encontro com um cliente é uma oportunidade única e crucial para cativar, fechar negócios e alcançar o sucesso.

Melhorar as competências comerciais para assegurar uma prospeção mais eficaz, uma comunicação adaptada às necessidades do cliente e a capacidade de lidar com objeções é mais do que uma prioridade. É uma necessidade num mercado competitivo e em constante mudança.

Ao longo desta formação, irá aperfeiçoar as competências essenciais de um comercial com experiência, aumentando assim a sua eficácia em todas as fases do ciclo de vendas.

Destinatários



Para quem?

- Comerciais experientes que pretendam melhorar as suas competências;
- Diretores comerciais, assistentes comerciais, representante técnico de vendas, coordenadores comerciais.



Pré-requisitos:

- Não aplicável.

Percurso de aprendizagem

Organizar-se e planear os contactos comerciais

- Escolher alvos de elevado potencial para resultados imediatos
- Direcionar os esforços de prospeção através da mobilização da sua rede de contactos
- Escolher uma estratégia para a abordagem de potenciais cliente em redes sociais
- Mobilizar recursos pessoais
- Envolver os seus contactos internos

Melhorar a compreensão do cliente e do seu ambiente

- Fazer dos primeiros momentos de uma interação um momento de valor
- Identificar necessidades e motivações de compra
- Orientar o diálogo para despertar o desejo de mudança e a busca de solução
- Focar na proposta de valor para o cliente

Fazer a diferença para criar preferência

- Criar apresentações emocionalmente impactante

- Adaptar-se aos diferentes perfis dos seus interlocutores
- Construir a solução com o cliente, tratando adequadamente as objeções e consolidando a relação
- Manter promessas a longo prazo



Objetivos

Uma formação que lhe permite:

- Definir as suas prioridades para uma maior eficácia;
- Mobilizar os recursos necessários para as suas atividades comerciais;
- Construir relações com impacto, qualquer que seja o meio;
- Compreender melhor o cliente e o seu ambiente para se posicionar de forma mais eficaz;
- Fazer a diferença para criar preferência;
- Cumprir as promessas ao longo do tempo para criar lealdade.



Métodos pedagógicos

Pedagogia ativa e participativa, com envolvimento contínuo em:

- trabalhos de grupo;
- exercícios práticos individuais;
- roleplay de venda.



Pontos fortes

- Breves exposições seguidas de exercícios práticos, para apoiar a transferência da formação para o dia-a-dia do formando;
- Os formandos são convidados a trabalhar sobre um dos seus clientes reais ao longo dos exercícios práticos individuais.



Datas e locais 2026 - Référence 8576



Últimas inscrições



Realização garantida

Lisboa

De 29 abr a 30 abr

De 6 out a 7 out

De 25 nov a 26 nov

Best

SPIN® Selling Skills

Competências Comportamentais para Venda Consultiva

 Presencial



2 dias (14 horas)

Preço : 1.250,00 € + IVA

Intra empresa : (desde) 7.500,00 € + IVA

Referência: 1248

Se é um profissional de vendas B2B é muito provável que já tenha ouvido falar na metodologia de venda consultiva SPIN® Selling.

Na realidade, mais de 12 mil profissionais de vendas por ano recorrem ao programa SPIN® Selling Skills da Huthwaite International para desenvolver competências comportamentais comprovadas na venda de soluções tecnicamente complexas, em processos de compra prolongados que envolvem vários decisores e um investimento considerável de tempo e dinheiro por parte dos seus clientes.

Representado em exclusivo pela Cegoc para o mercado português, este programa da Huthwaite International permite desenvolver novas práticas de sucesso e adquirir um conjunto de competências específicas de venda consultiva que:

- aumentam a sua eficácia na descoberta e exploração das necessidades implícitas e explícitas dos seus clientes;
- desenvolvem a sua capacidade de influenciar a perceção de Valor dos clientes para as soluções que apresenta;
- agilizam a obtenção de acordos parciais e o fecho de vendas com maior margem e rentabilidade para a sua empresa.

Destinatários



Para quem?

- O programa SPIN® Selling Skills destina-se a Diretores Comerciais, Key Account Managers e colaboradores com missões Comerciais, de Desenvolvimento de Negócio, Marketing, Procurement ou outras funções de interação com o cliente, cuja missão seja apresentar e vender soluções complexas que impliquem investimentos financeiros elevados e onde saber demonstrar o Valor de uma solução tecnicamente complexa é essencial.



Pré-requisitos:

- Para participação nos 2 dias presenciais, completar o e-learning prévio de cerca de 3h, com teste de avaliação final com 80% de aprovação

Percurso de aprendizagem

Descodificar o Ciclo de Compra™ do cliente e conhecer as diferentes etapas de uma abordagem de Venda Consultiva com SPIN® Selling

- O Ciclo de Compra - Buying Cycle™ - e o processo de tomada de decisão dos clientes.
- Quando faz mais sentido adotar uma abordagem de Venda Consultiva.
- As diferentes etapas de uma abordagem de Venda Consultiva com SPIN® Selling.
- O que nos diz a investigação SPIN® - fatores chave a considerar sobre comportamentos de sucesso e insucesso na venda de soluções complexas.

Usar a abordagem SPIN® Selling para suscitar a necessidade de mudança no Cliente

- Como usar a abordagem SPIN® Selling para conhecer e compreender as Necessidades do Cliente.
- A metodologia de perguntas SPIN® Selling: como utilizá-la para ajudar o Cliente a tomar consciência das suas Necessidades.

Aumentar a percepção do Cliente relativamente à solução que a sua empresa oferece e influenciar o Cliente para uma decisão de compra

- Utilizar as ferramentas SPIN® Selling para identificar, clarificar e entender as necessidades do Cliente;

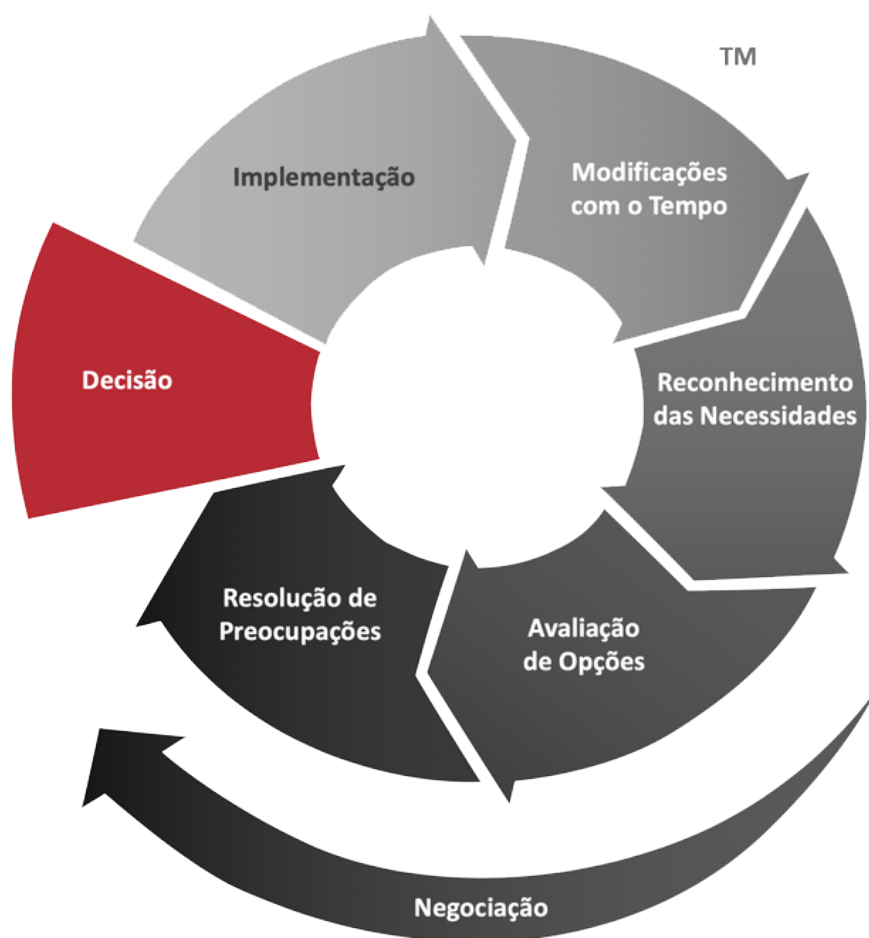
Apresentar a sua oferta de forma persuasiva e demonstrar capacidade para responder positivamente às Necessidades do Cliente

- Utilizar os benefícios da sua solução para satisfazer as Necessidades do Cliente e da sua organização.
- Uso de ferramentas práticas para planear um argumentário persuasivo.
- Lidar com as objeções do Cliente e dos restantes *Stakeholders* envolvidos na decisão.

Obter o compromisso do Cliente e fechar o negócio

- Solicitar o compromisso adequado: ambicioso e realista.
- Solicitar o compromisso de forma correta.

O ciclo de compra



Objetivos

No final do programa **SPIN® Selling Skills** os participantes serão capazes de identificar e aplicar os comportamentos mais eficazes num processo de venda consultiva, nomeadamente:

- **Planejar contactos comerciais** assentes nos comportamentos SPIN® de venda consultiva;
- Compreender o **Ciclo de Compra™**, o **processo de tomada de decisão do Cliente** e adotar o comportamento mais eficaz nas suas diferentes etapas;
- Identificar e compreender os diferentes tipos de **Necessidades do Cliente**;
- Utilizar as **perguntas SPIN®** para identificar em que fase está o Cliente no Ciclo de Compra e influenciar a progressão até uma decisão de compra
- **Envolver e persuadir os diferentes stakeholders** envolvidos no processo de tomada de decisão;
- **Obter compromissos firmes e proveitosos** junto dos clientes;
- **Lidar com as objeções do Cliente** e adotar comportamentos que reduzam significativamente a sua probabilidade de ocorrência;
- **Quantificar de forma objetiva o seu desempenho** comparando os seus comportamentos com os propostos pelo modelo SPIN® e criar um **plano de ação** para continuar a desenvolver as suas competências.



Métodos pedagógicos

Intercalamos etapas **de aprendizagem formal, online e em sala, com atividades de treino prático e integração no contexto de trabalho, para impactar de forma significativa os seus resultados através de uma melhoria visível e mensurável da eficácia das novas competências comportamentais :**

- Trabalhos em pequenos grupos, nos quais os participantes **treinam ativamente as competências** adquiridas e **recebem *feedback* estruturado, imediato e direto**;
- Gravação e análise de *Roleplays*, com recurso **às ferramentas de análise SPIN®** que permitem um feedback estruturado e a **definição de um plano de ação específico para continuar, no pós-curso, o desenvolvimento individual de competências.**



Pontos fortes

- Uma das metodologias de venda consultiva mais reconhecida em todo o mundo.
- Modelo fundamentado em mais de 30 anos de investigação realizada de forma contínua a partir da observação dos comportamentos de sucesso dos profissionais de venda.
- Mais de 12 mil formandos por ano desenvolvem as suas competências comerciais através da metodologia SPIN® e do workshop SPIN® Selling Skills.



Datas e locais 2026 - Référence 1248



Últimas inscrições



Realização garantida

Lisboa

De 10 mar a 11 mar

De 15 set a 16 set

De 13 out a 14 out

Best

Negociação comercial

Para além da venda: saber negociar

 Online



14 horas

Preço : 950,00 € + IVA
Intra empresa : (desde) 3.050,00 € + IVA

Referência: 163

Face à concorrência agressiva e a clientes dispostos a obter mais gastando menos, ao comercial de hoje não basta usar argumentação adequada e demonstrar os benefícios da oferta. Mesmo quando a venda parece conseguida, o negócio está longe de estar garantido.

No percurso de aprendizagem Negociação comercial **4REAL®**, os participantes adquirem as técnicas de negociação necessárias para concluir o acordo, trocando concessões por contrapartidas de forma rentável e assegurando, simultaneamente, a confiança para criar valor na relação futura com o cliente.

Através da abordagem **4REAL®** é incentivado ao longo de todo o percurso a realizar uma mudança efetiva de comportamentos no seu contexto real de trabalho, tendo em conta as suas necessidades individuais, para melhorar a sua performance e melhorar os seus resultados.

Destinatários



Para quem?

- Técnicos comerciais, vendedores e delegados comerciais.



Pré-requisitos:

- Não aplicável.

Percurso de aprendizagem

Autodiagnóstico online

- Ganhar autoconhecimento e autoconsciência sobre as suas práticas na negociação e gestão de conflitos.

Aprendizagem online

- Módulos digitais de aprendizagem assíncrona.
- Desafios de aplicação prática: aumentar o comprometimento com o percurso de aprendizagem e estimular a transferência da aprendizagem para o seu contexto real.

Sessões de Formação

Compreender a dinâmica da negociação

- Diferenciar a venda da negociação.
- Características globais das negociações e especificidades da negociação comercial.

- O processo negocial: etapas e objetivos.
- Compreender as duas orientações estratégicas da negociação:
- A negociação integrativa e a negociação distributiva;
- Que estratégia adotar face aos objetivos a alcançar.

Aumentar a compreensão mútua para melhor conhecer as posições e os interesses do seu interlocutor

- Saber distinguir posições, interesses e critérios de decisão.
- Enquadrar a negociação: clarificar o contexto e estabelecer uma relação positiva e facilitadora do processo negocial.
- Usar as técnicas de controlo do diálogo para obter e partilhar informação.
- Expressar o seu acordo ideal, sustentando-o em argumentos... e resistir à tentação de fazer, de imediato, concessões.
- Escutar os pedidos iniciais da outra parte sem entrar, de imediato, na negociação.

Exercícios práticos e outputs!

- Estudo de caso e simulação, seguida de feedback estruturado acerca de boas práticas a implementar e estratégias a desenvolver face aos aspetos de melhoria identificados.

Construir uma solução satisfatória para ambas as partes

- Convencer a outra parte da legitimidade dos seus pedidos:
- repetir os seus argumentos, explicar as suas necessidades e o seu propósito;
- saber usar a argumentação persuasiva para apoiar as propostas e contrapropostas.
- Aprofundar as objeções, compreender a necessidade por detrás do pedido:
- saber tratar as objeções mantendo um clima de concordância.
- Propor/Procurar novas soluções.
- Trocar, de forma equilibrada, concessões por contrapartidas:
- controlar o desenrolar da negociação: sínteses parciais, reenquadramento e check-up de pontos de acordo;
- dominar a dinâmica da troca de concessões por contrapartidas.

Exercícios práticos e outputs!

- Estudo de caso e simulação, seguida de feedback estruturado acerca de boas práticas a implementar e estratégias a desenvolver face aos aspetos de melhoria identificados.

Conduzir a negociação comercial

- Equilibrar a relação de poder no seio da negociação comercial:
- avaliar a relação de forças entre as diferentes partes: O poder negocial será relativo?
- distinguir poder real de poder expresso na mesa da negociação;
- fatores de poder na negociação comercial;
- saber equilibrar o poder quando a relação de forças é desfavorável.
- Princípios táticos da negociação competitiva: controlo das concessões e exigência de contrapartidas.

- Lidar com as manobras táticas e identificar as “armadilhas” dos compradores.

Exercícios práticos e outputs!

- Estudo de caso e simulação, seguida de feedback estruturado acerca de boas práticas a implementar e estratégias a desenvolver face aos aspetos de melhoria identificados.

Concretizar o acordo

- Técnicas e procedimentos de pré-fecho: influenciar o acordo final.
- Fechar um acordo a longo prazo:
- formalizar, de forma precisa, o acordo;
- salientar os benefícios mútuos do resultado e agradecer à outra parte.

Exercícios práticos e outputs!

- Estudo de caso e simulação, seguida de feedback estruturado acerca de boas práticas a implementar e estratégias a desenvolver face aos aspetos de melhoria identificados.

Definir um plano de ação das mudanças a pôr em prática

- Identificar prioridades de mudança e elaborar o seu Plano de Ação.

Personalização do percurso de aprendizagem

Individualização do percurso de acordo com as necessidades individuais de cada participante (escolha de 1 sprint de aprendizagem), e disponibilização de atividades digitais de acordo com as escolhas realizadas.

Sprint “Como controlar as minhas emoções durante uma negociação?”

Composto por 1 Módulo interativo

- Identificar os desafios do autocontrolo.
- Utilizar ferramentas práticas de autocontrolo.
- Compreender a importância do pensamento positivo.

Sprint “Como gerir conflitos?”

Composto por 1 Módulo interativo

- Estratégias de gestão de conflitos.



Objetivos

No final do percurso de aprendizagem os participantes deverão ser capazes de:

- preparar metodicamente as negociações;
- desenvolver um estilo eficaz de negociação;
- escolher a estratégia negocial adequada a cada situação;

- usar técnicas específicas para se afirmar face às pressões táticas e às “armadilhas” dos compradores;
- equilibrar o poder negocial.



Métodos pedagógicos

- Este percurso preconiza o envolvimento ativo e constante do participante através de vários desafios, quer à distância quer na sessão presencial. Combina diversificadas metodologias para potenciar a performance no contexto de trabalho: autodiagnósticos, estudos de caso e roleplay na sessão presencial, classes virtuais e desafios concretos de aplicação no contexto profissional.



Pontos fortes

- Um método testado para preparar as negociações: depois da formação a maioria dos participantes refere-o como uma mais-valia importante para a sua prática.
- Ritmo intensivo de simulação-análise-reflexão que mantém a dinâmica de aprendizagem.
- Métodos de simulação e treino especialmente adaptados à aprendizagem das competências de negociação.
- Garantia de desenvolvimento e continuidade da aprendizagem através da abordagem 4REAL:
 - As várias etapas que constituem o percurso e que potenciam o maior envolvimento, compromisso e suporte à transferência, nomeadamente o enfoque na performance.
 - O suporte da plataforma Learning Hub o que permite ao participante a visualização imediata de todo o percurso identificando o caminho a percorrer e o que já realizou.



Datas 2026 - Référence 163



Últimas inscrições



Realização garantida

De 17 mar a 20 mar

De 22 set a 25 set

De 10 nov a 13 nov

Best

Competências avançadas de negociação (nível 2)

Estratégias e táticas de negociação

 Online

14 horas

Preço : 950,00 € + IVA
Intra empresa : (desde) 3.050,00 € + IVA

Referência: 566

Nas organizações de hoje, a negociação é uma competência do quotidiano. Com o aumento da complexidade das estruturas e da diversidade de objetivos, pessoas e grupos negociam cada vez mais frequentemente, a múltiplos níveis, com parceiros externos e internos.

E as negociações são, por isso também, mais complexas, apoiadas em novos meios de comunicação à distância e com interlocutores com diferentes backgrounds culturais, constituindo desafios mais complexos para o negociador.

No curso competências avançadas de negociação, os participantes poderão desenvolver competências avançadas de negociação que lhes permitam:

- melhorar a flexibilidade nas escolhas de estratégias negociais para as diferentes situações;
- conhecer-se aprofundadamente como negociador para antecipar reações e compensar pontos fracos;
- melhorar a eficácia nas e-Negociações (por email, chat ou videoconferência);
- saber posicionar-se numa negociação com vários interlocutores;
- preparar e conduzir negociações entre equipas.

Destinatários



Para quem

- Gestores, quadros e profissionais experientes em processos de negociação internos ou externos e que pretendam desenvolver as suas competências para lidar com negociações complexas.



Pré-requisitos

- Negociadores com muita experiência ou que tenham frequentado anteriormente cursos sobre negociação: [Negociação comercial](#), [Negociação na compra](#).

Percurso de aprendizagem

Rever as competências essenciais do negociador

- Fases do processo de negociação.
- Pontos-chave da preparação da negociação: estabelecimento e avaliação da zona de acordo possível.
- Gerir a informação disponível para evitar a “maldição do vencedor”.
- Determinantes da escolha da estratégia negocial.
- Interesses diferentes, resultados compatíveis: como detetar o potencial integrativo de uma negociação.
- Pontos-chave da condução de uma negociação.
- Este é um bom acordo? Como medir a eficácia dos resultados da negociação?

Desenvolver as competências pessoais de negociação

- Conhecer-se como negociador e adaptar o seu estilo à estratégia escolhida: autodiagnóstico do estilo individual de negociação.
- A orientação social na negociação (individualismo, cooperação e competição): consequências práticas para o resultado da negociação.
- Formas de abordagem da negociação: direitos, interesses e poder.
- Estilos emocionais na negociação: descobrir as vulnerabilidades pessoais face às táticas dos oponentes.
- Ser ou não ser... racional na negociação.
- Conhecer e evitar os enviesamentos e ilusões nas decisões negociais: o mito da “soma fixa”, ajustamento às âncoras, escalada irracional de compromisso.

Negociar em grupo

- Particularidades das negociações multipartes.
- Procedimentos para apresentação de propostas; como evitar a “visão afunilada” dos acordos possíveis.
- Técnicas para “alargar o bolo” dos recursos disponíveis.
- A dinâmica das concessões e das contrapartidas entre múltiplas partes.
- Moderar uma negociação em grupo: técnicas e procedimentos.

Negociar entre equipas

- Constituição de uma equipa: distribuição de papéis negociais.
- Negociar internamente: detetar e harmonizar as diferenças de preferências e interesses negociais no seio da equipa.
- Determinar a responsabilização.
- O uso tácito dos papéis negociais.

Usar persuasão na negociação

- Como escolher e pôr em prática uma estratégia de influência.
- Gerir o poder da informação para reforçar o efeito persuasivo das suas propostas.
- Desenvolver um estilo persuasivo: organizar as mensagens, buscar a adesão dos oponentes, ampliar a intensidade da linguagem.
- Usar a persuasão para alterar a perceção de poder do interlocutor.

Lidar com negociadores truculentos: conversas difíceis

- Como enfrentar táticas de ética duvidosa: técnicas e procedimentos adequados a cada situação.
- Gerir as emoções nas fases “duras” da negociação.
- Evitar a escalada emocional: da estratégia clássica (G.R.I.T) à sincronização com o oponente.

Interpretar as situações específicas de negociação

- Breve introdução à negociação intercultural:
 - O impacto das diferenças culturais na negociação: individualismo vs. coletivismo; igualdade vs. hierarquia; comunicação direta vs. indireta.
- Como tirar partido das diferenças culturais para “alargar o bolo” de recursos negociáveis.
- Negociação online:
 - estabelecer uma relação de confiança via email, chat e videoconferência;
 - alterações da perceção do poder negocial por efeito da TI.



Objetivos

Uma formação que lhe irá permitir:

- tirar partido das potencialidades do seu estilo de negociação;
- usar competências estratégicas fundamentais para criar e dividir valor numa negociação;
- saber como posicionar-se numa negociação de grupo;
- adaptar-se na negociação com parceiros de culturas diferentes;
- conduzir negociações online.



Métodos pedagógicos

- Pedagogia ativa e participativa, envolvendo treino individual de situações de negociação, estudo e simulação de casos.
- Cada participante poderá refletir sobre o seu perfil individual de negociador com a ajuda de instrumentos de autodiagnóstico e estabelecendo um plano de progresso pessoal discutido com o formador.



Pontos fortes

- **Elevada abrangência** – é aplicável a um leque variado de situações negociais que ocorrem em diversos contextos profissionais.
- **Excelência de conteúdos** – o programa integra técnicas e procedimentos apoiados nos mais recentes resultados da investigação sobre negociação.
- **Alta aplicabilidade** – fornece instrumentos de aplicação imediata em vários tipos de negociações profissionais.
- **Método assente na prática** – a aprendizagem assenta na contínua resolução de casos e treino de situações negociais.



Datas 2026 - Référence 566



Últimas inscrições



Realização garantida

De 3 fev a 6 fev

De 23 set a 29 set

De 25 mai a 28 mai

De 21 out a 27 out

Best

Potenciar a Prospeção Comercial com Inteligência Artificial

Qualificar e ativar através da IA

 Online



7 horas

Preço : 685,00 € + IVA

Intra empresa : (desde) 2.550,00 € + IVA

Referência: VC038

A prospeção de clientes é uma das etapas mais importantes da atividade comercial, contribuindo não só para fechar mais vendas, mas para tornar todo o processo mais eficiente. Embora esta seja uma atividade essencial é também uma fonte de grande consumo de energia e em algumas situações de grande frustração. E se a atividade de prospeção comercial pudesse ser otimizada graças à inteligência artificial generativa?

A inteligência artificial, e em particular a inteligência artificial generativa, permite ganhar eficiência em tarefas de baixo valor acrescentado e contribuiu para que o foco das equipas comerciais seja na transformação de oportunidades em negócios.

Destinatários



Para quem?

- Comerciais, gestores comerciais, responsáveis comerciais e qualquer pessoa envolvida na estratégia de prospeção comercial.



Pré-requisitos:

- Não aplicável.

Percurso de aprendizagem

A IA e as suas aplicações na área comercial

- Compreender conceitos fundamentais de inteligência artificial
- Compreender o que é a IA generativa
- Explorar a aplicação da IA generativa na atividade comercial

A qualificação de leads com apoio da IA

- Compreender a importância dos dados no processo
- Qualificar leads e hierarquizar contacto
- Automatizar o processo

Melhorar o envolvimento de potenciais cliente com a ajuda da IA

- Personalizar a abordagem para aumentar o envolvimento.
- Automatizar a comunicação para aumentar a eficiência.

A importância das questões éticas relacionadas com a IA

- Compreender as questões de segurança e privacidade relacionadas com a utilização da IA
- Compreender considerações éticas na utilização da IA e a responsabilidade para minimizar riscos

- Identificar as atuais limitações da IA e as precauções a tomar para evitar potenciais erros.



Objetivos

No final da formação os participantes deverão ser capazes de:

- Identificar o potencial da IA para a prospeção comercial.
- Qualificar leads, hierarquizar contactos e melhorar o envolvimento de potenciais clientes por meio da IA.
- Desenvolver um plano de utilização da IA no âmbito da prospeção comercial.



Métodos pedagógicos

- Este percurso preconiza o envolvimento ativo e constante do participante através de vários desafios. Combina diversificadas metodologias para potenciar a performance no contexto de trabalho.



Pontos fortes

- Compreensão abrangente dos conceitos básicos da inteligência artificial e seu impacto na estratégia de prospeção comercial.
- Exploração da utilização da IA para a prospeção comercial.
- Foco em questões cruciais de segurança, privacidade e considerações éticas na utilização da IA, capacitando os participantes a minimizar riscos e evitar potenciais erros, promovendo assim um uso responsável e consciente da tecnologia.



Datas 2026 - Référence VC038



Últimas inscrições



Realização garantida

De 12 fev a 13 fev

De 31 mar a 1 abr

De 1 out a 2 out

De 3 nov a 4 nov

