# PROGRAMA DE PERSUASÃO PARA NÃO COMERCIAIS

## Dinâmica:

Apesar da actividade de vendas ocupar 11% dos portugueses, oito em cada nove pessoas alocam uma parte significativa do seu tempo a vender ideias ou a influenciar os outros.

Este workshop foi desenvolvido para todas as pessoas que, não sendo comerciais, pretendem desenvolver as suas competências de persuasão e influência. Com exemplos e experiencias práticas, o participante conhecerá as mais recentes técnicas para tornar as suas opiniões ainda mais irresistíveis.

## 3 Boas razões para participar:

- Porque apesar de ser humano, vender não é fácil;
- Porque nos actuais climas sociais e de trabalho cada vez mais competitivos, saber vender é sinónimo de sucesso;
- Porque o domínio das técnicas incrementa desempenhos.

## Output:

No final do workshop o participante conhecerá os processos e as diferentes alavancas de comunicação que mobilizam as pessoas para a acção. O participante ficará capacitado para identificar situações e criar contextos que optimizam e elevam a sua eficácia para persuadir e influenciar os outros.

## Duração:

1 dia

## Público Alvo:

Não Comerciais (para todos)

# PROGRAMA DE PERSUASÃO PARA NÃO COMERCIAIS

## Programa:

### 1. "Vender é Humano"

- O "peso" da profissão de vendas
- Vendedores comerciais e não comerciais
- Novas tendências e adaptabilidade

### 2. Regras básicas para comunicar eficazmente

- Dominar a informação (que se pretende transmitir)
- Saber escutar, evitando:
  - Distorções perceptivas; Desconexão; Pressa; Distração
- O funil das perguntas
  - *Mind mapping*: do diagnóstico às questões
- Transmitir a mensagem (cuidando da forma e ajustando-a ao receptor)
  - Os 3 V's da comunicação
  - Como identificar os Perfis do interlocutor em segundos

### 3. Vendas e persuasão

- "Ser" vendedor: as principais qualidades
- Como criar sintonia com os outros
- Como manter a vitalidade
- A força da clareza, para identificar e reconhecer o que está em causa

### 4. Atalhos que conduzem à acção

- Como fazer para mudar comportamentos
- Reciprocidade: dar e receber, um hábito
- A escassez como alavanca do valor
- Autoridade, estereótipos e expertise
- Consistência e congruência
- A ligação e os afectos
- O consenso: a tendência humana para a conformidade