

O Mercado Alemão – Prospeção Comercial

Objetivos

Este curso permitirá a cada um dos participantes:

- ▶ Identificar e selecionar clientes-alvo de acordo com as características específicas dos mercados alemão;
- ▶ Avaliar o potencial de compra dos clientes atuais;
- ▶ Elaborar planos de prospeção internacional, definindo critérios de análise, de acompanhamento e de avaliação;
- ▶ Realizar a prospeção e comunicação com clientes/ parceiros potenciais;
- ▶ Definir ofertas comerciais adequadas às características do mercado alemão.

Destinatários

- ▶ Todas as pessoas que necessitem de conhecimentos na área das relações comerciais com o mercado alemão.

Metodologia

Este curso baseia-se em:

- ▶ Exposições e sínteses metodológicas;
- ▶ Análise de situações reais e casos concretos do dia-a-dia dos participantes;
- ▶ Elaboração de um argumentário de prospeção;
- ▶ Grupos de trabalho com partilha de experiências;
- ▶ Brainstorming e role-playing;
- ▶ Simulações de contatos telefónicos e de entrevistas de prospeção, seguidas de um debriefing pelo formador.

Avaliação

Avaliação contínua da participação em aula e com realização de 1 teste escrito intermédio e 1 teste escrito final.

Para a conclusão com sucesso é necessário um resultado positivo na avaliação e uma assiduidade mínima de 70% da duração total do curso.

Valor

550,00€ cada participante (os sócios da CCILA têm 10% de desconto).

Local e Duração

🕒 Duração: 50 horas

📍 Lisboa, Porto e Portimão

Internacionalização

O Mercado Alemão – Prospeção Comercial

Conteúdos

O mercado alemão

- ▶ Características
- ▶ Etapas do processo de entrada no mercado alemão

Análise do ambiente na Alemanha

- ▶ Ambiente económico
- ▶ Ambiente político-legal
- ▶ Ambiente cultural
- ▶ Ambiente tecnológico
- ▶ Ambiente demográfico e social
- ▶ Ambiente militar

Formas de acesso ao mercado alemão

- ▶ Exportação indireta
- ▶ Exportação direta
- ▶ Produção em mercados exteriores

Seleção de tipologias de mercado na Alemanha

Prospeção

- ▶ Plano de prospeção e respetiva orçamentação
- ▶ Técnicas de prospeção
- ▶ Apoios à prospeção internacional
- ▶ Relatórios de prospeção

Critérios de análise e avaliação de clientes

- ▶ Financeiros
- ▶ Comerciais
- ▶ Credibilidade

Definição da oferta comercial

- ▶ Produto
- ▶ Preço
- ▶ Comunicação
- ▶ Distribuição

Duração 50h

25h Teóricas +25h Práticas