EQUIPAS COMERCIAIS DE ALTO DESEMPENHO

IMPACT SELLING SYSTEM ™

www.prounicenter.pt

1 Avalie e Seleccione os melhores

- Vá além da típica entrevista de selecção de fachada que tipo de profissional no dia-a-dia será o candidato;
- Preveja com um alto índice de precisão se o candidato se adaptará à sua cultura empresarial;
- Veja, por baixo da máscara, o tipo de personalidade dos candidatos para decidir o profissional a contratar;
- Reduza a rotatividade percebendo se o perfil profissional do candidato encaixa na função antes de o contratar.

2 Prepare-se com o nosso programa para Direcção Comercial

- Descubra como pode ser ainda mais eficiente;
- Desenvolva rapidamente competências de liderança;
- Saiba como colocar a sua equipa à mesma velocidade;
- Contrate, treine e retenha os melhores profissionais.

3 Aprenda o processo IMPACT com a sua Equipa

O programa IMPACT Selling System é diferente de qualquer outro que tenha experimentado... é muito intenso, mas também extremamente prático e imediatamente aplicável;

São 14 horas de instruções passo-a-passo desenvolvidas em equipa. Esta experiência de dois dias proporciona uma profundidade de aprendizagem sólida e objectiva;

Trabalharemos com os nossos clientes para desenvolver o programa à medida das suas necessidades de modo a que este aborde os desafios específicos que a sua equipa enfrenta no sector e mercado onde actua.

O IMPACT Selling System é um mapa. Um sinal claro que o conduz pelo processo de venda da forma mais eficiente e produtiva. **O IMPACT Selling System é um processo** que gera um valor enorme para os seus clientes e um sistema que ajuda os seus prospects a decidir.

Pro Unicenter
corporate training & development

CONFIRME OS RESULTADOS GARANTINDO O ROI

Para assegurar que ninguém fica para trás e que a aplicação dos conhecimentos é efectiva, garantindo o retorno do investimento, implementamos um programa de 12 semanas após a acção IMPACT inicial. Semanalmente, a equipa comercial irá realizar um trabalho sobre a aplicação prática e concreta do processo na sua actividade de prospecção e vendas em conjunto com uma sessão presencial para fornecer feedback, responsabilização e reforço de conhecimentos.

RETORNO DO IMPACT SELLING SYSTEM:

- Vender aos prospects que mais provavelmente lhe irão comprar;
- Vender directamente aos decisores em todos os tipos de mercado;
- Retirar do processo de venda as suposições;
- Diferenciar e fazer crescer o seu negócio num mercado muito competitivo;
- Desenvolver (ou despertar) a paixão pelas vendas;

O que o IMPACT Selling System pode fazer por si?

1. O IMPACT irá trazer clareza aos seus esforços comerciais. Não há nada como um plano de jogo para transformar esforços comerciais dispersos e descoordenados numa estratégia lógica e intuitiva. O processo sequencial IMPACT Selling - Investigate, Meet, Probe, Apply, Convice, Tie-it-up - permite que os vendedores e os prospects saibam onde se encontram no processo de venda e qual o próximo passo a seguir.

2. O IMPACT irá gerar resultados muito mais rapidamente do que outras metodologias. Como o IMPACT Selling System está modelado tendo em conta os processos de compra dos prospects, sendo natural para a interacção da venda e possibilitando a utilização imediata dos conhecimentos e capacidades adquiridas.

THE BROOKS GROUP

SALES AND SALES MANAGEMENT ASSESSMENT, TRAINING, RETENTION

The Brooks Group é uma empresa que se dedica à detecção, desenvolvimento e retenção de talentos da área comercial e que ajudou mais de 2000 empresas a transformarem os seus negócios através da construção e manutenção de programas de desenvolvimento das melhores práticas e acções comerciais.
O grupo empenha-se em fornecer fortes experiências de aprendizagem que tenham um impacto positivo na performance dos vendedores e dos directores comerciais. O seu objectivo é que os profissionais aprendam e implementem ideias, princípios e estratégias que irão direccioná-los para melhores resultados.

IMPACT SELLING SYSTEM

I — **INVESTIGATE**
Recolher informação suficiente sobre um mercado específico e respectivos prospects para permitir realizar realizar a abordagem comercial mais apropriada. É também a actividade física da prospecção tradicional. Inclui desenvolver e implementar o seu Parthenon e ainda o planeamento do primeiro contacto.

M — **MEET**
A abordagem ao prospect que permita transformar um potencial resistente num ávido ouvinte. Desenvolver uma plataforma de comunicação e construção da confiança enquanto se demonstra um interesse sincero no prospect. O maior objectivo deste passo é colocar em movimento o processo de venda.

P — **Probe**
Fazer com que o prospect identifique, sinta e verbalize as suas necessidades, vontades e desejos. Determinar o que o prospect vai comprar, como o irá fazer, porque o compra e em que condições.

A — **APPLY**
Demonstrar ao prospect exactamento como o seu produto ou serviço vai ao encontro das necessidades específicas. Realizar a recomendação mais apropriada do produto ou serviço de uma forma que o prospect veja, sinta e experimente a aplicação concreta do produto ou serviço na resolução do seu problema ou satisfação da sua necessidade.

C — **CONVINCE**
Quando alguém acredita em alguma coisa irá tomar a iniciativa de alcançá-la. Adicionalmente o prospect já está à espera que os vendedores elogiem os seus produtos ou serviços... porém, eles ficam impressionados quando outra pessoa o faz. Ficam também sensibilizados quando têm a oportunidade de experimentar esses elogios e as mais-valias que lhes foram prometidas durante o processo de venda. Antes de comprar alguma coisa o prospect tem de ouvir e sentir o produto ou serviço.

T — **TIE-IT-UP**
Abordar o fecho da venda. Negociar um entendimento, fechar o acordo, finalizar a transacção, cimentar e reforçar a venda.

PRO UNICENTER - Rua Nossa Senhora de Fátima, 432 | 4050-426 Porto **Telf.** 226 083 500 **Fax.** 226 083 599
email. info@prounicenter **www.prounicenter.pt**