



FICHA TÉCNICA

Título: Direção e Gestão da Força de Vendas

Autora: Elisabeth de Magalhães Serra

Editor: Vida Económica

Formato: 15,5 x 23 cm

Encadernação: capa mole

Nº de págs: 208

PVP c/IVA: €

PVP s/IVA: €

Edição: janeiro de 2012

E-mail: encomendas@vidaeconomica.pt

ISBN: 978-972-788-422-3



DIREÇÃO E GESTÃO DA FORÇA DE VENDAS

Um manual especializado, dotado de elevado potencial de inovação e adesão à realidade empresarial. Uma obra prática sobre o desenvolvimento e gestão de equipas de vendas, que irá ajudar os responsáveis empresariais a ajustar as suas decisões comerciais e identificar novas táticas para satisfazer os seus clientes.

Uma obra que vai permitir adquirir as competências para:

- Desenhar a rede de vendas mais adequada à sua oferta produto/mercado e definir planos comerciais ambiciosos, mas factíveis;
- Estimular a venda consultiva e Construir relações de fidelidade sustentadas com os seus clientes;
- Obter melhor desempenho da sua equipa comercial identificando os factores motivacionais chave no seu desempenho;
- Desenvolver sistemas de incentivos e benefícios equilibrados;
- Melhorar e actualizar os seus recursos para gerar Valor no quadro do novo paradigma de negócios cujo traço mais saliente é ser orientado ao cliente - "customer-oriented".

"É neste jogo de adaptação e de antecipação à mudança, num mercado global cada vez mais competitivo, que vejo as forças de vendas desempenharem um papel crucial. (...) as organizações têm de cada vez mais extrair o máximo valor da sua força de vendas se não quiserem falhar. Têm de ser profissionais na sua aproximação a estas equipas."

Carlos Manuel Cardoso, Administrador da BP Portugal

Público Alvo:

A sua consulta ajudará os **responsáveis empresariais** a ajustar as suas decisões comerciais e a identificar novas táticas e formas para também satisfazer os seus clientes. Para os **estudantes e investigadores**, este manual é um suporte para aprofundar os seus conhecimentos e refletirem sobre temas para futuros trabalhos de investigação.

AUTORA

Elisabeth de Magalhães Serra

Post-Doutorada em Economics & Business (Univ. Pompeu Fabra, Barcelona) e com Doutoramento em Ciências Económicas e Empresariais - especialização Marketing Management (Univ. Santiago Compostela), realizou um Senior Executive Program em Business Marketing no IMD Business School (Switzerland). Docente Universitária e investigadora no ISMAI, investiga e publica em revistas científicas sobre Sales Force Management, Consumer Behavior, Brand & Innovation Management, Business Marketing, áreas em que desenvolve trabalhos de consultoria nacional e internacional em diversos sectores de actividade no âmbito da TWG Consulting.