

Newsletter Fevereiro 2008

## Este Mês:

- **Conferência de Partners AchieveGlobal**
- **Pesquisa: Desafios?**
- **Artigo: 10 Etapas para um melhor treino Profissional**
- **Consultório: Propostas versus Negócios**
- **Dica: Aproveite cada minuto**

**A melhor maneira de prever o futuro é inventá-lo. Alan Kay**

Caros Leitores,

Apraz-nos trazer ao vosso conhecimento que na ultima semana do passado mês de Janeiro, se realizou na cidade Americana de Atlanta a **Conferência Anual de Partners AchieveGlobal**.

A juntar às representações de todos os estados Norte Americanos marcaram também presença alguns dos países onde a AchieveGlobal tem representação, num total recorde de 54. Como não podia deixar de ser, Portugal também se fez representar com uma delegação neste importante evento Internacional.

A conferência deste ano teve como propósito proporcionar aos Partners o conhecimento da nova missão, valores e objectivos da companhia, bem como traçar as linhas estratégicas para enfrentar as mudanças que irão ocorrer durante este ano e no futuro.

As boas vindas dadas por Sharon Daniels, (C.E.O.) e Steve Carlson, (Vice-President for Sales) antecederam a apresentação dos objectivos globais da Organização para o século XXI, a cargo de Sharon Daniels. seguiram-se vários testemunhos de clientes como: Julianne McAndrew, Vice Presidente de Desenvolvimento da Travelers Insurance e Hilary McClain, Vice Presidente de Recursos Humanos do grupo Excalibur (LasVegas), que expuseram as problemáticas inerentes aos seus negócios e a forma como obtiveram ajuda da AchieveGlobal.

Os restantes dias foram preenchidos com reuniões de grupo e sessões de trabalho, seguidos do debate dos resultados alcançados, com vista à apresentação de directrizes e iniciativas onde todos puderam dar o seu contributo.

### **O objectivo desta conferência foi atingido!**

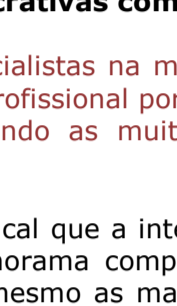
- Um melhor entendimento do novo posicionamento no mercado, cada vez mais global, e de como isso nos afecta todos os dias na interacção com os nossos Clientes
- Delinear iniciativas chave para o ano de 2008
- Novos conhecimentos, melhores técnicas e expansão da rede de contactos

Finalizámos em festa!

Com jantar de gala onde foram entregues diversos prémios como reconhecimento de objectivos alcançados no decurso do ano de 2007. Mensagens de entusiasmo e empenho para o futuro, fecharam o evento.

Afinal,

### **O FUTURO É AGORA!**



A criatividade é um factor cada vez mais importante no novo perfil do actual mundo dos negócios. Cientes da importância que os nossos leitores também atribuem a este tema, passamos a incluir um espaço de pesquisa onde desde já muito agradecemos **manifeste a sua opinião**.

Em consequência passa a ter acesso aos resultados das opiniões expressas por aqueles que, como você, também consideram de muita relevância manter-se permanentemente actualizados para poderem ser cada vez mais criativos, tão necessário para ultrapassar os múltiplos desafios que enfrentamos.

#### **Pergunta:**

De entre os desafios que o cliente coloca aos Profissionais de Vendas qual considera o mais difícil de ultrapassar?

Para responder

[Clique Aqui](#)

## **10 Etapas para um melhor treino profissional**

**Como orçamentar recursos de treino para obter as mais lucrativas compensações.**

Em média e segundo os especialistas na matéria, as organizações apenas despendem um dia de treino profissional por pessoa por ano. Estranho? Sim, especialmente considerando as muitas exigências profissionais da actualidade.

Considerando: A mudança radical que a internet tem introduzido na forma de fazer negócio. O novo panorama competitivo que a globalização tem criado, tornando vulneráveis mesmo as maiores empresas. O estilo dominante de negociar que passou da venda de produtos para a venda de soluções.

Estas e outras mudanças profundas levariam a pensar que as organizações estariam dispostas a investir tempo e dinheiro no aperfeiçoamento dos seus colaboradores para assegurarem o sucesso.

Não se preocupe. Ouvida a opinião de especialistas sobre a melhor forma de avaliar a dimensão de um orçamento de treino, para ao invés de um custo opcional ser considerado como o melhor investimento que a organização pode fazer, concluiu-se da conveniência de adoptar um processo de 10 etapas para ajudar a obter o dinheiro necessário ao plano de treino profissional que se pretende implementar.

Para ler o resto do artigo [clique aqui](#)

## **Consultório**

### **Propostas versus Negócios**

**"Faço muitas propostas, mas a maior parte delas não consigo concretizar"**

Seria necessário conhecer, mais especificamente, as situações a que o nosso leitor se refere para podermos circunscrever a resposta à sua realidade específica. Todavia, podemos analisar uma das situações mais comuns, nesta matéria.

Muitas vezes, o entusiasmo, vontade e necessidade de vender para atingir os objectivos, leva os profissionais de vendas a interpretar os pedidos de propostas – que normalmente os clientes fazem no final do primeiro contacto de vendas – como um prenúncio de que o cliente já ficou disposto a comprar-lhes. É uma ilusão!

E esta ilusão acontece quando se entrega uma **proposta de venda** – especificações técnicas mais preços e condições de fornecimento – em vez de uma **proposta de solução** – referência às necessidades do cliente e à forma como a solução proposta as vai satisfazer.

Obviamente, quando se entrega (ou, pior ainda, se envia) uma proposta de venda ao cliente, demonstra-se pouca capacidade para ajudar o cliente a resolver os seus problemas e isso, na maior parte dos casos, leva o cliente a não considerar esse tipo de propostas.

Antes de se comprometer a entregar uma proposta certifique-se de que:

- Sabe quais são as necessidades que o cliente quer ver satisfeitas com a sua proposta;
- O cliente concorda numa nova reunião para, com ele, a analisar e debater;
- Conhece, minimamente, o prazo de decisão do cliente;
- O cliente se compromete com um prazo para a tomada da decisão final.

A validade e eficácia de uma proposta aumenta, significativamente, quando ambas as partes – você e o cliente – pretendem formalizar a informação necessária para progredirem até à tomada de decisão final. Nesta matéria, as pressas só trazem sobrecarga administrativa e desilusões.

## **Dica de Vendas**

### **Aproveite cada minuto**

É Impressionante como o tempo passa depressa. Mas, adoptandas boas práticas de gestão de tempo pode aumentar as horas do seu dia, para cultivar relações com os seus clientes e detectar oportunidades de vendas.

As formas de aproveitar melhor o seu dia incluem:

Aprofundar a sensibilidade ao tempo: sabendo como usa e perde tempo ajuda muito a habituar-se a usa-lo com sabedoria.

- **Avalie os seus planos:** Ao terminar uma actividade e passar para a seguinte, pergunte-se "neste minuto, como poderei aplicar o meu tempo da forma mais compensadora e orientada para os objectivos?".
- **Gira as suas comunicações entradas:** Ao analisar o seu e-mail, mensagens de voz e outras comunicações decida se deve, encaminhar e passe á frente. Para cada comunicação decida se deve, encaminhar... referenciar...actuar...ou arquivar.
- **Escolha com bom senso:** Aplique mais tempo nas actividades directamente relacionadas com o atingir dos seus objectivos. Consequentemente, identifique as actividades que desperdiçam o seu tempo e elimine-as.

Para remover o seu nome da nossa lista de correio, [clique aqui](#).

Perguntas ou comentários? Envie-nos uma mensagem de correio electrónico para [basilaris@basilaris.com](mailto:basilaris@basilaris.com) ou ligue para 214 697 973.