

aliados  
para resultados

**Basilaris**

Desenvolver Competências  
Desafiar a Pressão  
Maximizar Vendas  
Liderar & Motivar  
Team Work & Coaching

# CATÁLOGO DE PROGRAMAS DE FORMAÇÃO & TREINO





## APRESENTAÇÃO & METODOLOGIA

PÁGINAS 3 A 8



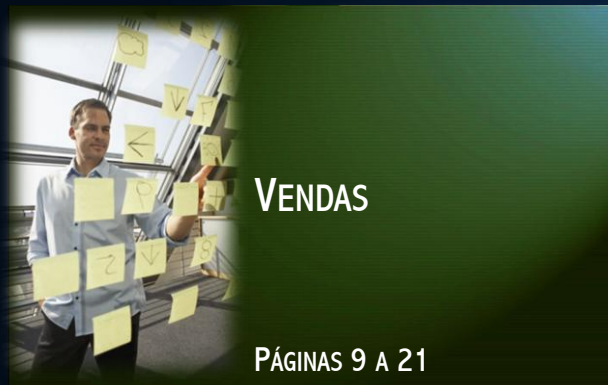
## LIDERANÇA & COMUNICAÇÃO

PÁGINAS 28 A 35



## SECRETARIADO

PÁGINAS 51 A 60



## VENDAS

PÁGINAS 9 A 21



## GESTÃO & QUALIDADE

PÁGINAS 36 A 45



## COMPRAS

PÁGINAS 61 A 66



## SERVIÇO AO CLIENTE

PÁGINAS 22 A 27



## LOGÍSTICA

PÁGINAS 46 A 50



## SEMINÁRIOS & WORKSHOPS

PÁGINAS 67 A 68



# | APRESENTAÇÃO & METODOLOGIA



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

A Equipa da Basilaris alia uma sólida e diversificada formação académica à experiência de décadas vivida, em cargos de Alta Direcção, em empresas nacionais, multinacionais e transnacionais nos mais variados sectores de Actividade, que vão desde os bens de grande consumo, passando pelos bens de equipamento e serviços, nomeadamente nos sectores financeiro, industrial, entre outros.

Assim, tem sido possível desenvolver em Portugal, Angola e até, recentemente, em Espanha, em organizações dos mais diversos sectores de actividade, contributos personalizados e exclusivos para cada cliente e respectivos grupos de trabalho.

**Para conhecer mais das nossas capacidades de Formação e Treino, com vista à rigorosa adequação das soluções à sua realidade, por favor, contacte-nos - seremos o seu Aliado para Resultados!**

Basilaris Portugal  
Rua Almirante Sousa Dias 4-C  
2780 - 299 OEIRAS  
Telefone: (+351) 214 697 973/4  
Fax: (+351) 214 697 975  
E-mail: [basilaris@basilaris.com](mailto:basilaris@basilaris.com)

Basilaris Angola  
Av. Comandante Valódia, 167  
4º Andar – Apto 3 Luanda  
Telemóvel: (+244) 923 740 067  
Telemóvel: (+244) 912 932 411  
E-mail: [basilaris\\_angola@basilaris.com](mailto:basilaris_angola@basilaris.com)



Em 2003 surgimos no mercado, na resultante da experiência acumulada de várias décadas de serviços prestados no desenvolvimento de Recursos Humanos.

Congregaram-se assim as vontades para implantar, em Portugal e Angola, uma organização vocacionada para o crescimento profissional e pessoal das pessoas.

Queremos ser reconhecidos como o mais credível aliado para resultados, na elaboração e materialização de contributos estratégicos para o sucesso sustentado das organizações (**Visão**).

Por isso, a nossa **Missão** consiste em apoiar o progresso sustentado das Organizações, através de serviços de Treino Profissional, Consultoria, Recrutamento & Selecção e Outsourcing – eficazes e mutuamente proveitosos.

Os **Valores** com que nos identificamos são:

- Idoneidade
- Lealdade
- Alegria
- Crescimento contínuo
- Comunicação aberta
- Dedicção total aos Clientes
- Actividades valorizadas pelos Clientes e seus colaboradores
- Inovação prática
- Trabalho de equipa



- **Representamos AchieveGlobal.** Com escritórios em 70 Países, a AchieveGlobal tem vindo, há mais de 30 anos, a apoiar as Organizações na concepção e implementação de estratégias para a obtenção de resultados através das Pessoas.
- **Representamos Gazing Performance Systems.** Com representação nos cinco continentes, esta multinacional de consultoria e treino tem vindo a desenvolver Competências para Desempenhos de Excelência sob pressão, nos Negócios, no Desporto e na Educação.
- Enquanto representantes da AchieveGlobal e da Gazing Performance Systems proporcionamos um portefólio de programas de treino integrados, personalizados, permanentemente inovadores e mundialmente testados e reconhecidos.
- Ainda, e através de parcerias tais como, **ATAM, ISQ e MICROSOFT**, os nossos contributos, para consolidar competências, tornam-se mais abrangentes.





As pessoas só adoptam novos procedimentos quando se sentem suficientemente familiarizadas com eles e quando têm suficiente certeza de, com eles, poderem obter bons resultados.

Por isso, no “Treino em Sala”, a aprendizagem prática é reforçada através da combinação de “*Monitoria Interactiva*” e “*Treino de Técnicas*”, conferindo-nos especificidade decisiva, já que:

**Eliminamos Pressupostos** - A apreensão de Noções e Técnicas, pelos participantes, é permanentemente monitorizada / desenvolvida, durante as Sessões. O custo de vários meses, normalmente necessários à transposição da teoria para a prática, deixa de existir.

**Combinamos Conteúdo e Forma** - Como resultante comprovada, Noções e Técnicas tornam-se uma unidade dominada e expressa em termos de Motivação e Produtividade.

Afastamo-nos, totalmente, das situações conceptuais para concentrar os participantes no “racional” prático, eficazmente adequado à crescente sofisticação de qualquer Missão Profissional.

**Fomentamos Participação Activa** - Possibilitamos intercâmbio de experiências, no qual radicam inegáveis demonstrações de motivação, traduzidas em elevados índices de envolvimento e disponibilidade dos participantes. Obtém-se, assim, mais eficácia com menos tempo de passividade dos participantes.

**Exercitamos “Modus Faciendi”** - Eliminamos/reduzimos, nos participantes, as assimetrias de procedimentos “em sala” e na vida real, contribuindo para resolver com realismo, os problemas do seu quotidiano. Contribuímos, de facto, para consolidar nos participantes o domínio de soluções pragmáticas e imediatamente exequíveis.

**Garantimos Aplicabilidade Prática** - Porque a imediata obtenção de resultados no desempenho da actividade depende da consolidação de procedimentos correctos e esta, por sua vez, depende da quantidade de exercícios propostos e realizados, representa cerca de 80% a componente prática e pragmática em que todo o presente plano se baseia.





Ainda, e com o propósito de apoiar a maximização da integração do treino e estimular a importante interactividade de chefias, facilitadores e participantes não apenas durante, mas também antes e depois de cada evento de treino, propomos a adopção de instrumentos que permitam recolher respostas nos seguintes NÍVEIS DE ANÁLISE DOS RESULTADOS do treino:

## **Nível 1:**

Como se sentem os Participantes, quanto ao treino?

Em que medida acham que terá valor para o cargo que desempenham?

## **Nível 2:**

Em que medida os participantes aprenderam os conceitos e técnicas do treino?

Até que ponto sabem eles aplicar esses conceitos e técnicas?

## **Nível 3:**

Em que medida estão os Participantes a usar no respectivo trabalho, os conceitos e técnicas do treino?

Qual tem sido o impacto disso, nos Clientes?

## **Nível 4:**

Em que medida as competências aperfeiçoadas têm tido impacto nos objectivos de negócio?

Que retorno financeiro se está a obter como resultado da aplicação dos conceitos e técnicas do treino?



achieveglobal



gazing  
performance  
systems



# | VENDAS



### Enquadramento

Actualmente, os clientes esperam que os profissionais de vendas se demonstrem empenhados no seu sucesso a curto e a longo prazo e que apliquem o seu conhecimento do negócio no apoio à resolução dos problemas do cliente e na coordenação das actividades relativas à venda, facilitando a comunicação entre a sua organização e a do cliente.

Para responder a estas expectativas os profissionais de vendas necessitam consolidar novas técnicas e conhecimentos e adoptar a atitude de “pôr o cliente em primeiro lugar”.



achieveglobal

### Programa

- Venda pela Satisfação das Necessidades
- Iniciar
- Sondar
- Apoiar
- Fechar
- Lidar com a Indiferença
- Resolver as Preocupações do Cliente

### Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Dominar um processo de conduzir contactos de vendas;
- Iniciar um contacto de vendas;
- Desenvolver um conhecimento claro, completo e mútuo das necessidades do Cliente;
- Ajudar o Cliente a compreender as capacidades específicas do seu produto e organização para satisfazer as necessidades já discutidas;
- Concluir um contacto de vendas e uma venda;
- Responder quando o Cliente se mostra indiferente ou manifesta uma preocupação sobre o seu produto ou organização.

### Destinatários

Profissionais com responsabilidades comerciais

### Investimento típico em tempo

24 Horas.

### Pré Requisitos

Nada a assinalar.



### Enquadramento

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.

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), noutra(s) segmento(s) de mercado, face a outro(s) concorrente(s).



achieveglobal

### Programa

- Actividade Introdutórias
- Organização Dos Conhecimentos Do Mercado
- Organização Dos Conhecimentos Do Produto
- Casos De Vendas 1
- Organização Dos Conhecimentos Da Concorrência
- Preparar E Tratar A Indiferença E Superar As Preocupações
- Casos De Vendas 2

### 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 direccionados para essas necessidades;
- Relacionar essas circunstâncias e necessidades, bem como características e benefícios, como os seus actuais clientes, no respectivo 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; Product Managers

### Investimento típico em tempo

24 Horas.

### Pré Requisitos

PSS Módulo Base.



### Enquadramento

As exigências dos clientes no tocante a descontos e demais bonificações são inegáveis, sobretudo quando está predisposto a comprar e já seleccionou o(s) fornecedor(s) finais.

Este programa consolida os conceitos e técnicas para planear e levar a efeito negociações face-a-face, bem sucedidas.

O programa 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 afectar o progresso da negociação e a finalizar acordos que assegurem o compromisso e cooperação do cliente.

### Programa

- Tipos de Negociações
- Quando negociar
- Negociar alternativas
- Analisar situação
- Desenvolver alternativas
- Optimizar resultados

### 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.
- Fomentar a confiança para enfrentarem negociações desafiantes.

### Destinatários

- Vendedores com experiência
- Chefias de Vendas
- Negociadores.

### Investimento típico em tempo

16 Horas.

### Pré Requisitos

PSS Módulo Base.



achieveglobal



### Enquadramento

Para enfrentar com sucesso a crescente concorrência, responder às maiores exigências dos clientes, e actuar 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 respectiva 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.

### Programa

- Necessidades e relacionamento
- Pesquisa táctica
- Processo de planeamento
- Análise de casos

### 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 factores que podem afectar 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

16 Horas.

### Pré Requisitos

PSS Módulo Base.



achieveglobal



## Enquadramento

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.

## Programa

- Consolidar as noções imprescindíveis à projecção de uma imagem uniforme de Profissionalismo, Confiança e Competência;
- Reforçar, nos Participantes, a adopção de padrões gerais de comportamento cuidado e dignificante da missão que desempenham;
- Contribuir para reforçar, nos Participantes, a motivação no desempenho e a vontade de se aperfeiçoarem, sistematicamente.

## 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 correctas, 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

## Investimento típico em tempo

8 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



achieveglobal



## Enquadramento

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 objectivos 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 efectiva e a redesenhar as rotas de visitas a clientes.



achieveglobal

## Programa

- Desenvolvimento de objectivos: O quê? Qual o prazo para alcançá-los? Como saber que foram alcançados?
- Análise do Território: como utilizar o território e como atribuir visitas aos clientes mais importantes, do ponto de vista de potencial, facturação, etc.
- Análise da gestão do tempo: como empregá-lo e como optimizá-lo.
- Plano de Acção.

## Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

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

## Destinatários

- Vendedores; Chefes de Vendas;
- Responsáveis de Marketing; Gestores de Produto

## Investimento típico em tempo

8 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



### Enquadramento

Qualquer desempenho de excelência implica o adequado desenvolvimento de capacidades que permitam exercer total controlo da atenção, sobretudo face a pressões imprevistas, actuando com lucidez.

E, como qualquer venda acontece na cabeça do Cliente, para actuar com lucidez é necessário dominar um quadro de orientações claras de forma a ser possível contribuir decisivamente, para o Cliente passar da *indiferença* à *acção*.

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

### Programa

- Controlo da Atenção
- Valor da Estrutura (Mapa)
- Ciclo de Tomada de Decisões
- Barreiras e Bloqueios
- Conceber e aplicar, na prática, as estratégias para possibilitar uma decisão final favorável.

### 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 actividade 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

Vendedores e Quadros Médios

### Investimento típico em tempo

24 Horas.

### Pré Requisitos

Nada a assinalar.





### Enquadramento

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.

### Programa

- Controlo da Atenção
- Valor da Estrutura
- Ciclo de Tomada de Decisões
- O Negócio do Cliente
- Análise da Situação
- Mapa de Processos Internos
- Avaliação das Oportunidades
- Mapa do Terreno
- Estratégia da Conta e do Negócio
- Credibilidade e Construção de Relacionamentos
- Diagnóstico do Negócio & Implementação.

### 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

Chefias de Vendas; Gestores de Grandes Contas

### Investimento típico em tempo

24 Horas.

### Pré Requisitos

Mind-Set Selling





## Enquadramento

Na actual conjuntura de forte desenvolvimento económico, as organizações têm necessidade de desenvolver as competências na área de marketing. Este programa, transmite e reforça as competências imprescindíveis a cada um, para poder desempenhar com profissionalismo o seu desempenho, proporcionando ferramentas práticas para corresponderem às exigências dos respectivos cargos.

## Programa

O marketing o meio ambiente e o cliente

- Evolução do Conceito de Mercado
- O Marketing Estratégico / Marketing Management
- Análise do meio envolvente
- O Cliente razão de ser da Empresa

A análise do mercado, do sector e os estudos de mercado

- Mercados e Formas de Segmentação
- Segmentação do Mercado
- Análise do Sector
- Estudos de Mercado

O marketing Mix

- Política de Produto
- Política de Preço
- Política de Promoção
- Política de Distribuição

## 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.
- Participar construtivamente na implementação de estratégias de marketing.

## Destinatários

- Directores, Quadros e Chefias que assumam responsabilidades na área
- Profissionais que pretendam conhecer a problemática do marketing

**Investimento típico em tempo**  
40 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

O Marketing tem como princípio fundamental a satisfação das necessidades dos clientes actuais e potenciais e em todas as relações inerentes e complementares.

Para obter sucesso nas acções de marketing o planeamento é fundamental.

Neste sentido, o Plano de Marketing tem por finalidade orientar as estratégias das empresas e das instituições interessadas em obter maior eficiência, eficácia e efectividade nas actividades orientadas para o marketing

Este programa transmite-lhe as metodologias e as ferramentas necessárias à concepção de um Plano de Marketing.

## Programa

- Situação Actual de Marketing
- Análise das Oportunidades
- Objectivos
- Estratégias de Marketing
- Programas de Acção
- Controlo de Marketing

## Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a elaborar um Plano de Marketing:

- Detectando as oportunidades e ameaças, os pontos fortes e fracos;
- Basear a tomada de decisão em elementos concretos e identificáveis
- Desenhar mecanismos de controlo e optimização de recursos
- Identificar o que medir para se atingir o proposto
- Fixar objectivos
- Promover a gestão por objectivos

## Destinatários

- Directores, Quadros e Chefias das áreas de Marketing e Comercial
- Profissionais que pretendam conhecer a problemática do Marketing

## Investimento típico em tempo

40 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

Num ambiente em profunda mutação, a empresa deve questionar permanentemente o seu portfólio de actividades 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 objectivo 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.

## Programa

- Gerar ideias
- Selecção de ideias
- Desenvolvimento e teste de conceito
- Desenvolvimento da estratégia de marketing
- Análise concorrencial
- Desenvolvimento do Produto
- Teste de Mercado
- Comercialização

## 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

- Directores, Quadros e Chefias das áreas de Marketing e Comercial
- Profissionais que pretendam conhecer a problemática do Marketing

## Investimento típico em tempo

40 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

A dinâmica do mercado actual 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.

## Programa

Aproximação ao Merchandising  
Campo de Acção do Merchandising  
Técnicas de Merchandising

- Lay out do Ponto de Venda
- Portfólio de Produtos

Melhores Práticas de Merchandising

- Técnicas de Exposição
- Animação do Ponto de Venda

## Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Enquadrar conceitos de merchandising na actividade;
- Dominar princípios e técnicas de merchandising;
- Sistematizar e analisar diversos critérios de decisão tendo em conta mercado, ponto de venda e produto.

## Destinatários

- Directores, Quadros e Chefias das áreas de Marketing e Comercial
- Profissionais que pretendam conhecer a problemática do Merchandising.

## Investimento típico em tempo

16 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



# | SERVIÇO AO CLIENTE



### Enquadramento

A experiência, confirmada por inúmeros estudos, sugere que os Clientes permanecem fidelizados a um fornecedor

Por razões objectivas, quando o fornecedor responde, na prática, às suas expectativas e requisitos;

E, também por razões subjectivas, 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.



achieveglobal

### Programa

- Iniciar o Atendimento
- Dimensões Do Atendimento
- Obter Informações
- Dar Informações
- Expandir
- Demonstrar Sensibilidade
- Explicar Etapas
- Enfatizar Pontos Positivos
- Concluir

### Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Entender as dimensões profissional, humana e organizacional do atendimento e serviço a Clientes;
- Iniciar interacções 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 interacção;
- 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

16 Horas.

### Pré Requisitos

Nada a assinalar.



### Enquadramento

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 percepções dos clientes, torna-se crítico entender e aplicar o Ciclo de Percepção do Cliente© para, em função disso, poder adoptar 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 concertada da capacidade de resposta da organização para nele criar a percepção da excelência do serviço.

### Programa

- Valor da Estrutura
- Ciclo da Percepção do Cliente©
- Expectativas – Reconhecimento
- Lidar com Emotividade.
- Entendimento – Clareza
- Lidar com Dispersões
- Definição dos Próximos Passos
- Qualidade da experiência
- Aplicação dos Instrumentos de Serviço a Clientes.

### Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Analisar as interações de serviço identificando, com realismo, a percepção de cada cliente.
- Adoptar estratégias de resposta exactamente 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 aspecto humano das insatisfações ou reclamações dos clientes, como primordial etapa para conquistar a predisposição do cliente;
- Contribuir para detectar oportunidades de superação das expectativas dos clientes no âmbito da capacidade global de resposta da respectiva organização;
- Procurar o constante aperfeiçoamento da qualidade com que servem os respectivos clientes.

### Destinatários

Profissionais de Serviço a Clientes

### Investimento típico em tempo

16 Horas.

### Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

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 correcta actuação perante clientes, por forma a demonstrarem elevados índices de profissionalismo e, assim, conquistarem a indispensável confiança profissional.

## Programa

- Posicionamento profissional
- Postulados da Actuação
- O Que Não Se Pode Dizer
- O Que Não Se Pode Fazer

## 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 correctas, 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

## Investimento típico em tempo

8 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

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 projecção de uma imagem de qualidade e óptima capacidade de resposta.

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

Neste treino, os Participantes consolidam as formas correctas de comunicar pelo telefone, tanto na recepção como na emissão de chamadas.

## Programa

- Uso eficaz do telefone
- Vantagens e inconvenientes do uso do telefone
- Atitude ao telefone
- Saber Ouvir
- Saber Perguntar
- Marcação de entrevistas para comerciais
- Fases da comunicação telefónica
- Objecções, ao telefone
- Como lidar com o stress
- Lidar com Clientes furiosos
- Regras de ouro da comunicação telefónica.

## 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, objectivando 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

16 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

A actividade 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”.

Actualmente, 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 objectivo mudaram drasticamente.

As pessoas que cobram têm de ajudar o cliente a restabelecer um estado de crédito satisfatório e a sua conta aberta. Ou, quando isto não é possível, pelo menos têm de procurar criar sentimentos positivos para com o fornecedor.

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 actividade.

## Programa

- Bases do Serviço ao Cliente
- Comportamentos para um Serviço Bem Sucedido
- Actividade de Cobranças
- Estabelecer uma Relação
- Estratégias e técnicas
- Situações Desafiantes.

## Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Entender a actividade, demonstrando vontade de cobrar, mas também preocupação com o cliente;
- Fornecer um serviço financeiro aos clientes, ajudando-os a manter as suas contas actualizadas;
- Actuar como um recurso para os clientes que necessitam de ajuda, “aliando-se” ao cliente na preservação dos saldos em dia;
- Actuar como vendedor, para persuadir o cliente a pagar;
- Relacionar a qualidade da actuação com o nível de actividade – número de clientes contactados;
- 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

16 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



# | LIDERANÇA & COMUNICAÇÃO



### Enquadramento

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. Prevêem 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.



achieveglobal

### Programa

Durante este programa, irá executar várias actividades individuais e de grupo que exploram os seguintes tópicos:

- Principais Questões Empresariais (Key Business Issues)
- Qualidades da Liderança Genuína
- Princípios Básicos
- Aplicação dos princípios e qualidades às Questões Empresariais
- Planeamento da Acção

### Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Descrever de que modo os actuais problemas da empresa afectam 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.
- Avaliar a regularidade com que aplicam os Princípios Básicos no seu comportamento quotidiano.
- 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 actividade.

### Destinatários

Profissionais com responsabilidades de Chefia

### Investimento típico em tempo

8 Horas.

### Pré Requisitos

Nada a assinalar.



### Enquadramento

Em todo o mundo, as organizações enfrentam uma infinidade de desafios, muitos dos quais nem eram perceptíveis 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 respectivos cargos.

### Programa

- Princípios Básicos
- Dar Feedback Construtivo
- Obter Informações Úteis
- Fazer-se Entender
- Lidar Com Comportamentos Emotivos
- Reconhecer Resultados Positivos

### 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 acção;
- Compreender totalmente as mensagens dos seus interlocutores, antes de se pronunciarem ou darem uma resposta;
- Executar críticas construtivas, para incentivar a correcção de desvios no desempenho;
- Reconhecer, atempada e adequadamente, os desempenhos excepcionais;
- Tratar, com eficácia, as discrepâncias impeditivas do atingimento dos objectivos;

### Destinatários

- Chefias de Linha
- Supervisores e Team Leaders
- Operacionais com Aptidões para Chefia

### Investimento típico em tempo

16 Horas.

### Pré Requisitos

Nada a assinalar.



achieveglobal



## Enquadramento

Para responder aos actuais desafios do mercado, todas as organizações devem desenvolver, constantemente, as competências dos seus recursos humanos.

Este programa, reforça nas chefias, a capacidade de desenvolverem nos seus colaboradores, as competências imprescindíveis a um cada vez mais aperfeiçoado desempenho, com vista à obtenção dos resultados pretendidos.



achieveglobal

## Programa

- Mudar Comportamentos Profissionais
- Definir Critérios de Desempenho
- Conversa de Coaching
- Observar Desempenho
- Aplicações
- Gestão do Processo de Coaching

## 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 objectiva.
- Centrar os esforços do *coaching* nas áreas de desempenho a consolidar e desenvolver, em cada elemento da equipa.
- Liderar reuniões de *coaching* estruturadas e, verdadeiramente, participativas e motivantes.
- Criar planos de acção a curto, médio e longo prazo, para desenvolvimento de cada colaborador e da equipa.
- Economizar o seu tempo e esforço.
- Incutir, em todos os colaboradores, o desejo de permanente aperfeiçoamento do seu desempenho.
- Constatar resultados positivos no desempenho dos colaboradores por si assessorados.

## Destinatários

- Directores
- Chefias Intermédias

## Investimento típico em tempo

16 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



### Enquadramento

Centra-se na componente de liderança das chefias, proporcionando ferramentas práticas para corresponderem às exigências dos respectivos 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 objectivos, técnicas de condução de reuniões de coaching.

O programa é fortemente participativo e proporciona aos Participantes uma retrospectiva objectiva 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.



achieveglobal

### Programa

- Missão De Chefia
- Função Liderança
- Condutas Na Comunicação Humana
- Técnicas De Avaliação Do Desempenho
- Motivar Para O Atingimento Dos Objectivos

### Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- responsabilizar os seus Colaboradores pelo atingimento dos objectivos, motivando-os e aproveitando toda a sua capacidade de trabalho;
- planear a actividade 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 objectivos;
- gerir conflitos individuais com equilíbrio e imparcialidade, disciplinando os seus Colaboradores e inculcando-lhes um forte espírito de grupo;
- Motivar os seus Colaboradores para a melhoria contínua da produtividade individual e da equipa.

### Destinatários

- Directores
- Quadros intermédios

### Investimento típico em tempo

16 Horas.

### Pré Requisitos

Nada a assinalar.



### Enquadramento

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.

### Programa

Baseado na excelência da comunicação que conduza aos quatro procedimentos fundamentais para uma correcta Gestão de Tempo.

- Dizer Quando
- Saber mais
- Solicitar Ajuda
- Delegar

### Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Lidar com o inesperado
- Lidar com prioridades rivais
- Tomar decisões firmes sobre gestão de todo o seu trabalho
- Construir fortes relações de trabalho
- Obter ajuda quando é necessário
- Reduzir o seu stress

### Destinatários

- Quadros Superiores e Médios

### Investimento típico em tempo

8 Horas.

### Pré Requisitos

Nada a assinalar.



achieveglobal



### Enquadramento

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 actuar 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.

### Programa

- Estruturas de Decisão em ambientes de pressão profissional
- Núcleo do desempenho
- Controlo da Atenção e os Pontos de Pressão
- Ciclos Viciosos e Comportamentos Prejudiciais
- Importância do Processo e os Elementos de Sucesso
- Diagnóstico Diferencial nas Estruturas para Decisão sob Pressão
- Motivação e Indutores Emocionais
- Motivação e Força Mental
- Implementação do Mapa de Decisão

### 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 afectem o desempenho pretendido e adoptar as correspondentes acções correctivas
- 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

24 Horas.

### Pré Requisitos

Nada a assinalar.





### Enquadramento

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 percebem 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.

### Programa

- Avaliação das competências iniciais: como os outros nos vêem e ouvem.
- Competências físicas: ferramentas que permitem controlar o nervosismo e inibição natural, para que possamos pensar claramente e apresentar a nossa mensagem de forma dinâmica e espontânea.
- Planear a apresentação: saber analisar o público, evitando os erros que podem destruir a apresentação.
- Apresentar com auxiliares visuais: criar os auxiliares visuais que suportam a apresentação e apreender técnicas que nos ajudam a apresentar cada detalhe com confiança e convicção.

### 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 objectivo
- Demonstrar várias técnicas de apresentação

### Destinatários

- Profissionais com necessidade de preparar e conduzir apresentações profissionais.
- Formadores com necessidade em transmitir conhecimentos
- Profissionais com necessidade de condução de seminários, (Seminar Leaders)

### Investimento típico em tempo

16 Horas.

### Pré Requisitos

Nada a assinalar.



achieveglobal



# | GESTÃO & QUALIDADE



## Enquadramento

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.

Actualmente 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, produtos e/ou serviços que se tenciona promover.

## Programa

1. Pressupostos de uma apresentação eficaz e importância do multimédia
2. Técnicas de comunicação visual;
3. Dinâmica do comportamento nas apresentações em público

## Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Interpretar a importância da imagem na elaboração de uma apresentação;
- Preparar apresentações eficazes;
- Dominar os elementos básicos da comunicação visual por forma a criar estratégias de apresentação eficazes;
- 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, tal como o Microsoft Powerpoint.

## Destinatários

- Profissionais com necessidade de preparar e conduzir apresentações profissionais.

## Investimento típico em tempo

40 Horas.

## Pré Requisitos

Conhecimentos básicos Microsoft PowerPoint.



## Enquadramento

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.

## Programa

- A função RH e gestão administrativa de pessoas, na missão de chefia
- Efectivos na empresa
- Contrato individual de trabalho
- Rescisão de contrato
- Absentismo
- Ausências justificadas e injustificadas
- Regulamentação das férias
- Salários
- Complementos da remuneração
- Prémios e gratificações
- Obrigações tributárias

## 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

- Administradores, Directores Executivos, Directores Gerais
- Quadros Superiores

## Investimento típico em tempo

16 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

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

- Clientes conquistados – num ambiente fortemente competitivo, qualquer que seja o sector de actividade onde actua;
- Transacções rentáveis – perante clientes extremamente sensibilizados para redução de custos e, crescentemente, preparados para comprar.

## Programa

- 1 - Missão da Gestão de Unidades de Negócio
- 2 - Gestão do Processo de Relação com Clientes
  - Planeamento dos objectivos
  - Política de Remuneração & Esquemas de Incentivos
  - Produtividade em Vendas (Organização do tempo e território)
  - Instrumentos de Análise de Dados
  - Negociação na Gestão
  - Estratégias de Desenvolvimento de Grandes Contas
- 3 - Conceito de Produto/Serviço + Concorrência na Gestão de Unidades de Negócio
- 4 - Fundamentos da Organização & Gestão de Empresas
- 5 - Finanças na Gestão de Unidades de Negócio
- 6 - Legislação Laboral & Comercial
- 7 - Novas Tecnologias na Gestão de Unidades de Negócio
  - E-Commerce

## Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Caracterizar, com objectividade, as actuais 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 actividade comercial por forma a assegurar optimização de meios e recursos;
- Facilitar o domínio das mais actuais e actuaes “ferramentas” de gestão do processo de relação com clientes.

## Destinatários

- Administradores, Directores Executivos, Directores Gerais
- Quadros Superiores

## Investimento típico em tempo

100 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

A orientação da concepção e implementação do Plano de Formação está em consonância com os objectivos estratégicos definidos e aprovados pela organização, bem como as expectativas de desenvolvimento pessoal dos seus colaboradores.

Assim, pretende este programa uniformizar e actualizar conceitos quanto ao papel desempenhado pelo sector de Formação numa organização de Recursos Humanos moderna, e fornecer metodologias quanto à forma de sistematizar toda a informação necessária para a preparação, acompanhamento e controlo de um Plano de Formação.

## Programa

- A Organização dos Recursos Humanos
- Os 6 grandes domínios da função Recursos Humanos
- A Formação de Quadros no desenvolvimento dos RH
- Identificar e integrar a informação necessária à elaboração do Plano de Formação
- Métodos de levantamento e Análise de necessidades de Formação Profissional
- O interface das necessidades de formação com as opções pedagógicas
- Elaborar e Orçamentar um Plano de Formação
- A escolha de fornecedores
- Conduzir e controlar a realização do Plano de Formação
- Avaliação dos Resultados

## Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Entender as dimensões profissional, humana e organizacional dos Recursos Humanos e da Formação;
- Proceder ao levantamento das necessidades de formação;
- Transformar as necessidades em acções de treino e formação;
- Elaborar o Plano de Formação;
- Seleccionar os Fornecedores;
- Implementar e controlar a implementação de um Plano de Formação;
- Avaliar os resultados do Plano de Formação.

## Destinatários

- Directores de Recursos Humanos
- Responsáveis pela Formação

## Investimento típico em tempo

32 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

Para responder aos actuais 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.

## Programa

- A Avaliação de Desempenho como processo de valorização do colaborador na Organização
- Vantagens e Benefícios da Avaliação de Desempenho
- Instrumentos de Avaliação de Desempenho: Grelhas e Entrevistas
- Reduzir a subjectividade e aumentar a Motivação
- A prática do *Coaching*: treino de Colaboradores

## Resultados

No final do programa, os Participantes estarão:

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

## Destinatários

- Directores Executivos e Directores Gerais
- Chefes de Departamento e Sector
- Profissionais com necessidade de preparar e conduzir avaliações profissionais

## Investimento típico em tempo

16 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

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



## Programa

- Introdução à gestão de projectos
- Caracterização das áreas de um Projecto (Exercício em Excel e Ms Project 2003)
- Selecção de projectos (exercícios em Excel)
- Técnicas de coordenação e gestão de equipas

## Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

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

## Destinatários

- Responsáveis pela gestão de obras/projectos;
- Quadros técnicos e gestores de empresas industriais que necessitem de aprofundar conhecimentos em gestão de projectos.

## Investimento típico em tempo

35 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

Desde o seu início que a Direcção de Formação do ISQ actua na área da Qualidade e sempre com o propósito de facilitar e melhorar o desempenho dos seus clientes e muitas vezes parceiros. Neste sentido, consideramos que, face às evoluções mais recentes, um curso que integre os princípios Lean com um sistema Seis Sigma é uma componente fundamental para o tecido empresarial. Como sempre, a Direcção de Formação privilegia a aplicação prática, através da realização de Estudos de Caso, de modo a permitir aos participantes, a transposição de saberes para as suas realidades profissionais.



## Programa

- Módulo 1. Princípios e ferramentas Lean
- Módulo 2. Seis Sigma
- Módulo 3. Lean Six Sigma / DMAIC
- Módulo 4. Design for Lean Sigma

## Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Conhecer e aplicar as principais técnicas Lean.
- Integrar os princípios Lean com uma metodologia Seis Sigma.
- Enquadrar o papel dos diversos intervenientes (Design, Engenharia, Marketing e outros) no processo de inovação e desenvolvimento de produtos.
- Conhecer as técnicas e ferramentas mais importantes num projecto de inovação de produto e quando deverão ser aplicadas

## Destinatários

- Responsáveis da Qualidade, de Produção, Engenheiros de Projecto, Gestores de Processo, bem como quaisquer outros quadros que queiram conhecer ou aprofundar a temática.

## Investimento típico em tempo

24 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

Com esta acção, pretende-se sensibilizar os participantes para o significado e etapas da construção de um sistema de gestão do ambiente (SGA) aprofundando os seus conhecimentos nas normas de referência da série 14000, nomeadamente a NP EN ISO 14001.

Como sempre, a Direcção de Formação do ISQ 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.

## Programa

- Legislação Ambiental
  - Conformidade legal de Resíduos, Ar, Ruído e Água.
  - Sistemas de Gestão Ambiental
  - A importância dos SGA na competitividade das empresas;
  - A evolução da norma ISO 14001;
  - A estrutura da norma NP EN ISO 14001: Política ambiental;
  - Comparação entre os SGA NP EN ISO 14001/EMAS
- Implementação de SGA
- Passos para a implementação de um SGA – metodologia;
  - Acompanhamento da implementação de um SGA numa organização (prática);
  - Conformidade legal relativamente aos temas (ex: Resíduos; Ar; Ruído e Água, etc)



## Resultados

No final do programa, os participantes deverão:

- Possuir competências relativas à documentação e implementação de Sistemas de Gestão Ambiental bem como para proceder à Certificação Ambiental.

## Destinatários

- Quadros Médios e Superiores de Empresas com Responsabilidades na Área do Ambiente e Técnicos Ambientais

## Investimento típico em tempo

32 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.

# IMPLEMENTAÇÃO DE SISTEMAS DE GESTÃO DA QUALIDADE

## NORMA NP EN ISO 9001:2008



### Enquadramento

Com esta acção, 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, nomeadamente as NP EN ISO 9000/1/4.

Como sempre, a Direcção de 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.

### Programa

- Conceitos básicos da qualidade
- Identificação dos conceitos, princípios e objectivos das normas NP EN ISO 9000:2005 / NP EN ISO 9001:2008 e NP EN ISO 9004:2000
- Análise e interpretação dos requisitos da norma NP EN ISO 9001:2008
- Estudo das cláusulas da Norma.
- Estrutura documental de um SGQ
- Gestão por Processos
- Metodologia PDCA e a melhoria continua nas organizações
- Implementação de um Sistema de Gestão da Qualidade
- Análise e interpretação de conteúdos da NP EN ISO 9004:2000
- O processo de Certificação.

### 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 norma NP EN ISO 9001:2008
- 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 NP EN ISO 9001:2008.
- Conhecer as fases do Processo de Certificação.

### Destinatários

Quadros Técnicos na área da Qualidade

### Investimento típico em tempo

30 Horas.

### Pré Requisitos

Nada a assinalar.





# | LOGÍSTICA



### Enquadramento

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;

Trabalho com Fornecedores e Clientes

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

Este ciclo permitirá consolidar métodos e ferramentas imprescindíveis para um actualizado entendimento e prática das variáveis da respectiva missão.

### Programa

1. Conceito de Supply Chain Management
2. Sistema de informação
3. Logística da distribuição
4. Logística do aprovisionamento

### 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 Entrepasto ou Armazém Regional;
- Gerir um Entrepasto 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

- Directores de Compras, de Aprovisionamento e Serviços Gerais
- Quadros Superiores

### Investimento típico em tempo

100 Horas.

### Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

Na actual 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: recepcionar, armazenar, preparar encomendas e expedir

## Programa

- Armazém na Empresa: centro de valor acrescentado
- Organização do Armazém
- Equipamentos de Armazenagem
- Sistemas de Armazenagem
- Equipamentos de Movimentação
- Informática e Gestão do Armazém
- Qualidade na Gestão do Armazém
- Contabilidade de materiais e Técnicas de Inventário
- Trabalhar em colaboração com Clientes Internos
- Seguir actividade e tomar medidas correctivas
- Princípios gerais da gestão de equipas de trabalho

## Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

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

## Destinatários

- Operacionais de armazém
- Fieis e Encarregados de Armazém

## Investimento típico em tempo

32 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

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 para a obtenção dos resultados pretendidos.

## Programa

- Stocks na Empresa ?
- Métodos de Gestão de Stocks
- Gestão de Stocks e Qualidade
- Gestão de Stocks versus Logística
- Fazer previsões a partir do histórico
- Informática e Gestão de Stocks
- Contabilidade de Materiais e Técnicas de Inventário
- Trabalhar em colaboração com Clientes Internos
- Seguir a actividade e tomar medidas correctivas
- Princípios gerais da gestão de equipas de trabalho

## 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 políticas de gestão de stocks adaptadas às reais necessidades da empresa;
- Saber conceber e implementar acções correctivas;
- Seguir a actividade através de indicadores.

## Destinatários

- Profissionais de Armazém, com potencial de evolução
- Gestores de Stocks em início de carreira
- Profissionais de Aprovisionamento e Logística
- Chefias de Armazém

## Investimento típico em tempo

40 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

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
- Trabalho com fornecedores e Clientes

Ao nível operacional, pretende-se estender os conceitos aos fornecedores e Cliente privilegiados 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 respectiva missão.

## Programa

- Conceito de Logística
- Logística da Distribuição
- Logística do Aprovisionamento
- Tableau de Bord do Gestor de Logística

## 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 políticas de transportes adaptada À realidade
- Participar na definição de uma política de compras tendo em vista uma optimização da gestão de stocks e adaptada adaptadas às reais necessidades do mercado;
- Negociar transversalmente com os Fornecedores.

## Destinatários

- Responsáveis por logística, Serviços Gerais, Aprovisionamento e Compras
- Profissionais de Aprovisionamento e Logística

## Investimento típico em tempo

16 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



# | SECRETARIADO



## Enquadramento

As actuais exigências de rigor e salvaguarda dos compromissos e orientações de trabalho de qualquer actividade 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 perceptível pelos destinatários.

## Programa

- Níveis e Tipos de linguagem
- Tipos de texto e estrutura das frases
- Comunicação escrita e verbal
- Correspondência comercial e pessoal
- Cartas, faxes, e-mails, memorandos, actas e relatórios
- Estrutura das comunicações comerciais
- Tipos de correspondência comercial
- Organização dos documentos

## 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, exactos, precisos e concisos.
- Obter elevados índices de produtividade na concepção e elaboração dos documentos que lhes sejam solicitados.

## Destinatários

Secretárias Executivas, Assessoras e Assistentes de Administração, Assistentes de Direcção ou equiparadas

## Investimento típico em tempo

24 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

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 acções que necessitam levar a cabo para o bom desempenho do respectivo cargo.

## Programa

1. Métodos para uma organização eficaz
2. Comunicação e Atendimento
3. Importância nos processos da organização
4. Competências da função técnica administrativa

## 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 do Secretariado, em início de carreira.

## Investimento típico em tempo

24 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

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 desempenho da actividade numa área comercial acresce a todas estas competências a necessidade de reforço das bases de actuação para vendas, com especial atenção aos contactos com clientes actuais 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 acções que necessitam levar a cabo para o bom desempenho do respectivo cargo.

## Programa

1. Comunicar eficazmente face a face e ao telefone
2. Documentação Profissional
3. Organizar-se, Ganhar Tempo e Classificar

## Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Aplicar as competências nas principais actividades 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 óptica de elevado profissionalismo e competência
- Contribuir para os bons resultados do respectivo sector

## Destinatários

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

## Investimento típico em tempo

24 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

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 acções que necessitam levar a cabo para o bom desempenho do respectivo cargo.

## Programa

1. Organizar-se, Ganhar Tempo e Classificar
2. Documentação Profissional
3. Comunicar Eficazmente face a face e ao Telefone
4. Entender, Falar e Escrever em Inglês

## Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Aplicar as competências nas principais actividades 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 óptica de elevado profissionalismo e competência
- Contribuir para os bons resultados do respectivo sector

## Destinatários

- Secretárias Executivas, Assessoras e Assistentes de Administração, Assistentes de Direcção ou equiparados.

## Investimento típico em tempo

24 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

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 actuação social profissional.

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

## Programa

- Identificar as exigências de cumprimento de normas
- O conceito de Protocolo e a sua importância na transmissão de uma imagem organizacional de qualidade
- As competências da função
- Saber gerir o espaço e o tempo
- Normas Protocolares
- Dominar as normas Protocolares no âmbito de: correspondência, convites, Precedências
- Apresentações e Cumprimentos: tratamento social
- Bases das Regras de cortesia e do saber estar
- Planeamento e Organização de Eventos

## Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Interpretar e adoptar 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 correcto tratamento social

## Destinatários

- Secretárias Executivas, Assessoras e Assistentes de Administração, Assistentes de Direcção ou equiparados;
- Técnicas (os) de Relações Públicas e de Protocolo.

## Investimento típico em tempo

24 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

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. É essa a essência das Recepções.

As Recepções e as Viagens, enquanto acontecimentos muitas vezes interligados, comportam exigências específicas em matéria de planeamento e actuação protocolar, com conceitos e práticas cujo domínio é imprescindível.

O Módulo de Recepções 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 recepções e viagens que envolvam altas individualidades públicas ou privadas.

## Programa

- Géneros de Recepções
- Sistemas, Planos e Cartões de Mesa
- Ementas, Serviço e Decorações
- Comportamentos dos Convidados
- Planeamento de Viagens
- Alocação de Recursos
- Procedimentos em Chegadas e Partidas
- Apoio a Individualidades, em Viagem

## Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Interpretar os objectivos que lhes sejam traçados como base da maximização de recursos no planeamento de Recepções e Viagens, propondo os modelos de actuação mais adequados;
- Planear e preparar Recepções 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 Recepções e Viagens, intervindo com descrição para antecipar a introdução de ajustes que evitem potenciais desagradados;

## Destinatários

- Secretárias Executivas, Assessoras e Assistentes de Administração, Assistentes de Direcção ou equiparados;
- Técnicas (os) de Relações Públicas e de Protocolo.

## Investimento típico em tempo

24 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

No âmbito das relações humanas em Protocolo, as Relações Públicas envolvem todos os comportamentos necessários para projectar 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 de molde a projectarem distinção, sobriedade e competência mesmo nas situações mais inesperadas e desafiantes.

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

## Programa

- Cuidados da Imagem Pessoal
- Fundamentos e práticas das Boas Maneiras
- Organização e Acompanhamento de Programas de Trabalho
- Preparação e Suporte a Reuniões e Audiências
- Organização e Acompanhamento de Visitas
- Preparação e Entrega de Ofertas ou Distinções.

## Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Aplicar, no quotidiano, a componente de relações públicas da Missão de Protocolo;
- Adoptar 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.

## Destinatários

- Secretárias Executivas, Assessoras e Assistentes de Administração, Assistentes de Direcção ou equiparados;
- Técnicas (os) de Relações Públicas e de Protocolo.

## Investimento típico em tempo

24 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

As actuais exigências de rigor e salvaguarda dos compromissos e orientações de trabalho de qualquer actividade 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 perceptível pelos destinatários.

## Programa

- Comunicação e linguagem
- Elementos da Comunicação
- Tipos de linguagem
- Atitudes na Comunicação
- Palavras positivas, palavras negativas
- O peso e o impacto das palavras
- Erros de linguagem
- Saber redigir bem
- Ortografia, pontuação e acentuação

## Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Aplicar as competências nas principais actividades 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 óptica de elevado profissionalismo e competência
- Contribuir para os bons resultados do respectivo sector

## Destinatários

- Secretárias Executivas, Assessoras e Assistentes de Administração, Assistentes de Direcção ou equiparados.

## Investimento típico em tempo

24 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

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 electrónicos, os documentos circulam cada vez mais, e é cada vez mais complexa, difícil e premente a sua optimização, face ao volume de informação.

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

## Programa

- Principais funções dos documentos
- Bases da Gestão Documental
- Melhores Documentos, Melhor Arquivo, Melhor Arquivo da Informação
- Armazenamento de Dados e Arquivo
- Implementação de Sistemas de Gestão Documental e Arquivo.

## 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 actualidade;
- Adequar as noções e práticas interiorizadas às normas gerais e específicas da sua organização e da sua actividade;

## Destinatários

- Secretárias Executivas, Assessoras e Assistentes de Administração, Assistentes de Direcção ou equiparados.

## Investimento típico em tempo

16 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



# | COMPRAS



## Enquadramento

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 actuais desafios, este programa transmite e consolida, pela prática, conceitos e técnicas para planear e gerir actividades 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.

## Programa

- Função compras na empresa
- Ferramentas das Compras
- Técnicas de Compras
- Qualidade versus a função Compras
- Avaliação de Mercados e Selecção de Fornecedores
- Negociação de Compras
- Informática e as Compras
- Trabalhar em colaboração com Clientes Internos
- Controlar a actividade e tomar medidas correctivas

## Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

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

## Destinatários

- Operacionais de compras, com ou sem experiência
- Assistentes de compras

## Investimento típico em tempo

32 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

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

## Programa

- Posicionamento Actual Das Compras
- Análise Das Compras
- Constrangimentos Das Compras
- Complexidade Das Compras
- Gestão Das Compras
- Gerir e Motivar As Equipas

## Resultados

No final do programa, os Participantes estarão aptos a:

- Maximizar o benefício das compras
- 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
- Inculcar 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

16 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

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

Cabe à direcção 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.

## Programa

- Função Director de Compras
- Política e estratégia de compras
- Concepção de uma estratégia de compras
- Especificidades da empresa na organização da Função Compras
- Pilotar a Função Compras
- As compras face ao e-procurement

## 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 actuais
- 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
- Inculcar em todas as práticas um forte respeito pelos valores da ética profissional.

## Destinatários

- Directores de compras
- Chefes com potencial de direcção

## Investimento típico em tempo

16 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

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 actividade para tornar possível o atingimento sustentado de objectivos cada vez mais ambiciosos.

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

## Programa

- Missão da gestão no contexto actual
- Detecção e implementação de factores motivacionais
- Construir uma equipa com desempenho eficaz e eficiente
- Detectar e desenvolver talentos

## 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 de compras
- Directores de compras

## Investimento típico em tempo

16 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



## Enquadramento

As crescentes exigências do ambiente de negócios, em todos os sectores da actividade, impõem o reforço de competências na área comportamental.

As boas intenções, quando inadequadamente expressas podem provocar impactos perversos e duradouros.

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.

## Programa

- Postulados de comprador
- Comportamentos não verbais
- Como silenciar reacções, ao dialogar
- Obter informações úteis, sem se comprometer
- Como incentivar compromissos do vendedor
- Como incentivar o vendedor a superar as diferenças

## 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 objectivos, prioridades, limites da negociação e prazos de actuação;
- 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 objectivo.

## Destinatários

- Operacionais de compras
- Intervenientes no processo de compras
- Chefias de compras

## Investimento típico em tempo

16 Horas.

## Pré Requisitos

Nada a assinalar.



# | SEMINÁRIOS & WORKSHOPS



A determinação pelo debate aprofundado, disponibiliza através dos Seminários e Conferências Basilaris os saberes actualizados, sobre os temas de maior relevância.

Devido à abrangência dos temas, à variedade dos conteúdos e às metodologias a utilizar, embora já tenhamos seminários pré-concebidos, resolvemos não detalhar nenhum, uma vez que deverão ser adaptados a cada caso específico.

Através da experiência acumulada em eventos já realizados, por nós ou em parceria com Organizações tais como MICROSOFT, ISQ, INFOS, PEUGEOT, NYSCTAH, YPO, ASSECA, IFBA, em Portugal e Angola, podemos ser Aliados para Resultados participando em eventos como, entre outros:

**Reuniões de ciclo de vendas**

**Palestras de arranque de ano / Kick-off**

**Seminários para a sua Empresa ou para os seus Clientes**

**Seminários de reflexão estratégica**

**Seminários de lançamento de novos produtos**

E com temas como **Liderança, Vendas, Motivação, Atitude, Marketing In/Out, CRM, Serviço ao Cliente, entre outros.**



Apoio que resulta, para mudar!