

## Dinâmica:

A actividade desafia os participantes a experienciarem as seis fases pelas quais passam os músicos profissionais: preparação, adaptação, comunicação, persuasão, improviso e fecho e estabelece, em cada uma das fases, “pontes” para as (mesmas) fases de vendas, cujos vendedores de sucesso dominam na perfeição. Os participantes distribuem-se por dois grupos que trabalharão com um coordenador/instrutor/maestro. Durante esse trabalho, cada uma das equipas cria a sua peça musical. Posteriormente, de forma cooperativa, será integrada numa só.

- O carácter experencial e divertido envolve os participantes tornando a experiência útil e duradoura no tempo;
- A utilização de metáforas e analogias fortalece a apreensão de conceitos e acções; o papel da preparação e do treino é valorizado e entendido;
- A dinâmica equipas inicialmente separadas e depois unificadas numa só, reforça simultaneamente competição e cooperação com ganhos para toda a força de vendas.

## Output:

Os participantes saem do seu papel tradicional e encarnam o papel de músicos, obtendo assim uma experiência diferente e marcante, que “contagia” o vendedor, tornando-o mais consciente e capaz de desenvolver eficazmente as suas actividades no terreno. Como num jogo, os participantes trabalham de forma divertida e entusiasmante as várias fases do processo de venda, vivenciando a importância de cada uma delas para obter um bom resultado final.

## Duração:

3 horas

## Público Alvo:

Equipa Comercial

## Programa:

---

Percorrer as seguintes fases no papel de músico e paralelamente no de vendedor.

### 1. Preparação

O músico conhece os ritmos, as pautas, os outros instrumentos e respeita-os. O comercial conhece o mercado e os produtos, a sua empresa, a equipa e as suas responsabilidades.

#### Ação

- ① Atribuição dos instrumentos aos participantes
- ② Primeiro contacto com os instrumentos
- ③ Ensino das técnicas básicas que permitem tocar cada um deles
- ④ Atribuição de funções

### 2. Adaptação

O músico molda ao dos restantes membros, ao estilo de música, ambiente e público. O comercial adapta o estilo de venda ao produto, ao enquadramento e ao perfil do cliente.

#### Ação:

- ① Escolha do tipo de ritmo a aprender;
- ② Conhecer a história e a sonoridade desse ritmo para mais facilmente o conseguir sentir, interiorizar e comunicar ao público

### 3. Comunicação

A capacidade do músico ouvir os outros, responder no mesmo estilo e seguir o ritmo; as dinâmicas e os gestos como reforço da comunicação. No comercial, a capacidade de observar, escutar e fazer perguntas demonstram confiança e dão credibilidade ao discurso.

## Programa:

### Ação:

- ① Os participantes começarão a praticar a peça musical, orientados pelo seu monitor
- ① As capacidades de ouvir os outros, de seguir o ritmo e de responder em sintonia serão bastante praticadas até todos soarem de forma clara.

## 4. Persuasão

A coreografia e as dinâmicas no músico. No comercial, a energia, a vitalidade a positividade e a alegria no discurso.

### Ação:

Nesta altura serão introduzidos dois novos desafios a acrescentar à peça:

- ① As dinâmicas e as acentuações;
- ① A coreografia

## 5. Improviso

No músico e no comercial, técnica e criatividade

### Ação:

- ① Nesta fase serão escolhidos alguns participantes para improvisarem num momento específico da peça – será, por isso, explicada a técnica que está por trás do improviso na música!

## 6. Fecho

O fecho apoteótico, a vontade de ouvir de novo celebram o fim do espectáculo musical. No comercial, os next steps bem definidos, a eficácia e rapidez no final e pós-venda tendem a fidelizar o cliente.

### Ação:

- ① As equipas que até aqui tinham estado em salas diferentes irão juntar-se num único espaço para tocar as suas peças sendo que a surpresa é que elas encaixam uma na outra, constituindo uma única música!