

## Dinâmica:

---

Gestores por um dia. Os participantes irão desempenhar o papel de um gestor de Marketing e desenvolver um resumido plano de marketing. Neste plano serão abordados todos os conceitos chave de Marketing e será feito, em cada etapa do plano, uma ligação com o trabalho de vendas.

### 3 Boas razões para participar:

- ❶ Porque a força de vendas desconhece a realidade do Marketing e tende a menosprezar a contribuição do outro. Ambos tropeçam (e o desempenho da organização sofre) devido à ausência de sincronia;
- ❷ Porque uma relação de cooperação entre vendas e marketing resulta numa maior agilização dos processos, numa maior eficiência e consequentemente em melhores resultados;
- ❸ Porque a força de vendas utiliza intuitivamente estímulos de Marketing no dia a dia e pode potenciar o uso dos mesmos.

## Output:

---

No final o participante irá entender a importância do trabalho conjunto entre vendas e marketing. Uma comunicação contínua e fluída entre estes dois departamentos irá originar mais insights que permitirão otimizar o trabalho de cada um, contribuindo para uma melhor performance da organização. O participante irá não só conhecer as conceitos de Marketing como também a forma de os aplicar junto de cada cliente, melhorando o seu trabalho e contribuindo para o aumento das vendas.

### Duração:

1 dia

### Público Alvo:

Vendedores / comerciais

**Programa:**

---

**1. O Marketing gera valor**

**2. Entender os consumidores e os clientes**

- ① As análises e os Estudos de Mercado

**3. Viajar pelos Conceitos Chave**

- ① Segmentar para reinar
- ① A importância do Posicionamento
- ① A força da Marca
- ① Conhecemos os nossos produtos?
- ① A estratégia de preço, o impacto na mente do consumidor
- ① A escolha dos Canais de Distribuição
- ① Comunicação, como passar a mensagem ao nosso público?
- ① À procura da melhor promoção
- ① KPI's ( quota de mercado, distribuição numérica e ponderada...)

**4. Marketing no ponto de venda, cada vez mais relevante**

- ① Merchandising

**5. Marketing ao serviços das Vendas e as vendas ao serviço do Marketing**

**6. Home work: trabalho pós acção de validação de conhecimentos**

