Engenharia de Vendas - Modelo de Processo da Venda de Software na Venda por Canais

Definição do posicionamento e público-alvo da empresa por produto ou serviço em função da análise de merrcado/SWOT, benchmarking e pesquisas

INÍCIO

1. Definição do Programa de Canais

1.1. Definição do perfil desejado do canal

1.2. Definição do trinômio produto ou serviço - segmento - parceiro

1.3. Definição das margens de comissionamento

1.4. Construção da tabela de referência de preços

1.5. Disponibilização de formulário para a inscrição dos canais (online e offline)

1.6. Definição do programa de treinamento

1.7. Definição do processo de certificação

1.8. Disponibilização do Kit de Vendas

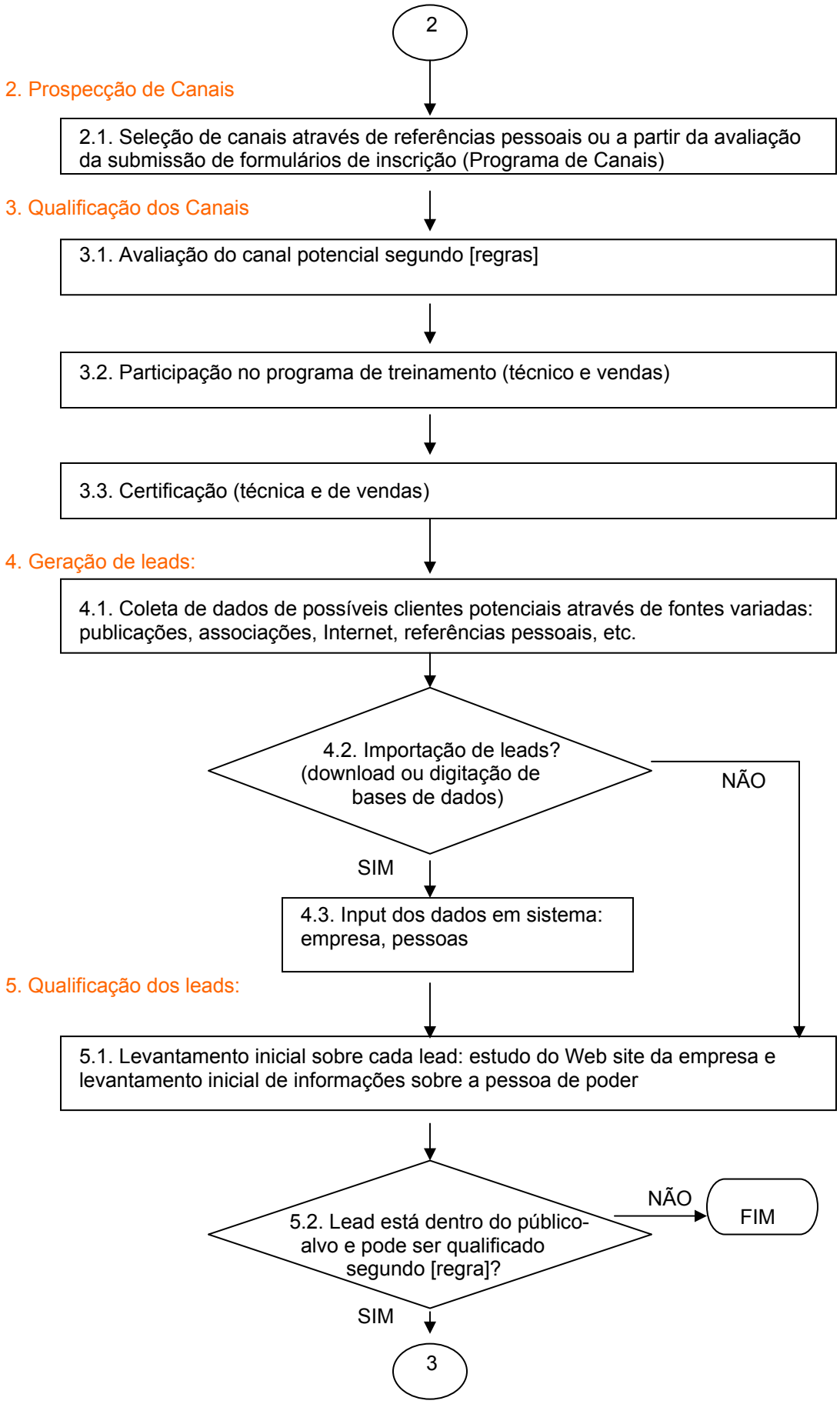
1.9. Disponibilização de infra-estrutura de marketing e vendas

1.10. Definição do escopo do suporte pré e pós-venda (técnico e comercial)

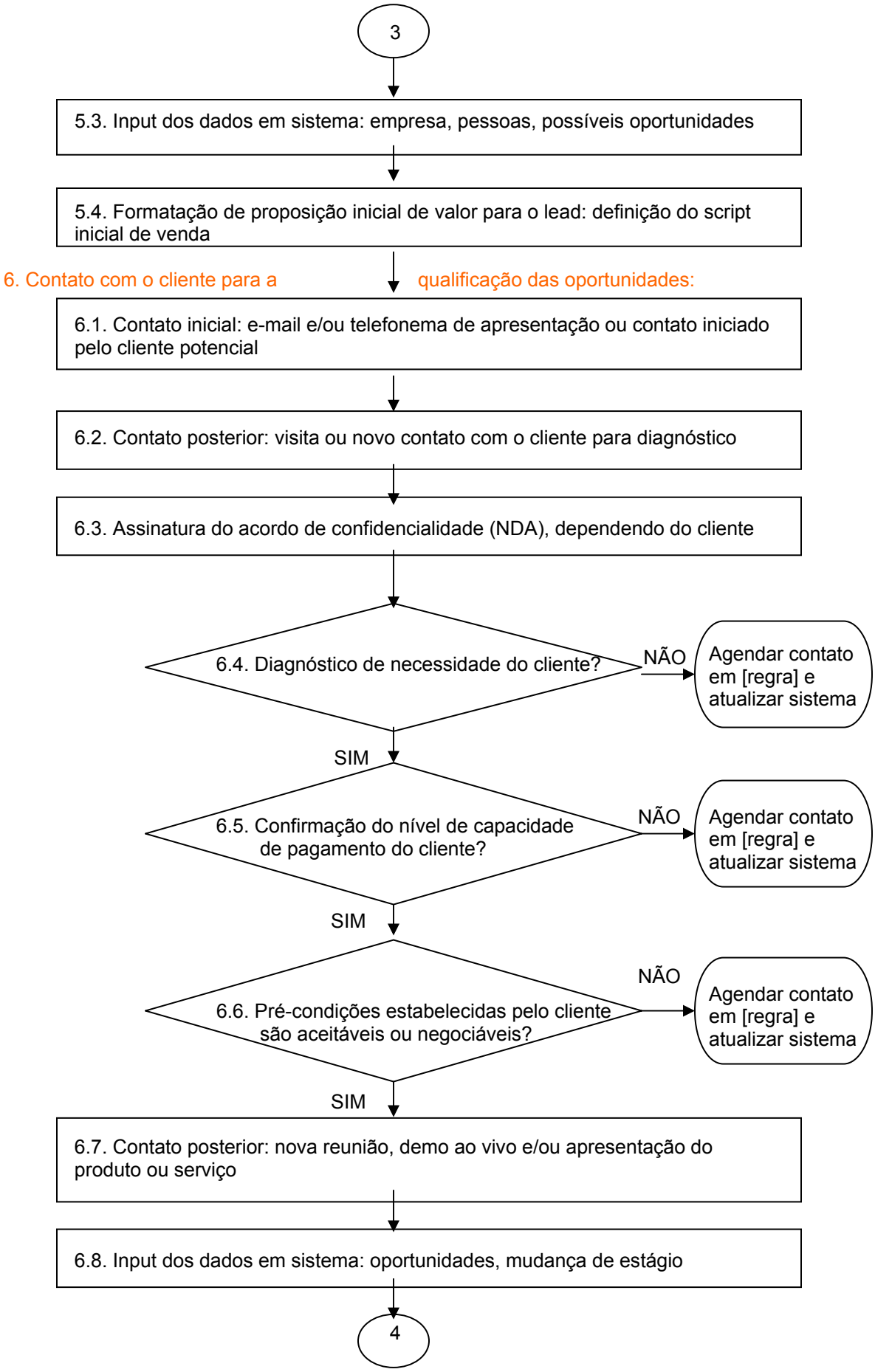
1.11. Disponibilização de mecanismo para a reserva de contas

1.12. Definição de política para a resolução de conflitos

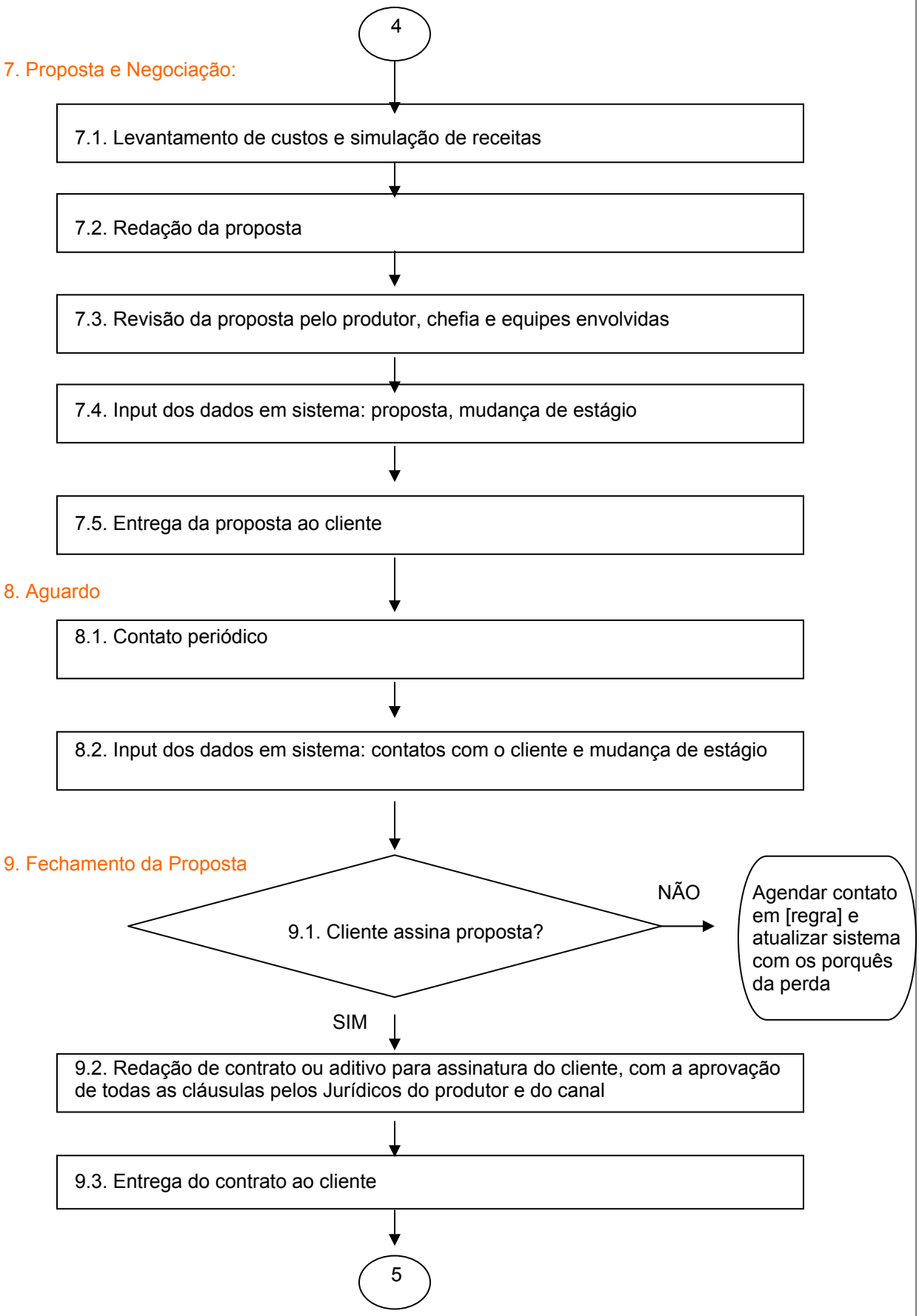
2



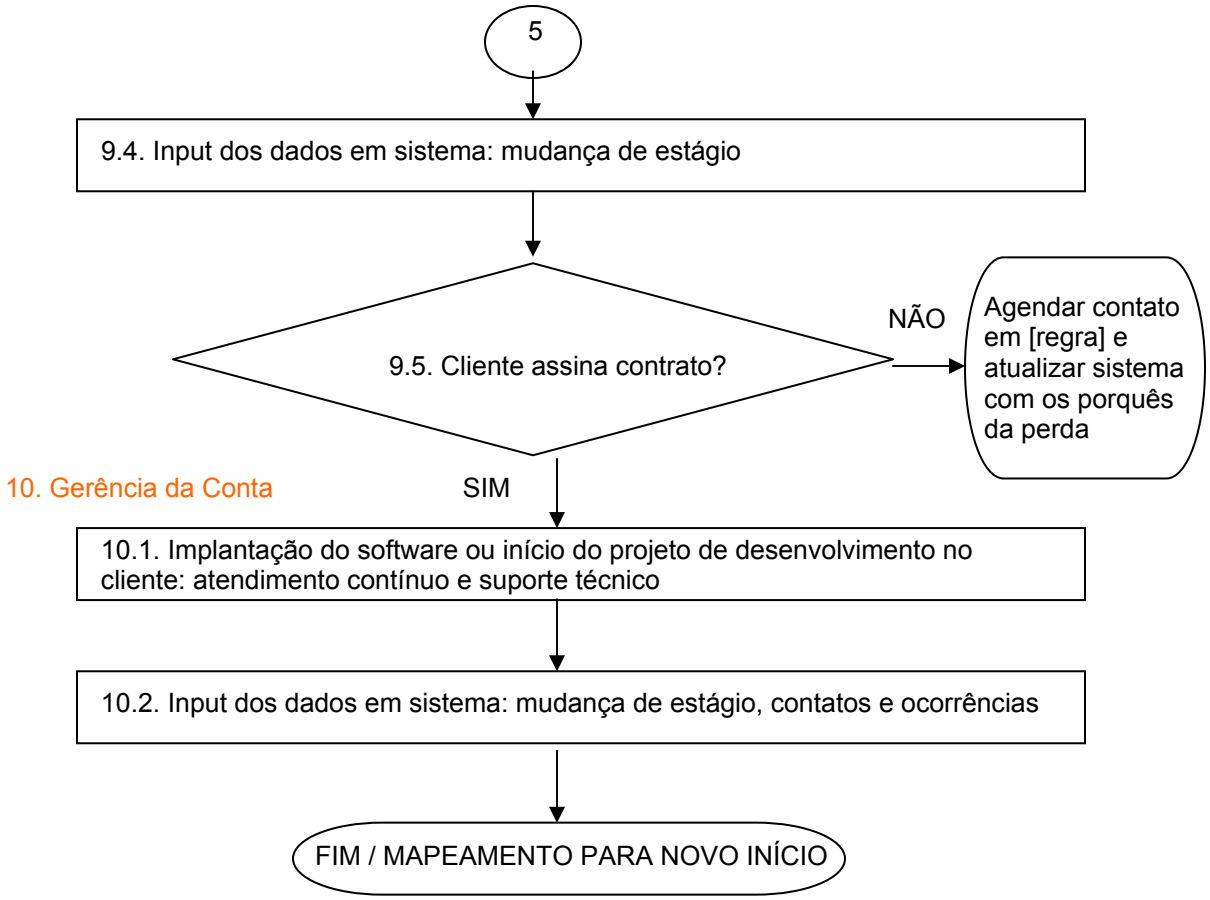
www.engenhariadevendas.com.br Copyright Engenharia de Vendas 2005



www.engenhariadevendas.com.br Copyright Engenharia de Vendas 2005



www.engenhariadevendas.com.br Copyright Engenharia de Vendas 2005



www.engenhariadevendas.com.br Copyright Engenharia de Vendas 2005