



VENDAS E GROWTH

AULA 04

Qual o papel de uma equipe de vendas?

- Foco nos objetivos para definir as metas (de equipe e individuais)
- Produtividade definirá o tamanho da equipe
- Todo projeto precisa ser bem estruturado e planejado
- No recrutamento e seleção é importante definir bem o perfil necessário
- O treinamento deve ser específico e direcionado (as vezes por produto)
- A remuneração deve ser um salário fixo + comissão + premiação
- A supervisão deve ser organizada e ter empatia, comando e motivação
- Avaliações devem ser constantes, não para punir mas para direcionar

O papel do vendedor

- Prospecção
- Planejamento diário ou roteiro de vendas
- Comunicação (interna, externa, com clientes ou prospects)
- Fechamento da Venda
- Atendimento aos clientes atuais
- Coletar informações sobre clientes e concorrentes
- Feedback para outras áreas (marketing, técnica, logística, etc)
- Acompanhar resultado x meta
- Campanhas de incentivo



FORÇA DE VENDAS

Venda simples:

- Vendedor apenas tira os pedidos
- Não há relação comercial, apenas uma troca de dinheiro por produto/serviço
- Cliente vulnerável à concorrência
- Vendedor foca na meta de quantidade mas esquece qualidade (perde cliente)



Venda complexa

- Venda consultiva
 - Relação duradoura, o vendedor busca soluções para o cliente
 - Cliente "blindado" e/ou fidelizado
 - Vendedor planeja o crescimento gradual de sua carteira sem perder a qualidade do atendimento aos clientes atuais

Tipos de força de vendas:

Direta



Funcionários
Maior controle
Mais comprometimento
Mais caro

Indireta



Terceirizados
Menor controle
Maior rotatividade
Mais barato

Mista



Funcionários + Terceirizados
Demanda regras claras
Garante maior cobertura
Cuidado com processos judiciais

Tipos de força de vendas:

Tomador de pedido



E-commerce



PAP



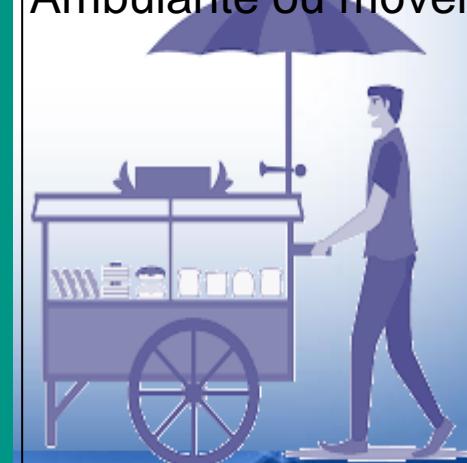
Missionário ou consultor



Telemarketing



Ambulante ou móvel



Segmentações mais usadas:

Por produto



Por unidade de negócio



Por território



Por cliente



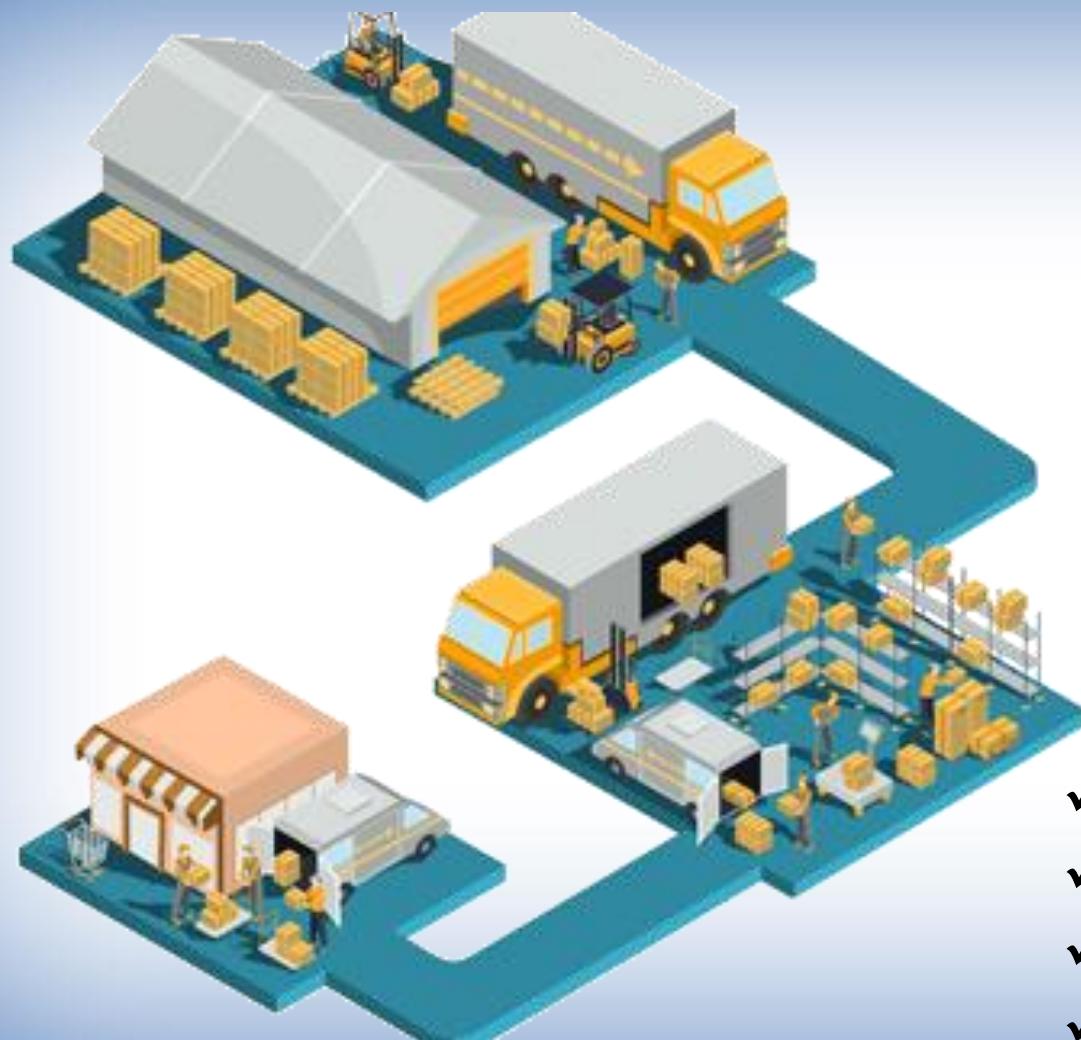


Sell In

Sell Out

Sell in

É a relação comercial entre o fabricante e seus canais de distribuição e vendas.



- ✓ B2B
- ✓ Menos clientes
- ✓ Grandes quantidades
- ✓ Ticket médio alto



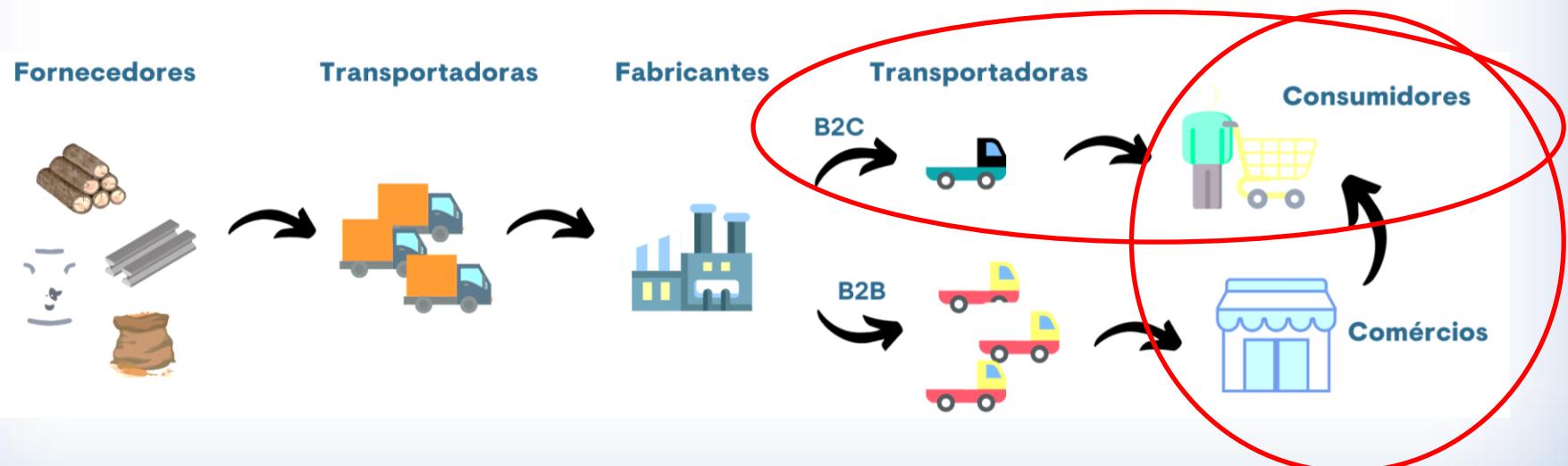
SELL OUT

É a venda ao consumidor final.

- ✓ B2C
- ✓ Mais clientes com menores quantidades
- ✓ Ticket médio baixo

Foco: sell-out

Tudo está atrelado à venda final ao consumidor, é esta demanda que movimenta toda a cadeia!



**Mas se tudo depende
do sell-out... pra que
servem as estratégias
de sell-in?**



Não dá pra correr o risco de perder a oportunidade!



No PDV é possível apresentar o portfólio inteiro, destacar lançamentos e promoções.



O PAPEL DE UM VENDEDOR

PLANEJAMENTO
DE VENDAS



GESTÃO DE
CARTEIRA



ROTA



NOVOS
CLIENTES



POSITIVAÇÃO



NEGOCIAÇÃO
DE SELL OUT



SELL OUT



ATIVAÇÃO
NO PDV



CAPACITAÇÃO E
INCENTIVO

Para ter sucesso na venda é
preciso conhecer melhor seu
cliente!!



Raciocínio lento



Se apega nos detalhes, mas demonstra dificuldade de associar as informações.

O que fazer?

- Use ideias simples e claras;
- Evite falar muito rápido;
- Acompanhe sempre o quanto ele está comprehendendo;
- Procure manter o foco e evitar distrações;
- Use exemplos fáceis;
- Argumente com provas e documentos;
- Não o pressione, vá no tempo dele

Bem humorado

O que fazer?



- Não pense que a venda vai ser fácil;
- Seja simpático e bem humorado, mas sem falsidade, e principalmente sem perder o foco da venda;
- Conduza a conversa e mantenha o foco na venda;

É simpático e agradável, adora uma conversa e frequentemente desvia o assunto.

Presunçoso



É vaidoso, sabe de tudo e não aceita opinião dos outros. Deseja o poder, gosta de dominar a conversa e pressionar o vendedor.

O que fazer?

- Sem exageros, prestigie suas vaidades e seu ego;
- Nunca o menospreze;
- Mas também nunca tenha medo deste tipo de cliente;
- Seja rápido, objetivo e seguro;
- Não dê soluções, mas sugestões, e deixe que ele sinta a sensação de ter decidido por conta própria;

Descuidado ou confuso



Costuma ser apressado, desorganizado, muda de ideia de repente, e muitas vezes vem reclamar depois dizendo que foi enganado.

O que fazer?

- Seja cauteloso e não entre no ritmo dele;
- Desconfie quando a venda é muito fácil e rápida;
- Faça quantas perguntas forem necessárias para entender sua real necessidade, para ter certeza se o que ele está pedindo vai atendê-lo;
- Não tenha medo de perder uma venda se você não consegue resolver seu problema;
- Registre tudo que puder, faça uma ata de reunião ou elabore uma proposta comercial por escrito com todos os detalhes para ser assinada;

Desconfiado ou curioso



Desconfia de tudo e de todos, gosta de debater com firmeza e fazer muitas perguntas. Quer raciocinar e entender o por quê das coisas.

O que fazer?

- Seja firme também para não perder credibilidade
- Seja agradável, sem exagero, e demonstre que gosta quando tem um cliente interessado como ele;
- “Dê corda” para suas perguntas e “envolva-o” com argumentos lógicos e comprovados;
- Não ceda totalmente o controle da conversa, para evitar temas que levem a novas perguntas;

Confiante



Normalmente é bem informado, sabe o que quer e o que está dizendo. É difícil de ser influenciado e não aceita argumentos rasos.

O que fazer?

- Demonstre seu conhecimento sem ser arrogante;
- Deixe-o a vontade para tirar suas dúvidas;
- Seja sempre firme;
- Ao argumentar apresente fatos e dados, nunca opiniões;
- Não esconda informação deste cliente, mesmo se não for algo bom, sua sinceridade vai ajudar a conquistar sua confiança;
- Use sempre a lógica, o bom senso e a razão para oferecer uma solução para seu problema.

Tímido



Não gosta de falar, portanto é mais difícil de entender suas necessidades. Mas gosta de ouvir conselhos. Tem medo de tomar decisão.

O que fazer?

- Tente conquistar sua confiança através de um diálogo tranquilo, sem pressão;
- Sempre que possível apresente conselhos e sugestões, mesmo que não estejam relacionados com sua venda;
- Faça perguntas abertas, que não possam ser respondidas com um simples “sim/não”, mas evite interrogatórios;
- Sempre que ele apresentar alguma ideia, ou opinião, aproveite para encorajá-lo a desenvolver melhor a situação;

Irritado



É nervoso e gosta de brigar, não hesita em expor sua opinião e tem pavio curto, facilmente pode partir para ofensas pessoais ou ao produto/empresa.

O que fazer?

- Mantenha a calma e saiba ouvir seu problema;
- Evite discussões e atritos;
- Nunca entre no ritmo dele, mantenha um tom de voz calmo e um diálogo tranquilo;
- Seja paciente, use suas próprias ideias para construir seus argumentos;
- Cuidado com “armadilhas”, alguns clientes não querem nem comprar só discutir;
- Melhor perder uma venda do que perder a razão;

Independente do cliente

- Venda uma solução e não um produto
- Valor e preço são muito diferentes
- Tenha prazer em vender
- Conheça profundamente seu produto/serviço
- Pense como o cliente e esteja preparado para suas perguntas
- Seja sincero e confiável

Técnicas de vendas



Fases de uma venda

- Aproximação
- Entrevista
- Demonstração
- Negociação
- Conclusão

Saiba lidar com dúvidas e/ou críticas

- Ouça com atenção a objeção do cliente antes de qualquer coisa;
- Seja cordial e agradável com o cliente, se necessário repita o que ele disse para demonstrar que compreendeu seu problema;
- As vezes vale a pena fingir que não entendeu a dúvida do cliente, e apresentar mais dados para ajudá-lo a decidir.
- Em alguns casos é melhor jogar aberto e ser direto perguntando se existe alguma barreira para fechar a venda

Esteja atento aos sinais

- Expressão corporal e mudança de foco as perguntas pode sinalizar que o cliente está pronto para fechar a venda.

Exemplo: Após alguns minutos conversando com o vendedor sobre um produto, perguntando características técnicas e tirando dúvidas sobre marcas concorrentes... quando as perguntas começarem a ter foco no prazo de entrega e a garantia daquele item, o vendedor deve perceber que o cliente já deu sinais para concluir a venda.

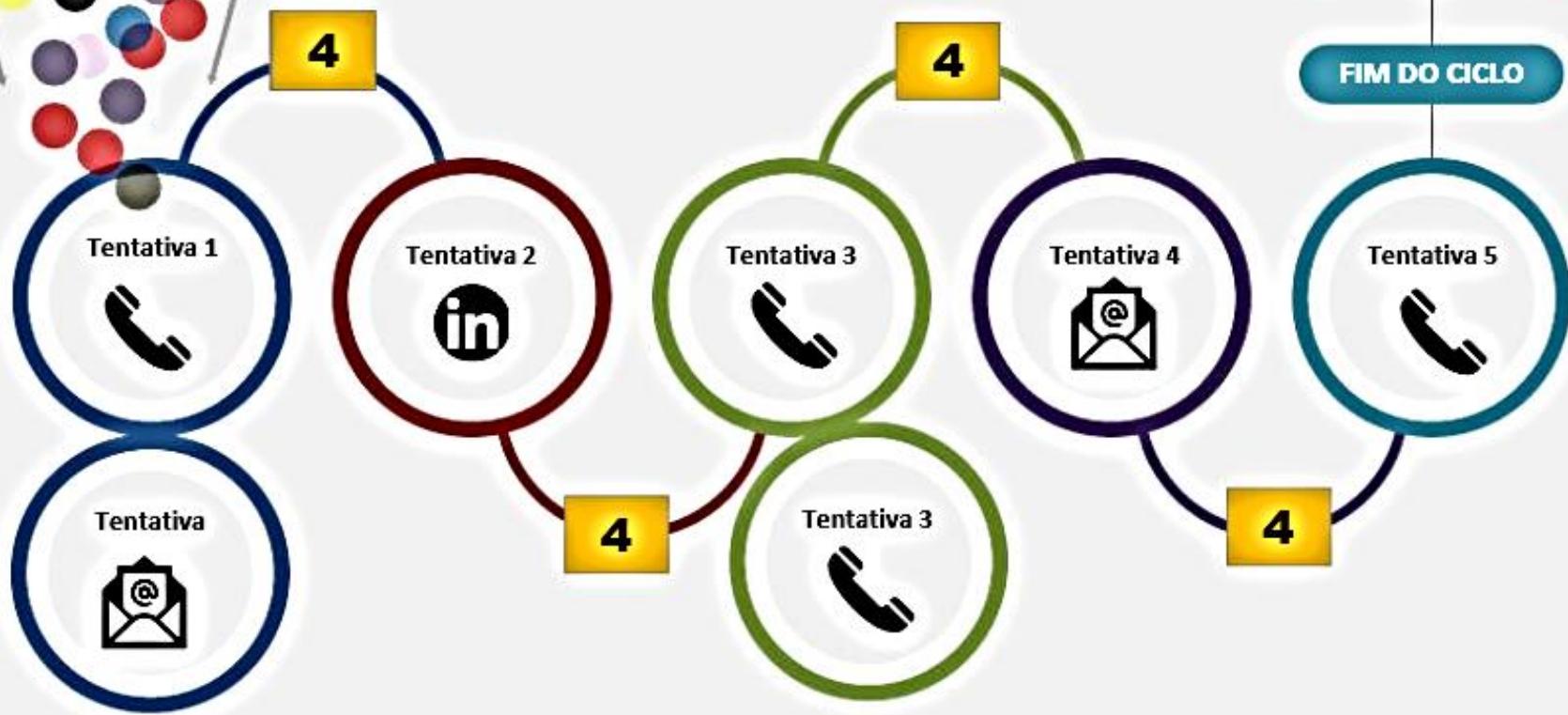


Prospecção

INÍCIO



PRÉ-QUALIFICAÇÃO



RE-PROSPECTAR

NUTRIÇÃO

FIM DO CICLO

CADÊNCIA OUTBOUND – E-MAILS COM FOCO NA COMUNICAÇÃO

