



ROTEIRO PARA ENCANTAR CLIENTES



MODRO
CONSULTORIA EMPRESARIAL
"Soluções simples para problemas complexos"

PASSO A PASSO PARA ENCANTAR CLIENTES



zoom **Como agendar Reunião**

RESUMO

- *Agendar pelo Celular
- *Agendar pelo Pc
- *Vídeo Bem Resumido



AGENDAR COM ANTECEDENCIA VISITA – REUNIÃO OU VIDEO CONFERÊNCIA



MODRO

CONSULTORIA EMPRESARIAL
"Soluções simples para problemas complexos"

TÉCNICAS DE AGENDAMENTO

- Ter a visita e ou vídeo conferência agendada com as pessoas certas
- Cumprir horário sempre
- Ter sempre cartão de visitas disponível e papel, caneta disponível para fazer as anotações importante e observações positivas e negativas do cliente além de servir pró-memória para os passos seguintes e providências a serem tomadas para alavancagem das vendas
- Ter as informações possíveis para saber tudo referente ao cliente e concorrentes para na hora certa estar preparado para argumentar positivamente defendendo os interesses da empresa e ter convicção do momento certo de anotar o pedido.
- Que material de apoio preciso levar e amostras inclusive a apresentação em Powerpoint dos produtos e serviços sempre que visitar um novo cliente.



FORMA DE SE APRESENTAR



MODRO

CONSULTORIA EMPRESARIAL

"Soluções simples para problemas complexos"

Estilo pessoal – sua imagem

- Pessoal...sorriso no rosto. Aperto de mão firme – olho e cumprimento sempre que possível de uma informação que valorize a pessoas e empresa
- Forma de vestir...sempre que possível se apresentar com vestuário limpo e bem passado...sapatos lustrados

Prepare se psicologicamente

- Prepare-se para fazer contato...
- Pense na forma de se apresentar e cumprimentar...
- Trabalhe bem sua linguagem corporal...
- Encontre uma brecha para demonstrar profissionalismo...
- Seja objetivo e mostre ao **cliente** como aquilo é útil para ele.



APRESENTAÇÃO PESSOAL E DOS PRODUTOS E SERVIÇOS



MODRO

CONSULTORIA EMPRESARIAL
"Soluções simples para problemas complexos"

Apresentação Eficaz

- Ter em mãos material de apoio para suportar a argumentação verbal da qualidade e diferenciais do produto.
- Ter amostra física em mãos para demonstrar e ou em imagens e fotos com destaque nos diferenciais
- Saber demonstrar o essencial das características do produtos e ou serviços para chamar atenção do cliente
- Não fazer promessas que não podem ser cumpridas.
- Usar argumentos irrefutáveis quando apresentar produtos e serviços. Em especial aqueles que fazem a diferença em relação à concorrência.
- Esteja preparado para responder às objeções.....tenha sempre um argumento adicional para vencer a objeção
- Dar prazos melhores que a concorrência



APRESENTAÇÃO DOS SERVIÇOS E PRODUTOS



MODRO

CONSULTORIA EMPRESARIAL
"Soluções simples para problemas complexos"

- SEMPRE QUE POSSIVEL TENHA O PRODUTO EM MÃOS PARA DEMONSTRAR PRESENCIALMENTE OS BENFÍCIOS DO PRODUTO.
- QUANDO NÃO É POSSÍVEL DEMONSTRAR FISÍCAMENTE O PRODUTO ENTREGUE AS INFORMAÇÕES DE FORMA MAIS DETALHADA POSSÍVEL POR VIDEO, IMAGENS E ESPECIFICAÇÕES E PRINCIPALMENTE OS BENEFÍCIOS DO PRODUTO

Diferenciais de produtos em relação a concorrência

- **Conhecer os diferenciais dos produtos e serviços da empresa principalmente aqueles que a empresa é melhor que a concorrência.**
- **Estar informado do que o cliente valoriza**
- **Estar preparado com todos os argumentos de venda para usar no momento certo**
- **Ter sempre algo que possa surpreender o cliente positivamente**
- **Conhecer todas competências e capacidades da empresa para poder atender a demandas identificados no cliente**



O TRIPÉ DE SUCESSO EM VENDAS: INFORMAÇÕES – PODER – TEMPO



1 - INFORMAÇÕES

- **Da empresa** – um pouco da sua história para poder em momento certo fazer algum comentário positivo sobre a empresa, sua história e profundamente de seus produtos.
- **Da secretaria e ou telefonista** – saber conquistar a simpatia destas pessoas ajuda a na hora de fazer agenda a abrir portas na empresa.
- **Do comprador** – do que gosta como profissional e no seu lazer. Seu tipo psicossomático para poder se adaptar e obter empatia. Seu aniversário para não esquecer de cumprimentar na data.
- **De quem decide a compra** – em última análise quem autoriza a compra para se poder criar um caminho para chegar a este.
- **Dos concorrentes** – seus pontos fortes e fracos para se poder proteger dos fortes e atacar os pontos fracos sempre com cuidado e sutileza.
- **Dos influenciadores da compra** – que também devem ser trabalhados na medida que se conquista liberdade de transitar na empresa.
- **Do cliente** – conhecer profundamente os detalhes técnicos de seus produtos e serviços e estar preparado para oferecer novidades e argumentos sólidos que sejam valores que podem ser percebidos pelas clientes.

2 - DO PODER E LIMITES NO PROCESSO DE NEGOCIAÇÃO



MODRO
CONSULTORIA EMPRESARIAL
"Soluções simples para problemas complexos"

Ter em mente os limites aceitáveis para o fechamento do negócio ou pedido.

- O primeiro passo seria inserir na negociação num contexto realista e se perguntar: Por que estou negociando? O que devo fazer se não conseguir um acordo? Que alternativas existem? Quanto mais alternativas tem, a pessoa se torna mais forte, mais capaz de correr riscos e controlar a negociação.
- O segundo passo consiste em saber porque a outra parte quer negociar. Quais são seus interesses? Quais benefícios quer ter com os resultados na negociação? Eu sou capaz de oferecer o que a outra parte deseja?
- O terceiro passo consiste em estabelecer uma faixa de flexibilidade antes de entrar na negociação. Esses limites são descritos abaixo:

1. Preços
2. Prazos de pagamento
3. Prazos de entrega
4. Assistência técnica
5. Qualidade e vida útil dos produtos





3 - DO TEMPO PARA NEGOCIAR



MODRO
CONSULTORIA EMPRESARIAL
"Soluções simples para problemas complexos"

- A gestão do tempo de uma negociação é ponto chave e merece muita atenção, já que deve demonstrar a necessidade de que o negociador tenha habilidade para perceber o momento certo de agir. Assim, o controle de tempo representa a capacidade de entender o ritmo da negociação e as reações das partes envolvidas.
- A dica para o negociador é que ele tenha capacidade de adaptar o seu comportamento do cliente e seus argumentos ao ritmo da conversa, reconhecendo os momentos mais oportuno para fazer uma proposta ou, ainda, para apresentar um argumento de fechamento do pedido.
- Como o tempo pode jogar a seu favor:
 - a. Na agenda da visita programe que seja de forma que haja tempo suficiente para apresentar a empresa, seus produtos e serviços e sua história
 - b. De tempo para não ter que interromper a negociação antes do momento certo para tirar o pedido
 - c. Que haja tempo para em caso de a negociação não estiver caminhando para o tirar os pedidos ter disponibilidade para voltar no dia seguinte
 - d. Nunca desista do cliente. Estudos realizados pela associação dos executivos de vendas nos EUA demonstram que nenhum cliente deixa de dar o pedido até a décima visita ou outra forma de abordagem.

Tempo suficiente para perceber a hora de anotar o pedido. Deixe a pressão do tempo sempre jogar a seu favor, mas perceba o momento certo de anotar o pedido sempre utilizando a via indireta, mas indutiva. Como exemplo ...pegar papel ou computador e no momento oportuno dizer....estou registrando os detalhes das suas observações e anotando o pedido. Qual seria a quantidade para entrega em?



A PICTURE IS WORTH A THOUSANDS WORDS



ACREDITAR NA SUA CAPACIDADE DE VENDER



MODRO

CONSULTORIA EMPRESARIAL
"Soluções simples para problemas complexos"

Preparação psicológica para vencer objeções e manter equilíbrio

Acredite no produto: É importante acreditar na empresa, mas também no produto que é comercializado, conhecendo todas as características e observando quais os benefícios e vantagens eles podem proporcionar aos clientes. É muito importante utilizar o produto que você vende! Seja a sua própria cobaia e depois busque as melhorias necessárias dentro da empresa a partir da sua experiência para entender o que o produto pode oferecer de vantagens a cliente. (a importância de conhecer o produto que se vende ajuda a fechar a venda)

Na frente do cliente tenha postura de confiança e demonstre segurança no que fala:

- **Conheça a si mesmo. (prepare se emocionalmente)**
- **Adapte e personalize o atendimento de acordo com cada cliente.**
- **Se interesse pelo cliente. (tenha paciência em ouvir antes de responder)**
- **Não sufoque o cliente. (Fale pausadamente para permitir o cliente interagir contigo no diálogo)**
- **Esteja em sintonia e concentrado.**
- **Faça perguntas abertas. (não deixe o cliente com sensação de interrogatório)**
- **Ofereça soluções sem desperdiçar o tempo do cliente.**

TÉCNICAS DE PERSUAÇÃO E VENCER OBJEÇÕES



Ofereça algum benefício: uma ótima forma de convencimento é mostrar que existe alguma vantagem. Mostre algo que o concorrente não tem. Ou uma necessidade que seu concorrente não identificou;

- a. **Use provas sociais:** tem algum número impactante relacionado ao seu negócio? Um case de sucesso? O depoimento de algum cliente fiel e satisfeito? Use isso como argumento de venda;
- b. **Se posicione como referência:** converse com calma, mas com entusiasmo e convicção mostrando conhecimento no seu mercado de atuação;
- c. **Entregue com qualidade:** o maior argumento de convencimento é a qualidade diferenciada do seu serviço ou produto. Isso garantirá que um consumidor vire um cliente fiel e que faça indicações para outras pessoas
- d. **Seja interessante:** Um vendedor interessante chama a atenção do consumidor e o cativa durante as conversas e argumentações. Trabalhe a sua marca pessoal e assim será capaz de manter por mais tempo o seu prospecto em uma negociação.
- e. **4. Treine sem parar:** A arte da persuasão depende de treino, necessitando montar o discurso ideal e praticá-lo, ainda que o mesmo possa variar de acordo com cada cliente e situação enfrentada. Lembre-se: a repetição é a mãe da habilidade.
- f. **5. Crie histórias:** Seguindo a mesma dica de ser interessante, o vendedor poderá criar histórias para cativar e persuadir o seu público, com o intuito de educá-lo em direção à decisão de compra.
- g. **6. Aparente confiança:** A boa apresentação pessoal influencia sem dúvida alguma na sua alta performance em vendas. Mas também pesquise muito e passe a dominar as dores e desejos do seu público. Dessa forma demonstrará muita confiança naquilo que está vendendo. Seja focado nesses dois pontos em sua argumentação de vendas, em vez de falar de características do produto. Essa é a grande sacada! Fale o que você resolve na vida do seu cliente em vez de falar do produto.
- h. **7. Prepare-se para os argumentos:** Saiba conduzir uma venda fazendo as perguntas certas e não comece a rebater objeções até que tenha extraído todas elas do seu cliente. O bom vendedor sabe fazer as perguntas certas antes de começar a contornar objeções.
- i. **8. Fique calmo:** Manter-se tranquilo no momento das vendas é essencial para a persuasão.
- j. **9. Crie um vínculo emocional:** Ao reconhecer as dores e sonhos do público e saber um pouco mais sobre suas características, é possível criar um vínculo emocional que pode influenciar diretamente no modo de tratamento e resultados das vendas.

“

Seja incansável e persistente, melhore a apresentação e encante o cliente em cada detalhe”.

MOTIVACIONAL DO DIA

Para saber mais, acesse www.palestrasparaprofessores.com.br.

REFLEXÃO SE NÃO VENDEU ? PORQUE? E AGORA O QUE FAZER ?

Dicas para a próxima venda

- Analise em detalhes as causas de não venda para identificar o que faltou argumentar e ou onde e no que você errou e se certifique se que na próxima venda esta falha não irá ocorrer e você estará melhor preparado (a).
- Lembre se que muitas vezes o sucesso vem depois do fracasso e quem vence é quem tem determinação e persistência.
- Muitas vezes a venda ocorre depois do decimo contato.
- Cliente insatisfeito e ou que reclama ...pode ser uma excelente oportunidade para fazer uma nova venda

Como superar objeções em vendas? Aprenda como converter o cliente!



COMO QUEBRAR
NOVAS OBJEÇÕES
DE VENDA



Muitas pessoas pensam que “vender” é o mesmo que “falar”. Mas os vendedores mais eficazes sabem que ouvir é a parte mais importante do seu trabalho.

- Roy Bartell



PARA SABER MAISCONSULTE
MODRO CONSULTORIA



MODRO
CONSULTORIA EMPRESARIAL
"Soluções simples para problemas complexos"

in



Aumente o potencial da
sua empresa em
competitividade, vendas e gestão
com as nossas ferramentas e programas



MODRO
CONSULTORIA EMPRESARIAL

 47 99974-7727

 47 3055-0333



www.modroconsultoria.com.br



modroconsultoria@gmail.com