



THE VERSATILE PHARMACEUTICAL REPRESENTATIVE

Perante uma competitividade intensa, as organizações focam a sua atenção nos seus profissionais de vendas e em formas de os tornar mais bem preparados para apoiarem a necessidades dos seus clientes. Ao mesmo tempo que procuram novas formas para reduzir o tempo e dinheiros dispendidos, são continuamente pressionadas a apresentar resultados de vendas. Para diminuir os custos, muitas organizações recorrem ao E-Learning, no entanto muitas acharam complicado superar os obstáculos que uma implementação baseada em tecnologia levanta. Em grande parte dos casos, é necessário promover a prática de modo a produzir resultados duradouros. A Wilson Learning possui uma abordagem única à aprendizagem combinada, através da harmonização entre as várias tecnologias. A nossa missão é compreender os seus objectivos e proporcionar-lhe as soluções que melhorem a performance dos seus colaboradores.

THE VERSATILE PHARMACEUTICAL REPRESENTATIVE

A Wilson Learning criou uma solução de aprendizagem combinada inovadora conduzida por um facilitador, integrando os melhores elementos de uma aprendizagem de sala, aplicações *on-the-job* e *coaching*. O programa *Versatile Pharmaceutical Representative* (VPR) é altamente efectivo e foi pensado especialmente para ajudar os seus profissionais de vendas a desenvolver as suas competências de versatilidade, necessárias para vender de uma forma mais eficaz. O programa baseia-se na versatilidade interpessoal que possibilita aos seus profissionais de vendas agirem como consultores e pessoas de confiança que nutrem as suas relações, criando e gerindo relações fortes com os seus clientes. A Wilson Learning integra diversas tecnologias de aprendizagem que alavancam o impacto da aprendizagem e da proposta de valor que oferecemos à sua organização.

RESUMO DO PROGRAMA

A força de vendas é, em parte, responsável pela relação entre a sua empresa e os seus clientes. Eles são os seus representantes de primeira linha; o ponto onde a organização e os seus clientes convergem.

Muitas organizações centram a sua atenção no desenvolvimento de estratégias e no aumento das competências competitivas da sua equipa de vendas, de forma a alcançar um “cume” de competitividade – desconsiderando as competências base essenciais para o sucesso dos esforços de venda.

As competências interpessoais são a fundação a partir da qual qualquer estratégia ou abordagem de venda consultiva pode ser aplicada. Sem estas competências interpessoais, o profissional de vendas da indústria farmacêutica nunca poderá conquistar o direito de usar as competências estratégicas, ou de exercer uma postura de consultor.

Actualmente, o alicerce para qualquer profissional desta indústria, inclui a construção de confiança, confidencialidade e satisfação, à medida que vai avançando com o processo de venda, conquistando o seu espaço no negócio passo a passo. Isto requer fortes competências interpessoais e capacidade de adaptação às necessidades do cliente. Na realidade, a

versatilidade possibilita que os profissionais de vendas desenvolvam confiança nas suas relações. É esta base de confiança que lhes permite reunir a informação necessária para levarem a cabo as complexas estratégias de vendas.

Apesar dos prestadores de serviços de saúde terem interesses, estilos e necessidades distintas, os profissionais de vendas usam, regularmente, a mesma abordagem com cada um deles. Em alguns casos é, de facto, eficiente; noutras é mortal. Os fornecedores destes serviços esperam que os profissionais de vendas lhes proponham a venda conforme gostam de comprar; caso contrário procurarão outra pessoa a quem comprar.

Uma comunicação de vendas eficaz constrói-se com base na compreensão do estilo social e das necessidades do negócio do cliente e, igualmente importante, adaptando estratégias e abordagens, agindo consoante as necessidades. O VPR explora as dimensões comportamentais da firmeza, segurança e responsabilidade, facilitando uma compreensão e linguagem comuns que descrevem o comportamento humano. O programa move-se além da simples identificação dos estilos sociais de cada profissional de vendas ou de cada cliente. Enfatiza o conceito de versatilidade – uma habilidade essencial que adapta momentaneamente o comportamento de cada pessoa às preocupações e expectativas dos outros.