

PLANO DE FORMAÇÃO GESTÃO COMERCIAL NÍVEL I

FUNDAMENTAÇÃO

Num ambiente empresarial cada vez mais dinâmico e competitivo, a gestão comercial tornou-se um diferencial estratégico para empresas que desejam conquistar e fidelizar clientes. Este curso visa fornecer uma formação completa para profissionais e gestores, abordando desde os conceitos básicos de gestão comercial até a aplicação de técnicas avançadas de análise de mercado, vendas, marketing e planejamento estratégico. O programa enfatiza a importância de compreender o comportamento do consumidor, a integração de estratégias e a gestão de produtos e serviços para alcançar resultados sustentáveis..

OBJETIVO

- Desenvolver competências essenciais na área comercial, capacitando os participantes a atuar de forma eficaz em todas as fases do processo comercial.
- Aplicar técnicas modernas de vendas, marketing e negociação para maximizar a conversão de leads e fidelizar clientes.
- Gerir o ciclo de vida de produtos e serviços, desde o desenvolvimento até a comercialização e aprimoramento contínuo.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Módulo 1 – Introdução à Gestão Comercial

- Conceitos fundamentais de gestão comercial
- Estrutura e funções da área comercial dentro de uma empresa
- Papel do gestor comercial e a importância do atendimento ao cliente
- Panorama do mercado atual: desafios e oportunidades

Módulo 2 – Comportamento do Consumidor e Análise de Mercado

- Teorias e modelos de comportamento do consumidor
- Técnicas de pesquisa de mercado: qualitativas e quantitativas
- Análise de dados e identificação de tendências de consumo
- Segmentação de mercado e definição de público-alvo
- Impacto das variáveis culturais e socioeconômicas no consumo (com foco na realidade angolana)

Módulo 3 – Gestão de Vendas, Marketing e Negociação

- Estruturação e gestão do processo de vendas.
- Estratégias de marketing: mix de marketing, branding e posicionamento.
- Técnicas de negociação eficaz: métodos para lidar com objeções e fechar negócios.
- Ferramentas de vendas (CRM, automação de marketing, funil de vendas).

Módulo 4 – Planeamento Estratégico e Comercial

- Conceitos de planeamento estratégico aplicado ao ambiente comercial.
- Desenvolvimento de planos de ação e definição de metas (KPIs, BSC e OKRs).
- Análise SWOT e outras ferramentas de diagnóstico estratégico.
- Elaboração de estratégias de expansão e internacionalização.

Módulo 5 – Gestão de Produtos e Serviços

- Ciclo de vida de produtos: desenvolvimento, lançamento, maturidade e descontinuação.
- Estratégias para inovação e diferenciação de produtos e serviços.
- Gestão de portfólio e análise de rentabilidade.
- Processos de melhoria contínua e gestão da qualidade.
- Casos de sucesso e desafios na gestão de produtos, com ênfase no mercado local.

MÉTODOS DIDÁTICOS

- Aulas Teóricas e Expositivas
- Estudo de Casos
- Workshops e Dinâmicas
- Apresentação de Pitches: Simulações de apresentação de ideias para investidores.

EQUIPAMENTOS

- Computador
- Manual de apoio
- Bloco de anotações, lápis e esferográficas.

DURAÇÃO E CARGA HORÁRIA

- Carga horária total: 20 / 28 horas
- Formato sugerido:
- Intensivo (5/ 7 dias × 4h)
 - Módulos de 2h ao longo de 10 / Ou Conforme a necessidade solicitada

INVESTIMENTO

Por consulta