

## Redes Sociais para Comerciais e Vendas

Se o mundo funciona em rede, o mundo dos negócios não escapa a esta tendência.

E porque são importantes os networking skills?

“Algumas organizações têm compreendido que o desenvolvimento de novas tecnologias e de novos produtos, ainda que excelentemente desenhados e cobrindo necessidades reais de pessoas e empresas, não garantem já o seu sucesso. Estas organizações começam a compreender que o processo de venda e a elevada preparação das forças de vendas é um dos factores-chave para o sucesso do negócio. A verdade é que a tradicional formação em “técnicas de vendas”, que genericamente todas as empresas proporcionam hoje aos seus profissionais da área comercial, não são já o suficiente, principalmente porque se tornaram uma competência muito generalizada e pouco diferenciadora. Os networking skills dizem respeito às capacidades dos profissionais em identificarem e activarem os recursos sociais (i.e., contactos) mais pertinentes para cada situação e tirarem partido do conhecimento e influência sobre esses mesmos contactos sociais. Esta acção seguirá a máxima, hoje inequivocamente clara, de que: ‘diz-me com quem andas, dir-te-ei o que vendes!’”



**Duração: 6 Horas**

### Objectivos Gerais

Dotar os formandos de conhecimentos e competências para a utilização de redes sociais, enquanto parte do plano estratégico de empresas/marcas. No final do curso, o formando deverá ser capaz de entender as potencialidades da Web 2.0 e como uma estratégia de comunicação integrada é indispensável para o sucesso da comunicação. Para além disso, estará também apto para formular estratégias neste sentido, desde a definição de objetivos e público-alvo, à escolha de redes sociais/agregadores adequados para alcançar objetivos previamente definidos.

### Objectivos Específicos

No final do curso, o formando estará apto para formular estratégias nas redes sociais, desde a definição de objetivos e público-alvo, à escolha de redes sociais/agregadores adequados para alcançar objetivos previamente definidos.

### Destinatários/Pré-Requisitos

Todos os decisores que, directa ou indirectamente, estão envolvidos na área comercial e força de vendas das empresas e organizações, bem como todos aqueles cujas tarefas estão focadas na relação com o cliente e na promoção dos produtos e serviços da empresa. Profissionais e estudantes de Marketing, Publicidade, Comunicação, Branding e Web Design. Gestores de conteúdos online.

### Conteúdos Programáticos

#### Social Networking

- Diversidade das Redes Sociais
- Redes Sociais horizontais e verticais
- Diferenças
- Objetivos de comunicação
- As principais Redes Sociais
- Plataformas de integração de Redes Sociais

#### Estratégia nas Redes Sociais

- Definição de objetivos e metas
- Estratégia dos 5Ts
- Formas de atuar
- Boas Práticas
- Métricas e Indicadores de Retorno

#### Tendências emergentes

##### Conceitos-chave de Networking

- Centralidade de rede e proximidade social nas relações estratégicas;
- Entremediação e brokerage;
- Laços fortes e laços fracos – o papel comercial;
- Densidade de rede, rede actual e rede potencial;
- A reciprocidade social e o desenvolvimento da rede de contactos;
- Círculos sociais, bridging e bonding;
- A Estratégia do formigueiro (swarming);
- Multiplexidade e alcance do alvo social.
-

**Networking Action Plans (NAP's)**

- Construção da rede actual e da rede potencial;
- Mapeamento da rede activa e da rede latente;
- Estratégias de rentabilização da rede actual;
- Elaboração dos NAP's (Networking Action Plans).