



## Como montar um treinamento de vendas: é preciso dar um show?

Quem nunca compareceu a um treinamento de vendas ou [palestra motivacional](#) e – apesar de muito glamour, risadas e de um palestrante carismático – sentiu que não aprendeu nada de realmente efetivo para sua função?

Na verdade, por melhor que seja um palestrante (e existem excelentes no mercado), se o tema da palestra não for efetivamente útil para a empresa ou para aquela equipe de vendas, os efeitos do treinamento podem não ser exatamente aqueles que você espera.

Por isso, se você quer saber como montar um treinamento de vendas, o primeiro passo é identificar quais são as

habilidades e competências que seu time necessita aprimorar.

Além disso, vários outros pontos precisam ser definidos, como formato do treinamento (on-line ou presencial?) e duração.

*Está sem tempo para ler o conteúdo? Gostaria de poder acompanhá-lo enquanto dirige, caminha ou realiza outra atividade? Então não perca tempo e ouça este artigo na íntegra. Basta clicar no play! Agradecemos o seu feedback nos comentários ☐*

Por isso, para ajudar você a saber como montar um treinamento em vendas, selecionamos algumas etapas que você deve percorrer e, além disso, vamos apresentar um depoimento de Júlio Paulillo, CMO do Agendor, com algumas dicas de como ele conduz o treinamento de vendas no Agendor.

Veja também: [Palestras motivacionais de vendas: uma seleção com opções gratuitas online](#)

Antes de prosseguir, que tal dar uma olhada nesta apresentação de slides criada pela equipe do Agendor, com dicas de como escolher um bom treinamento de vendas?

[Escolha o treinamento de vendas para sua equipe em 10 passos](#)  
from [Agendor](#)

## **Como montar um treinamento de vendas?**

Para facilitar sua vida nessa hora, definimos 5 perguntas principais que você precisa responder se quiser realmente saber como montar um treinamento de vendas:

1. O que minha equipe precisa aprender?

2. Quanto tempo temos disponível e quanto é necessário?
3. Qual o formato do treinamento?
4. Vamos precisar de gente de fora da empresa?
5. Como fazer o treinamento de novos vendedores?

Veja como responder cada uma dessas perguntas:

## **1- O que minha equipe precisa aprender?**

Uma forma muito prática de definir quais serão os temas do treinamento e montando uma [matriz de competências e habilidades](#).

Em primeiro lugar você deve definir quais as competências que sua equipe necessita para desempenhar bem seu papel de vendas.

Digamos que você defina temas como: [negociação](#), táticas de fechamento de negócios, técnicas de vendas e organização no trabalho, entre outras.

Em seguida, você deve colocar em uma planilha o nome de cada colaborador da empresa nas linhas.

Nas colunas ao lado, coloque as competências e habilidades definidas e assinale quais colaboradores já dominam essas habilidades e competências e quais precisam desenvolvê-las ou aprimorá-las.

Dessa forma, você poderá definir quais os conteúdos são prioritários e precisam ser treinados o quanto antes.

Lembre-se que mesmo quem já domina uma habilidade ou competências também pode se atualizar nelas e, assim, participar dos treinamentos junto com os colegas.

Confira este modelo de matriz de competências:



Fonte: [Blog da Qualidade](#)

## **2- Quanto tempo temos disponível e quanto é necessário?**

Depois de definir quais competências e habilidades precisam fazer parte do treinamento, fica mais fácil definir quanto tempo ele vai durar.

Um treinamento pode ser um evento pontual em uma tarde, uma série de aulas ou palestras que duram uma semana ou mesmo meses, um final de semana em um hotel fazenda...

Tudo vai depender do objetivo e da quantidade de conteúdo a ser ministrado.

Por isso, é preciso dosar muito bem quanto tempo de seus funcionários pode ser direcionado para os treinamentos sem prejudicar seu desempenho como vendedores.

Mas isso não pode ser usado como desculpa para não fazer treinamento. Eles têm que acontecer!

A pergunta a seguir pode ajudar a responder essa. O ideal é respondê-las em conjunto.

## **3- Qual o formato do treinamento?**

Quem deseja aprender como montar um treinamento de vendas deve estar aberto a diversos formatos e soluções.

Existem treinamentos presenciais e online. Essa é a primeira diferença.

A vantagem do online é que, em muitos casos, o colaborador pode fazer o treinamento na hora e no local que desejar.

Por outro lado, a interação em grupo é prejudicada.

Existem diversas formas e atividades que podem fazer parte de um treinamento, veja algumas delas:

- Aulas presenciais
- Palestras (é diferente de aula, são mais expositivas)
- Aulas on-line ao vivo
- Cursos online gravados + exercícios e outros materiais
- Dinâmicas de grupo
- Jogos de negócios
- Debates

Se você for montar um treinamento de um dia inteiro, por exemplo, pode misturar diversas modalidades.

Existem empresas que oferecem uma grade de treinamentos, com diversos cursos, muitos deles on-line, são as chamadas “universidades corporativas”.

Já publicamos diversos posts em nosso blog que podem ajudar quem quer saber como montar um treinamento de vendas.

Selecionamos 10 deles para você conferir:

1. [Confira 10 cursos de atendimento ao cliente, online e presenciais](#)
2. [Dinâmicas de atendimento ao cliente funcionam mesmo?](#)
3. [Usando o role play de vendas para desenvolver o seu time](#)
4. [8 atividades de team building que vão motivar e integrar suas equipes](#)
5. [12 dicas de cursos e palestras de vendas totalmente grátis](#)
6. [5 Dinâmicas de motivação no trabalho muito fáceis de aplicar](#)
7. [Como treinar uma equipe de vendas para alcançar os melhores resultados](#)
8. [Procurando cursos para vendedores? Veio ao lugar certo!](#)
9. [10 cursos de técnica de vendas: do rápido e gratuito à pós-graduação paga](#)
10. [8 vídeos motivacionais que vão dar um UP em sua equipe](#)



## 4- Vamos precisar de gente de fora da empresa?

É muito comum chamar palestrantes de fora da empresa para fazer treinamentos.

Mas isso não é obrigatório. Em um evento de final de ano em uma convenção de vendas, pode ser legal, mas, no dia a dia da empresa, isso deve ser arranjado de outra forma.

Pode-se ainda optar por uma solução mista, com instrutores da própria empresa e alguns professores externos, mas não necessariamente aqueles “palestrantes estrela”.

## 5- Como fazer o treinamento de novos vendedores?

Logo após a [contratação de um novo vendedor](#), é comum que muitas empresas iniciem um processo de treinamento intensivo, orientando o novo colaborador acerca da rotina comercial e do discurso de vendas adotado.

Mas será que esse é o momento certo para isso?

Segundo Júlio Paulillo, é melhor ir com mais calma nessa hora:

*“Aqui no Agendor, preferimos dar um passo atrás. Antes de abordar o nosso processo de vendas, acreditamos que é fundamental que o novo vendedor tenha a oportunidade de conhecer mais a fundo a empresa, seus departamentos, seus colegas, assim como o próprio produto e seu mercado”*

Durante a primeira semana, todos os colaboradores, independentemente de seu escopo de trabalho, passam por um período que é chamado de [onboarding](#).

O onboarding nada mais é do que um processo de integração de colaboradores. Nessa fase, são propostas ao novo integrante do time uma série de tarefas que permitirão que ele possa ter uma compreensão mais profunda do produto e de como cada uma das áreas da empresa se relacionam.

Só então é que o novo vendedor estará apto para receber uma capacitação exclusiva de sua área. A partir daí, o objetivo do Agendor é garantir que ele seja capaz de desenvolver o conhecimento, habilidades e atitudes necessárias para desempenhar a sua função.

“Para tanto, nos atemos bastante aos princípios do [Sales Enablement](#)”, complementa Júlio.

O Sales Enablement se caracteriza como um processo contínuo, onde a empresa busca oferecer ao time de vendas todo o conteúdo, orientação e ferramentas para que cada vendedor possa estar em constante evolução.

Nesse cenário, duas questões são fundamentais:

1. Garantir que os vendedores conheçam e se comprometam completamente com o processo comercial.
2. Construir uma cultura de alinhamento entre todo o time de aquisição (que compreende tanto os vendedores quanto o departamento de marketing).

*“Além disso, também acreditamos que um acompanhamento mais próximo é fundamental para o desenvolvimento dos novos vendedores”, salienta o CMO do Agendor.*

*“Por isso, realizamos reuniões de feedback periódicas, onde gestor e vendedor podem conversar abertamente sobre pontos de melhoria, assim como aspectos positivos identificados ao longo do ciclo de treinamento”*

É, não tem como montar um treinamento de vendas sem antes fazer esse processo de *onboarding* comentado pelo Júlio.

Um treinamento sem contexto, dificilmente trará bons resultados.

Agora que você já sabe tudo isso, que acha de conhecer uma Websérie de treinamentos, com 7 vídeos exclusivos, criada pelo Agendor? Acesse agora mesmo, é gratuito: [\*\*Websérie do Agendor: Relacionamento com clientes – Como um App de Vendas pode ajudar\*\*](#)