B Programas de Formação & Treino

aliados
para resultados | Basilaris

Este documento pretende apresentar os nossos contributos para consolidar competências, através de alguns dos nossos programas de Formação e Treino, adiante detalhados.

A Basilaris, enquanto organização especializada em Consultoria, Gestão & Desenvolvimento de Pessoas, baseia os seus contributos na Personalização, fazendo o Diagnóstico rigoroso das necessidades de cada cliente e Adequando previamente os programas aos seus imperativos estratégicos e ao conjunto de competências a reforçar.

Possuímos o know-how e os recursos necessários para interpretar a exclusividade dos requisitos e necessidades de cada Organização, desenhando soluções (globais ou sectoriais) de capacitação e boas práticas profissionais para resultados, analisando e aperfeiçoando-nos, continuamente, para corresponderemos às transformações com que todos nos deparamos na atualidade.

achieve+forum™ GAZING Performance Miller Heiman Group™

O facto da BASILARIS representar em Portugal as Organizações acima, assegura Know-How Inovador, Universalmente Comprovado e Impulsionador das Renovadas Boas Práticas de resposta aos imperativos da atualidade, constituindo os pilares da nossa atividade, que por via da investigação e do design exclusivo dos programas, nos obrigam à constante conformidade com os mais elevados padrões de qualidade e com as boas práticas de nível mundial.

As pessoas são o nosso propósito. São a razão de fazermos o que fazemos: Ajudar todos a atingirem o seu incrível potencial.

Acreditamos em parceiros, não clientes.

Todas as nossas interações visam o alto desempenho e construir relacionamentos de longo prazo com as pessoas.

Temos orgulho de ser inclusivos, honestos, altamente dedicados, diligentes, focados e bem informados. Mas para verdadeiramente nos conectarmos com as pessoas, precisamos também de ser genuínos, autênticos e diretos.

aliados para resultados | Basilaris

Há mais de duas décadas que disponibilizamos respostas eficazes no mercado de Consultoria, Formação e Treino Profissional, contribuindo para a obtenção de resultados pela materialização de estratégias, através da melhoria das competências das pessoas.

A nossa metodologia de interação em conjugação com a vasta experiência e know-how da nossa Equipa de Consultores, garante a Deteção e Diagnóstico das áreas de performance a melhorar, a Recomendação e a Implementação das soluções, a Avaliação do Impacto nos resultados e o Acompanhamento da integração para acontecerem, nas organizações, os ajustes de melhoria e a obtenção do retorno pretendido.

Considerada pelos nossos Clientes como uma empresa de excelência dados os resultados obtidos após a nossa intervenção, trabalhamos essencialmente as áreas a seguir exemplificadas, apoiando a Materialização de Estratégias em Resultados, melhorando Processos, Sistemas e Competências, tendo por base a Estima, Motivação e Desenvolvimento das Pessoas.

aliados
para resultados | Basilaris

Vendas & Marketing

Liderança

Serviço ao Cliente

Aptidões Transversais

Secretariado

Logística & Compras

Gestão & Qualidade

Idioma Inglês

Vendas & Marketing

Voltar ao Índice

- Professional Selling Skills
- Mind-Set Selling
- Venda Estratégica com Perspetiva
- Venda Conceptual
- SPIN Selling
- Técnicas de Negociação em Vendas
- Negociar o Sucesso
- Desenvolvimento Estratégico de Contas
- Estratégias Vencedoras de Gestão de Contas
- Gestão Estratégica de Contas
- Processo de Gestão de Contas
- Processo de Gestão de Grandes Contas
- Professional Selling Skills (Módulo Específico)
- Digital Selling
- Prospeção Centrada no Cliente
- Competências Profissionais Prospeção
- Competências Profissionais de Vendas ao Telefone
- Inside Selling
- Indução à Venda Avançada
- Gestão do Pipeline
- Professional Sales Coaching
- Coaching 3D
- Gestão do Tempo e do Território
- Apresentações Profissionais de Vendas
- Princípios do Marketing Digital
- Estratégias Media Marketing
- Plano de Marketing
- Marketing & Estudos de Mercado
- Marketing Estratégico de Serviços
- Lançamento de Novos Produtos
- Fundamentos Merchandising

Professional Selling Skills

Vendas

- Venda pela Satisfação de Necessidades
- Entender o Cliente
- Planeamento do Contacto

Descrição

Tendo por base extensiva e continuada pesquisa mundial das Competências e Estratégias de venda que já ajudaram mais de três milhões de profissionais de vendas em todo o mundo a atingir, ou superar os seus objetivos, o Professional Selling Skills reflete um conjunto de métodos, procedimentos e know-how, usados por profissionais de vendas de alto desempenho para ajudar os seus clientes a ter sucesso, através da compreensão das suas necessidades e do consequente desenvolvimento de soluções garante de resultados.

Ministra competências para interação com os clientes permitindo que os participantes conduzam conversas de vendas mutuamente benéficas, até mesmo para os que se encontrem indiferentes ou expressem preocupações.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Começar contactos de vendas de uma forma positiva;
- Assegurar que o tempo despendido num contacto de vendas é benéfico para si e para o cliente;
- Incentivar uma troca aberta de informação, ao longo do processo de venda;
- Colocar questões eficazes para desenvolver um entendimento claro, mútuo e completo sobre as necessidades do seu cliente;
- Falar sobre os seus produtos e serviços de uma forma significativa e aliciante para os seus clientes;
- Responder às preocupações dos clientes;
- Apresentar soluções relevantes e valiosas para o Cliente, facilitando o Fecho;
- Concluir os contactos de venda com compromissos mutuamente benéficos, devidamente relevantes e claros, de forma a fazer progredir a venda e a relação com o cliente.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades comerciais

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Mind-Set Selling

Vendas

- Controlo da Atenção
- Ciclo de Tomada de Decisão
- Lidar com a Pressão

Descrição

Qualquer desempenho de excelência implica o adequado desenvolvimento de capacidades que permitam exercer total controlo da atenção, sobretudo face a pressões imprevistas, atuando com lucidez. E, como qualquer venda acontece na cabeça do Cliente, para atuar com lucidez é necessário dominar um quadro de orientações claras de forma a ser possível contribuir decisivamente, para o Cliente passar da indiferença à ação.

O programa exercita a apropriada estrutura da atividade de vendas para, nos contactos com clientes, ser possível identificar a sua situação atual, interpretar as suas barreiras e aplicar a estratégia correta para ajudar a uma tomada de decisão.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Lidar, adequadamente, com a pressão prevista e imprevista;
- Entender o valor de uma estrutura para a condução da sua atividade junto de clientes;
- Identificar a "predisposição" do cliente para, a cada momento, avançar no processo de compra;
- Identificar, claramente, as naturais barreiras psicológicas do cliente;
- Aplicar, em cada momento, a estratégia apropriada para ajudar o cliente a superar as suas naturais barreiras psicológicas;
- Identificar os potenciais bloqueios ao processo de decisão e utilizar a estratégia apropriada para que o cliente os ultrapasse.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades comerciais

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Venda Estratégica com Perspetiva

Vendas

- Otimização da Venda
- Matriz de Oportunidades
- Estratégia da Venda

Descrição

Num mundo com as expectativas dos clientes em rápida mudança, as equipas de vendas precisam fornecer perceções e valor de uma forma estratégica. Crie uma estratégia para alimentar a ação em ciclos de vendas complexos.

Este programa é o padrão para equipas de vendas de alto desempenho. Utilizando a perspetiva para abordar as preferências dos clientes, os vendedores ganham o direito de se envolver mais cedo no ciclo de vendas. Os profissionais de vendas de topo exigem uma perspetiva que crie valor para os clientes. Mude a forma como os clientes percecionam os seus objetivos e os capacita para criar soluções em conjunto.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Alinhar os passos do processo de venda com os passos do processo de compra do cliente;
- Otimizar o tempo de venda;
- Aplicar as ações apropriadas que minimizem ou eliminem os obstáculo;
- Descrever ações para alavancar os Pontos Fortes numa oportunidade de venda;
- Descobrir informações sobre todos os envolvidos numa decisão de compra;
- Encontrar formas apropriadas de proporcionar perspetiva;
- Superar os desafios para alcançar e construir credibilidade com os principais protagonistas;
- Sintetizar a chave recolhida num conjunto de possíveis ações para fazer avançar a venda.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades comerciais; Chefias Comerciais

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Venda Conceptual

Vendas

- Planeamento Estratégico
- Perspetiva
- Processo da Venda

Descrição

Cada interação com clientes é demasiado importante para se deixar ao acaso. A Venda Conceptual com Perspetiva ajuda os vendedores a prepararem-se melhor para o seu tempo com os clientes. Compreender a perspetiva do seu cliente é um ingrediente chave para mover a venda e resultará em reuniões mais propositadas e resultados onde ambos podem ganhar.

Este programa fornece a estrutura simples e repetível que deve ser considerada essencial para quem interage com os clientes.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Planear todas as interações com clientes para garantir o uso produtivo do tempo;
- Encontrar formas apropriadas de proporcionar perspetiva em cada cliente;
- Concluir todas as reuniões com ações claras para ambas as partes para garantir que a oportunidade continua a avançar;
- Fazer perguntas que obtenham informações críticas;
- Identificar e alinhar o processo de venda com o processo de compra;
- Identificar onde melhor alocar recursos, incluindo o seu tempo;
- Certificar-se que o processo de venda está a avançar em todas as interações com o cliente;
- Unificar a equipa de vendas, permitindo que consista em comportamentos de boas práticas.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades comerciais; Chefias Comerciais

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

SPIN Selling

Vendas

- Perguntas Eficazes
- Alinhamento com Cliente
- Criar Diferenciação

Descrição

Os profissionais de vendas necessitam de usar comportamentos e competências específicos para ter conversas mais profundas e perspicazes com os clientes à medida que avançam para uma decisão de compra.

Neste programa, os participantes aprendem a ouvir o cliente, analisando declarações que sinalizem quando é a melhor altura para discutir uma solução. Aprendem a usar perguntas como ferramentas poderosas para ajudar um cliente a explorar problemas, os impactos de não os abordar e os resultados de encontrar a solução certa.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Descobrir necessidades implícitas e desenvolver necessidades explícitas;
- Usar perguntas SPIN num diálogo com o cliente;
- Demonstrar capacidade para responder às necessidades do cliente;
- Melhorar a qualidade e quantidade dos compromissos com os clientes;
- Fornecer perspetivas que ajudam os clientes a pensar de forma diferente sobre os seus desafios e necessidades;
- Criar diferenciação competitiva;
- Envolver-se em conversas sofisticadas e descobrir informações ocultas.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades comerciais

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 2 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Técnicas de Negociação em Vendas

Negociação

- Maximizar Resultados
- Negociar com Eficácia
- Win-Win

Descrição

As exigências dos clientes no tocante a descontos e demais bonificações são inegáveis, sobretudo quando está predisposto a comprar e já selecionou o fornecedor final.

Este programa consolida os conceitos e técnicas para planear e levar a efeito negociações face-a-face, bem sucedidas. Ajuda os profissionais de vendas a determinar quando é apropriado negociar e a desenvolver uma estratégia sólida de negociação.
Adicionalmente, os participantes aprendem a antecipar diferenças que possam afetar o progresso da negociação e a finalizar acordos que assegurem o compromisso e cooperação do cliente.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Maximizar resultados reforçando, na força de vendas as competências para negociar pela máxima rentabilidade possível;
- Diminuir o ciclo de vendas, preparando potenciais soluções antes de se encontrarem com os clientes;
- Reforçar a imagem e aprofundar a relação com clientes ao incentivar a negociação de acordos mutuamente benéficos;
- Analisar os pontos de vista do cliente e das vendas para ganhar a perspetiva necessária para negociar eficazmente;
- Desenvolver uma estratégia de negociação que otimize o resultado para todas as partes;
- Fomentar a confiança para enfrentarem negociações desafiantes.

Destinatários

Vendedores com experiência; Chefias de Vendas; Negociadores.

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Negociar o Sucesso

Negociação

- Negociar estrategicamente
- Abordagem pró-ativa
- Entender objetivos

Descrição

Negociar o Sucesso é um processo focado no cliente que melhora a capacidade de uma força de vendas para alcançar um resultado vantajoso com os clientes.

Este programa considera as negociações uma parte essencial de todas as fases do processo de venda, do início ao fim.

A abordagem de parceria constrói relações de confiança com os clientes e reforça a posição da empresa para oportunidades futuras. Negociar o Sucesso proporciona um processo para reconhecer as perspetivas de ambas as partes para criar, em conjunto, acordos que satisfaçam todos os interesses críticos.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Identificar melhor as opções e alternativas para satisfazer os interesses do cliente e da organização de vendas;
- Usar estratégias que podem ser usadas em negociações complexas;
- Melhorar a preparação e o planeamento das reuniões;
- Praticar uma abordagem negocial vantajosa;
- Colaborar eficazmente com as equipas de vendas para garantir que o melhor resultado possível seja alcançado.

Destinatários

Vendedores com experiência; Chefias de Vendas; Negociadores.

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Desenvolvimento Estratégico de Contas

Gestão de Contas

- Indutores Emocionais
- Necessidades
- Relacionamento

Descrição

Para enfrentar com sucesso a crescente concorrência, responder às maiores exigências dos clientes, e atuar com mais longos e complexos ciclos de vendas, as organizações têm de concentrar-se na consolidação de relações de longo prazo e mutuamente benéficas, em cada conta. Para qualquer profissional de vendas, isto implica aprofundar o conhecimento das necessidades do cliente para lhes adequar a respetiva resposta.

Este programa proporciona o enquadramento para desenvolver estas técnicas. Adicionalmente, constitui um processo para reforçar a tomada de decisões ainda mais fundamentadas e eficazes sobre a gestão de cada conta.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Reconhecer as necessidades pessoais e organizacionais expressas pelos clientes e a responder-lhes com mais eficácia;
- Consolidar relações de longo prazo e mutuamente benéficas com os seus clientes e contas;
- Conceber estratégias de análise para conhecer necessidades e superar obstáculos;
- Analisar os fatores que podem afetar o resultado das vendas;
- Planear estratégias rentáveis para o desenvolvimento de contas;
- Desenvolver um vocabulário comum de vendas por forma a comunicarem mais facilmente e debaterem o status de cada conta com colegas e chefias.

Destinatários

Vendedores com experiência; Chefias de Vendas; Colaboradores de suporte a Marketing/Vendas.

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Estratégias Vencedoras de Gestão de Contas

Gestão de Contas

- Definir a Meta
- Identificar Contactos Chave
- Elaborar Estratégia

Descrição

No atual contexto de tudo ou nada na gestão das relações com Clientes, os profissionais de vendas necessitam de competências e ferramentas estratégicas, até pelos altos riscos envolvidos. O clima de negócio em constante mudança confere ainda mais importância às relações com os Clientes e para desenvolver estas relações os Profissionais de Vendas precisam de vender estrategicamente.

Este programa consolida um processo para desenvolver uma estratégia eficaz em cada conta e proporciona novos conceitos, ferramentas e táticas que os Profissionais de Vendas podem usar para construir sólidas e duradouras relações com os Clientes, num ambiente fortemente competitivo.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Reforçar a compreensão da importância do seu comportamento profissional para a satisfação e fidelização do Cliente;
- Serem mais eficientes gerando bons resultados, mais rapidamente;
- Dominar estratégias e táticas criticas para conquistar e preservar novos negócios;
- Aumentar a sua eficácia, posicionando-se como assessores credíveis, competentes e estratégicos;
- Potenciar as experiências face às situações reais das contas, contribuindo para o sucesso das vendas;
- Entender tudo sobre cada conta e utilizar rigorosos métodos estratégicos para assegurar e manter o fluxo de negócios.

Destinatários

Vendedores com experiência; Chefias de Vendas; Colaboradores de suporte a Marketing/Vendas.

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Gestão Estratégica de Contas

Gestão de Contas

- Grandes Contas
- Processos Internos
- Avaliação Oportunidades

Descrição

Está universalmente comprovado que, quando as relações são baseadas na confiança e no respeito têm tendência a perdurar e ficar cada vez mais fortalecidas. Mas, para evidenciar estas qualidades, é imprescindível uma abordagem profissional, genuinamente centrada no cliente.

O programa proporciona um enquadramento pragmático para identificar e responder às necessidades pessoais e profissionais dos influenciadores e decisores, no cliente, enquanto minimiza as dificuldades de penetração e desenvolvimento das relações. Enfatiza, ainda, a compreensão dos elementos humanos para determinar a trajetória da grande conta e fornece instrumentos rigorosos para influenciar positivamente a sua dinamização.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Utilizar um mapa, compreensivo e flexível, para se movimentarem e gerirem contas grandes e complexas;
- Trabalhar com instrumentos coerentes e sistematizados para reunir e analisar as principais características de cada grande conta;
- Penetrar em novas contas de grande dimensão;
- Definir um plano estratégico de movimentação e influência, em cada grande conta, de forma a viabilizar a constante satisfação dos seus clientes;
- Precaver potenciais efeitos nocivos das persistentes investidas da concorrência ou das alterações de pessoas ou processos;
- Influenciar, positivamente, os processos de tomada de decisão, em cada grande conta.

Destinatários

Vendedores com experiência; Chefias de Vendas; Colaboradores de suporte a Marketing/Vendas.

Investimento típico em tempo

3 dias - 24 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Processo de Gestão de Contas

Gestão de Contas

- Relação com Clientes
- Processo de Compra
- Plano de Ação

Descrição

O Processo de Gestão de Contas, é um processo repetível, manejável, consistente e sequencial para gerir, proteger e fazer crescer relações em contas de pequena e média dimensão.

As relações na conta mais fortes e duradouras resultam de um foco na compreensão do que é importante para as pessoas no cliente e influenciam o sucesso do vendedor, e da conta como um todo, e fornecerá soluções e orientações que fornecem o valor que procuram.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Identificar posições de relacionamento atuais;
- Definir posições de relacionamento desejadas;
- Desenvolver uma estratégia e plano de ação para alcançar a posição desejada;
- Recolher dados e entender melhor a perceção de questões de negócio, tendências e oportunidades;
- Avaliar o estado atual da relação e identificar ações para melhorá-la ou melhor compreendê-la;
- Tomar decisões que ajudem a concentrar recursos para melhorar as relações;
- Listar objetivos de vendas associados à conta;
- Identificar as ações imediatas e de curto prazo mais importantes a tomar para solidificar a relação de conta.

Destinatários

Vendedores focados em estabelecer relações em contas médias, mas estratégicas

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 2 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Processo de Gestão de Grandes Contas

Gestão de Contas

- Expandir Relação
- Estratégia Longo Prazo
- Planeamento Estratégico

Descrição

O Processo de Gestão de Grandes Contas, é um processo de planeamento de negócios centrado no cliente para gerir as suas relações com as suas contas mais significativas.

Este processo de planeamento de negócios faculta um itinerário para criar relações estratégicas com os clientes que têm potencial de crescimento através do desenvolvimento de planos de longo prazo.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Recolher dados da conta sobre os principais concorrentes, histórico de faturação, tendências do setor, questões de negócio e organizacionais;
- Identificar as tendências, as oportunidades, os pontos fortes estratégicos e a vulnerabilidade crítica da sua organização;
- Determinar a sua posição na hierarquia de Compra-Venda;
- Criar objetivos de relacionamento;
- Determinar investimentos de foco adequados e parar outros;
- Definir metas de faturação;
- Identificar os objetivos de vendas únicas, programas de investimento, informações necessárias e ações para implementar o seu plano.

Destinatários

Vendedores e chefias de vendas focados em Contas Estratégicas

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Professional Selling Skills

Módulo Específico

Vendas

- Conhecimento Mercado
- Conhecimento Produto ou Serviço
- Conhecimento Concorrência

Descrição

A fluência no PSS resulta da capacidade de integração das técnicas verbais, ministradas no módulo principal, com o conhecimento de cada um sobre os seus próprios Clientes, o seu produto e a sua concorrência, utilizando os conceitos da venda pela satisfação das necessidades.

Este programa deve ter lugar três a quatro semanas após o envolvimento dos Participantes no módulo base e pode ser repetido, se necessário, para desenvolver estratégias e técnicas de venda de outro(s) produto(s), noutro(s) segmento(s) de mercado, face a outro(s) concorrente(s).

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Conhecer as circunstâncias e necessidades de um cliente, num determinado segmento de mercado;
- Identificar, na estratégia da sua organização, as características e benefícios, políticas e processos direcionados para essas necessidades;
- Relacionar essas circunstâncias e necessidades, bem como características e benefícios, como os seus atuais clientes, no respetivo segmento de mercado.
- Criar perguntas para despertar e explorar áreas de necessidade que o seu produto e/ou organização possam satisfazer;
- Identificar benefícios exclusivos do seu produto e organização, bem como benefícios exclusivos da concorrência específica;
- Orientar/Retomar o diálogo quando o seu Cliente manifeste indiferença ou preocupações.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades comerciais; Gestores de Produto

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulo de 8 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Digital Selling

Vendas

- Apresentação de Soluções
- Preparação Venda
- Identificar Necessidades

Descrição

Digital Selling é um portfólio de quatro "pilares de venda" concebidos para permitir aos vendedores utilizarem ativos digitais para identificar, envolver e impulsionar vendas e faturação.

Este portfólio usa uma visão holística para reunir muitos elementos em toda a organização do vendedor e que guiam os compradores através de uma viagem que leva a um melhor envolvimento e, em última análise, a propostas mais acertadas.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Desenvolver mensagens poderosas e persuasivas para os clientes;
- Interpretar alterações recentes no processo de compra e como os compradores percebem os vendedores;
- Formular estratégias para aumentar o valor percebido dos vendedores;
- Criar razões convincentes para os compradores os envolverem no início do processo de compra;
- Ter reuniões de vendas virtuais mais eficazes;
- Fornecer contexto para os compradores sob a forma de uma perspetiva diferenciadora para contrariar a sobrecarga de informação no mundo digital.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades comerciais; Suporte Comercial

Investimento típico em tempo

1 dia - 4 Horas – Módulos de 2 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Prospeção Centrada no Cliente

Vendas

- Prospeção
- Qualificação
- Valor da Mensagem

Descrição

Este programa preenche uma necessidade crítica nas organizações de vendas consultivas e empresariais; Agendar com sucesso reuniões com perspetiva de negócio.

Por muito boas que sejam as capacidades de venda presenciais de uma equipa de vendas, também precisam das competências para conseguirem agendar reuniões que lhes tragam perspetivas de negócio realistas. Prospeção Centrada no Cliente ajuda a melhorar os resultados da prospeção.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Identificar prospetos com base em problemas ou oportunidades do cliente e nas suas capacidades;
- Identificar formas de se relacionar com os "Filtros" e como os ultrapassar;
- Planear uma mensagem de prospeção eficaz;
- Praticar uma mensagem de prospeção cara a cara e ao telefone;
- Encurtar os ciclos de vendas através de mensagens de prospeção com perspetiva e eficazes;
- Aumentar o número de *leads* qualificadas em novas contas e existentes.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades comerciais; Marketing

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Competências Profissionais de Prospeção

Vendas

- Preparação
- Contacto
- Avaliação

Descrição

Prospeção, a atividade onde um vendedor se compromete a agendar uma reunião de vendas com um cliente qualificado, é o ponto de partida para o ciclo de vendas. No complexo ambiente de negócios de hoje, no entanto, a prospeção apresenta novos desafios que requerem uma abordagem mais estratégica.

Vendedores bem sucedidos veem a prospeção como mais do que um jogo de números; vêem-na como um processo que utiliza ferramentas e competências para tornar as suas chamadas de prospeção mais focadas e produtivas.

Este programa, irá ajudar a aplicar um processo e a consolidar as competências que garantem o maior retorno do seu tempo e esforço.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Preparar-se de forma eficiente e eficaz para o sucesso da prospeção;
- Criar mensagens de contacto iniciais convincentes que se centrem nos problemas de negócio dos potenciais clientes;
- Envolver os prospetos que possam estar inicialmente indiferentes;
- Fazer com mais eficiência chamadas de prospeção;
- Avaliar os resultados dos seus esforços de prospeção;
- Ajustar a sua abordagem para melhorar os seus resultados de prospeção.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades comerciais

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Competências Profissionais de Vendas ao Telefone

Vendas

- Comunicação à Distância
- Perceber o Cliente
- Diferenciação

Descrição

À medida que o custo das reuniões de vendas presenciais aumenta e as redes de fornecedores de clientes se expandem globalmente, o telefone está a tornar-se um meio cada vez mais importante para iniciar e desenvolver relações comerciais. Os vendedores que só contactam à distância já não são só leitores de scripts. O papel que desempenham no sucesso da sua organização e no sucesso dos seus clientes é cada vez mais crítico.

Este programa irá dar-lhes as competências necessárias para vender com sucesso ao telefone. Irá ajudá-los a mostrar respeito pelos clientes e a interessar-se pelo que os seus clientes consideram importante.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Comprometer-se e a compreender as necessidades do seu cliente;
- Deixar declarações claras, concisas e centradas no cliente;
- Fazer as perguntas certas para obter uma compreensão clara e completa das necessidades do cliente e descobrir e desenvolver oportunidades de vendas;
- Saber o que fazer quando inicia uma chamada e o cliente não tem qualquer interesse em falar consigo;
- Explicar como os seus produtos e serviços podem responder às necessidades do cliente;
- Chegar a acordo sobre os próximos passos e terminar uma chamada com profissionalismo;
- Saber o que fazer quando um cliente está insatisfeito, tem dúvidas, ou não sabe o que o seu produto ou organização pode fazer.

Destinatários

Profissionais que façam reuniões de vendas ao telefone

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Inside Selling

Vendas

- Conquistar Interesse
- Fundamentos Comunicação
- Lidar com Indiferença

Descrição

Como profissional de vendas internas, enfrenta um conjunto de desafios únicos: Conquistar rapport sem o benefício da interação face-a-face; Conquistar, rapidamente, o interesse do cliente; Chegar aos decisores que evitam chamadas telefónicas; Usar a tecnologia para fazer evoluir a venda. Adicionalmente, tem a sofisticação do cliente... a concorrência feroz... a comoditização... a obsessão pelo preço... a globalização... e as mudanças nos comportamentos de compra. Mas mesmo face a estes desafios, é possível perseguir e conquistar novas oportunidades de venda. Para capitalizar estas possibilidades, tem de dominar técnicas avançadas de venda – que conquistem a confiança dos clientes para se diferenciar dos seus concorrentes.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Preparar conversas de vendas que impulsionam a venda com eficácia;
- Começar cada contacto com informação e argumentos de valor que estimulem o interesse do cliente, respondendo à indiferença;
- Fechar as chamadas de venda com compromissos mutuamente benéficos e que sejam apropriados e claros, para fortalecerem a relação com o cliente;
- Qualificar potenciais clientes para determinar se é mutuamente benéfico continuar a conversa de vendas;
- Aplicar perguntas eficazes para desenvolver um entendimento claro, mútuo e completo das necessidades do cliente;
- Falar sobre os produtos e serviços de uma forma significativa e cativante para o cliente;
- Incorporar o voice-mail, o e-mail e a tecnologia de rede, onde apropriado, para impulsionar a venda.

Destinatários

Comerciais Internos

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Indução à Venda Avançada

Vendas

- Fundamentos da Venda
- Profissionalismo
- Preparação

Descrição

Os clientes, enquanto entidades que remuneram o serviço prestado, estão cada vez mais conscientes de serem a base de sustentação de qualquer empresa e, portanto, querem ser tratados com o máximo de cuidado, rigor e profissionalismo.

Em simultâneo, mostram-se cada vez mais exigentes no reconhecimento da sua natureza de seres humanos com problemas de comunicação, ao valorizarem crescentemente, a forma como são tratados.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Reforçar a compreensão da importância do seu comportamento profissional para a satisfação e fidelização do Cliente;
- Consolidar a aplicação profissional dos princípios da comunicação humana;
- Tratar os Clientes com disponibilidade e profissionalismo;
- Utilizar expressões verbais corretas, claras e compreensíveis;
- Aplicar, com eficiência, as técnicas e metodologias de trabalho de forma a alcançarem os índices de produtividade pretendidos.

Destinatários

Profissionais de Atendimento e Vendas em início de carreira

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 2 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Gestão do Pipeline

Chefia de Vendas

- Perspetiva das Vendas
- Funil de Vendas
- Forecast

Descrição

A Gestão Estratégica do Pipeline, ou funil de vendas, fornece um método para analisar oportunidades dentro do funil de vendas e para identificar comportamentos que irão melhorar o desempenho das vendas.

Este programa trabalha numa forma de examinar os funis de vendas individuais para reconhecer as ações-chave a serem tomadas tanto pelo profissional de vendas como pelo cliente para ajudar a mover oportunidades através do funil.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Identificar rapidamente as ações necessárias para mover oportunidades através do processo de venda;
- Gerir o tempo e as prioridades com base no número ou valor das oportunidades no funil;
- Identificar se as oportunidades são colocadas nas fases de funil certas com base em critérios previamente estabelecidos;
- Melhorar a precisão do forecast e a gestão do seu pipeline;
- Identificar oportunidades de Coaching para ajudar equipas e indivíduos a criar um fluxo mais firme de perspetivas de vendas.

Destinatários

Chefias de Vendas

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Professional Sales Coaching

Chefia de Vendas

- Aperfeiçoar o Desempenho
- Conversa de Coaching
- Mudar Comportamentos

Descrição

Enquanto Coach, faz parte de uma estrutura que irá, a longo prazo, impulsionar o crescimento do desempenho da sua organização.

Este programa de Coaching, Aperfeiçoar o Desempenho, proporciona-lhe as técnicas e conhecimentos para estabelecer um processo de desenvolvimento capaz de possibilitar à sua equipa e respetivos elementos uma contínua melhoria e consolidação das suas competências e, consequentemente, o atingimento da excelência em vendas num enquadramento estruturado e suportado.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Preparar o seu Plano de Evolução que ajudará a fixar objetivos para o seu próprio desenvolvimento como coach, e consolidará os princípios para uma conversa de Coaching com a sua chefia, se for esse o caso.
- Superar Obstáculos indicando o que pode fazer no caso de, durante uma conversa de Coaching, não conseguir ganhar a adesão, do seu colaborador, ao diagnóstico e/ou ao plano de ação
- Desenvolver as Pessoas ajudando a identificar problemas típicos de desempenho que pode encontrar quando os seus colaboradores procuram aplicar os conceitos e técnicas de vendas.
- Fornecer orientações sobre estratégias que ajudam a aperfeiçoar o desempenho dos seus colaboradores.

Destinatários

Chefias de Vendas e Coachs

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Coaching 3D

Chefia de Vendas

- Estrutura
- Clareza do Desempenho
- Visão de Crescimento

Descrição

A clareza vem de ter uma visão geral que suporta onde deve colocar a sua atenção em qualquer momento e quanto melhor a sua estrutura, mais fácil será executar, mesmo quando sob pressão. E como o processo de gestão também serve para escrutinar que as pessoas estão realmente a fazer o que deveriam, saber quais os padrões é crucial.

Este programa proporciona o contacto profundo com uma ferramenta de gestão de equipas comerciais para a obtenção de resultados em ambientes profissionais de permanente pressão para obtenção de resultados.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Fixar e saber utilizar todas as componentes do núcleo do desempenho;
- Entender e saber identificar os pontos de pressão por forma a tratar adequadamente eventuais respostas emocionais provocadoras de comportamentos prejudiciais ao desempenho;
- Dominar a aplicação dos elementos de sucesso, enquanto alicerces da obtenção de bons resultados;
- Saber diagnosticar os fundamentos de desvios que afetam o desempenho pretendido e adotar as correspondentes ações corretivas;
- Criar um Plano Individual de Desenvolvimento de Competências para cada colaborador da sua equipa, com vista ao atingimento de resultados e da manutenção de elevados índices de motivação.

Destinatários

Chefias de Vendas

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Gestão do Tempo e do Território

Vendas

- Planeamento das Vendas
- Pipeline de Vendas
- Análise do Território / Contas

Descrição

O Território é um segmento de mercado total para um produto ou serviço. A maioria dos territórios pode definir-se em função de uma ou mais, das seguintes variáveis: geografia, clientes (contas), indústrias, segmentos, áreas de negócio.

Todo o vendedor tem objetivos para cumprir, tanto profissionais como pessoais. Para consegui-los precisa de: clientes, mercado, território, produtos ou serviços e tempo.

Este programa ajuda a usar o tempo de forma mais efetiva e a redesenhar as rotas de visitas a clientes.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Empregar o tempo de uma forma mais dirigida aos objetivos, todas as vezes que realizam algo que, diretamente, os ajuda a alcançar uma das suas metas;
- Distinguir as diferentes categorias dos seus objetivos profissionais e/ou pessoais;
- Desenvolver orientações para conseguir objetivos úteis;
- Identificar os benefícios do exercício da análise das Grandes Contas;
- Organizar as atividades diárias, por categorias: Vendas, Prospeção, Serviços, Organização, Pessoais/Diversos;
- Utilizar as táticas para poupar tempo: eliminar, sobrepor, alterar métodos, misturar recursos, reduzir, planear itinerários.

Destinatários

Vendedores; Chefias de Vendas;
Gestores de Produto

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Apresentações Profissionais de Vendas

Vendas

- Preparação e Organização
- Confiança na Comunicação
- Profissionalismo

Descrição

À medida que a concorrência se torna mais rígida e os ciclos de vendas se tornam mais complexos, os vendedores constatam que as apresentações de vendas são parte integrante do ciclo de vendas. As apresentações profissionais de vendas baseiam-se na premissa de que uma apresentação de vendas bem concebida, centrada no cliente e estrategicamente focada é fundamental para o avanço da venda.

Este programa fornece um processo de planeamento que lhe permite analisar informações relevantes sobre contas e produtos e desenvolver um quadro de apresentação que seja lógico e convincente.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Recolher e analisar informações necessárias para construir uma apresentação de vendas bem sucedida;
- Estabelecer objetivos de apresentação realistas e mesuráveis;
- Preparar-se para responder às necessidades críticas do cliente num período limitado de tempo;
- Organizar apresentações de vendas para incluir uma declaração de abertura dinâmica, declarações de benefícios apropriadas e uma declaração de encerramento persuasiva que assegurará o compromisso do cliente;
- Fazer apresentações de vendas de forma eficaz utilizando gestos, movimentos e contacto visual para passar a mensagem e envolver o cliente;
- Incorporar visuais para destacar os principais pontos;
- Melhorar a eficácia das apresentações de vendas virtuais.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades comerciais; Marketing e Gestores de produto

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Princípios do Marketing Digital

Marketing

- Desenvolvimento de Oportunidades de Venda
- Notoriedade
- Comunicação

Descrição

O impacto da evolução das plataformas e redes digitais mostra-se crítico e com crescente protagonismo nos processos de recolha e seleção de informações para as tomadas de decisão de compra e na base da relação com o cliente e com o mercado.

Neste programa, consolida-se as bases de resposta aos imperativos de maximização dos instrumentos comerciais do Marketing Digital, com o objetivo de ampliar notoriedade e oportunidades de "Quota de Pensamento" e concretização de negócios.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Entender os conceitos e boas práticas do Marketing Digital;
- Reforçar a sua competitividade pela diferenciação direcionada às reais necessidades de utilização dos produtos e serviços existentes;
- Saber potenciar a identificação das oportunidades de negócio;
- Disponibilizar informação relevante para incentivar os clientes a tomadas de decisão favoráveis.

Destinatários

Vendedores e Gestores de Produto

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Estratégias Media Marketing

Marketing

- Internet e Comunicação
- Plataformas Digitais e Redes Sociais
- Marketing Relacional

Descrição

A comunicação e a inovação passaram a ser fundamentais no sentido de chegar a todos os públicos, e não apenas para vender.
O media marketing está a provocar transformações profundas na comunicação e está a ganhar importância no ecossistema digital das empresas e das organizações. Assim como a emergência dos Social Media vieram transformar a forma de estar "presente" neste ecossistema digital e a forma de trabalhar de quem implementa estratégias de comunicação das Instituições, na sua relação com o mercado.
Este programa reforça as competências dos profissionais a nível do Digital e das ferramentas disponíveis, também de apoio às vendas, tendo em vista uma comunicação otimizada.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Enquadrar as dimensões da comunicação na era digital, explorar o uso das ferramentas de marketing e das plataformas de social media;
- Trabalhar na criação de uma estratégia de marketing nas redes sociais, reunindo as premissas para desenhar o seu posicionamento;
- Interpretar o novo papel dos profissionais de MKT, RP e Vendas no digital;
- Comunicar de acordo com um conjunto de objetivos, tais como interação, visibilidades, recolha de informação, etc.
- Saber potenciar a identificação das oportunidades de negócio:
- Disponibilizar informação relevante para incentivar os clientes a tomadas de decisão favoráveis;
- Mentoring: Incentivar comportamentos para fazer com que os colaboradores se envolvam com a marca onde trabalham (Like & Share).

Destinatários

Profissionais que necessitem de desenvolver competências no digital

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Plano de Marketing

Marketing

- Análise de Oportunidades
- Estratégias de Marketing
- Planeamento da Ação

Descrição

O Marketing tem como princípio fundamental a satisfação das necessidades dos clientes atuais e potenciais e em todas as relações inerentes e complementares. O Marketing tornou-se muito estratégico e abrangente da atuação da empresa, pelo que é necessário conhecer em pormenor como elaborar um Plano de Marketing.

Neste sentido, o Plano de Marketing tem por finalidade orientar as estratégias das empresas e das instituições interessadas em obter maior eficiência, eficácia e efetividade nas atividades orientadas para o marketing
Este programa transmite-lhe as metodologias e as ferramentas necessárias à conceção de um Plano de Marketing.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Elaborar um Plano de Marketing detetando as oportunidades e ameaças, os pontos fortes e fracos;
- Basear a tomada de decisão em elementos concretos e identificáveis;
- Desenhar mecanismos de controlo e otimização de recursos;
- Identificar o que medir para se atingir o proposto;
- Fixar objetivos;
- Promover a gestão por objetivos.

Destinatários

Gestores de Vendas e Marketing

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Marketing & Estudos de Mercado

Marketing

- Fundamentos Marketing
- Marketing Mix
- Estratégia

Descrição

A importância do marketing para as empresas é cada vez maior. É o marketing que promove a procura constante de oportunidades no mercado, que possibilitam maximizar a sua rentabilidade de forma sustentada, lidar com a forte concorrência criada pela globalização e pelos grandes grupos económicos e ainda, com o grau crescente de exigência do cliente.

A estabilidade e o sucesso da empresa a longo prazo, derivam de uma boa gestão da imagem de marca, das vendas e da rede de distribuição, das relações com os clientes e fornecedores, e da própria relação entre os colaboradores da organização.

Uma utilização eficaz de Todas as variáveis (Mix) que envolvem a empresa e o seu produto/serviço num contexto de mercado, permitem à empresa construir estratégias e planos de negócio de sucesso, aumentando a quota de mercado e gerando vendas lucrativas.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Compreender o papel, a função e as finalidades do marketing na Organização;
- Utilizar uma linguagem de marketing na relação com os parceiros;
- Utilizar técnicas e "ferramentas" do marketing;
- Analisar o mercado, o sector e os estudos de mercado;
- Compreender o Marketing Mix;
- Participar construtivamente na implementação de estratégias de marketing.

Destinatários

Gestores de Vendas e Marketing

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Marketing Estratégico de Serviços

Marketing

- Tendências do Mercado
- Vantagem Competitiva
- Cadeia de Valor

Descrição

O Marketing, como pilar crítico que suporta a orientação da empresa para o mercado, determina a materialização bem-sucedida das iniciativas de vendas e de serviço a clientes, desde a pré ao pós venda.

Pode dizer-se assim que o culminar de uma estratégia de marketing de sucesso é a venda e a satisfação do cliente.

Neste programa, consolida-se as bases de interpretação do mercado e implementação das políticas de marketing para potenciar oportunidades de negócio, a relação e a fidelização dos clientes.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Entender os conceitos e boas práticas que permitem abordar, com eficácia cirúrgica, as novas vendas de produtos e serviços;
- Reforçar a sua competitividade pela diferenciação direcionada às reais necessidades de utilização dos produtos e serviços existentes;
- Saber interpretar as estratégias de Marketing para as aplicarem na criação e gestão de oportunidades de negócio;
- Lidar com as valências e as ameaças, os pontos fortes e os pontos fracos versus a concorrência;
- Basear as recomendações de tomada de decisão em respostas de valor aos indutores emocionais e às necessidades dos clientes.

Destinatários

Chefias de Vendas e Gestores de Produto

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Lançamento de Novos Produtos

Marketing

- Gerar Ideias
- Análise da Concorrência
- Teste Mercado e Desenvolvimento de Produto

Descrição

Num ambiente em profunda mutação, a empresa deve questionar permanentemente o seu portfólio de atividades e ou produtos, o que implica decisões de abandonar produtos, modificar alguns dos existentes e proceder a novos lançamentos.

Estas decisões são de capital importância para o desenvolvimento da empresa.

O objetivo deste programa, é de analisar os conceitos e os procedimentos que permitem À empresa de implementar uma estratégia de desenvolvimento baseada no lançamento de novos produtos.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Precisar os métodos que permitem atacar novos mercados ou lançar novos produtos ou aplicações;
- Reforçar a competitividade dos produtos existentes;
- Saber analisar situações de Marketing;
- Dar a conhecer as missões e responsabilidades dos gestores de produtos.

Destinatários

Chefias de Vendas e Gestores de Produto

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Fundamentos Merchandising

Merchandising

- Campo de Ação
- Portfólio de Produtos
- Ponto de Venda

Descrição

A dinâmica do mercado atual suscita oportunidades de reforço da excelência do serviço ao cliente com óbvios reflexos nos resultados de vendas.

Este programa, reforça e consolida noções de Merchandising, enquanto ferramenta cada vez mais essencial com vista à obtenção dos resultados pretendidos.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Enquadrar conceitos de merchandising na atividade;
- Dominar princípios e técnicas de merchandising;
- Conhecer o campo de ação do Merchandising;
- Sistematizar e analisar diversos critérios de decisão tendo em conta mercado, ponto de venda e produto.

Destinatários

Profissionais que pretendam conhecer os fundamentos do Merchandising

Investimento típico em tempo

1 dias - 8 Horas – Módulos de 2 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Liderança

Voltar ao Índice

- Inside Managing
- Coaching Clinic
- Desenvolvimento para o melhor Desempenho
- Materializar Estratégias em Resultados
- Princípios e Qualidades da Liderança Genuína
- Frontline Leadership
- Essenciais para a Primeira Linha
- Gestão de Equipas
- Interfunctional Communication Skills
- A Avaliação de Desempenho
- Executive Presentation Skills
- Promover a Motivação no Trabalho
- Desenvolver o Talento das Pessoas
- Acelerar Iniciativas Estratégicas
- Ativar a Mudança
- Gestão de Emoções
- Criar Orgulho e Propósito
- Clarificar Expectativas de Desempenho
- Criar Confiança sob Pressão
- Corrigir Problemas de Desempenho
- Delegar para o Sucesso Partilhado
- Gestão de Tempo e Prioridades
- Influenciar Resultados através de outros
- Gestão de Conflitos
- Liderança Remota

Inside Managing

Liderança

- Gestão de Equipas
- Estrutura
- Lidar com a Pressão

Descrição

A eficácia do desempenho está, geralmente, relacionada com o entendimento claro dos principais passos imprescindíveis à obtenção de bons resultados. Adicionalmente, o desenvolvimento de uma plataforma eficaz e capaz de contribuir, de forma sustentada, para um desempenho bem sucedido requer concentração de esforços e atenção só possíveis através do domínio de processos de decisão estruturados para atuar bem e depressa, sobretudo quando estamos sob pressão.

Este programa proporciona o contacto profundo com uma poderosa ferramenta de gestão de recursos e meios para a obtenção de resultados em ambientes profissionais de permanente pressão para obtenção de resultados.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Compreender e saber implementar estruturas de decisão sob pressão;
- Fixar e saber utilizar todas as componentes do núcleo do desempenho;
- Entender e saber identificar os pontos de pressão por forma a tratar adequadamente eventuais respostas emocionais provocadoras de comportamentos prejudiciais ao desempenho;
- Dominar a aplicação dos elementos de sucesso, enquanto alicerces da obtenção de bons resultados;
- Saber diagnosticar os fundamentos de desvios que afetem o desempenho pretendido e adotar as correspondentes ações corretivas;
- Contribuir para a concretização de um ambiente profissional propício à consolidação de elevados índices de motivação dos seus recursos humanos.

Destinatários

Quadros Superiores e Médios

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Coaching Clinic

Liderança

- Desenvolver o Talento
- Garantir Crescimento
- Motivação

Descrição

Para aperfeiçoarem o comportamento profissional, os seus colaboradores precisam saber o que se espera deles, como o seu atual desempenho compara com essas expectativas e o que pode ser feito para aproximar ambos. Para lhes fornecer esta informação, Coaching segue um processo centrado em três questões: Onde queremos chegar? Onde estamos? Como eliminar a diferença?

Este programa permite que os líderes maximizem o impacto do Coaching, ajudando cada colaborador a construir as capacidades que mais contribuirão para o seu próprio desenvolvimento e sucesso organizacional, explorando mentalidades e competências que lhes permitem fazer investimentos de Coaching eficazes e individualizados para garantir um desempenho consistentemente elevado.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Incentivar o crescimento e o desenvolvimento dos colaboradores, proporcionando oportunidades de aprendizagem através do trabalho diário;
- Ajudar os colaboradores a desenvolver competências críticas de tomada de decisão e uma maior autoconfiança ao ser um parceiro de pensamento;
- Fornecer feedback de uma forma que constrói a capacidade dos colaboradores;
- Lidar com situações de treino desafiantes;
- Aumentar o retorno do seu investimento em Coaching.

Destinatários

Chefias de primeira linha e nível médio

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 2 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Desenvolvimento para o melhor Desempenho

Liderança

- Desenvolver a Equipa
- Feedback Construtivo
- Motivação

Descrição

Desenvolver outros permite-lhe realçar o melhor neles. Quando desenvolve outros, estás a ajudá-los a expandir as suas capacidades para que possam enfrentar novos desafios, tomar decisões e resolver problemas por si próprios.

Como gestor de equipa, quando tem uma conversa de desenvolvimento, passará a maior parte do tempo a ouvir e a fazer perguntas, em vez de dizer a alguém o que fazer.

Quando desenvolvemos outros, ajudamo-los a ganhar confiança, para que possam assumir a responsabilidade pelo seu próprio desenvolvimento e crescimento profissional.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Descrever o papel de um gestor no desenvolvimento de outros;
- Identificar oportunidades para desenvolver as competências e capacidades dos outros;
- Identificar oportunidades para dar feedback construtivo no seu ambiente de trabalho;
- Avaliar o seu nível atual de eficácia;
- Conduzir conversas construtivas de feedback com outros que resultem em ações de melhoria de desempenho;
- Descrever o impacto do reconhecimento do sucesso individual e organizacional;
- Reconhecer apoiar e incentivar o desempenho de topo;
- Estar focado em conversas de desenvolvimento que resultam em desenvolvimento profissional e crescimento.

Destinatários

Quadros Superiores e Médios

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Materializar Estratégias em Resultados

Liderança

- Criar Horizonte
- Questões Empresariais
- Gerar Confiança

Descrição

Enquanto líder, é responsável por guiar a organização no caminho do sucesso, para benefício dos seus proprietários, acionistas, colaboradores e clientes. Já não controla simplesmente um departamento; enquanto líder de outros líderes, é confrontado com um conjunto singular de desafios. Os líderes acima de si requerem o seu tempo e atenção, enquanto participa na orientação estratégica da organização. Ao mesmo tempo, os colaboradores que lhe reportam necessitam que os guie e oriente nas suas operações diárias.

Os líderes na sua posição sentem-se frequentemente divididos entre concentrarem-se nas questões estratégicas ou nos assuntos do dia-a-dia. Como poderá integrar ambos? Como poderá traduzir as suas decisões e ações em resultados estratégicos significativos?

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Procurar, esclarecer e confirmar ideias e informação;
- Descrever assuntos organizacionais e estratégias de uma forma categórica;
- Reconhecer os desafios e benefícios de dar feedback;
- Centrar a ação individual nos assuntos, através do feedback;
- Explorar ideias úteis para transformar estratégias em ação;
- Fazer lobby para obter o apoio e recursos necessários para resolver questões essenciais da organização.

Destinatários

Quadros Superiores e Médios

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Princípios e Qualidades da Liderança Genuína

Liderança

- Fundamentos da Liderança
- Fazer-se Entender
- Feedback Construtivo

Descrição

Num complexo mundo de negócios em mudança, as pessoas procuram alguém com quem possam contar. Querem trabalhar com pessoas em quem possam confiar e com capacidade para tratar e ultrapassar os desafios diários. Procuram Líderes genuínos.

Os Líderes Genuínos demonstram determinadas qualidades que os ajudam a resolver os problemas da empresa. Inspiram os outros a agir e a fazerem o seu melhor. Preveem um futuro melhor e contribuem, para que aconteça.

Este programa ajudará a alcançar resultados no seu trabalho aplicando os princípios e desenvolvendo as qualidades da verdadeira liderança.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Descrever de que modo os atuais problemas da empresa afetam a sua organização e a sua capacidade para obter resultados;
- Debater cinco qualidades críticas de liderança que contribuem tanto para o sucesso organizacional, quanto para o pessoal;
- Debater seis princípios que ajudam os líderes a desenvolver relações de trabalho eficazes;
- Usar os Princípios Básicos para resolver os problemas organizacionais e desenvolver As Qualidades da Liderança Genuína;
- Explicar como a aplicação dos Princípios Básicos pode ajudar os líderes a desenvolver As Qualidades da Liderança Genuína;
- Planear a aplicação dos princípios e qualidades da Liderança genuína na sua atividade.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades de Chefia

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Frontline Leadership

Liderança

- Princípios Base
- Lidar com Emotividade
- Comunicação

Descrição

Em todo o mundo, as organizações enfrentam uma infinidade de desafios, muitos dos quais nem eram percetíveis até há pouco tempo. Um dos métodos essenciais para responder a isto consiste em fazer da liderança uma responsabilidade de todos, na organização.

O programa centra-se na componente de liderança de chefias operacionais e nos contributos do seu desempenho para a organização, proporcionando ferramentas práticas para corresponderem às exigências dos respetivos cargos.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Identificar os valores importantes para si e para a organização;
- Estruturar as mensagens verbais como instrumentos de motivação para a ação;
- Compreender totalmente as mensagens dos seus interlocutores, antes de se pronunciar ou dar uma resposta;
- Executar críticas construtivas, para incentivar a correção de desvios no desempenho;
- Reconhecer, atempada e adequadamente, os desempenhos excecionais;
- Tratar, com eficácia, as discrepâncias impeditivas do atingimento dos objetivos.

Destinatários

Chefias de Linha; Supervisores; Team Leaders

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 2 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Essenciais para a Primeira Linha

Liderança

- Pensar como um Líder
- Obter Resultados com os outros
- Desenvolver a Equipa

Descrição

Os líderes de primeira linha são o maior e o mais importante grupo de líderes em qualquer organização. O eixo na execução de estratégias, satisfação do cliente e envolvimento dos colaboradores, são o principal impulsionador dos resultados do negócio. O líder de primeira linha é a última paragem para comunicar a estratégia e permitir que os colaboradores tenham sucesso.

Hoje, o papel de líder de primeira linha é mais desafiante do que nunca devido aos avanços tecnológicos, aos níveis constantes e crescentes de mudança, e à pressão para entregar resultados empresariais, muitas vezes sob restrições de custos e recursos sem precedentes.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Aplicar práticas fundamentais de liderança das pessoas;
- Investir mais em atividades de alto valor acrescentado que garantam o sucesso para si e para os seus membros da equipa;
- Construir a capacidade da equipa para impulsionar os resultados do negócio;
- Responder às diversas necessidades de envolvimento de membros da equipa.

Destinatários

Chefias de Linha; Supervisores; Team Leaders

Investimento típico em tempo

1 dias - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Gestão de Equipas

Liderança

- Mudar Comportamentos Profissionais
- Motivação de Equipas
- Critérios de Desempenho

Descrição

É muito frequente que os termos "treino / formação", suscitem a imagem de uma sala com um facilitador e um grupo de participantes, mas esta imagem é incompleta. Para que os conceitos e práticas treinadas em sala, possam ser integrados com sucesso no labor quotidiano dos Participantes, há três intervenientes muito importantes: Chefia, Facilitador e Participante. Mas, em geral, tem sido muito subestimado o envolvimento das Chefias no processo de treino / formação.

Esta sessão foi desenhada para proporcionar respostas eficazes à retenção do talento e reforçar nas chefias, a capacidade de desenvolverem nos seus colaboradores, as competências imprescindíveis a um cada vez mais aperfeiçoado desempenho, para assegurar os resultados pretendidos.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Cultivar um clima de aperfeiçoamento na sua Organização;
- Definir e avaliar o desempenho de cada colaborador, de forma eficiente e objetiva;
- Criar planos de ação a curto, médio e longo prazo, para desenvolvimento de cada colaborador e da equipa;
- Incutir, em todos os colaboradores, o desejo de permanente aperfeiçoamento do seu desempenho;
- Debater os temas e dinâmicas que trabalham nas ações de treino que frequentam e responsabilizá-los pelos resultados.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades de Chefia

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Interfunctional Communication Skills

Liderança

- Missão de Chefia
- Condutas na Comunicação
- Avaliação de Desempenho

Descrição

Centra-se na componente de liderança das chefias, proporcionando ferramentas práticas para corresponderem às exigências dos respetivos cargos. Começa pelas técnicas fundamentais de comunicação e, depois, consolida técnicas específicas de situações de liderança tais como a gestão do desempenho individual, condução de reuniões, negociação de objetivos e técnicas de condução de reuniões de Coaching.

O programa é fortemente participativo e proporciona aos Participantes uma retrospetiva objetiva do seu comportamento em exercícios de simulação, por forma a ficarem municiados de informações para, no final, elaborarem um Plano Individual de Melhorias a Curto e a Médio Prazo.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Responsabilizar os seus Colaboradores pelo atingimento dos objetivos, motivando-os e aproveitando toda a sua capacidade de trabalho;
- Planear a atividade dos seus Colaboradores, de forma a que maximizem tempo e oportunidades;
- Conduzir, com eficácia, situações de Coaching;
- Preparar e conduzir reuniões da equipa de trabalho para análise de resultados e planeamento de novos objetivos;
- Gerir conflitos individuais com equilíbrio e imparcialidade, disciplinando os seus Colaboradores e incutindo-lhes um forte espírito de grupo;
- Motivar os seus Colaboradores para a melhoria contínua da produtividade individual e da equipa.

Destinatários

Diretores e Quadros intermédios

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

A Avaliação de Desempenho

Liderança

- Conduzir Avaliações de Desempenho
- Aumentar Motivação
- Aumentar Produtividade

Descrição

A avaliação de desempenho, potencialmente a ferramenta mais poderosa à disposição dos gestores, é consideravelmente subutilizada. O processo tornou-se tão focado no preenchimento de formulários, que o seu propósito real, com frequência, acaba por se perder. Em algumas organizações, a avaliação não passa de um procedimento classificador.

Atualmente, muitos gestores relutam em "julgar" outra pessoa, especialmente se ela, bem provavelmente, não concorda com o que têm a dizer. Quando isso acontece, Chefia e Colaborador perdem uma oportunidade.

A avaliação de desempenho é um dos poucos momentos em que tanto a chefia como o colaborador podem contar com a total atenção de cada um. Existe melhor altura para levantar as questões que realmente importam a ambos?

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Preparar-se para uma reunião de avaliação de desempenho objetiva e participativa;
- Ajudar os colaboradores a prepararem-se para a reunião de avaliação de desempenho;
- Dar a sua perspetiva do desempenho da pessoa, focado nos pontos essenciais;
- Superar, em conjunto com o colaborador, incoerências relevantes sobre o desempenho;
- Demonstrar um conjunto de ações-chave para conduzir avaliações de desempenho eficazes;
- Aumentar a motivação, a aprendizagem e a produtividade dos colaboradores e garantir a sua cooperação ao longo do ano.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades de Chefia

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Executive Presentation Skills

Liderança

- Apresentar a Mensagem
- Comunicação Verbal
- Confiança e Convicção

Descrição

A oferta de produtos e serviços tem crescido significativamente nos últimos tempos, e isso conduziu a uma maior competitividade de mercado. O modo como se transmite a informação é determinante para obter destaque nesse mesmo mercado. Atualmente as novas tecnologias são indispensáveis para a comunicação, não só pela sua grande versatilidade como também pela riqueza de conteúdo que permitem (imagem, som, vídeo, texto, etc). Deste modo, as novas tecnologias assumem um papel primordial na delineação de estratégias de apresentação.

Dominar os fundamentos da comunicação visual e as técnicas de apresentação oral é essencial para integrar tecnologia e conteúdo, conseguindo assim ilustrar da melhor forma as ideias que quer passar para fora ou para a sua equipa.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Planear a sua apresentação, tendo em conta as necessidades dos ouvintes;
- Compreender a necessidade de formular uma declaração clara e concisa do objetivo;
- Interpretar a importância da imagem na elaboração de uma apresentação;
- Dominar os elementos básicos da comunicação visual por forma a criar estratégias de apresentação eficazes;
- Controlar o seu nervosismo, permitindo-lhes transmitir as suas mensagens de forma clara, dinâmica e espontânea;
- Preparar apresentações em função dos público-alvo pré–definidos;
- Usar a dinâmica da comunicação interpessoal em estratégias de apresentação;
- Conduzir uma apresentação oral com base em tecnologias de apresentação.

Destinatários

Chefias com necessidade de preparar e conduzir apresentações profissionais

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Promover a Motivação no Trabalho

Liderança

- Criar Ambiente
- Necessidades Psicológicas
- Tipos de Motivação

Descrição

As pessoas querem usar as suas capacidades, unir-se aos outros e conduzir os seus próprios esforços. Independentemente do género, idade, etnia, cultura ou experiências de vida, todos compartilham estas três necessidades psicológicas: Competência, Pertença e Autonomia. Quarenta anos de pesquisas confirmam os muitos benefícios de ajudar as pessoas a satisfazerem estas necessidades.

Os líderes conseguem esses benefícios, criando condições que respondam às necessidades de competência, pertença e autonomia dos seus colaboradores. O objetivo prático é manter o desempenho e alcançar resultados através de pessoas intrinsecamente motivadas.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Reconhecer e alavancar as três necessidades básicas no trabalho;
- Criar um ambiente que promova a satisfação das necessidades;
- Adotar a perspetiva dos funcionários para desenvolver relacionamentos de trabalho mais fortes;
- Comunicar com os colaboradores de maneira informativa;
- Aumentar o envolvimento do colaborador através de mais oportunidades de escolha para atingir os objetivos organizacionais;
- Facilitar o aumento da motivação e o aprimoramento dos resultados.

Destinatários

Chefias de primeira linha e nível médio

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Desenvolver o Talento das Pessoas

Liderança

- Necessidades Motivacionais
- Otimizar Resultados
- Potenciar Desenvolvimento

Descrição

Os colaboradores têm talentos e competências latentes que, muitas vezes, deixamos de aproveitar.

Transformar esses talentos em competências, desenvolvendo as pessoas para o seu potencial máximo é um dos trabalhos mais importantes de um líder e uma exigência para o sucesso duradouro de uma organização.

Para aproveitar os potenciais não explorados e alcançar os resultados organizacionais, este programa ajuda os líderes a associarem a necessidade natural dos funcionários de demonstrarem competência à necessidade da organização de ser bem-sucedida.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Reconhecer as necessidades psicológicas das pessoas e incorporar os comportamentos de liderança para as levar em consideração;
- Identificar as oportunidades de desenvolvimento de alto impacto que se liguem à motivação dos colaboradores;
- Ligar as atividades de desenvolvimento dos colaboradores às metas e objetivos organizacionais;
- Contribuir para os planos de desenvolvimento que impulsionam o interesse dos colaboradores e ativam a produtividade;
- Desencadear e alavancar as competências individuais para alcançar os resultados do grupo de trabalho e da organização.

Destinatários

Chefias de primeira linha e nível médio

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Acelerar Iniciativas Estratégicas

Liderança

- Definir a Iniciativa
- Envolver pessoas
- Antecipar desafios

Descrição

A maioria das iniciativas estratégicas não é executada com sucesso e a tempo: Numerosos estudos mostram que, em média, em todas as indústrias, apenas 30% das iniciativas cumprem os seus objetivos e os seus prazos. Isto é verdade mesmo em organizações que investem em processos simplificados, instalam tecnologias sofisticadas e mantêm muitos recursos disponíveis para fazer o trabalho.

O objetivo de Acelerar Iniciativas Estratégicas é permitir uma execução mais rápida e bem sucedida de projetos e iniciativas através do fornecimento de ferramentas e técnicas aos líderes para impulsionar a clareza, a unidade e a agilidade na execução de estratégias.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Descrever o que, porquê, quem, como, quando, e onde da sua iniciativa;
- Dar mensagens relevantes sobre a sua iniciativa que comunicam a sua importância e valor;
- Comunicar sobre a sua iniciativa de uma forma convincente;
- Criar oportunidades para outros se envolverem no diálogo sobre a sua iniciativa;
- Envolver as pessoas na formação do plano de execução;
- Criar oportunidades para avaliar o progresso, identificar obstáculos e corrigir o rumo, se necessário, no plano de execução;
- Tomar medidas para reduzir o impacto de eventos imprevistos na execução.

Destinatários

Diretores e Quadros intermédios

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 2 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Ativar a Mudança

Liderança

- Mudança
- Monitorizar Esforços
- Mensagens de Mudança

Descrição

A Mudança, enquanto elemento nuclear numa estratégia de sobrevivência de qualquer Organização, dispensa excessivos considerandos e porque implica incertezas, é natural que a mudança seja desconfortável para todos nós.

Hoje, a maioria das organizações contempla ou implementa uma ou mais iniciativas de mudança – de continuidade ou radicais – envolvendo toda a organização ou partes selecionadas, e concebidas para anular ameaças ou aproveitar oportunidades.

O programa permite-lhe conhecer ainda melhor a sua forma de reagir à mudança. Está, ainda, concebido para que identifique o modo como os outros acolhem a mudança e, em função disso, possa fomentar a aproximação pelo reforço da sua capacidade de sugerir a melhor via para, em equipa, navegarem a mudança com impactos positivos no desempenho.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Inspirar e apoiar a capacidade de mudança organizacional;
- Expandir a conscientização da realidade empresarial nos seus colaboradores;
- Destacar os benefícios e sucessos da mudança em curso;
- Trabalhar como uma equipa para criar dinâmica para a mudança;
- Demonstrar o compromisso de fazer com que a mudança aconteça;
- Apoiar gestores que lideram esforços de mudança nas suas áreas.

Destinatários

Diretores e Quadros intermédios

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Gestão de Emoções

Liderança

- Como e Porquê das emoções
- Impacto das Emoções
- Estratégias para lidar com as Emoções (Nossas / Outros)

Descrição

Tudo está a mudar, ou assim parece por vezes. A pressão constante para fazer mais com menos, para adaptações rápidas às mudanças de prazos e novas responsabilidades, e para manter a comunicação com as outras pessoas deu origem a ainda mais elevados índices de stress, no ambiente de trabalho. E, como tem vindo a crescer o número das organizações que requerem, dos seus colaboradores, melhorias de capacidades, de conhecimentos, de autonomia, não é expectável que o stress diminua, nos próximos tempos.

Neste contexto de elevada pressão, as emoções à flor da pele dificultam ainda mais a procura de soluções para as sobrecargas de trabalho e as contínuas mudanças. Este programa Contribui para ajudar a entender o papel dos comportamentos emocionais no ambiente de trabalho e, em função disso, a lidar de forma produtiva com as emoções.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Identificar que as emoções estão a interferir;
- Reconhecer as emoções sem fingir que não existem;
- Recuperar rapidamente e ajudar os outros a fazer o mesmo;
- Identificar o impacto das emoções na sua própria produtividade;
- Estar mais atento aos fatores que fazem com que as suas emoções se intensifiquem, para que possa geri-las de forma mais eficaz;
- Escolher e aplicar técnicas para lidar com as suas emoções, para que possa concentrar-se em fazer o seu trabalho;
- Saber quando é útil e apropriado tomar medidas positivas para ajudar os outros a gerir as suas emoções;
- Responder às emoções fortes dos outros de forma construtiva e objetiva.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades de Chefia

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Criar Orgulho e Propósito

Liderança

- Elementos de Orgulho
- Alavancar Propósito
- Orgulho / Produtividade

Descrição

Impulsionada por aumentos dramáticos na concorrência global, tecnologia e expectativas dos clientes, a velocidade tornou-se um requisito fundamental para o sucesso do negócio.

A pressão para "ser rápido ou ser último" tornou-se uma preocupação primordial para os líderes, à medida que lutam para acelerar a produtividade da equipa. Então, como multiplica os seus esforços? O que se pode fazer para aumentar a eficiência?

Parte da resposta pode ser mais simples do que imagina: Construir orgulho e propósito na equipa.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Reconhecer os papéis que o orgulho e o propósito desempenham na aceleração da produtividade da equipa;
- Identificar ações que construam orgulho em indivíduos e grupos;
- Demonstrar um conjunto de ações-chave para construir um sentido de propósito numa equipa;
- Comunicar os objetivos da equipa de uma forma convincente para inspirar o compromisso.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades de Chefia

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Clarificar Expectativas de Desempenho

Liderança

- Tipos de Conversações
- Identificar Comportamentos
- Gerar Ação

Descrição

Estruturas organizacionais complexas produzem prioridades concorrentes e por vezes conflituosas que, aliadas ao acesso alargado à tecnologia, criam a expectativa de uma resposta imediata. Não é de admirar que por vezes, tanto funcionários como líderes se sintam sobrecarregados e não sabem bem onde se concentrar a seguir.

Para serem bem sucedidos neste ambiente, os colaboradores precisam de compreender o que se espera deles, o que é o sucesso e onde aplicar o seu tempo e energia para criar o maior valor. As expectativas claras de desempenho proporcionam aos colaboradores a orientação de que necessitam para se concentrarem e recalibrarem os seus esforços regularmente.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Identificar oportunidades importantes para definir e/ou ajustar as expectativas de desempenho;
- Realizar conversas colaborativas de definição de expectativas com os colaboradores;
- Manter o diálogo contínuo sobre o que é o sucesso e o trabalho que é mais importante;
- Manter as expectativas atuais e alinhadas em resposta à mudança de condições;
- Clarificar as expectativas de desempenho de forma a aumentar a motivação e o compromisso dos colaboradores.

Destinatários

Chefias de primeira linha e nível médio

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Criar Confiança sob Pressão

Liderança

- Pressões e desafios empresariais
- Confiança
- Ter medidas positivas

Descrição

O mundo continua a mudar à nossa volta e com isso surgem oportunidades excitantes, bem como desafios difíceis.

O desempenho eficaz sob pressão é geralmente fundamentado em estruturas orientadoras que não apenas proporcionam uma visão geral clara, como também o necessário detalhe prático. O desempenho profissional não é analisado nem planeado em termos de tudo ou nada e, por isso, saber onde concentrar a nossa atenção, em cada momento, é a chave para aumentar e melhorar o desempenho.

Para ajudar a enfrentar os desafios que tem pela frente, deverá aplicar um conjunto universal de princípios de liderança que crie a confiança com os outros, mesmo em condições de pressão.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Identificar os problemas de negócio atuais que afetam a organização e a sua capacidade de alcançar resultados;
- Identificar e aplicar os princípios básicos da liderança;
- Utilizar os Princípios Básicos para criar confiança e tomar medidas positivas em situações desafiantes;
- Construir a confiança com os outros, mesmo em condições de pressão;
- Estabelecer uma ampla rede de relações eficazes;
- Manter um ambiente de trabalho positivo.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades de Chefia

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Corrigir Problemas de Desempenho

Liderança

- Expetativas Vs Realidade
- Feedback
- Melhorar Desempenho

Descrição

Corrigir os problemas de desempenho dos colaboradores sempre foi uma prioridade da liderança. Alcançar os resultados necessários para o sucesso no local de trabalho, em constante mudança, requer que cada pessoa se apresente no seu melhor e ainda mais além.

Este módulo irá ajudá-lo a traduzir a estratégia da sua organização em ações que estão alinhadas para atingir as suas prioridades estratégicas. Vai aprender o processo que lhe permitirá fornecer clareza e foco a indivíduos e grupos, ajudando-os a fazer escolhas do dia-a-dia que fornecem resultados de negócio.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Esclarecer como as suas prioridades estratégicas contribuem para o sucesso da organização;
- Ligar o trabalho dos indivíduos e do grupo às suas prioridades estratégicas;
- Comunicar de forma a criar alinhamento e envolvimento;
- Descrever as consequências de um atraso na abordagem dos problemas de desempenho;
- Identificar situações de desempenho que justifiquem uma ação corretiva;
- Conduzir conversas de desempenho focadas e colaborativas que geram melhores resultados;
- Responder construtivamente aos comportamentos defensivos dos colaboradores.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades de Chefia

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 2 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Delegar para o Sucesso Partilhado

Liderança

- Consciencialização
- Conversa de Delegação
- Flexibilidade

Descrição

A delegação, vista como fundamental durante décadas, é agora ainda mais importante. Neste clima de aceleração das mudanças e de mudança demográfica, as organizações querem ser vistas como empregadores de eleição que atraem os melhores talentos. Querem colaboradores empenhados, experientes e altamente qualificados. Os colaboradores querem um trabalho interessante e significativo, com potencial de crescimento e um grau de escolha sobre como o trabalho é feito.

A delegação bem feita tem o potencial de impactar ambos os conjuntos de interesses. Muito mais do que uma forma de fazer mais trabalho mais rapidamente, delegar é uma oportunidade de sucesso partilhado — para organizações, gestores e colaboradores.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Identificar as razões pelas quais não delega o máximo de vezes possível e o que fazer em relação a isso;
- Alinhar tarefas e atribuições delegadas com as pessoas mais adequadas para as realizar;
- Demonstrar passos para uma conversa eficaz de delegação;
- Identificar ações de acompanhamento para facilitar o progresso dos colaboradores, o crescimento e garantir resultados;
- Delegar de uma forma que constrói propriedade, ao mesmo tempo que proporciona as experiências de desenvolvimento que os colaboradores desejam.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades de Chefia

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Gestão de Tempo e Prioridades

Liderança

- Gestão de Tempo
- Planeamento
- Lidar com Pressão

Descrição

Longe vão os dias de "fazer mais com menos". Hoje, devemos "fazer tudo com quase nada". As mudanças nunca param. Os recursos continuam apertados. A tecnologia permite o contacto 24 horas por dia e o novo "o mais rápido possível" é "agora".

Para gerir as suas prioridades, deve começar por compreender bem quais são as suas prioridades. A sua capacidade para gerir prioridades depende em grande parte da sua capacidade para comunicar com os outros. É necessário que seja capaz de lidar eficazmente com interrupções, clarificar tarefas, pedir ajuda e delegar tarefas.

Neste módulo, irá aprender técnicas interpessoais que lhe permitirão realizar o seu trabalho de modo mais fluído e produtivo.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Lidar com o inesperado e com prioridades rivais;
- Tomar decisões firmes sobre a gestão de todo o seu trabalho;
- Obter ajuda quando necessário;
- Reduzir o seu stress;
- Aplicar critérios claros para identificar as suas principais prioridades;
- Escolher entre estratégias práticas para ter foco e atingir as suas prioridades;
- Recolher as informações necessárias para responder inteligentemente aos pedidos;
- Negociar, para que possa dizer "sim" com mais frequência;
- Dizer "não" graciosamente, quando necessário;
- Reenquadrar o trabalho e gerir proactivamente.

Destinatários

Chefias de primeira linha e nível médio

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Influenciar Resultados através de outros

Liderança

- Influenciar Outros
- Fornecer informações de apoio
- Explorar Reações

Descrição

Todos os dias, os líderes moldam o futuro oferecendo propostas, vendendo ideias e encorajando outros a agir. Os líderes eficazes sabem que a melhor forma de influenciar os resultados é envolver-se ativamente e colaborar com os outros através do diálogo.

Comunicar uma mensagem clara, concisa e convincente é essencial dado o volume cada vez maior de informação e o alcance da atenção humana cada vez mais reduzido. A comunicação centra-se no ouvinte com um compromisso genuíno com o diálogo bidirecional.

Este módulo irá ajudá-lo a preparar, entregar e discutir as suas ideias, propostas e pedidos para apoiar os resultados do negócio.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Descrever o que é a influência e por que é importante para o seu papel;
- Compreender os cinco passos para envolver outros para ganhar apoio e gerar impulso;
- Enquadrar ideias, propostas e pedidos do ponto de vista do ouvinte;
- Aplicar uma série de estratégias para garantir que as mensagens são convincentes e fáceis de entender;
- Construir apoio incentivando uma troca de ideias, opiniões e preocupações;
- Desenvolver planos colaborativos para avançar;
- Aplicar competências de influência em configurações um para um, grupo, ao vivo e virtual.

Destinatários

Chefias de primeira linha e nível médio

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Gestão de Conflitos

Liderança

- Lidar com a Pressão
- Gestão de Emoções
- Controlo da Atenção

Descrição

Subjacente à gestão de conflitos está uma forte sensibilidade para as suas próprias emoções e respostas em situações carregadas de emotividade. A mais importante capacidade mental para o desempenho profissional consiste em concentrar e controlar, deliberadamente, a atenção em processos eficientes e eficazes. Porém a pressão, em larga medida originada pelas intermináveis e permanentes mudanças, fomenta a propensão para estados emocionais negativos os quais causam desvios que envolvem preocupações ou raiva em relação a coisas que aconteceram no passado ou podem vir a acontecer no futuro.

Este programa trata e exercita o domínio das respostas aos comportamentos desviantes resultantes da pressão, próprios e dos outros.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Interpretar com clareza as fontes das manifestações dos estados emocionais negativos;
- Identificar e neutralizar os respetivos desvios de foco no controlável;
- Aplicar distanciamento emocional e clareza de pensamento para lidar com comportamentos negativos e prejudiciais dos outros e de si próprios;
- Transformar as tendências de reação emocional e emotiva a fatores irritadores com maior ou menor carga emocional ofensiva.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades de Chefia

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Liderança Remota

Liderança

- Liderar à Distância
- Promover Coesão
- Personalizar Tecnologia

Descrição

Embora seja importante para os líderes de equipas virtuais dominarem as competências tradicionais de liderança, como dar feedback, dar reconhecimento, fomentar o desenvolvimento e gerir o desempenho, liderar virtualmente requer um conjunto de competências mais ampla para abranger as fronteiras demográficas e geográficas de forma produtiva. Uma liderança virtual eficaz depende tanto de contribuições individuais como de esforço de equipa.

Desenvolver uma equipa virtual requer uma estrutura para cumprir objetivos, uma troca aberta de ideias e informações para fortalecer o envolvimento e o treino em curso.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Entenda como as necessidades psicológicas têm impacto no desempenho virtual da equipa;
- Fornecer um foco claro e orientações que promovam a coesão do grupo;
- Determinar como alavancar as capacidades de comunicação e a tecnologia de forma a aumentar o compromisso individual;
- Incentivar a colaboração entre pessoas de diversos grupos de trabalho;
- Aplicar práticas de liderança para liderar equipas de trabalho dispersas de forma eficaz.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades de Chefia

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Serviço ao Cliente

Voltar ao Índice

- Mind-Set Service
- Criar Relações Deslumbrantes no Serviço a Clientes
- Quality Service Skills
- Atitude Profissional
- Fidelização de Clientes
- Essências da Conversação
- Fortalecer Ligações com o Cliente
- Gerir Situações Desafiantes
- Explorar Conversas Digitais
- Materializar o Serviço em Vendas
- Serviço para Técnicos de Campo
- Gestão de Cobranças
- Gestão de Reclamações
- Atendimento Telefónico

Mind-Set Service

Serviço ao Cliente

- Ciclo de Perceção do Cliente
- Estrutura
- Entendimento / Clareza

Descrição

A qualidade do serviço a clientes é, cada vez mais, uma poderosa alavanca para a sustentabilidade de qualquer negócio, com a particularidade de todos os clientes percorrem a mesma série de etapas mentais para chegarem a um juízo de valor sobre o nível de qualidade do serviço que, em cada situação, lhes é prestado. E, como em última instância, a qualidade do serviço é baseada nas perceções dos clientes, torna-se crítico entender e aplicar o Ciclo de Perceção do Cliente para, em função disso, poder adotar a estratégia mais eficaz – e evitar que o serviço prestado provoque impactos de indiferença ou, mesmo, profundo desagrado.

O programa consolida a aplicação das estratégias e instrumentos de valorização do cliente e de adequação consertada da capacidade de resposta da organização para nele criar a perceção da excelência do serviço.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Analisar as interações de serviço identificando, com realismo, a perceção de cada cliente;
- Adotar estratégias de resposta exatamente adequadas à situação de cada cliente, por forma a assegurar que a experiência de contacto resulta num momento fortemente apreciado pelo cliente;
- Demonstrar Rigor, Credibilidade, Atenção e Iniciativa nas interações de serviço a clientes;
- Resolver o aspeto humano das insatisfações ou reclamações dos clientes, como primordial etapa para conquistar a predisposição do cliente;
- Contribuir para detetar oportunidades de superação das expectativas dos clientes no âmbito da capacidade global de resposta da respetiva organização;
- Procurar o constante aperfeiçoamento da qualidade com que servem os respetivos clientes.

Destinatários

Profissionais de Serviço a Clientes

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Criar Relações Deslumbrantes no Serviço a Clientes

Serviço ao Cliente

- Cuidar dos Clientes
- Demonstrar Interesse
- Restaurar Relação

Descrição

Deslumbramos os clientes sempre que excedemos as suas expectativas, quando os fazemos sentirem-se especiais, com experiências positivas e memoráveis. O serviço Deslumbrante constrói uma relação entre a sua organização e o Cliente. Ajuda a criar clientes fidelizados! Cuidar dos Clientes, consiste em prestar um Serviço atencioso, alegre e respeitoso. É uma forma de mostrarmos aos clientes que nos preocupamos e interessamos por eles enquanto pessoas e que os valorizamos como clientes. Significa tratarmos os outros da mesma forma como queremos ser tratados. É estabelecer uma ligação com cada cliente, a nível humano.
Nos casos em que é necessário restaurar a relação, devemos encontrar o potencial positivo, nas experiências negativas do cliente.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Debater os benefícios da fidelização de clientes, para si e para a organização;
- Explicar a importância do seu papel na fidelização de clientes;
- Identificar os principais momentos de definição, nas interações com clientes;
- Explicar por que razão satisfazer as necessidades humanas dos clientes é essencial para o seu sucesso enquanto Profissional de Serviço;
- Gerir as suas reações aos comentários emotivos dos clientes;
- Executar ações apropriadas para tratar e resolver satisfatoriamente as preocupações e/ou reclamações do cliente;
- Demonstrar empenho na relação com o cliente e incentivar a fidelização do cliente.

Destinatários

Profissionais de Serviço a Clientes, em: Balcão; Callcenter; Helpdesk; Serviços de Assistência

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Quality Service Skills

Serviço ao Cliente

- Dimensões do Atendimento
- Expandir
- Demonstrar Sensibilidade

Descrição

A experiência, confirmada por inúmeros estudos, sugere que os Clientes permanecem fidelizados a um fornecedor por razões objetivas, quando o fornecedor responde, na prática, às suas expectativas e requisitos, e, também por razões subjetivas, quando os Clientes se sentem deslumbrados com a relação interpessoal.

Este programa reforça técnicas e atitudes positivas geradoras de satisfação nos Clientes, com base no desenvolvimento das capacidades de comunicação humana dos protagonistas do serviço.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Entender as dimensões profissional, humana e organizacional do atendimento e serviço a Clientes;
- Iniciar interações de atendimento de Clientes de forma a demonstrar profissionalismo e vontade de atender;
- Obter, de maneira eficaz, informações completas e precisas sobre o Cliente e a sua situação;
- Dar informações claras e relevantes aos Clientes;
- Exceder as expectativas dos Clientes;
- Lidar com Clientes irritados / furiosos;
- Aumentar a qualidade do atendimento, enfatizando os pontos positivos da interação;
- Planear e monitorar maneiras de se diferenciarem da concorrência.

Destinatários

Profissionais de Serviço a Clientes, em: Balcão; Callcenter; Helpdesk; Serviços de Assistência

Investimento típico em tempo

1 dias - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Atitude Profissional

Serviço ao Cliente

- Posicionamento Profissional
- Postulados de Atuação
- Atitude

Descrição

Os clientes, enquanto entidades que remuneram o serviço prestado, estão cada vez mais conscientes de serem a base de sustentação de qualquer empresa e, portanto, querem ser atendidos com o máximo de cuidados, rigor e profissionalismo.

Em simultâneo, mostram-se cada vez mais exigentes no reconhecimento da sua natureza de seres humanos com problemas de comunicação, ao valorizarem crescentemente, a forma como são atendidos.

Neste treino, os Participantes consolidam os fundamentos da correta atuação perante clientes, por forma a demonstrarem elevados índices de profissionalismo e, assim, conquistarem a indispensável confiança profissional.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Reforçar a compreensão da importância do seu comportamento profissional para a satisfação e fidelização do Cliente;
- Consolidar a aplicação profissional dos princípios da comunicação humana;
- Atender Clientes, pelo telefone, com disponibilidade e profissionalismo;
- Utilizar expressões verbais corretas, claras e compreensíveis;
- Aplicar, com eficiência, as técnicas e metodologias de trabalho por forma a alcançarem os índices de produtividade pretendidos.

Destinatários

Profissionais de Serviço a Clientes em início de carreira

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 2 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Fidelização de Clientes

Serviço ao Cliente

- Momentos de Definição
- Medidas de Sucesso
- Energia Emocional

Descrição

Este programa é 1 dos 5 módulos do plano de desenvolvimento de competências *Service Ready*, que se focam em consolidar as competências, metodologias e processos que garantem interações excecionais em cada ponto de contacto com o cliente. Escalam através das suas equipas, cativam os participantes e melhoram as métricas de sucesso que impulsionam o seu negócio.

Fidelização de Clientes ajuda a tornar a interação de cada cliente uma experiência positiva, deixando-o a sentir-se compreendido, apreciado e confiante na organização. Estes sentimentos aumentam a fidelização do cliente, trazem valor tanto ao cliente como à organização, e ajudam o participante a construir ligações personalizadas e de longo prazo.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Descrever eficazmente a experiência do cliente e o seu significado tanto para si como para a organização;
- Explicar as métricas da experiência do cliente e os benefícios de medir a fidelização do cliente;
- Reconhecer a sua importância na construção da fidelização do cliente;
- Identificar momentos decisivos nas interações do cliente;
- Aproveitar as quatro principais expectativas dos clientes em cada interação de serviço;
- Usar energia emocional para se identificar com os clientes;
- Criar a fidelização do cliente.

Destinatários

Profissionais de Serviço a Clientes

Investimento típico em tempo

½ dia - 4 Horas – Módulo de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Essências da Conversação

Serviço ao Cliente

- Conversas Focadas
- Comentários de alto valor
- Necessidades do Cliente

Descrição

Este programa é 1 dos 5 módulos do plano de desenvolvimento de competências *Service Ready*, que se focam em consolidar as competências, metodologias e processos que garantem interações excecionais em cada ponto de contacto com o cliente. Escalam através das suas equipas, cativam os participantes e melhoram as métricas de sucesso que impulsionam o seu negócio.

Em Essências da Conversação, os participantes consolidam como atender às necessidades profissionais dos seus clientes, dominando as quatro partes de uma conversa de serviço: Iniciar, Conhecer, Responder e Concluir.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Fornecer um processo para lidar com todo o tipo de conversas com o cliente;
- Definir as necessidades do cliente;
- Compreender quatro partes de uma conversa centrada no cliente;
- Dar notícias indesejáveis;
- Dominar a arte de conversas de alto valor.

Destinatários

Profissionais de Serviço a Clientes

Investimento típico em tempo

½ dia - 4 Horas – Módulo de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Fortalecer Ligações com o Cliente

Serviço ao Cliente

- Exceder as Necessidades
- Vontade para Ajudar
- Linguagem Positiva

Descrição

Este programa é 1 dos 5 módulos do plano de desenvolvimento de competências *Service Ready*, que se focam em consolidar as competências, metodologias e processos que garantem interações excecionais em cada ponto de contacto com o cliente. Escalam através das suas equipas, cativam os participantes e melhoram as métricas de sucesso que impulsionam o seu negócio.

Em Fortalecer Ligações com o Cliente, os participantes consolidam a sua capacidade de se conectarem melhor com os clientes para responder às suas necessidades pessoais e criar experiências positivas para o cliente.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Elevar a importância do valor único de cada cliente;
- Conectar-se com o seu cliente;
- Exceder as necessidades de um cliente;
- Projetar uma vontade de ajudar;
- Escolher uma linguagem positiva.

Destinatários

Profissionais de Serviço a Clientes

Investimento típico em tempo

½ dia - 4 Horas – Módulo de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Gerir Situações Desafiantes

Serviço ao Cliente

- Tranquilizar o Cliente
- Acordo Seletivo
- Resolução de Problemas

Descrição

Este programa é 1 dos 5 módulos do plano de desenvolvimento de competências *Service Ready*, que se focam em consolidar as competências, metodologias e processos que garantem interações excecionais em cada ponto de contacto com o cliente. Escalam através das suas equipas, cativam os participantes e melhoram as métricas de sucesso que impulsionam o seu negócio.

Em Gerir Situações Desafiantes os participantes aprendem a navegar em situações em que o cliente está descontente com a sua organização.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Difundir e resolver situações agravadas;
- Praticar o ouvir de modo não defensivo;
- Saber mais sobre oito competências de tranquilizar;
- Dominar o acordo seletivo;
- Compreender as cinco competências para resolução de problemas.

Destinatários

Profissionais de Serviço a Clientes

Investimento típico em tempo

½ dia - 4 Horas – Módulo de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Explorar Conversas Digitais

Serviço ao Cliente

- Comunicação Virtual
- Redes Sociais
- Profissionalismo

Descrição

Este programa é 1 dos 5 módulos do plano de desenvolvimento de competências *Service Ready*, que se focam em consolidar as competências, metodologias e processos que garantem interações excecionais em cada ponto de contacto com o cliente. Escalam através das suas equipas, cativam os participantes e melhoram as métricas de sucesso que impulsionam o seu negócio.

Em Explorar Conversas Digitais, os participantes aprendem a corresponder às principais expectativas dos clientes e criam momentos de definição positivos utilizando comunicações digitais como e-mail, texto, chat e redes sociais.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Explorar a crescente importância dos canais de comunicação digital e o impacto das redes sociais;
- Usar os vários canais de comunicação;
- Criar comunicações digitais de sucesso;
- Projetar um tom profissional;
- Analisar as redes sociais.

Destinatários

Profissionais de Serviço a Clientes

Investimento típico em tempo

½ dia - 4 Horas – Módulo de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Materializar o Serviço em Vendas

Serviço ao Cliente

- Foco no Cliente
- Satisfação do Cliente
- Apresentação Soluções

Descrição

Materializar o Serviço em Vendas consolida nos profissionais de atendimento ao cliente a importância de reconhecer oportunidades de vendas durante as suas interações, para melhorar o atendimento geral para a sua organização.

Os participantes reforçam a maneira de agir sobre oportunidades de vendas, incluindo a novos serviços, novos produtos, bem como a manutenção de produtos e serviços atuais, mantendo e garantindo momentos de definição positivos.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Definir a importância do seu papel e dos comportamentos que lhes permitem conectar-se com os clientes e iniciar o diálogo;
- Determinar como ouvir e olhar para as oportunidades, e depois explorar essas oportunidades explicando as soluções apropriadas aos clientes de uma forma que melhor corresponda às suas necessidades;
- Agir sobre as oportunidades e propor próximos passos durante as interações para garantir a satisfação do cliente;
- Mostrar competências e explorar técnicas para expandir relações e para melhorar a satisfação do cliente e aumentar a rentabilidade.

Destinatários

Profissionais de Serviço a Clientes

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulo de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Serviço para Técnicos de Campo

Serviço ao Cliente

- Experiência do Cliente
- Confiança
- Interações Positivas

Descrição

Serviço para Técnicos de Campo é um programa concebido para indivíduos que prestam assistência técnica nas instalações do Cliente. Para além das competências exigidas por outros tipos de representantes de serviço, os Técnicos de campo enfrentam desafios únicos na prestação de serviços no local.

Este programa baseia-se nas competências de serviço ao cliente, reforçando comportamentos orientados para o cliente, que ajudam os técnicos a conectarem-se com os seus clientes de forma produtiva e eficiente para produzir momentos de definição positivos.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Suscitar confiança no cliente através da consciência e uso criterioso de expressões faciais, gestos, postura e linguagem corporal;
- Adaptar a conversa com base na linguagem corporal do cliente;
- Gerir uma alteração de âmbito a partir do pedido original;
- Melhorar a satisfação do cliente;
- Fornecer alternativas aos pedidos do cliente que oferecem as melhores soluções possíveis;
- Definir expectativas realistas e apropriadas com os seus clientes;
- Oferecer informações adicionais que acrescentem valor à interação do cliente;
- Recuperar mais rapidamente das interações emocionais ou desafiantes do cliente.

Destinatários

Técnicos e Profissionais de Serviço a Clientes

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulo de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Gestão de Cobranças

Serviço ao Cliente

- Comportamentos de Serviço
- Relação
- Responder a Desafios

Descrição

A atividade de cobranças evoluiu. Os responsáveis por cobranças eram vistos como pessoas que só forçavam os clientes a pagar, sem ter em consideração as circunstâncias. E os próprios responsáveis por cobranças viam os clientes com contas por cobrar como "sanguessugas" procurando "aproveitar-se da organização". Atualmente, a meta das cobranças tem um ponto comum com o passado – cobrar o dinheiro em dívida. Isto não mudou. Contudo, os métodos usados para cumprir este objetivo mudaram drasticamente.

O programa está concebido de forma a consolidar a apropriada atitude nos responsáveis de cobranças e a exercitar as noções técnicas para permitir respostas eficazes aos desafios da atividade.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Entender a atividade, demonstrando vontade de cobrar, mas também preocupação com o cliente;
- Fornecer um serviço financeiro aos clientes, ajudando-os a manter as suas contas atualizadas;
- Atuar como um recurso para os clientes que necessitam de ajuda, "aliando-se" ao cliente na preservação dos saldos em dia;
- Atuar como vendedor, para persuadir o cliente a pagar;
- Relacionar a qualidade da atuação com o nível de atividade – número de clientes contactados;
- Ajudar o cliente a restabelecer um estado de crédito satisfatório e a sua conta aberta;
- Usar, com eficácia, as técnicas para se relacionar com o cliente para reduzir o stress, aumentar o desempenho e prestar um serviço de qualidade ao cliente.

Destinatários

Profissionais de contacto com clientes, responsáveis pelas cobranças.

Investimento típico em tempo

1 dias - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Gestão de Reclamações

Serviço ao Cliente

- Ouvir o Cliente
- Resistir a Provocações
- Obter Acordo

Descrição

Torna-se fundamental o desenvolvimento de competências ao nível da consciencialização para o papel que cada colaborador desempenha na imagem institucional, da melhoraria do relacionamento com os clientes através de uma comunicação eficaz, da compreensão dos processos de reclamação e desenvolver os processos comunicacionais adequados à sua resposta, da resolução eficaz da reclamação de forma a reter e fidelizar o cliente.

Este programa tem como objetivo habilitar os formandos a gerir com eficácia os processos de relacionamento com os clientes, de gestão de conflitos e tratamento de reclamações, reconhecendo os motivos que conduziram a este facto, auxiliando na criação de mecanismos que permitam a sua resolução e capitalização futura da relação com o cliente ou fornecedor.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Gerir corretamente o relacionamento com os seus clientes e fornecedores por forma a garantir a excelência no atendimento e gestão do cliente;
- Gerir reclamações e conflitos com clientes e fornecedores de forma eficaz e eficiente de forma a utilizar este processo como meio de fidelização de clientes;
- Desenvolver um comportamento padrão e comum, alicerçado nas melhores práticas, no que confere à utilização da melhor política de gestão de reclamações e resolução de conflitos com os clientes, por forma a aumentar a fidelização de clientes, incrementar credibilidade e notoriedade da sua empresa.

Destinatários

Profissionais de Serviço a Clientes, em Callcenter; Helpdesk; Serviços de Assistência

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Atendimento Telefónico

Serviço ao Cliente

- Atitude ao Telefone
- Ouvir
- Perguntar

Descrição

O telefone está indubitavelmente afirmado com um meio rápido e eficaz de contactos profissionais.

Muitas vezes, é até o único meio de contacto entre duas organizações, o que obriga a ainda mais cuidados na sua utilização para assegurar a projeção de uma imagem de qualidade e ótima capacidade de resposta.

As pessoas com responsabilidades de efetuar contactos telefónicos devem, assim, possuir adequadas competências.

Neste treino, os Participantes consolidam as formas corretas de comunicar, tanto na receção como na emissão de chamadas.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Atender clientes, pelo telefone, com disponibilidade e profissionalismo;
- Utilizar expressões verbais claras e compreensíveis;
- Gerir os silêncios por forma a incentivar o cliente a falar;
- Falar o suficiente para conhecer bem as necessidades e problemas do cliente;
- Manter o cliente informado, quando necessite interromper ou transferir a chamada;
- Entender as "fúrias" do cliente como desabafos e não como ataques pessoais, objetivando as situações e negociando as soluções;
- Confirmar a satisfação do cliente e agradecer o contacto antes de desligar.

Destinatários

Profissionais de Serviço a Clientes, em Callcenter; Helpdesk; Serviços de Assistência

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Aptidões Transversais

Voltar ao Índice

- Comunicação e Relações Interpessoais
- Competências Sociais e Inteligência Emocional
- Relações Interpessoais
- Capacitação para a Mudança
- Apresentações de Alto Impacto
- Dirigir Reuniões para Resultados
- Inovação e Empreendedorismo
- Redes Sociais
- Transformação Digital
- Gestão Interpessoal e Intrapessoal
- Alinhar o Trabalho com a Estratégia
- Design Thinking
- Storytelling no Trabalho
- Gamificação
- Mindmaps
- Mindfulness
- Influenciar sem Autoridade
- Formação de Formadores
- Marketing, Comunicação e Relações Públicas
- Gerações no Local de Trabalho

B Comunicação e Relações Interpessoais

Comunicação

- Comportamento Profissional
- Princípios de Atuação
- Relacionamento e Comportamentos

Descrição

Em qualquer interação com pessoas, existe a possibilidade de má comunicação ou mal-entendidos. Por outras palavras, a forma como influencia os outros pode não corresponder à sua intenção. A sua capacidade para obter resultados, depende em grande parte das suas competências para obter o compromisso e a cooperação dos outros e das suas capacidades para se relacionar assertivamente com os diversos interlocutores com quem precisa de interagir nos diferentes postos e tarefas que pode desempenhar.

Este programa visa impulsionar o desenvolvimento de competências de relacionamento interpessoal e de comunicação assertiva no exercício das funções.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Cultivar um clima de aperfeiçoamento na sua Organização;
- Alargar os conhecimentos e crescer profissionalmente;
- Desenvolver atitudes e ações facilitadoras da comunicação e das relações interpessoais;
- Avaliar a importância da comunicação e do comportamento na relação interpessoal;
- Contribuir para os bons resultados do respetivo sector.

Destinatários

Profissionais que queiram desenvolver este tema para evolução profissional.

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Competências Sociais e Inteligência Emocional

Gestão Pessoal

- Emoções na Vida Profissional
- Autogestão Emocional
- Assertividade

Descrição

Inteligência emocional é a competência responsável por boa parte do sucesso e da capacidade de liderança de um ser humano. É a capacidade de reconhecer e avaliar os seus próprios sentimentos e os dos outros, assim como a capacidade de lidar com eles.

Este programa visa impulsionar o desenvolvimento de competências de relacionamento interpessoal e de comunicação assertiva no exercício das funções. A eficácia e a qualidade do trabalho de uma pessoa dependem, em grande medida, das suas capacidades para se relacionar assertivamente com os diversos interlocutores com quem precisa de interagir nos diferentes postos e tarefas que pode desempenhar.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Alargar os conhecimentos e crescer profissionalmente;
- Desenvolver atitudes e ações facilitadoras da comunicação e das relações interpessoais;
- Avaliar a importância da comunicação e do impacto da emoções;
- Contribuir para os bons resultados do respetivo sector;
- Descrever de que modo os atuais problemas da empresa afetam a sua organização e a sua capacidade para obter resultados;
- Entender e saber identificar os pontos de pressão por forma a tratar adequadamente eventuais respostas emocionais provocadoras de comportamentos prejudiciais ao desempenho.

Destinatários

Profissionais que queiram desenvolver este tema para evolução profissional.

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 2 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Relações Interpessoais

Gestão Pessoal

- Comunicação
- Relações
- Emoções

Descrição

Relações Interpessoais visa impulsionar o desenvolvimento de competências de relacionamento interpessoal e de comunicação assertiva no exercício das funções profissionais de todos os colaboradores de uma organização.

A eficácia e a qualidade do trabalho das pessoas dependem, em grande medida, das suas capacidades para se relacionar assertivamente com os diversos interlocutores com quem precisa de interagir nos diferentes postos e tarefas que pode desempenhar.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Cultivar um clima de aperfeiçoamento na sua Organização;
- Alargar os conhecimentos e crescer profissionalmente;
- Desenvolver atitudes e ações facilitadoras das relações interpessoais;
- Avaliar a importância da comunicação e do comportamento na relação interpessoal;
- Contribuir para os bons resultados do respetivo sector.

Destinatários

Profissionais que queiram desenvolver este tema para evolução profissional.

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Capacitação para a Mudança

Mudança

- Responder à Mudança
- Ciclos Viciosos
- Estratégias Pessoais

Descrição

A Mudança, enquanto elemento nuclear numa estratégia de sobrevivência de qualquer Organização, dispensa excessivos considerandos e porque implica incertezas, é natural que a mudança seja desconfortável para todos nós.

Hoje, a maioria das organizações contempla ou implementa uma ou mais iniciativas de mudança – de continuidade ou radicais – envolvendo toda a organização ou partes selecionadas, e concebidas para anular ameaças ou aproveitar oportunidades.

O programa permite-lhe conhecer ainda melhor a sua forma de reagir à mudança. Está, ainda, concebido para que identifique o modo como os outros acolhem a mudança e, em função disso, possa fomentar a aproximação pelo reforço da sua capacidade de sugerir a melhor via para, em equipa, navegarem a mudança com impactos positivos no desempenho.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Expandir a conscientização da realidade empresarial nos seus colaboradores;
- Destacar os benefícios e sucessos da mudança em curso;
- Embarcar na necessária experimentação;
- Encorajar o envolvimento de cada colaborador;
- Demonstrar o compromisso de fazer com que a mudança aconteça.

Destinatários

Profissionais com responsabilidades de Chefia e Gestão de Equipas

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Apresentações de Alto Impacto

Apresentações

- Planeamento
- Comunicação Verbal e Não Verbal
- Confiança

Descrição

Quando realizamos uma apresentação, o que fazemos perante a assistência é tão importante como o que dizemos. A assistência recebe informação das pistas visuais que lhe damos: o vestuário, as formas e modos, a postura, o contacto visual e a expressão facial. As pessoas que estão a assistir, também absorvem informação sobre o que percecionam do nosso estilo de pronúncia, tom de voz e utilização da linguagem.

Neste programa consolidaremos, tanto as capacidades de comunicação, que nos ajudam e que temos de dominar, no momento de enfrentar um grupo de pessoas ao apresentar um produto, serviço, proposta... como o árduo trabalho de preparação necessário para uma boa apresentação.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Controlar o seu nervosismo, permitindo-lhes transmitir as suas mensagens de forma clara, dinâmica e espontânea;
- Planear a sua apresentação, tendo em conta as necessidades dos ouvintes;
- Compreender a necessidade de formular uma declaração clara e concisa do objetivo;
- Demonstrar várias técnicas de apresentação.

Destinatários

Profissionais com necessidade de preparar e conduzir apresentações profissionais e Formadores

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Dirigir Reuniões para Resultados

Reuniões

- Preparar Reuniões
- Planos de Ação
- Fomentar Debate Positivo

Descrição

As organizações usam reuniões para partilhar ideias, tomar decisões partilhadas, e planear ações. As questões são complexas e a pressão para atingir resultados é muito intensa.

As reuniões servem para partilhar ideias, tomar decisões partilhadas, e planear ações, mas a eficácia de uma reunião depende de quem dirige essa reunião.

Este programa proporciona as orientações e técnicas necessárias para liderar com eficácia as reuniões orientadas para resultados.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Planear e preparar uma reunião focada;
- Iniciar, com êxito, uma reunião;
- Aplicar técnicas para encorajar diversos pontos de vista no debate dos temas;
- Manter o debate centrado, enquanto estimula um ritmo adequadamente estimulante;
- Confirmar ações concretas e planos de seguimento, ao concluir a reunião;
- Lidar eficazmente com comportamentos negativos;
- Avaliar as ferramentas para as conclusões da reunião de molde a alcançar os resultados esperados.

Destinatários

Pessoas com responsabilidades de conduzir reuniões

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Inovação e Empreendedorismo

Empreendedorismo

- Entrepreneur e intrapreneur
- Criatividade
- Desenvolvimento de Produtos ou Serviços

Descrição

Empreendedorismo é uma das palavras mais utilizadas atualmente, mas será que todos conhecemos o seu verdadeiro significado?

Vamos discutir o que é ser empreendedor, o que caracteriza os empreendedores e como podemos desenvolver esta capacidade. E não apenas em nós mas nas equipas que lideramos ou integramos.

Porque a inovação é atualmente a maior alavanca para o crescimento, o desenvolvimento do empreendedorismo é fundamental para o seu sucesso, e do seu negócio.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Entender o que é o empreendedorismo e distinguir entrepreneurs de intrapreneurs;
- Compreender quais as principais características do empreendedor e como as desenvolver;
- Entender o que é Design Thinking e como aplicar esta metodologia;
- Da ideia à ação, conhecer os passos necessários para desenvolver uma ideia inovadora;
- Perceber como abordam o insucesso os empreendedores de sucesso.

Destinatários

Empresários, quadros médios e superiores de empresas

Investimento típico em tempo

3 dias - 24 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Redes Sociais

Marketing

- Comunicação Digital
- Planificação e Resultados
- Marketing Digital

Descrição

A emergência da web 4.0 e dos Social Media, está a provocar transformações profundas na comunicação e na prática das Relações Públicas, que são quem implementa a estratégica de comunicação das Instituições na sua relação com o mercado.

O Programa aborda as estratégias de marketing nas redes sociais, reunindo as premissas para desenhar o seu posicionamento nesta que é uma das dimensões de marketing digital de maior crescimento nos últimos tempos.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Compreender o papel central que as Pessoas têm neste processo;
- Otimizar a comunicação dos profissionais, adaptando eficazmente o estilo e as estratégias nas Redes Sociais, em função da cultura, dos bens e/ou serviços da organização;
- Fazer uma adaptação correta da comunicação utilizada na relação com o mercado, em função da Redes Sociais utilizadas.

Destinatários

Gestores de Redes Sociais

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 2 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Transformação Digital

Gestão

- Pessoas, Cultura e Liderança
- Transformação Contínua
- Implementação da Mudança

Descrição

O mundo atual atravessa uma fase de grande e acelerada transformação e na generalidade das organizações faltam as competências internas para entender e implementar um processo de mudança bem-sucedido. Mais do que uma transformação tecnológica hoje assistimos a uma profunda mudança na forma de fazer negócios. Conseguir entender esta mudança e ter a capacidade de se ajustar de forma rápida e ágil, é a chave do seu sucesso.

Não vamos falar de programas informáticos mas de como usar a tecnologia para fazer crescer o seu negócio de forma sustentável, atrair e reter talento, recrutar e fidelizar clientes e abrir novos mercados para o seu negócio. Há que envolver as pessoas para fazer as coisas acontecer, virá-las para a ação. Transforme o seu negócio em 12 passos, aumente as suas vendas e rentabilidade.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Entender o que é o processo de transformação digital e os principais elementos em mudança;
- Compreender o papel central que as Pessoas têm neste processo;
- Identificar e distinguir as várias gerações;
- Definir o novo modelo de funcionamento da organização incorporando a mudança em curso;
- Implementar este novo modelo, definir KPIs e efetuar a respetiva medição;
- Desenhar a organização para assegurar que o processo de transformação é contínuo.

Destinatários

Empresários, quadros médios e superiores de empresas

Investimento típico em tempo

3 dias - 24 Horas – Módulos de 2 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Gestão Interpessoal e Intrapessoal

Gestão Pessoal

- Atitude e Posicionamento profissional
- Indutores Emocionais
- Trabalho em Equipa

Descrição

A capacidade de integração do autoconhecimento, autodomínio, autoafirmação e automotivação, consiste no relacionamento Intrapessoal, que somado ao Interpessoal, resulta no conceito de Inteligência Emocional, fator fundamental para alcançar resultados, pois influencia diretamente a capacidade de comunicar e se relacionar positivamente com as pessoas tendo a sua cooperação.

Desta forma, o desenvolvimento e eficácia ao nível Intrapessoal, permitem a melhoria e eficácia dos níveis pessoal, interpessoal e grupal, concorrendo para o desenvolvimento organizacional. Este programa, proporciona aos Participantes uma retrospetiva objetiva do seu comportamento e dos seus interlocutores, com vista a otimizar as relações e desenvolver relacionamentos.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Desenvolver uma atitude positiva e proactiva;
- Identificar elementos pessoais que limitam e potencializam o acesso a competências pessoais e ao domínio da Vontade;
- Consolidar a aplicação profissional dos princípios da comunicação humana;
- Potencializar o relacionamento interpessoal;
- Desenvolver a empatia comunicacional em contextos críticos;
- Ativar a mudança – Fazer Acontecer;
- Envolver outros, ganhar apoio, e garantir recursos para executar estratégias;
- Desenvolver capacidades de estimular um pensamento criativo com foco não em problemas, mas em soluções;
- Aplicar, com eficiência, as técnicas e metodologias de trabalho por forma a alcançarem os índices de produtividade pretendidos.

Destinatários

Profissionais que queiram desenvolver este tema para evolução profissional.

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Alinhar o Trabalho com a Estratégia

Estratégia

- Visão e Propósito
- Perspetiva Global
- Adaptabilidade Situacional

Descrição

Alinhar o trabalho com a Estratégia sensibiliza os participantes com a mentalidade necessária para pensar e agir estrategicamente à medida que conduzem e executam o trabalho nas suas organizações.

Os participantes focam-se nas competências mutuamente solidárias de traduzir a estratégia organizacional para o seu próprio trabalho e arquitetando as suas próprias estratégias para a execução desse trabalho. Além disso, os participantes debatem a importância de ter um quadro estratégico de referência que mantenha o alinhamento da estratégia com os domínios críticos do trabalho e das pessoas para permitir uma execução eficaz.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Descrever as tendências globais que tornam os ambientes de trabalho de hoje diferentes;
- Explicar a importância de alinhar o trabalho com a estratégia organizacional;
- Identificar áreas de desalinhamento na sua organização e equipa que impeçam a execução estratégica;
- Garantir que o sucesso do trabalho baseado no projeto serve os objetivos da organização;
- Arquitetar o alinhamento necessários para a execução da estratégia;
- Traduzir a estratégia da organização para o trabalho do departamento, equipa e indivíduo.

Destinatários

Empresários, quadros médios e superiores de empresas

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Design Thinking

Gestão Pessoal

- Cultivar Inovação
- Perspetiva Global
- Gestão da Ambiguidade

Descrição

Design Thinking para resultados envolve os participantes numa discussão sobre um processo iterativo que faz a ponte entre a imaginação e a implementação, para ajudar as organizações a enfrentar rapidamente e incrementalmente desafios complexos, criar valor e crescer.

Os participantes explorarão a necessidade de pensar focado no cliente e aprenderão que nem toda a inovação envolve produtos. Eles vão experimentar o valor que inovar, em torno de processos e serviços, pode trazer a uma organização e descobrir como implementar uma mentalidade de teste e aprendizagem que capta mais valor para a organização e mais rapidamente.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Descrever como a aplicação de um processo Design Thinking pode gerar ideias que criam, entregam e capturam valor sustentável e diferenciado no mercado;
- Aplicar uma abordagem centrada no cliente com foco nas suas necessidades;
- Definir a inovação e as suas múltiplas fontes;
- Construir modelos de negócio para abordar os lados do mercado e da matriz da cadeia de valor na mudança para a captação de receitas;
- Aplicar uma abordagem iterativa de prototipagem para refinar e dinamizar conceitos em casos novos, desejáveis, defensáveis, exequíveis e lucrativos;
- Definir um modelo de teste e aprendizagem para a implementação de ideias;
- Pensar de forma clara, concisa e convincente.

Destinatários

Profissionais que queiram desenvolver este tema para evolução profissional.

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial

Voltar ao Índice

Storytelling no Trabalho

Comunicação

- Ciclo do Storytelling
- Competências para Storytelling
- Storytelling nos negócios

Descrição

Storytelling é uma ferramenta de comunicação que enaltece significado, impacto e energia às ideias.

As histórias transformam mensagens comuns e dão-lhes vida, envolvendo as pessoas e sensibilizando as suas mentes pela evocação das emoções. As histórias podem transformar a comunicação tradicional nas empresas e nos negócios através de mudanças que capturam a imaginação e constroem cometimento.

Este programa proporciona as orientações e técnicas necessárias para contar uma história protagonista com propósito, rigor e com eficácia.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Explicar como funcionam as histórias para envolver as pessoas e melhorar a sua mensagem;
- Usar quatro tipos de histórias comuns para melhorar a sua comunicação;
- Aplicar diretrizes e um processo para desenvolver histórias eficazes;
- Criar o interesse e a confiança de um cliente nas soluções da sua empresa;
- Comunicar ideias importantes com convicção;
- Clarificar o impacto e significado do negócio por detrás do trabalho das pessoas;
- Transmitir uma imagem convincente do futuro que convença a tomar medidas;
- Melhorar o envolvimento do seu público;
- Fornecer provas vívidas de que os produtos, serviços ou soluções da sua empresa produzem os resultados prometidos.

Destinatários

Profissionais que queiram desenvolver este tema para evolução profissional.

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Gamificação

Estratégia

- Desenvolvimento Pessoal
- Motivação
- Criatividade

Descrição

Num contexto de negócios cada vez mais competitivo todas as organizações procuram soluções que permitam atrair, desenvolver e reter talento, para alavancar os seus resultados. A necessidade de aprendizagem contínua e de comunicação bidirecional é crítica para a criação de verdadeiras comunidades, sejam de equipas internas, externas ou de clientes.

Este é o resultado direto que a Gamificação hoje oferece às organizações que a estão a utilizar em todo o mundo para os mais diversos objetivos de desenvolvimento dos negócios.

Acelere os seus resultados integrando todos os stakeholders de forma envolvente e interativa.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Entender o que é a Gamificação e o seu papel na aprendizagem, desenvolvimento de talento, e Gestão da Mudança;
- Compreender como podemos introduzir esta ferramenta em todas as áreas funcionais de uma Organização;
- Conhecer as funcionalidades mais comuns o seu uso;
- Saber como a gamificação estimula a motivação de colaboradores, equipas, clientes e consumidores;
- Entender as diferentes formas de iniciar um processo de gamificação;
- Conhecer casos de sucesso em várias áreas funcionais, indústrias e para diferentes objetivos,

Destinatários

Empresários, quadros médios e superiores de empresas

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial

Voltar ao Índice

B Mindmaps

Gestão Pessoal

- Criatividade
- Storyboard
- Matriz de Decisão

Descrição

Os Mind Maps têm tido recentemente um papel de maior relevo nas organizações com uma cultura de inovação. São usados para os mais variados fins. No desenho de estratégias, na implementação de decisões, na criação e geração de ideias, até como apoio ao desenvolvimento de raciocínio no processo de resolução de problemas, ou ainda como forma de analisar e compreender o cliente e conhecer o seu próprio processo de decisão. As organizações inovadoras estão a introduzir esta ferramenta como prática usual.

Neste contexto, a "pessoa" entende-se como estando sempre no centro das decisões. Inovar nos RH significa desenvolver e envolver os colaboradores, motivar e reter talento, e assim garantir elevados níveis de satisfação e aumento da produtividade

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Compreender os Mind Maps e a sua filosofia centrada na "pessoa";
- Conhecer a ferramenta, as técnicas associadas a sua aplicação prática;
- Reconhecer as possibilidades de utilização e as Vantagens do uso de Mind Maps;
- Entender esta prática para inovar na gestão de pessoas, e reforçar o seu envolvimento, aumentando a sua produtividade e satisfação;
- Saber aplicar a ferramenta e as suas técnicas, necessárias para desenhar a sua Experiência de Colaborador, relevante para a organização;
- Compreender o desafio e ganhar inspiração para gerar ideias criativas e inovadoras.

Destinatários

Profissionais que queiram desenvolver este tema para evolução profissional.

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial

Voltar ao Índice

B Mindfulness

Gestão Pessoal

- Indutores Emocionais
- Relações Interpessoais
- Motivação

Descrição

O desenvolvimento de uma plataforma eficaz e capaz de contribuir, de forma sustentada, para um desempenho bem sucedido requer concentração de esforços e atenção só possíveis através do domínio de processos de decisão estruturados para atuar bem e depressa, sobretudo quando estamos sob pressão.

Com base no Mindfulness, este programa proporciona o contacto profundo com uma poderosa ferramenta de gestão de recursos e meios para a obtenção de resultados em ambientes profissionais de permanente pressão para obtenção de resultados.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Aplicar os princípios do Mindfulness;
- Identificar e gerir emoções com eficácia;
- Compreender e saber implementar estruturas de decisão sob pressão;
- Entender e saber identificar os pontos de pressão por forma a tratar; adequadamente eventuais respostas emocionais;
- Aplicar a atenção plena e a concentração;
- Reduzir o stress, a ansiedade e as preocupações;
- Potenciar as relações interpessoais;
- Dominar a aplicação dos elementos de sucesso, enquanto alicerces da obtenção de bons resultados;
- Desenvolver e aperfeiçoar a intuição, a perceção, o nível de consciência e a capacidade de decisão para situações difíceis da vida.

Destinatários

Profissionais que queiram desenvolver este tema para evolução profissional.

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Influenciar sem Autoridade

Gestão Pessoal

- Construir Redes
- Auto-consciência
- Colaboração

Descrição

Influenciar sem Autoridade dota os participantes das competências necessárias para construir credibilidade e influenciar eficazmente as partes interessadas, mesmo que não tenham autoridade formal para exigir recursos.

Este curso ajuda os participantes a entender as atitudes e comportamentos dos líderes que sabem como fazer o trabalho através da influência e persuasão, seja gerindo para cima, para baixo, ou na diagonal dentro das organizações.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Colocar a ideia de "influência" num contexto de competências ambientais, organizacionais e de networking;
- Decompor Influência numa série de competências;
- Fornecer meios para negociar a "politicamente";
- Tornar-se credíveis;
- Resolver desafios de desempenho e construir redes.

Destinatários

Profissionais com funções de Liderança Situacional

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Formação de Formadores

Formadores

- Criatividade
- Comunicação
- Planeamento

Descrição

Os formadores têm um papel fundamental e insubstituível na resposta às necessidades de desenvolvimento das pessoas e das organizações. São os formadores que criam e difundem o conhecimento necessário para a promoção da criatividade e da inovação, a melhoria da produtividade, a mudança da atitude e das mentalidades, a geração da confiança e da iniciativa e o reforço das qualificações.
Os cursos de formação inicial de formadores são uma ocasião para introduzir novos profissionais na cultura própria da formação, das suas técnicas e instrumentos, revisitando os fundamentos da andragogia e as suas boas práticas.
Nos cursos de atualização de formadores, a oportunidade é a de partilhar experiências profissionais, metodologias e práticas, em clima de diálogo, consolidando as competências de liderança em situação de formação.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Conceber intervenções formativas adequadas aos diferentes contextos e objetivos.
- Animar sessões de formação aplicando as competências da comunicação e os princípios da andragogia, com as técnicas e métodos de formação adequados.
- Melhorar o desempenho profissional enquanto primeiros responsáveis pelo êxito das ações de formação e treino que conduzem;
- Aplicar competências na formação e treino de adultos, de acordo com as atuais exigências de motivação para a aprendizagem;
- Usar métodos e técnicas de informação, comunicação e animação que permitam o desenvolvimento qualitativo da sua prática pedagógica e potenciem a eficácia do processo formativo;

Destinatários

Formadores e Futuros Formadores.

Investimento típico em tempo

90 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Marketing, Comunicação e Relações Públicas

Marketing

- Dimensões da Comunicação
- Relacionamento
- Campanhas de Marketing

Descrição

A emergência do web 4.0 e dos Social Media, está a provocar transformações profundas na comunicação e na prática das Relações Públicas, que são quem implementa a estratégica de comunicação das Instituições na sua relação com o mercado.

Neste curso pretende-se enquadrar as dimensões da comunicação na era digital, explorar o uso das ferramentas de marketing e das plataformas de social media, e interpretar o novo papel do profissional de relações públicas nesta realidade.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Otimizar a comunicação dos profissionais, adaptando eficazmente o estilo e as estratégias de marketing digital, em função da cultura, dos bens e/ou serviços da organização;
- Fazer uma adaptação correta da comunicação utilizada na relação com o mercado, selecionando e gerindo o canal promocional adequado;
- Conhecer as principais precauções, explorando os benefícios destas ferramentas;
- Aprofundar as dimensões da comunicação e do feedback – presencial vs virtual;
- Conhecer as principais precauções, explorando os benefícios destas ferramentas na dimensão virtual.

Destinatários

Técnicos de Relações Públicas e Marketing

Investimento típico em tempo

1 dias - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Gerações no Local de Trabalho

Gestão Pessoal

- Estereótipos da Idade
- Necessidades Pessoais
- Diversidade

Descrição

A diversidade etária é um tema central no complexo e evolutivo local de trabalho de hoje. E com quatro gerações a trabalhar lado a lado, as tensões podem ser inevitáveis.

Alguns académicos e autores populares atribuem estas tensões a profundas diferenças geracionais relacionadas com eventos e tendências históricas nos anos formativos de cada geração.

No entanto, as diferentes faixas etárias são assim tão diferentes? Ou será que a tendência humana para generalizar pinta uma imagem distorcida de gerações inteiras, como já fez de géneros ou grupos étnicos?

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Descrever as consequências negativas dos estereótipos de idade;
- Evitar projetar estereótipos de idade nos outros;
- Descrever necessidades comuns no local de trabalho entre faixas etárias;
- Tratar os outros como indivíduos, independentemente da sua idade;
- Alavancar os talentos e a experiência dos outros, independentemente da sua idade.

Destinatários

Profissionais que queiram desenvolver este tema para evolução profissional.

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Secretariado

Voltar ao Índice

- Técnicas Administrativas
- Assistente Administrativo
- Assistente Comercial
- Assistente Executiva
- Comunicação Escrita e Métodos Organização
- Comunicação Oral e Escrita
- Arquivo e Tratamento de Documentos
- Protocolo: Técnicas e Fundamentos
- Protocolo: Receções e Viagens
- Protocolo: Relações Públicas

B Técnicas Administrativas

Apoio Administrativo

- Organização
- Comunicação
- Atendimento

Descrição

A organização, a eficácia relacional, a gestão da informação e o recurso a novas tecnologias, bem como a comunicação e o domínio da língua inglesa são competências chave da função de assessor ou assistente de hoje.

O programa está concebido por forma a consolidar nos participantes, o conjunto de noções e técnicas imprescindíveis à obtenção de elevados índices de qualidade e produtividade na multiplicidade de ações que necessitam levar a cabo para o bom desempenho do respetivo cargo.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Maximizar a eficácia relacional;
- Exercer boas práticas de gestão da informação;
- Planear e sistematizar com eficiência, recurso a novas tecnologias;
- Utilizar as técnicas de comunicação;
- Exercitar métodos para uma organização eficaz;
- Demonstrar excelência na qualidade do atendimento e tratamento das diversas solicitações;
- Contribuir para a concretização de elevados índices de produtividade do seu sector.

Destinatários

Profissionais de Secretariado, em início de carreira.

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Assistente Administrativo

Apoio Administrativo

- Gestão de Tempo
- Controlo da Atenção
- Relacionamento

Descrição

Nas Organizações de hoje, o Apoio Administrativo e Comercial desempenha um papel cada vez mais relevante e são elos de ligação fundamental entre os vários Departamentos da empresa.

A eficácia relacional, a organização, a gestão da informação e do tempo, são competências chave da função e este programa está concebido por forma a consolidar nos participantes, o conjunto de noções e técnicas imprescindíveis à obtenção de elevados índices de qualidade e produtividade na multiplicidade de ações que necessitam levar a cabo para o bom desempenho do respetivo cargo.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Maximizar a eficácia relacional;
- Entender o valor de uma estrutura para a condução da sua atividade;
- Demonstrar excelência na qualidade do atendimento e tratamento das diversas solicitações;
- Considerar a importância do seu comportamento profissional para a satisfação e fidelização do Cliente;
- Empregar o tempo com foco nos objetivos, dando prioridade às tarefas úteis para os alcançar;
- Contribuir para os bons resultados do respetivo sector.

Destinatários

Profissionais do Secretariado

Investimento típico em tempo

1 dia – 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Assistente Comercial

Apoio Administrativo

- Fundamentos das Vendas
- Atitude Comercial
- Comunicação

Descrição

A organização, a eficácia relacional, a gestão da informação e o recurso a novas tecnologias, bem como a comunicação e o domínio da língua inglesa são competências chave da função de assessor, ou assistente de hoje.

O desempenho da atividade numa área comercial acresce a todas estas competências a necessidade de reforço das bases de atuação para vendas, com especial atenção aos contactos com clientes atuais ou futuros.

O programa está concebido por forma a consolidar nos participantes, o conjunto de noções e técnicas imprescindíveis à obtenção de elevados índices de qualidade e produtividade na multiplicidade de ações que necessitam levar a cabo.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Aplicar as competências nas principais atividades do secretariado: organização, classificação, tratamento da informação e uso de novas tecnologias, comunicação e expressão oral e escrita na língua inglesa;
- Alargar os conhecimentos e crescer profissionalmente;
- Maximizar a eficácia relacional;
- Considerar a importância do seu comportamento profissional para a satisfação e fidelização do Cliente;
- Relançar a sua carreira profissional numa ótica de elevado profissionalismo e competência;
- Contribuir para os bons resultados do respetivo sector.

Destinatários

Profissionais do Secretariado em atividade ou a iniciar carreira na Área de Vendas

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Assistente Executiva

Apoio Administrativo

- Organização
- Documentação Profissional
- Comunicar Eficazmente

Descrição

A organização, a eficácia relacional, a gestão da informação e o recurso a novas tecnologias, bem como a comunicação e o domínio da língua inglesa são competências chave da função de assessora e ou assistente de hoje.

O programa está concebido por forma a consolidar nos participantes, o conjunto de noções e técnicas imprescindíveis à obtenção de elevados índices de qualidade e produtividade na multiplicidade de ações que necessitam levar a cabo para o bom desempenho do respetivo cargo.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Aplicar as competências nas principais atividades do secretariado: organização, classificação, tratamento da informação e uso de novas tecnologias, comunicação e expressão oral e escrita na língua inglesa;
- Alargar os conhecimentos e crescer profissionalmente;
- Relançar a sua carreira profissional numa ótica de elevado profissionalismo e competência;
- Contribuir para os bons resultados do respetivo sector.

Destinatários

Secretariado Executivo, Assessores e Assistentes de Administração e Direção.

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 2 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Comunicação Escrita e Métodos Organização

Apoio Administrativo

- Comunicação e Linguagem
- O peso e o impacto das palavras
- Organização Pessoal

Descrição

As atuais exigências de rigor e salvaguarda dos compromissos e orientações de trabalho de qualquer atividade profissional tornam a comunicação escrita indispensável.

Mas para ser eficaz e realmente clara, a comunicação escrita tem de respeitar um conjunto de regras e cuidados ajustados à realidade à rapidez e diversidade com que os acontecimentos se sucedem, na organização.

Este programa consolida, nos Participantes, as melhores práticas de uma comunicação escrita cuidada e adequadamente percetível pelos destinatários, apoiando a organização

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Redigir documentos de forma clara e eficaz;
- Organizar a sua comunicação escrita por forma a ser esclarecedora e, simultaneamente, apelativa;
- Contribuir para criar documentos escritos personalizados, exatos, precisos e concisos;
- Obter elevados índices de produtividade na conceção e elaboração dos documentos que lhes sejam solicitados.

Destinatários

Profissionais do Secretariado e Assessores

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 2 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Comunicação Oral e Escrita

Apoio Administrativo

- Atitudes na Comunicação
- Elementos da Comunicação
- O peso e o impacto das palavras

Descrição

Comunicar tem sido uma constante na nossa vida desde que "acordámos" para o Mundo e comunicamos tão espontaneamente que só se nos esforçarmos, ou se alguém nos alertar é que paramos e refletimos na forma como o fazemos.

Estudar a comunicação implica estudar todo o nosso comportamento, porque em qualquer momento estamos a comunicar. Estamos constantemente a enviar e a receber mensagens através do modo como agimos.

Este Módulo pretende promover esse espaço de reflexão, explorando e desenvolvendo as técnicas que potencializam uma comunicação eficaz, uma vez que esta determina fortemente o modo como nos relacionamos com os outros.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Aplicar as competências nas principais atividades do secretariado: organização, classificação, tratamento da informação e uso de novas tecnologias, comunicação e expressão oral e escrita, também na língua inglesa;
- Alargar os conhecimentos e crescer profissionalmente;
- Relançar a sua carreira profissional numa ótica de elevado profissionalismo e competência;
- Contribuir para os bons resultados do respetivo sector.

Destinatários

Profissionais do Secretariado e Assessores

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Arquivo e Tratamento de Documentos

Apoio Administrativo

- Gestão Documental
- Armazenamento de Dados
- Organização

Descrição

O tratamento dos documentos, em função das políticas e procedimentos superiormente definidos, é uma das mais importantes componentes das responsabilidades de qualquer cargo de Assistente.

Desde os tridimensionais até aos eletrónicos, os documentos circulam cada vez mais, e é cada vez mais complexa, difícil e premente a sua otimização, face ao volume de informação.

Este programa proporciona noções e técnicas imprescindíveis à implementação das políticas e procedimentos adequados a cada caso concreto.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Contribuir para a melhoria da produtividade, através de uma melhor gestão dos documentos;
- Contribuir para a definição das linhas mestras de uma política de gestão documental do sector ou da organização;
- Conhecer os sistemas e soluções de armazenagem da informação e arquivo, disponíveis na atualidade;
- Adequar as noções e práticas interiorizadas às normas gerais e específicas da sua organização e da sua atividade.

Destinatários

Profissionais do Secretariado e quem necessite de melhorar neste tema

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Protocolo: Técnicas e Fundamentos

Apoio Administrativo

- Conceito de Protocolo
- Cumprimento de Normas
- Normas Protocolares

Descrição

As regras de convivência na sociedade contemporânea foram devoradas pelos acontecimentos de um passado próximo.

O convívio e as boas maneiras em sociedade, que são sinónimos de cortesia, estão cada vez mais esquecidos. Torna-se importante e imprescindível desenvolver e conceptualizar formas de atuação social profissional.

Este programa otimiza as melhores práticas de comunicação e convivência social e profissional em reuniões, seminários, conferências e eventos sociopolíticos.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Interpretar e adotar o conceito de Protocolo Organizacional;
- Aplicar as normas Protocolares e as suas diferentes vertentes;
- Desenvolver capacidades de relacionamento e operacionalidade características da função;
- Gerir espaço e tempo no relacionamento pessoal de base institucional;
- Dominar as práticas do correto tratamento social.

Destinatários

Técnicos de Relações Públicas e de Protocolo; Assistentes Direção

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Protocolo: Receções e Viagens

Apoio Administrativo

- Planeamento de Viagens
- Alocação de Recursos
- Procedimentos Protocolares

Descrição

Todas as culturas encontram, na sua origem, a realização de reuniões nas quais as pessoas se agrupam para partilhar sentimentos, celebrar acontecimentos ou acolher visitantes distintos. As Receções e as Viagens, enquanto acontecimentos muitas vezes interligados, comportam exigências específicas em matéria de planeamento e atuação, com conceitos e práticas cujo domínio é imprescindível.

O Módulo de Receções e Viagens do Programa de Protocolo foi concebido para otimizar, nos participantes, um conjunto de noções e técnicas de preparação, organização e acompanhamento dos vários tipos de receções e viagens que envolvam individualidades públicas ou privadas.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Interpretar os objetivos que lhes sejam traçados como base da maximização de recursos no planeamento de Receções e Viagens, propondo os modelos de atuação mais adequados;
- Planear e preparar Receções e Viagens de forma suficientemente capaz de suscitar envolvimento e compromisso das pessoas envolvidas, para assegurar a resposta certa no momento certo;
- Apoiar o decurso de Receções e Viagens, intervindo com descrição para antecipar a introdução de ajustes que evitem potenciais desagrados;

Destinatários

Técnicos de Relações Públicas e de Protocolo; Assistentes Direção

Investimento típico em tempo

1 dias - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Protocolo: Relações Públicas

Apoio Administrativo

- Imagem Pessoal
- Acompanhamento de Visitas
- Preparação e Suporte a Reuniões

Descrição

No âmbito das relações humanas em Protocolo, as Relações Públicas envolvem todos os comportamentos necessários para projetar uma imagem positiva e real da identidade de Individualidades e Organizações públicas ou privadas. Por isso, saber estar e saber participar são, hoje e cada vez mais, o reflexo da aplicação de princípios, conceitos e comportamentos de tão vasta abrangência no âmbito do Protocolo. Os Profissionais de Protocolo necessitam ter consolidado o domínio de padrões de conduta nos contactos sociais.

O Módulo de Relações Públicas do Programa de Protocolo está concebido por forma a, dotar os Participantes dos conhecimentos, regras e práticas do saber estar e saber participar, apoiando profissionalmente os mais variados tipos de eventos.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Aplicar, no quotidiano, a componente de relações públicas da Missão de Protocolo;
- Adotar posturas e comportamentos de elevado profissionalismo em todos os contactos sociais;
- Falar, em público, com segurança e sobriedade;
- Prestar apoio à orientação das pessoas, nos eventos;
- Receber e acolher socialmente, os superiores, visitantes ou participantes em qualquer tipo de evento;
- Projetarem distinção, sobriedade e competência mesmo nas situações mais inesperadas e desafiantes

Destinatários

Técnicos de Relações Públicas e de Protocolo; Assistentes Direção

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Logística & Compras

Voltar ao Índice

- Logística: Fundamentos
- Supply Chain Management
- Logística e Gestão de Stocks
- Formação de Operacionais de Armazém
- Treino de Profissionais de Compras
- Gestão de Compras
- Direção e Organização das Compras
- Gerir e Motivar Equipas de Compras
- Técnicas de Negociação para Compradores

Logística: Fundamentos

Logística

- Conceito de Logística
- Logística da Distribuição
- Aprovisionamento

Descrição

Numa envolvente de mundialização, a busca da competitividade faz-se através da organização global da logística. Para a empresa, isto significa conhecimento perfeito sobre Ganhos a obter e Trabalho com fornecedores e Clientes.

Ao nível operacional, pretende-se estender os conceitos aos fornecedores e Cliente, através de uma coordenação de fluxos e de uma comunhão de informação, numa visão que é a do Cliente real e numa vontade de privilegiar o longo prazo, partilhando riscos e ganhos.

Este programa permitirá consolidar métodos e ferramentas imprescindíveis para um entendimento e prática das variáveis da respetiva missão.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Participar na implementação de uma estratégia logística;
- Organizar os fluxos do Fornecedor ao Cliente;
- Implementar politicas de transportes adaptada à realidade;
- Participar na definição de uma politica de compras tendo em vista uma otimização da gestão de stocks e adaptada adaptadas às reais necessidades do mercado;
- Negociar transversalmente com os Fornecedores.

Destinatários

Profissionais de logística, Serviços Gerais, Aprovisionamento e Compras

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 2 horas

Modalidade

Presencial

Voltar ao Índice

Supply Chain Management

Logística

- Gestão do Canal de Abastecimento
- Sistema de Informação
- Logística da Distribuição

Descrição

Numa envolvente de mundialização, a busca da competitividade faz-se através da organização global da logística. Para a empresa, isto significa conhecimento perfeito sobre Ganhos a obter e Trabalho com fornecedores e Clientes.

Ao nível operacional, pretende-se estender os conceitos aos fornecedores e Cliente, através de uma coordenação de fluxos e de uma comunhão de informação, numa visão que é a do Cliente real e numa vontade de privilegiar o longo prazo, partilhando riscos e ganhos.

Este programa permitirá consolidar métodos e ferramentas imprescindíveis para um entendimento e prática das variáveis da respetiva missão.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Participar na implantação de uma estratégia logística;
- Organizar os fluxos do Fornecedor ao Cliente final;
- Saber organizar um Entreposto ou Armazém Regional;
- Gerir um Entreposto e os fluxos de Distribuição;
- Implementar uma política de transportes adaptada à realidade;
- Definir e implementar uma política de compras;
- Adaptar e gerir os stocks face à realidade e às necessidades do mercado;
- Negociar transversalmente e com os Fornecedores.

Destinatários

Profissionais de logística, Serviços Gerais, Aprovisionamento e Compras

Investimento típico em tempo

3 dias - 24 Horas – Módulos de 8 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Logística e Gestão de Stocks

Logística

- Stocks na Empresa
- Stocks versus Logística
- Gestão de Stocks

Descrição

As técnicas de gestão de stock raramente são ensinadas às pessoas que entram para esta função. Mas, as consequências de uma deficiente gestão de stocks, roturas, stock excessivo, monos... fazem-se sentir ao nível dos resultados da empresa e ao nível do serviço.

Este programa consolida ferramentas e métodos tendo em vista a eliminação destes problemas e um cada vez mais aperfeiçoado desempenho reduzindo o volume de capital empatado em stock e gerindo adequadamente os armazéns.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Saber Calcular Stocks a partir do Histórico;
- Definir Planos de Aprovisionamento baseados nos Planos de Vendas;
- Implementar politicas de gestão de stocks adaptadas às reais necessidades da empresa;
- Saber conceber e implementar ações corretivas;
- Seguir a atividade através de indicadores.

Destinatários

Profissionais de Armazém, com potencial de evolução; Gestores de Stocks em início de carreira

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial

Voltar ao Índice

B Formação de Operacionais de Armazém

Armazém

- Armazém na Empresa
- Sistemas de Armazenagem
- Informática e Gestão do Armazém

Descrição

Na atual conjuntura de forte desenvolvimento económico, as organizações têm necessidade de desenvolver novas competências dos seus recursos humanos.

Este programa, transmite e reforça as competências imprescindíveis a cada um, para poder desempenhar com profissionalismo as tarefas características a um armazém: rececionar, armazenar, preparar encomendas e expedir

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Compreender e saber implementar os objetivos estratégicos, para o sector;
- Levar em consideração as expectativas dos Clientes internos e externos;
- Otimizar os resultados do sector;
- Conhecer técnicas e terminologia da armazenagem e da logística;
- Seguir atividade através de indicadores operacionais;
- Saber conceber e implementar ações corretivas;
- Orientar e motivar, com eficácia, a equipa de trabalho.

Destinatários

Operacionais de armazém; Fieis e Encarregados de Armazém

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial

Voltar ao Índice

Treino de Profissionais de Compras

Compras

- Ferramentas das Compras
- Necessidades
- Negociação de Compras

Descrição

A crescente pressão sobre preços e prazos de entrega, confronta as empresas com a permanente necessidade de reforço das competências de compra.

Para responder aos atuais desafios, este programa transmite e consolida, pela prática, conceitos e técnicas para planear e gerir atividades de compras, bem sucedidas.

Por outro lado, os participantes aprendem a gerir e maximizar um orçamento de compras, centrando-se na satisfação do cliente interno e externo.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Cultivar as boas práticas da função;
- Seguir a atividade através de indicadores;
- Saber conceber e implementar um orçamento de compras;
- Aperfeiçoar e agilizar a organização das compras;
- Entender a necessidade de uma interação fluida e harmoniosa das compras e dos compradores com as restantes áreas da empresa;
- Contribuir para a racionalização das compras, otimizando custos e prazos de fornecimento;
- Dominar competências práticas da atividade de compras;
- Incutir em todas as práticas um forte respeito pelos valores da ética profissional.

Destinatários

Operacionais e Assistentes de compras

Investimento típico em tempo

3 dias - 24 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Gestão de Compras

Chefias Compras

- Posicionamento Das Compras
- Gestão Equipas
- Gestão das Compras

Descrição

A crescente pressão sobre preços e prazos de entrega, confronta as empresas com a permanente necessidade de reforço das competências de compras.

Para responder aos atuais desafios, este programa transmite e consolida, pela prática, conceitos e técnicas para planear e gerir equipas de compras, bem sucedidas, permitindo identificar constrangimentos e atuar por forma a transformá-los em oportunidades.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Maximizar o benefício das compras;
- Compreender a Importância e o Enquadramento Estratégico da Função Compras numa Organização;
- Implementar métodos de compras racionais e concretos para melhorar qualidade, serviços e prazos de entrega;
- Aplicar alargadas competências de gestão com fornecedores;
- Identificar e quantificar constrangimentos e riscos;
- Apresentar propostas realistas de melhoria;
- Incutir em todas as práticas um forte respeito pelos valores da ética profissional.

Destinatários

Compradores Sénior com potencial de chefia; Chefias de compras

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Direção e Organização das Compras

Chefias Compras

- Política e estratégia
- As compras face ao e-procurement
- Função Diretor de Compras

Descrição

A mundialização da economia e a implantação progressiva da internet são, cada vez mais, os catalisadores dos negócios. Em resposta à reatividade dos mercados, a direção das compras tem necessidade de adaptar, permanentemente, as suas estratégias e organização.

Cabe à direção de compras, a tomada de decisões estratégicas para, face às opções identificadas, transformar o seu sector no gerador de ganhos privilegiados afirmando-se como contribuinte, por excelência, para os bons resultados finais.

O programa debate e exercita o conjunto de noções e procedimentos aplicáveis às exigências acima contextualizadas.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Definir e comunicar políticas e estratégias de compras;
- Desenhar e implementar uma organização de compras, adequada às exigências atuais;
- Motivar todos os intervenientes na materialização e implementação das estratégias de compras, por forma a atingirem os resultados pretendidos;
- Aplicar, com fundamento, as boas práticas do cargo;
- Incutir em todas as práticas um forte respeito pelos valores da ética profissional.

Destinatários

Diretores de compras; Chefes com potencial de direção

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Gerir e Motivar Equipas de Compras

Chefias Compras

- Missão da Gestão
- Fatores Motivacionais
- Detetar e Desenvolver Talentos

Descrição

A contribuição das compras para o crescimento da margem, nos resultados da empresa, é o principal desafio do sector. Esta pressão sobre resultados, confronta os compradores com a necessidade de permanente criação de valor.

Assim, gerir e harmonizar estas variáveis constitui o núcleo da atividade para tornar possível o atingimento sustentado de objetivos cada vez mais ambiciosos.

Neste programa, os participantes integram e exercitam os conceitos e práticas adequados à superação destes desafios.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Aplicar práticas de gestão quotidiana;
- Estimular a motivação em cada comprador;
- Reforçar a eficácia dos seus colaboradores;
- Consolidar o espírito de grupo;
- Garantir a orientação de todos para os resultados;
- Incutir em todas as práticas um forte respeito pelos valores da ética profissional.

Destinatários

Chefias e Diretores de Compras

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Técnicas de Negociação para Compradores

Compras

- Postulados de Comprador
- Compromissos do Vendedor
- Negociação

Descrição

As crescentes exigências do ambiente de negócios, em todos os sectores da atividade, impõem o reforço de competências na área comportamental. As boas intenções, quando inadequadamente expressas podem provocar impactos perversos e duradoiros.

Neste programa, os participantes consolidam as noções e técnicas de orientação das entrevistas de compras, por forma a motivar os vendedores para trocas de impressões proveitosas, nas quais lhes seja possível responder, adequadamente, às necessidades e constrangimentos dos clientes.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Demonstrar atenção, sem se comprometerem;
- Recolher o máximo de informação útil sobre os temas com interesse para a compra em questão;
- Iniciar a entrevista de compra de forma cordial e incentivadora de uma troca proveitosa de informações, com vista à convergência de interesses;
- Preparar as entrevistas de compra, por forma a definir finalidades e objetivos, prioridades, limites da negociação e prazos de atuação;
- Estruturar a argumentação de modo a fomentarem, no vendedor, a vontade de corresponder às suas solicitações;
- Fomentar sucessivos compromissos do vendedor, até à concretização do seu objetivo.

Destinatários

Intervenientes no processo de compras; Chefias de compras

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Gestão & Qualidade

Voltar ao Índice

- Gestão da Formação
- Balanced Scorecard
- Avaliação de Desempenho
- Finanças para não Financeiros
- Providenciar Valor Comercial
- Empreendedorismo e Plano de Negócios
- Gestão de Unidades de Negócio
- Estratégia Empresarial e Marketing
- Plano, Programa e Orçamento
- Internacionalização
- Gestão de Projetos
- Fundamentos da Gestão
- Analisar Benefícios e Refinar Soluções
- Necessidades Empresariais e Soluções
- Fundamentos de Análise de Negócios
- Pensamento Crítico e Resolução de Problemas
- Legislação Laboral
- Gestão da Qualidade

B Gestão da Formação

Gestão

- Plano de Formação
- Estratégia e Formação
- Avaliação da Formação

Descrição

As organizações mais bem sucedidas são aquelas que investem no desenvolvimento continuado das suas pessoas. Estas organizações disponibilizam formação para as pessoas de uma forma sistemática, estratégica e planeada. A investigação empírica sobre o impacto da formação tem demonstrado que esses resultados positivos dependem tanto do que acontece no período da formação como do envolvimento dos participantes, antes e depois da formação.

Este é o papel central da gestão da formação: assegurar as condições necessárias para a execução eficaz de processos formativos.

Nesta formação, serão trabalhadas todas as condições estratégicas e operacionais para conceber, executar e avaliar projetos de formação, bem como o papel específico de gestor ou coordenador de formação.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Enquadrar as atividades de gestão da formação na estratégia de desenvolvimento da organização;
- Gerir, com eficácia, os processos formativos de uma organização, segundo padrões de qualidade;
- Proceder ao levantamento das necessidades de formação;
- Transformar as necessidades em ações de treino e formação;
- Elaborar o Plano de Formação e Selecionar os Fornecedores;
- Implementar e controlar a implementação de um Plano de Formação;
- Avaliar e Caracterizar as atividades de planeamento, organização, promoção, coordenação e avaliação de projetos de formação.

Destinatários

Coordenadores e Técnicos de Formação e Recursos Humanos; Formadores; Empresários.

Investimento típico em tempo

40 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Balanced Scorecard

Gestão

- Empreendedorismo
- Posicionamento
- Trabalho em Equipa

Descrição

A formulação e implementação de estratégias empresariais é um processo de gestão que visa um conjunto de processos de tomada de decisão a médio e longo prazo, envolvendo decisões a nível de Pessoas e Processos na empresa, definição de objetivos de desenvolvimento e crescimento e, muito em especial, a fatores chave de sucesso, relativos nomeadamente, à definição do negócio, dos seus produtos/serviços, clientes alvo, posicionamento relativamente à concorrência e fornecedores.

O Balanced Scorecard aborda de forma estruturada, os fundamentos do comportamento organizacional e da cultura de empresa, a Estratégia e os modelos de gestão, as formas de Liderança e Gestão de Equipas, o processo de tomada de decisão, assim como as metodologias utilizadas na gestão interna de recursos humanos, técnicos e financeiros.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Integrar os conceitos fundamentais associados à Gestão, como a Economia, Sociologia, Psicologia, aplicados na vertente da liderança e do apoio à tomada de decisão na organização;
- Desenvolver uma consciência crítica sobre o conhecimento, razão e realidade organizacional, empresarial e profissional;
- Refletir e atuar criticamente, compreendendo a sua posição e função na estrutura da organização;
- Desenvolver a capacidade para resolver problemas complexos de forma criativa e em equipa, de modo a apoiar sustentadamente uma decisão organizacional/ empresarial;
- Desenvolver a capacidade de liderança e de trabalho em equipa;
- Desenvolver a sensibilidade para a gestão da mudança e empreendedorismo.

Destinatários

Empresários e quadros médios de empresas

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Avaliação de Desempenho

Gestão

- Instrumentos da Avaliação de Desempenho
- Vantagens e Benefícios
- Aumentar a Motivação

Descrição

Para responder aos atuais desafios do mercado, todas as organizações devem desenvolver, constantemente, as competências dos seus Recursos Humanos.

Este programa reforça nas Chefias, a capacidade de desenvolver nos seus Colaboradores, as competências imprescindíveis a um adequado desempenho.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão:

- Conscientes da importância da Avaliação de Desempenho como forma de desenvolvimento dos Recursos Humanos;
- Aptos a entender as Vantagens e Benefícios da Avaliação de Desempenho;
- Sensibilizados para os erros que devem evitar;
- Aptos a fazer a Entrevista de Avaliação de Desempenho.

Destinatários

Profissionais com necessidade de preparar e conduzir avaliações

Investimento típico em tempo

1 dia - 8 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Finanças para não Financeiros

Gestão

- Contabilidade Empresarial
- Tesouraria
- Financiamentos

Descrição

Os imperativos económico-financeiros obrigam a avaliar o impacto das decisões à luz de vários rácios que importa dominar para sustentar a necessidade e oportunidade dos investimentos propostos.

O programa consolida os conceitos e práticas essenciais à análise económico-financeira dos negócios, na ótica da empresa e do cliente.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Ler e interpretar uma Contabilidade empresarial;
- Ler e interpretar os principais instrumentos de gestão financeira e contabilística (Balanço, Demonstrações de Resultados, Contas de Exploração);
- Utilizar rácios e indicadores de gestão para fundamentar tomadas de decisão;
- Gerir a tesouraria da empresa;
- Identificar e utilizar os diversos tipos de financiamento disponíveis;
- Planear e Controlar a atividade financeira e os investimentos da empresa;
- Conhecer as obrigações legais da empresa em matéria fiscal.

Destinatários

Quadros Médios

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Providenciar Valor Comercial

Gestão

- Qualidade da Decisão
- Projetos
- Gestão Orçamental

Descrição

Providenciar Valor Comercial fornece uma visão geral da perspicácia financeira e empresarial e das competências de análise necessárias para garantir que o trabalho baseado em projetos resulta em verdadeiro valor para o negócio.

Não só os participantes ganham conhecimento e competências no planeamento financeiro enquanto lideram o trabalho baseado em projetos, mas também aprendem a tomar decisões financeiras mais inteligentes que conduzem a melhores resultados do negócio.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Explicar os princípios fundamentais do valor do tempo, do dinheiro e da gestão financeira;
- Definir a criação de valor e o que o impulsiona;
- Descrever a composição das demonstrações financeiras e avaliá-las;
- Explicar a importância da previsão e criar previsões eficazes;
- Avaliar o risco do projeto;
- Incorporar os benefícios pretendidos na liderança global do trabalho.

Destinatários

Empresários e quadros médios de empresas

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Empreendedorismo e Plano de Negócios

Empreendedorismo

- Marketing
- Estratégia e Investimento
- Vendas

Descrição

Criar um novo negócio ou crescer, desenvolver ou recriar a estrutura de um negócio já existente tendo em conta a inovação, implica alinhamento de processos, visão, conhecer o mercado e ponderar sobre como podemos levar os nossos produtos e serviços aos seus destinatários no momento certo, nas condições desejadas e pelo valor justo.

É necessário além da criatividade, uma atitude empreendedora, perspetiva e algum trabalho de planeamento, desenho de objetivos e metas, estudo do mercado e da industria, assim como o bom uso das técnicas e ferramentas de gestão e marketing. Uma estratégia de comunicação alinhada a fatores de posicionamento e de diferenciação do produto/serviço bem definidos, permite a competitividade e a rentabilidade desejada

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Compreender a necessidade de realizar um plano de negócios estruturado e credível e de respeitar as fases de desenvolvimento do projeto, desde o trabalho de estudo e de marketing ao plano financeiro/investimento, culminando nos planos de ação, orçamentados e previstos no tempo;
- Saber adequar a estratégia de mercado correta à implementação da ideia de negócio e utilizar as ferramentas de marketing para analisar e conhecer o mercado as suas tendências e oportunidades;
- Diferenciar os potenciais clientes pela segmentação e pelas suas caraterísticas e reconhecer o perfil e as potenciais necessidades do seu target adequando o plano de comunicação à medida das mesmas;
- Definir objetivos realistas e implementar o plano de negócios e os planos de ação operacionais desenhados para o sucesso do novo negócio.

Destinatários

Gestores, responsáveis de negócios

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Gestão de Unidades de Negócio

Gestão

- Processo de Relação com Clientes
- Fundamentos da Organização & Gestão de Empresas
- Produto e Concorrência

Descrição

Pelo mero facto de interagirem com o ambiente de marketing, todas as organizações, necessitam atingir resultados, consubstanciados em:

Clientes conquistados, num ambiente fortemente competitivo, qualquer que seja o sector de atividade onde atua.

Transações rentáveis, perante clientes extremamente sensibilizados para redução de custos e, crescentemente, preparados para comprar.

Com base na Missão, Visão e Valores da empresa, neste programa debateremos os fundamentos da Gestão de Unidades de Negócio e respetiva Gestão do Processo de Relação com Clientes.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Caracterizar, com objetividade, as atuais condicionantes do ambiente de marketing para consolidar, nos Participantes, o apropriado enquadramento da missão de gestão comercial;
- Aprofundar, nos Participantes, a consolidação de noções e técnicas de organização da atividade comercial por forma a assegurar otimização de meios e recursos;
- Facilitar o domínio das mais atuais e atuantes "ferramentas" de gestão do processo de relação com clientes.

Destinatários

Quadros Superiores

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Estratégia Empresarial e Marketing

Gestão

- Marketing
- Investimento
- Estratégia

Descrição

Uma estratégia bem definida considerando as variáveis de mercado, as necessidades especificas dos mercados potenciais e os recursos existentes e disponíveis na empresa, permite uma implementação bem sucedida e levar o negócio aos resultados desejados.

As decisões sobre as iniciativas a desenvolver, os mercados a apostar, que produtos e serviços devemos explorar, devem ser ponderadas e bem equacionadas no tempo e custo. A ter em conta a natureza da empresa, maturidade e dimensão do seu mercado, concorrência, objetivos e tarefa. Assim como a preocupação e respeito em todas as ações a desenvolver relativamente à imagem, posicionamento, postura e notoriedade são fundamentais.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Perceber a importância de planear e definir uma estratégia de negócio adequada para a empresa nas diferentes fases de desenvolvimento;
- Compreender relevância de uma missão, visão e valores bem definidos, assim como orçamentos, objetivos e metas, claros e quantificáveis e realistas;
- Conhecer os princípios de gestão estratégica das organizações, a nível de mercado, respeitando internamente as suas várias áreas.
- Reconhecer as implicações internas da escolha de estratégias de crescimento basilares, pela diversificação, penetração, expansão de mercado pela internacionalização, parcerias ou representações;
- Saber aplicar as principais ferramentas de marketing e apoio à gestão, análise swot, pert, gantt, ABC, funil de vendas, distribuição geográfica e rotas, etc.;
- Consolidar as fases de um plano estratégico e saber implementar, acompanhar, avaliar e ajustar as variáveis do projeto ao logo do tempo.

Destinatários

Gestores e Quadros empresariais

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Plano, Programa e Orçamento

Gestão

- Gestão Orçamental
- Forecast
- Planeamento

Descrição

Uma empresa é um sistema que aumenta os recursos nela investidos. Os recursos têm um valor económico e, portanto, os resultados esperados em relação às atividades exercidas devem ser expressos em valores. Sem controlo, o processo de planeamento e orçamentação seria limitado e pouco atuante. Os sistemas orçamentais têm por objetivo identificar o futuro, podendo desenvolver-se num contexto mais ou menos descentralizado ou de maior ou menor delegação.

O programa está concebido por forma a consolidar nos participantes, o conjunto de noções e técnicas imprescindível para um bom desempenho no seu cargo.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Definir a importância da gestão orçamental;
- Exercer boas práticas de gestão orçamental;
- Entender os vários tipos de orçamento existentes e saber qual o que melhor se adapta à sua realidade;
- Entender os diversos efeitos da inflação nos vários segmentos do sistema orçamental e tratar adequadamente cada peça orçamental;
- Conceber um Plano, Programa e Orçamento, capaz de regular o sistema de planificação da Organização.

Destinatários

Empresários, quadros médios e superiores de empresas

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Internacionalização

Internacionalização

- Marketing Internacional
- Estratégia Empresarial
- Marketing Relacional

Descrição

O marketing nas empresas, que atuam em mercados cada vez mais alargados, é uma questão essencial para a sua sobrevivência e um tema central da sua gestão. Será então fundamental que os colaboradores consigam preparar-se para um mercado onde as fronteiras entre o nacional e internacional se vão esbatendo.

Com esta ação, os colaboradores da passam a ter competências ao nível da identificação de boas oportunidades de negócio, conceção de uma atuação capaz de aproveitar essas oportunidades com sucesso, que inclui todo o processo de análise, planeamento e implementação de ações que permitam alcançar os seus objetivos através da satisfação das necessidades e desejos dos clientes, ao nível dos mercados internacionais.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Reconhecer a internacionalização como estratégia de gestão e o marketing como componente fundamental do séc. XXI;
- Identificar as funcionalidades e possibilidades do marketing internacional;
- Diferenciar as várias formas de comércio na internet e o papel desempenhado pelo marketing;
- Compreender os fundamentos do marketing e comunicação na gestão e evolução das marcas;
- Conhecer as principais opções estratégicas de internacionalização e garantir as competências necessárias que lhes permita desenvolver essas estratégias no futuro.

Destinatários

Responsáveis de Negócio e Internacionalização

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Gestão de Projetos

Projetos

- Áreas de um Projeto
- Coordenação de Equipas
- Planeamento

Descrição

A gestão de projetos tem vindo, cada vez mais, a ser uma preocupação por parte dos gestores de topo, pois apenas a aplicação de conhecimentos e técnicas científicas permitem a gestão eficaz do âmbito, tempo, custo e qualidade de um projeto.

Este curso foi desenhado para todas as pessoas que pretendam conhecer a terminologia, os processos e as técnicas aplicadas nesta área. A metodologia desta ação facilita o processo de aprendizagem e permite ao formando um progresso rápido e eficaz, preparando-o para ser um gestor de projeto profissional.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Divulgar e discutir os conceitos básicos necessários ao gestor de projetos/obras;
- Identificar e gerir cada etapa do ciclo de vida de um projeto;
- Definir objetivos internos e externos e garantir a satisfação dos stakeholders;
- Identificar as principais áreas e processos da gestão de projetos;
- Utilizar técnicas para planear, executar e controlar o âmbito, o custo, o tempo e a qualidade do projeto;
- Identificar e responder os riscos dos projetos;
- Gerir equipas de alta performance.

Destinatários

Responsáveis pela gestão de projetos;
Quadros técnicos

Investimento típico em tempo

3 dias - 24 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Fundamentos da Gestão

Gestão

- Clima Organizacional
- Gestão de Equipas
- Ciclo da Gestão

Descrição

Os tempos atuais requerem algo mais para se ser líder de um grupo, as características tradicionais são importantes, mas o comportamento também. Uma nova visão para os gestores de Pessoas faz-se necessária, mais flexível e com enfase nas mudanças tecnológicas. Assim, as decisões devem ser mais do que o esperado, os líderes devem ousar com audácia, querer com vigor, ouvir e saber com inteligência.

A posição de gestor está mais complexa e sofisticada e requer muito mais do que uma motivação acima da média. Exige uma visão sistémica orientada para resultados. Para isso terá que garantir qualidade, melhorar constantemente a produtividade e otimizar os recursos, entre eles o tempo, porque não se esgota.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Conhecer os princípios e as funções basilares do gestor na organização;
- Reconhecer a relevância da Estrutura na gestão de Pessoas e Processos;
- Compreender a importância do papel do Líder na gestão para a produtividade;
- Saber aplicar as ferramentas da motivação na gestão de pessoas e equipas;
- Reconhecer a importância da análise no processo de resolução de problemas e na tomada de decisão;
- Saber aplicar as técnicas da gestão de tempo e prioridades;
- Compreender e saber analisar as variáveis do clima organizacional.

Destinatários

Empresários e quadros médios de empresas

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Analisar Benefícios e Refinar Soluções

Gestão

- Impulsionar Resultados
- Perspetiva Global
- Mudança

Descrição

Analisar benefícios e refinar soluções aplica uma abordagem à utilização de competências de análise de negócios que abordam o trabalho necessário para garantir que uma solução, uma vez em vigor, realmente fornece o valor de negócio que se esperava da mesma e com capacidade para otimizar esse valor ao longo da sua vida útil.

Este curso explora o período após o desenvolvimento e implementação da solução. Este pode ser um momento em que não existe um gestor de projeto identificado, mas quando uma organização deve estar a avaliar a solução para garantir que está a fornecer o valor que se destinava a fornecer. A análise do negócio continua a ser crítica neste momento.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Descrever como as soluções de projeto e programa proporcionam benefícios que contribuem para objetivos estratégicos da empresa;
- Medir, acompanhar, avaliar e gerir as soluções que com vista a proporcionar os benefícios necessários;
- Definir o papel da gestão da mudança, melhoria contínua e tecnologia na forma como as soluções são implementadas com sucesso.

Destinatários

Chefias de primeira linha e nível médio

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Necessidades Empresariais e Soluções

Gestão

- Inovação
- Foco no Cliente
- Gerir Complexidade

Descrição

Este programa é projetado para fornecer os conhecimentos necessários para começar a trabalhar na identificação das necessidades do negócio e analisar os benefícios de várias opções de solução para ajudar a limitar as escolhas antes do trabalho começar.

Em particular, este curso "precede" o típico ciclo de vida do projeto à medida que estabelece os benefícios, valor e possibilidades que a mudança pode trazer, que depois se tornam o foco da fase de iniciação de um projeto para implementar essas alterações e executar a estratégia.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Explicar os conceitos de necessidades empresariais e iniciativas de mudança de valor.
- Descrever a importância de casos de negócio para a recomendação da solução;
- Usar a análise do estado atual para identificar necessidades e objetivos do negócio;
- Relacionar a disciplina de gestão de benefícios com a recomendação de solução;
- Utilizar as partes interessadas e a análise da capacidade para planear o futuro;
- Realizar avaliações de viabilidade sobre alternativas de solução;
- Desenvolver e apresentar casos de negócio a favor ou contra potenciais soluções.

Destinatários

Chefias de primeira linha e nível médio

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Fundamentos de Análise de Negócios

Gestão

- Perspetiva Global
- Estratégia
- Adaptabilidade

Descrição

Fundamentos da Análise de Negócios aborda todo o âmbito da análise do negócio: antes, durante e depois de ser implementada uma solução, incluindo também a análise de negócios empresariais.

Este curso olha para toda a organização e como a análise de negócios é aplicada na articulação e priorização das necessidades do negócio, identificando e avaliando opções de solução, fazendo recomendações, definindo o âmbito da solução, a gestão de requisitos dentro de um projeto, apoiando uma solução uma vez em vigor, garantindo que os objetivos do negócio são cumpridos e melhorando continuamente a solução para aumentar o seu valor.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Aplicar a análise de negócios ao nível da empresa;
- Compreender como modelar os componentes da empresa e como trabalham em conjunto;
- Identificar o que os seus clientes consideram ser um bom valor para ajudar na formulação de estratégia;
- Explicar como uma organização pode aumentar a eficácia das suas pessoas e dos seus ativos através da análise da empresa;
- Aplicar análise empresarial para implementar iniciativas de melhoria.

Destinatários

Empresários e Chefias com potencial de desenvolvimento

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Pensamento Crítico e Resolução de Problemas

Gestão

- Coragem
- Autoconsciência
- Agilidade

Descrição

Pensamento Crítico e Resolução de Problemas aborda os cinco tipos de pensamento necessários em ambientes de negócios: Estratégico, tático, analítico, inovador e implicador. Trabalha ainda um processo em cinco etapas para responder a problemas/oportunidades de negócio: Identificar e analisar problemas/oportunidades, analisar o ambiente, explorar respostas potenciais, selecionar a resposta ideal e implementar a resposta ideal.

O curso inclui exercícios e estudos de caso, para que os participantes possam praticar usando as diferentes abordagens de pensamento para alcançar o máximo de resultados.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Usar diferentes abordagens de pensamento em momentos diferentes para obter melhores resultados;
- Gerar respostas inovadoras a problemas e oportunidades de negócio;
- Avaliar as suas preferências de estilo de pensamento;
- Pensar no presente para se preparar para o futuro;
- Determinar a raiz dos problemas e oportunidades de negócio;
- Aplicar diferentes tipos de pensamento para uma melhor análise e resolução de problemas;
- Avaliar as possíveis respostas com precisão para selecionar uma resposta ideal;
- Conceber e executar planos de ação apropriados.

Destinatários

Profissionais que queiram desenvolver este tema para evolução profissional.

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Legislação Laboral

Legislação

- Função RH
- Efetivos da empresa
- Prémios e Gratificações

Descrição

O quadro de integração das pessoas na vida da empresa carece necessariamente da adequada observância do disposto na lei.

Mas, a legislação laboral não deve servir para esconder ou iludir a incapacidade da organização definir as suas próprias práticas de gestão e comprometer as pessoas com elas.

O direito do trabalho não impede de fazer o necessário para assegurar bons resultados do trabalho das pessoas.

Importa conhecê-lo e saber utilizá-lo para nele enquadrar o que se quer fazer.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Entender o fundamento da legislação laboral em vigor;
- Saber integrar as suas medidas de gestão de recursos humanos no âmbito da lei;
- Integrar as decisões de admissão, mudança ou dispensa de pessoas na lei vigente;
- Fixar esquemas de compensação do desempenho em sintonia com quadro legal aplicável;
- Contribuir para a máxima eficiência de gestão dos seus recursos humanos.

Destinatários

Empresários e quadros médios de empresas

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

B Gestão da Qualidade

Qualidade

- Conceitos básicos da Qualidade
- Gestão por Processos
- Melhoria Contínua

Descrição

Com esta ação, pretende-se sensibilizar os participantes para o significado e etapas da construção de um sistema de gestão de qualidade (SGQ) aprofundando os seus conhecimentos nas normas de referência da série 9000.

Como sempre, a Formação privilegia a aplicação prática, através da realização de exemplos práticos, de modo a permitir aos participantes, a transposição de saberes para as suas realidades profissionais.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Conhecer os princípios, conceitos e critérios básicos da qualidade, dos SGQ;
- Conhecer os requisitos da normas;
- Identificar processos e metodologias de melhoria continua do seu desempenho;
- Conhecer metodologias, dificuldades e soluções para implementação e manutenção de SGQ;
- Identificar e implementar metodologia da auditoria da qualidade;
- Identificar as Não Conformidades mais frequentes em auditoria segundo as normas em curso;
- Conhecer as fases do Processo de Certificação.

Destinatários

Quadros Técnicos na área da Qualidade

Investimento típico em tempo

2 dias - 16 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Idioma Inglês

Voltar ao Índice

- Business English
- Inglês para Vendedores

aliados para resultados | Basilaris

Business English

Empresarial

- Comunicação Oral
- Comunicação Escrita
- Gramática

Descrição

Este curso composto por 6 módulos distribuídos por 6 sessões (4 horas cada) no total de 24 horas, no âmbito da comunicação - oral e escrita e com as seguintes temáticas: Atendimento, Reuniões, Apresentações, Negociação e Networking.

Em cada uma destas sessões haverá um período de tempo reservado à prática gramatical, uso de vocabulário técnico e estruturação de frases e expressões comumente utilizadas no Inglês Empresarial (Business English).

A formação irá na prática desenvolver as capacidades comunicacionais dos formandos nestas áreas específicas de atuação, sendo proposto como projeto final uma apresentação de um projeto, do próprio, à escolha do formando.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Alavancar as suas competências práticas na comunicação em língua inglesa, falada e escrita em contexto profissional, assim como comunicar melhor no seu dia a dia de trabalho em inglês empresarial;
- Desenvolver facilidades de compreensão na leitura, escrita e gramática, melhorar a pronúncia e fluência na conversação, e utilizar vocabulário específico e técnico necessário a uma adequada comunicação profissional;
- Ter contacto com vários termos do mundo dos negócios, emitir opiniões, partilhar ideias e debater sobre temáticas relevantes no seu trabalho;
- Desenvolver contactos na língua inglesa, falada ou escrita, e fazer negócios numa realidade internacional.

Destinatários

Profissionais que necessitem de desenvolver o seu nível de Inglês

Investimento típico em tempo

24 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial ou Hibrido

Voltar ao Índice

Inglês para Vendedores

Comercial

- Inglês Comercial
- Confiança na Comunicação
- Necessidades do Cliente

Descrição

Cada vez mais, o contexto de negócio que vivemos faz com que os profissionais de vendas necessitem de comunicar também em outras línguas, sendo a mais universalmente utilizada o Inglês.

Usando a Terminologia Inglesa debateremos a atividade comercial no seu todo, com foco natural nas necessidades do cliente.

A formação irá na prática desenvolver as capacidades comunicacionais dos formandos na sua atuação como comercial, sendo proposto como projeto final uma apresentação de vendas de um produto ou serviço à escolha do formando.

Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Usar a terminologia inglesa aplicada às vendas;
- Utilizar expressões comuns e mais utilizadas no contato com o cliente;
- Expor e abordar vários temas, tanto a nível escrito como verbal;
- Ter conversações telefónicas na língua Inglesa;
- Dirigir reuniões e encontros de vendas e negociação na língua Inglesa.

Destinatários

Comerciais que necessitem de desenvolver o seu nível de Inglês

Investimento típico em tempo

24 Horas – Módulos de 4 horas

Modalidade

Presencial, Virtual ou Hibrido

Voltar ao Índice

Fatores de Diferenciação da Basilaris

Promovemos junto dos nossos Clientes:

- Otimização dos Resultados e Vendas
- Levantamento de Expetativas dos Colaboradores e das Chefias
- Diagnóstico de Necessidades com Soluções à Medida
- Quantificação e Medição dos Resultados da Formação e Treino

aliados
para resultados | Basilaris

O nosso trabalho é normalmente desenvolvido em exclusivo nas empresas nossas clientes, mas para poder dar uma visão geral das áreas onde podemos ajudar, criámos este documento, onde apresentamos os nossos contributos para consolidar competências, através de alguns dos nossos programas de Formação e Treino.

Todos os programas aqui exemplificados são compostos por módulos que podem ser separados dos programas originais e podem ser adaptados e juntos a outros para corresponder inteiramente às necessidades da sua empresa.

Contacte-nos para saber como poderemos ajudar!

www.basilaris.pt
basilaris@basilaris.com
214 697 973

Gratos pelo seu Interesse!

aliados para resultados | Basilaris