

# Técnico Closer de Vendas | Técnicas de Fechamento Profissional

Programa de Estudo

Duração: 3 Meses

---

## Unidade 1: Introdução ao Papel do Closer

O que é um Closer de Vendas, diferenças em relação ao vendedor tradicional, habilidades essenciais, processo de venda e momento do fechamento, ética e profissionalismo, benefícios e oportunidades.

## Unidade 2: Psicologia Básica do Comprador

Psicologia do consumidor, Pirâmide de Maslow, motivações de compra, vieses cognitivos, processo de decisão, tipos de compradores, empatia e escuta ativa.

## Unidade 3: O Processo de Venda e o Momento do Fechamento

Processo de vendas moderno, etapas-chave, pré-fechamento, técnicas de fechamento, manejo de objeções e resistência, pós-fechamento e fidelização, ética profissional.

## Unidade 4: Comunicação Eficaz e Escuta Ativa

Comunicação persuasiva, verbal (palavras e tom), não verbal (linguagem corporal), escuta ativa, identificação de necessidades, feedback em tempo real.

## Unidade 5: Tipos de Fechamentos Básicos

Fechamento direto, fechamento por alternativa, fechamento por compromisso ou assunção, fechamento por escassez e urgência, fechamento resumo.

## Unidade 6: Ética e Profissionalismo em Vendas

Bússola moral do closer, princípios éticos (honestidade, transparência, equidade, respeito, responsabilidade), dilemas éticos, excelência profissional, marco legal (GDPR, proteção ao consumidor).

## Unidade 7: Gestão de Objeções e Resistências

Mentalidade diante de objeções, tipos e classificação, processo LAER (Ouvir, Aceitar, Explorar, Responder), técnicas avançadas para objeções de preço, construção de confiança, resistências passivas.

## Unidade 8: Métricas e KPIs do Closer

Importância de medir, KPIs fundamentais, métricas de atividade e pipeline, métricas de conversão, métricas financeiras, ferramentas CRM e análise de dados.

## Unidade 9: O Acompanhamento Pós-Venda e a Fidelização

Importância do acompanhamento, estratégias de comunicação, programas de fidelização, gestão de reclamações, upselling e cross-selling ético, medição NPS, automação CRM.

## Unidade 10: Ferramentas e Scripts para o Fechamento

Design de scripts eficazes, scripts para objeções comuns, ferramentas digitais (CRM, propostas, assinatura eletrônica, videoconferência), perguntas estratégicas, fechamento B2B vs B2C, automação pós-fechamento.

## **Unidade 11: Identificação e Classificação de Objeções**

Papel da objeção em vendas, tipos fundamentais, objeções genuínas vs. pretexto, escuta ativa para revelar a verdadeira objeção, estratégias de classificação, registro e análise contínua.

## **Unidade 12: Técnicas para Responder a Objeções Comuns**

Natureza das objeções, escuta ativa e empatia, reafirmação e clarificação, técnica Sentir-Senti-Encontrei, refutação direta e boomerang, estratégias para objeções de preço, banco de objeções.

## **Unidade 13: Construção de Argumentos de Valor**

Valor além do preço, identificação profunda de necessidades, características vs benefícios, estruturas persuasivas, personalização do valor, superação de objeções de preço, storytelling.

## **Unidade 14: Prática de Fechamentos Específicos**

Fechamento de teste e por assunção, fechamento por balanço (método Ben Franklin), fechamento direto e alternativo, fechamento de última oportunidade, fechamento por compromisso, adaptação ao contexto.

## **Unidade 15: Gestão da Negociação Final**

Fundamentos estratégicos (mentalidade colaborativa), desativação de objeções de última instância, valor além do preço, concessão estratégica, fechamentos de negociação, pós-negociação e relações de longo prazo.

## **Unidade 16: Acompanhamento Pós-Venda e Fidelização**

Estratégias de comunicação pós-venda, gestão proativa da experiência do cliente, programas de fidelização e retenção, upselling e cross-selling pós-venda, medição e melhoria contínua.

## **Unidade 17: Simulações e Casos Práticos**

Simulações de venda como ponte entre teoria e prática, role-playing efetivo, manejo de objeções em simulações, técnicas de fechamento sob pressão, análise de casos de sucesso e fracasso, adaptação e personalização do fechamento.

## **Unidade 18: Criação de um Plano de Ação**

Elaboração de plano de ação profissional como closer, definição de objetivos comerciais, estratégia de prospecção e pipeline, toolkit personalizado, métricas de acompanhamento, roadmap de melhoria contínua.