

DISCIPLINAS E TÓPICOS - MBA GESTÃO DE VENDAS

1- ANÁLISE DO AMBIENTE DE NEGÓCIOS E SUSTENTABILIDADE

- Ciclos econômicos;
- Instrumentos de Política Macroeconômica;
- Aspectos e variações do PIB;
- O impacto da sustentabilidade no ambiente de negócios;
- A ética na geração de negócios.

2- COMUNICAÇÃO E TÉCNICAS DE APRESENTAÇÃO EM VENDAS

- O processo de comunicação comprador – vendedor;
- A comunicação verbal e não verbal;
- O processo de escuta na comunicação interpessoal;
- As técnicas de apresentação a distintos grupos;
- Os métodos de abordagem e as perguntas adequadas.

3- PLANEJAMENTO DE VENDAS E DEFINIÇÃO DE METAS

- O processo e estrutura do planejamento de vendas;
- A estrutura territorial e a alocação das equipes;
- A definição dos perfis da equipe;
- As formas de definição de metas de vendas;
- Os modelos preditivos de metas de vendas.

4- FORMAÇÃO E REMUNERAÇÃO DA EQUIPE DE VENDAS

- As variáveis de impacto sobre a formação da equipe de vendas;
- A etapas de estruturação e definição do tamanho da equipe de vendas;
- Os custos e produtividade da equipe de vendas;
- A forma de remuneração pelos modelos de vendas e atendimento;
- O modelo de formação salarial entre fixo, variável e incentivos.



ESALQ

Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz – Universidade de São Paulo
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA
Av. Pádua Dias, 11 | Piracicaba, SP | 13418-900
Contato para cursos de especialização e atualização
Tel.: (19) 2660-3343 | secretariambauspesalq@usp.br | www.mbauspesalq.com



5- MODELOS DE NEGOCIAÇÃO PERSUASIVA E CONSULTIVA

- O processo negocial e suas etapas;
- O estabelecimento da estratégia negocial;
- As técnicas de persuasão;
- As variáveis da venda consultiva;
- A amplitude de interações com os negócios e profissionais dos clientes.

6- CONCEITOS E APLICAÇÃO DO MODELO DE KEY ACCOUNT MANAGEMENT

- As bases e desenvolvimento do conceito de Key Account Management;
- A integração na gestão dos diversos setores da empresa;
- Os instrumentos necessários para a aplicação do modelo;
- As competências do Key Account Manager;
- As atividades e planos do Key Account Manager.

7- MODELOS DE SEGMENTAÇÃO E PESQUISA DE CLIENTES POTENCIAIS

- As variáveis e requisitos do processo de segmentação;
- Estratégias de segmentação por tipo de mercado;
- Modelos e formas de aplicação da segmentação;
- A integração entre potenciais dos clientes e competências da empresa;
- Os métodos de prospecção de clientes.