

Abril, 2020

FUNIL DE VENDAS

conectando com seu cliente



FUNIL DE VENDAS

A importância em
conhecer cada etapa

PROSPECCÃO

Prospecção é o ato de buscar potenciais clientes, ou prospectos, com maior probabilidade ou propensão a comprar de sua empresa. O termo surgiu da mineração, da prática de localizar e calcular o valor econômico das jazidas minerais.

Existem várias formas de prospectar atualmente. As principais são:

- **Marketing digital (mídias sociais e conteúdo);**
- **Conferências, feiras e encontros de negócios;**
- **Referências internas dentro de seus clientes, que também servem para estabelecer a sua credibilidade para os novos clientes;**
- **Anúncios em jornais, revistas, portais;**
- **Televentas.**

QUALIFICAÇÃO

Aqui é o momento de tentar entender se um cliente quer/pode/precisa da sua solução, para saber se você tem a chance de apresentá-la para ele, e mostrar o que a sua empresa e produto fazem

Aqui é o momento de saber:

- Se o cliente já tem o seu produto;
- Se o cliente precisa do seu produto;
- Se o cliente pode pagar pelo seu produto;
- Se o cliente teria interesse em saber mais sobre o produto;
- A agenda/tempo do cliente para falar mais sobre o produto e conhecer o que a sua empresa faz.

APRESENTAÇÃO

Agora é hora do show!

É nessa etapa que muitos vendedores brilham. E eles tem muito sucesso, justamente por entenderem bem como mostrar aos clientes o quanto eles precisam do produto ofertado.

MAS NÃO SE ESQUEÇA DE PERGUNTAR

As perguntas certas sobre o dia a dia dos clientes e as preferências deles o ajudarão a entender a fundo seus desafios e elaborar melhor sua apresentação.

Ouçã bastante.

Procure “responder perguntas”, ao invés de palestrar. O cliente precisa sentir que seu produto ou serviço se encaixa perfeitamente na vida dele..

MATURAÇÃO

Enfim, o cliente precisa avaliar sua proposta. Nessa fase, você já fez a apresentação, mas o cliente precisa avaliar as opções disponíveis e as condições apresentadas.

Lembre-se de que você ainda pode influenciar nessa fase, fazendo um acompanhamento constante, mas não seja “chato” com o cliente.

Mostre ao seu cliente que você está do lado dele, sempre disponível para ajudar ou, para entender o porquê ele optou não comprar nesse momento, ou comprar de outra empresa. É nessa fase que muitas empresas oferecem testes gratuitos de seus produtos/ serviços que ajudam a mostrar o valor da sua solução para o desafio do cliente.

NEGOCIAÇÃO

Chegou a hora do desconto! Brincadeiras à parte, é nessa fase em que os clientes choram por descontos e querem reduzir ao máximo o preço. Não entre em uma briga de preços. Você precisa confiar no valor da sua expertise e saber quanto o seu produto vale para não ceder às pressões por preços

Esteja preparado para as objeções.

Vendedores experientes sabem que é nesse momento em que o profundo conhecimento dos diferenciais de seu produto ou serviço garantirá o avanço para o fechamento da venda, sem prejudicar o relacionamento.

Faça um levantamento de antemão, de todas objeções que seus clientes poderão levantar, para que sejam esclarecidas na hora.

Esse é o grande momento!

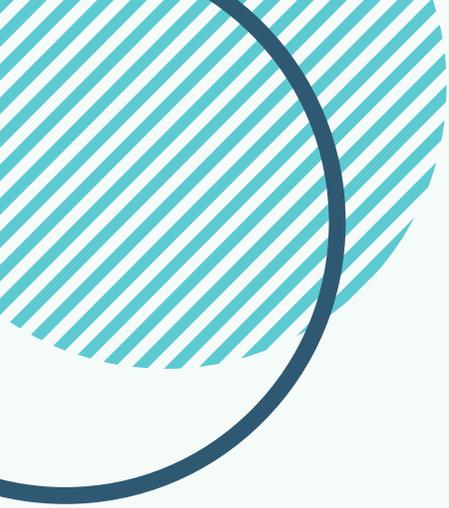
FECHEAMENTO

Agora é só correr para assinar o contrato, certo? Não. Você precisa deixar bem claro qual e como será sua entrega, alinhando as expectativas junto ao seu cliente.

Mostre ao seu cliente, de forma clara, os resultados que ele terá, o prazo, as condições de pagamento e todos termos detalhados.

Conhecimento aprofundado dos contratos e das condições de pagamento, ajudará bastante

Deixe tudo “preto no branco”.



PÓS VENDA

Ótimo, venda fechada, vamos para a próxima!

Nada disso.

Muitas empresas acreditam que a venda terminou aqui. Mas o pós-venda é extremamente importante para garantir a satisfação e indicações de seus clientes.

Lembre-se que receber um cliente via indicação é muito mais barato que qualquer outro formato.

É justamente o pós-venda bem feito que garante que o cliente continue se relacionando com a sua empresa e comprando de você quando precisar novamente de algo que você faz.

NEGÓCIO FECHADO

MEDINDO O DESEMPENHO
DO SEU FUNIL DE VENDAS



TAXA DE CONVERSÃO DE VENDAS

Vale ressaltar a importância de medir também a

taxa de conversão

entre cada etapa do Funil de Vendas:

_%
de clientes que avançou da Prospecção para a Qualificação;

_%
de clientes que avançou da Qualificação para a Apresentação;

_%
de clientes que avançou da Apresentação para a Maturação.



PRONTO PARA CONSTRUIR O SUCESSO EM VENDAS DO SEU NEGÓCIO?

INICIE A PRÁTICA E AVALIE OS
RESULTADOS.

CONTATO

www.linkempresa.com.br
Atendimento: 77 3424 9339



@linkempresa



[77] 9.9135 6138

