



# Curso: Especializado Vendas 3.0: Técnicas e Ferramentas Web

**Duração:** 111h

**Área formativa:** Marketing Digital

---

## Sobre o curso

Os comerciais que ainda não recorrem às técnicas e ferramentas web estão, provavelmente, a perder muitas oportunidades! Este é um curso especializado em vendas 3.0 para Comerciais que pretendam vender mais e melhor, utilizando técnicas e ferramentas digitais, como o e-mail marketing, otimização de websites para motores de pesquisa, Google AdWords e redes sociais.

A formação de vendas 3.0 desenvolve-se em sessões mistas de teoria e prática, com possibilidade de experimentação dos conteúdos ministrados em sala através de exercícios e simulações de situações práticas com resolução individualizada, para garantir uma aprendizagem eficaz.

Este curso tem como objetivos:

Dotar os participantes das competências necessárias para recorrer às novas ferramentas digitais para potenciar a atividade comercial, nas várias etapas do ciclo de vendas são os objetivos desta formação.

No final do curso de vendas 3.0, os participantes serão capazes de: reconhecer o novo paradigma das vendas na era digital, identificando novas e melhores oportunidades de negócio utilizar eficaz e eficientemente o e-mail marketing, os motores de pesquisa e as redes sociais, ao serviço da atividade comercial para alcançar, envolver, converter e fidelizar mais e melhores clientes.

---

## Destinatários

Este curso destina-se a todos os profissionais que exerçam uma atividade profissional relacionada com Vendas e que pretendam potenciar os seus resultados recorrendo às novas ferramentas digitais. Consultores comerciais gestores de equipas comerciais, profissionais de marketing e comunicação e gestores são profissionais que também poderão participar na formação de técnicas de vendas 3.0.

---

## Pré-requisitos

A frequência neste curso de especializado de vendas não apresenta pré-requisitos.

---

# Metodologia

Presencial ou live training.

---

## Programa

- O Novo Paradigma do Ciclo de Vendas (9h)
- O Consultor Comercial na Era Digital (15h)
- ERP e CRM (12h)
- E-Mail Marketing para Consultores Comerciais (21h)
- Masterclass: Conteúdos que Vendem por Si (3h)
- Motores de Pesquisa e Vendas (21h)
- Social Selling (24h)
- Masterclass: Plano de Ação de Online Sales para B2C (3h)
- Masterclass: Plano de Ação de Online Sales para B2B (3h)
  
- O Novo Paradigma do Ciclo de Vendas
  - O Ciclo de Vendas Tradicional
  - O Novo Consumidor Digital e o seu Processo de Tomada de Decisão
  - O Funil de Vendas na Era Digital
  - Segmentação, Targeting e Consumer Profiling
  - Inbound vs Outbound na Era Digital
  
- O Consultor Comercial na Era Digital
  - Perfil, Competências e Responsabilidades do Consultor Comercial
  - A Transição de Vendedor a Influenciador
  - Criar e Gerir uma Identidade Profissional na Era Digital
  - Ferramentas Úteis e Indispensáveis para a Atividade Comercial
  
- ERP e CRM
  - Conceito de CRM e a Importância da Conversão de Clientes em Fãs
  - Boas Práticas e Formas de Atuar
  
- E-Mail Marketing para Consultores Comerciais
  - Fundamentos Gerais de E-Mail Marketing
  - Angariação de Base de Dados e Legislação
  - O E-Mail Marketing no Processo de Prospeção
  - O E-Mail Marketing no Processo de Follow-up Comercial
  - O E-Mail marketing na Geração de Leads
  - Como Construir uma Mensagem que Vende: da Estrutura ao Copywriting
  - Ferramentas de E-Mail Marketing
  
- Masterclass: Conteúdos que Vendem por Si
  - Content Marketing & Sales: O Que É?
  - O Papel dos Conteúdos nas Vendas B2C
  - O Papel dos Conteúdos nas Vendas B2B
  - Formas de Atuar
  
- Motores de Pesquisa e Vendas

- Formas de Atuar nos Motores de Pesquisa: Dos Resultados Orgânicos aos Links Patrocinados
- Noções Gerais de SEO: Qual o Papel do Comercial?
- Noções Gerais de Google AdWords: Como Criar uma Campanha e Gerar Resultados
- Como Potenciar Inbound Sales: Da Pesquisa à Conversão
- Landing Pages que Vendem: Da Estrutura ao Copywriting
  
- Social Selling
  - O Papel das Redes Sociais na Atividade Comercial
  - Tipologias de Redes Sociais e Formas de Atuar: Da Prospecção à Venda
  - Como Criar e Gerir uma Rede de Contactos para Vendas nas Redes Sociais
  - Vender no LinkedIn
  - Vender no Facebook
  - Vender em Outras Redes Sociais Pertinentes
  - Escuta Ativa nas Redes Sociais
  
- Masterclass: Plano de Ação de Online Sales para B2C
  - Particularidades da Abordagem Comercial ao Mercado B2C
  - Como Estruturar e Implementar uma Estratégia de E-Sales para o Mercado B2C
  
- Masterclass: Plano de Ação de Online Sales para B2B
  - Particularidades da Abordagem Comercial ao Mercado B2B
  - Como Estruturar e Implementar uma Estratégia de E-Sales para o Mercado B2B
  
-