

# VENDE-C

PROGRAMA DE VENDAS PRO.

## SESSÃO 1



**TREINAR  
NÃO VENDE  
MAS VENDER  
TREINA!**

01

**CREENÇAS  
LIMITANTAS  
E MITOS**

## EM QUAIS MITOS SOBRE VENDAS VOCÊ JÁ CAIU?

- Bons vendedores nascem assim.**
- Bons vendedores são pessoas mais inteligentes.**
- Bons vendedores têm um tipo de personalidade especial.**
- Bons vendedores são pessoas mais experientes.**
- Para vender é preciso falar muito.**
- O “não” do cliente é o fim de tudo.**
- Preço e desconto são os fatores que mais pesam.**

As táticas são provisórias e os conceitos são permanentes. Por isso esteja pronto para aprender muitas ferramentas que vão mudar seu relacionamento com as vendas.

**Em cada processo de vendas existem suas peculiaridades. Porem, os conceitos são os mesmos. Em cada técnica aprendida, caso haja, faça os ajustes para sua realidade.**

Todas as pessoas tem alguns vícios em vendas que precisam ser desconstruídos. Por isso fique atento nas “manias” que você possui e esteja presente para eliminá-las de uma vez por todas.

**Abra sua cabeça:** Vamos agora quebrar algumas crenças por isso tenha em mente que ninguém nasce pronto, as pessoas constroem aos poucos um **mindset** de vendedor. Mas que fique claro, existem peculiaridades e personalidades que podem favorecer seu impeto para vendas ou não.

### **EXEMPLO:**

Quem tem uma personalidade mais maternal e cuidadora, se dá muito bem com o pós venda porque nessa fase é exigido carinho, atenção e cuidado para oferecer a melhor experiência.

Contudo, tem pessoas que são boas em certas fases e ruim em outras, por isso perceba as falhas no seu funil de vendas e veja qual das habilidades você precisa melhorar. Não existe personalidade exata para vendas porque por ser uma mistura de ciência e arte.

**“Bons vendedores  
são pessoas mais  
inteligentes”.**

Isso não é verdade.

Bons vendedores não têm personalidade ideal, existem atributos, mas não personalidades. O bom vendedor não precisa ter uma bagagem muito grande, mas sim dominar as habilidades específicas.

## **Em vendas, menos é mais.**

Para vender não é preciso falar muito, se você acredita que “extensidão” de argumento vai melhorar na intensidade de fechamento, você está errado. Quem nunca já passou por uma situação aonde alguém na ansia de te vender algo, despeja uma montanha de argumentos sob sua cabeça e a cada argumento menor é a sua vontade de comprar. Vendas é sobre ouvir e não sobre falar.

O “não” do cliente não é o fim de tudo, se você toma um não de um cliente e nunca mais volta a falar com ele, você está deixando muito dinheiro na mesa.

**Todo “não”, não é um “não” definitivo. Entenda: Todo “não”, significa AINDA não!**

**Produto bom não  
se vende sozinho!**

**Nenhum produto  
se vende sozinho.**

Escreva as principais características do seu produto/serviço:

## **Não transfira para o seu produto/serviço uma responsabilidade que é sua.**

***Não abandone seu produto.*** Existem diversos ótimos produtos que sofrem com a falta de vendas, por um simples fato: O processo de vendas é falho.

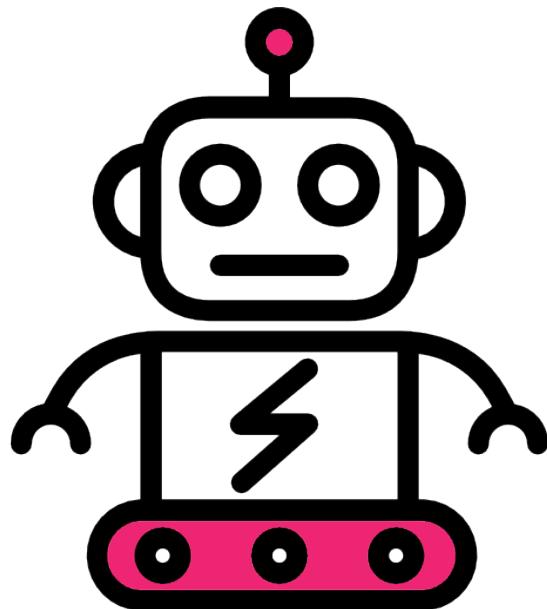


## Grava essa:

**“Se for para errar que seja por excesso de vontade”.**

Escreva como é o seu processo de vendas hoje, não importa se está falho ou não. Vamos começar a entendê-lo.

**Seguir um roteiro fechado não é o ideal, não vire um robozinho.**



**LEMBRE-SE:** Venda é uma mistura de ciência e arte. Ter um roteiro é importante para você ser guiado por um processo mas fique atento com a humanização. Perceba o que é dito pelo outro e não se torne um robô.

Além disso, é essencial que você tenha métricas para analisar seus números. A maioria das pessoas que se queixam do processo de vendas é porque não encontraram seus números e sem esses números os vendedores ficam perdidos. Analise seus indicadores e veja em qual etapa do funil você está perdendo mais clientes.

**AJUSTE!**

**“Vender não é  
um dom nato.”**

PREENCHA ESSE CHECKLIST DAS CRENÇAS LIMITANTES OU ERROS  
QUE VOCÊ VEM COMETENDO

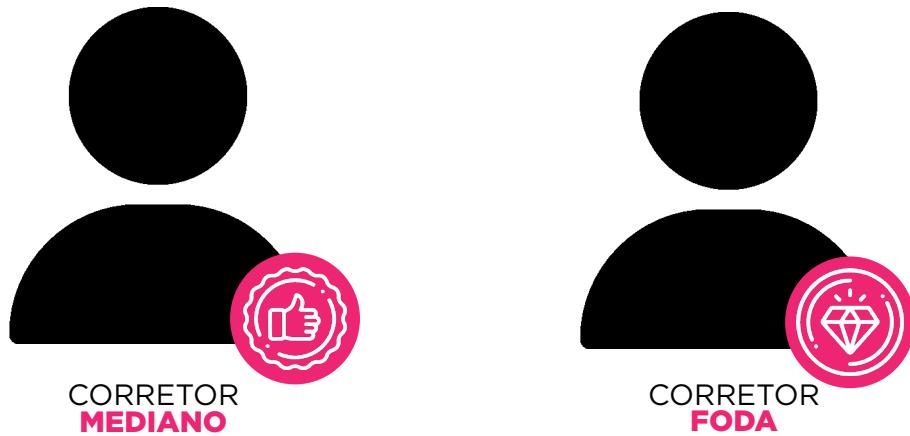
- Produto bom se vende sozinho.**
  - Seguir um roteiro fechado é o ideal.**
  - Métricas não são importantes.**
  - Vender é um dom nato.**
  - Todos os vendedores são bons oradores.**
  - O sucesso de vendas é baseado em conhecer as técnicas e os truques certos.**
  - Um bom vendedor pode vender qualquer coisa a qualquer um.**
  - Para vender é preciso dizer aos clientes o que eles querem ouvir.**
  - Para vender mais, basta trabalhar mais.**
  - Quanto menor o preço, mais vendas.**
  - Vale tudo para fechar uma venda.**

## LISTE O CORRETO A FAZER

Produto bom NÃO se vende sozinho. É preciso criar um processo de vendas

# Como é medido o sucesso do vendedor?

Na recompra, na fidelização ou no alto nível de satisfação



## EXEMPLO:

Um corretor de imóveis mediano celebra quando ele vende um imóvel. Um corretor FODA celebra quando ele se muda para a casa nova e tem a sua primeira noite em sua nova residência. O corretor foda se preocupa com a experiência completa.

**Ponto de atenção: Cuidado para não supervalorizar demais o que você tem ao ponto de prometer demais aquilo que não pode entregar. Seja competitivo, mas sem ser desleal.**

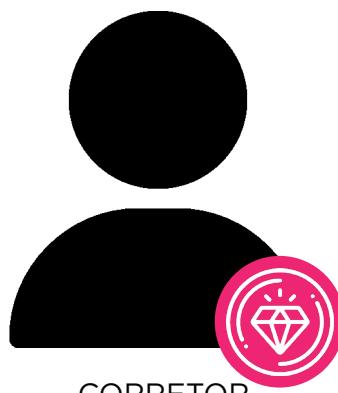
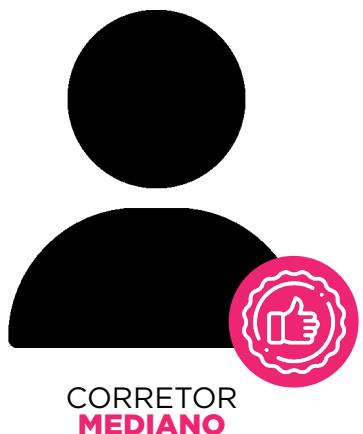
Não construa seu processo de vendas baseado em uma mentira. A verdade é o suficiente se você acredita no que faz.

**“Para vender  
mais não é  
preciso trabalhar  
mais, mas sim,  
trabalhar certo.”**

**PESSOAS QUE  
TRABALHAM  
POUCO**



**PESSOAS QUE  
TRABALHAM  
ERRADO**



**EXISTEM 2 TIPOS DE PESSOAS QUE NÃO TEM SUCESSO EM VENDAS:  
AS QUE TRABALHAM POUCO E AS QUE TRABALHAM ERRADO,  
IDENTIFIQUE CASO NÃO TENHA OS RESULTADOS QUE DESEJA.**

**QUAL TIPO DE PESSOA VOCÊ É**

**DICA:**

Aumente seus números porque naturalmente se mais pessoas entrarem no funil de vendas, mais resultados você terá. Aprenda a trabalhar certo e metrifique esses números. Nada vai corrigir mais a sua rota do que um nível de atividade alto.

Se tem alguém dentro do seu segmento que performa melhor do que você e você tem a sensação de que poderia estar em um lugar melhor, essa pessoa te coloca em uma dessas duas posições. Você não alcançou os mesmos números do que ela porque ou você trabalha pouco ou você trabalha errado.

**“Você não é obrigado  
a vender para ninguém.  
As vezes é necessário  
demitir alguns clientes  
que não te merecem.”**

02

ENTEDENDO  
O FUNIL DE  
VENDAS

# FUNIL DE VENDAS



## ENTENDA O FUNIL DE VENDAS:

O topo de funil é o aprendizado e a descoberta que seu cliente faz em relação ao seu produto ou serviço. Do lado do vendedor, estas etapas correspondem à prospecção e qualificação.

**Existem pessoas com problema no topo do funil, ou seja, tem poucos prospects entrando no seu funil de vendas e observando aquilo que você faz ou aquilo que você vende.**

Esse é o funil, não importa qual é a sua vertical de vendas. Por exemplo, em contatos online, os mesmos são chamados de leads. Em offline, prospectos. **Foque nos conceitos e não na nomenclatura de cada etapa.**

## ● **TOPO DE FUNIL:**

O topo de funil é o aprendizado e a descoberta que seu cliente faz em relação ao seu produto ou serviço. Do lado do vendedor, estas etapas correspondem à prospecção e qualificação. Existem pessoas com problema no topo do funil, ou seja, tem poucos prospectos entrando no seu funil de vendas e observando aquilo que você faz ou aquilo que você vende.

## ● **MEIO DO FUNIL:**

As 2 etapas seguintes são o reconhecimento do problema e a consideração da solução.

## ● **FUNDO DO FUNIL:**

Seu objetivo é fazer com que as pessoas que entrem no funil, andem nele e saiam do outro lado, comprando seu produto/serviço.

Mas se você tem algum problema nas etapas, as pessoas vão saindo do funil conforme as falhas nesse processo. Identifique essas falhas e “tampe os buracos” do seu funil.



### **Grava essa:**

Toda atividade mal feita no seu processo de vendas quem vai pagar a conta é o seu fechamento. E o contrário acontece: quando é tudo bem feito, o fechamento é melhor.

# 03

## OS BENEFÍCIOS DO PROCESSO DE VENDAS

# OS BENEFÍCIOS DO PROCESSO DE VENDAS

- Reduz erros na operação;
- Reduz o desperdício e perda de tempo;
- Aumenta a produtividade de vendas;
- Melhora a qualidade dos serviços prestados;
- Treina e desenvolve colaboradores;
- Define e controla processos;
- Vende mais e com maior qualidade.



## Grava essa:

### **EM PROSPECÇÃO, TEMPO IMPORTA.**

Tenha na sua agenda, um tempo definido para prospecção. E cuidado para não gastar tempo demais com determinados prospectos, em vendas tempo importa.

# 04

## O FUNIL DE VENDAS E SUA RELAÇÃO COM AS ETAPAS DO PROCESSO DE VENDAS

É importante notar que **o funil de vendas é uma representação visual da evolução das atividades que estão acontecendo dentro da jornada de compra do seu cliente.**

Aquilo que não é medido não é aprimorado, ter claro qual é a sua conversão e outros indicadores te darão clareza de onde você precisa melhorar e o que precisa fazer.

Um bom líder de vendas pega algo difícil e simplifica, enquanto um líder “burro” pega algo simples e dificulta. **Uma mente confusa não toma nenhuma decisão.**

### **CONVERSÃO:**

**Entenda:** Dos contatos que você fez, quantos compraram?  
Isso é a sua conversão!



Se de 10 pessoas que conheceram sua solução, 3 compram, sua conversão é de 30%. Por isso, se você quiser aumentar 2x o seu faturamento é necessário que você fale com 20 pessoas. Você precisa ter esse número de conversão em todas as etapas porque dessa forma fica mais fácil de fazer melhorias e progressos no seu funil de vendas.

Com as vendas sendo feitas dentro do processo, surgem alguns benefícios claros na rotina da área comercial e também no resultado do departamento. Além disso, você ganha:

# PREVISIBILIDADE

Conhecendo o caminho, tanto gestores quanto vendedores passam a entender o que ainda falta para fechar a venda, e quanto tempo podem precisar para isso.

**EXEMPLO:**

Cada prospecto está em uma fase diferente e as vezes, por não ter um processo bem estabelecido, isso é esquecido.

Para ter esse controle, simplifique o processo e comece usando um excel ou bloco de notas. Ter essa mensuração é importante para mover os prospectos dentro do funil de vendas, mantendo a manutenção de cada um deles, que por sua vez, estarão em processos diferentes.

**Você tem que saber exatamente onde cada prospecto seu está e isso é importante para analisar em qual parte o funil está com furos.**

Prospecção é o nome do jogo. Funil bom é quando você tem muitos prospectos e tem isso organizado. Veja seus clientes e desenhe em qual etapa ele está em seu funil. Perceba que seu whatsapp é um conglomerado de etapas diferentes e o problema é que se você está indo bem e acredita no CRM mental, isso vai te trazer grandes problemas no futuro.

É possível ainda entender quantas negociações precisam ser abertas em um determinado período de tempo para que se atinja a quantidade de vendas desejadas. Quando você usa a ciência a seu favor, tudo muda.

# MENSURABILIDADE

Com o domínio dos passos a serem tomados em cada etapa do processo, se torna possível a análise das conversões gerais e segmentadas, bem como quais são as razões destes números. Uma coisa é você conseguir prever e a outra é mensurar o que é preciso.

**Por exemplo**, quantas contatos você precisa fazer hoje para bater sua meta?

# ESCALABILIDADE

Tendo um processo mensurável e previsível, torna- se mais fácil enxergar quais pontos podem ser melhorados nas vendas, o que possibilita o crescimento das vendas de forma padronizada, acompanhando o aumento da procura por seu produto ou serviço.

Para escalar, você precisa ter um processo mensurável e previsível e isso possibilita o crescimento e entrega muito mais resultados. Caso você adicione um novo colaborador, é muito mais fácil dessa pessoa aprender.

# ENSINABILIDADE

- **Quando se chega no momento de escalar as vendas, a necessidade de ampliar a equipe costuma surgir em conjunto!**
- **Um processo maduro e bem documentado permite que os novos colaboradores aprendam o que precisam fazer de maneira mais rápida, e possam entregar bons resultados dentro de um período mais curto de tempo.**

# PROSPECÇÃO

Prospectar significa encontrar os potenciais clientes, ou **leads** - aqueles que possuem todas as características de quem compra a sua solução - e conseguir falar com elas.

**QUAL O OBJETIVO DA PROSPECÇÃO: Marcar uma exposição daquilo que possui com o possível cliente ideal.**

- Prospectar não é vender, tem gente que faz tudo errado porque na prospecção já quer vender, se você pular alguma etapa do funil de vendas isso vai te prejudicar.
- **Conhecer o seu público-alvo é o segredo:**  
Esta é a regra número um, é preciso entender a língua que eles falam, quais são seus hábitos de consumo, suas necessidades, dores e até comportamentos mais particulares.
- Mapeie os canais de comunicação em que os clientes estão. Onde essas pessoas estão presentes? Você tem que estar em todos os lugares que tem pessoas que comprem seu produto.
- Determine um modelo de prospecção (WhatsApp, telefone, redes sociais, e-mail, etc)
- **Existem dois tipos de vendas,** a ativa e passiva.  
**Passiva:** quando o cliente vem;  
**Ativa:** quando você vai. Você precisa ter as duas.

Esteja onde seu potencial cliente está, se coloque nesses lugares.

- Produza conteúdo relevante aos clientes.

**“Não misture  
as tarefas  
prospectar  
não é vender”.**

- Crie relação antes de fazer proposta comercial. **GRAVE ISSO, VENDA É VÍNCULO, PROSPECTAR NÃO É VENDER.** Você tem que ter na sua agenda o horário da prospecção porque não tem nada pior do que um funil vazio. Você pode ter todas as técnicas de fechamento, mas se não entra gente no seu funil, não adianta. Treinar não vende, mas vender treina. Você é ruim porque faz pouco, se você tiver um nível de atividade alta se torna um mestre.
- Determine uma rotina de prospecção. Esse trabalho de planejamento garante a frequência de contatos sem enfraquecer a prospecção. Muitas pessoas pagam hoje o preço de uma prospecção falha do mês anterior.
- Mantenha o controle sobre os números, a prospecção é um jogo de números.
- Peça indicações aos clientes atuais. Sabia que o seu cliente ideal convive com outras pessoas iguais a ele, então pedir indicação nada mais é do que ganhar uma prospecção qualificada. Indicação é uma coisa incrível, se não pedir, você está deixando dinheiro na mesa. Sempre que te derem um não, antes de riscar esse prospecto da lista principal, peça a ele 3 indicações.
- Olhe para o seu portfólio, faça a prospecção de clientes na sua própria carteira e veja há quanto tempo cada um deles não compra de você. Retome contatos. Antes de olhar para fora, olhe para dentro, é como se você fosse pescar dentro do seu aquário. É importante ir para o mar aberto, mas no aquário também tem chances de conseguir algo.

- Esteja on-line, gerando conteúdo de valor e útil para seu público alvo. Ou seja, a partir do momento que você sabe quem é seu público alvo, gere conteúdo de valor porque isso te ajuda na prospecção passiva, ou seja, o prospecto vai até você.

## A rede social é uma avenida que passa muita gente.

- Faça perguntas para seu cliente usando as redes sociais. Um exemplo, faça a mescla e a triagem, pegue seu Instagram, abra uma enquete sim e não, faça uma pergunta pontual para você ter pistas de onde pode ajustar sua atividade. Use as ferramentas de interação para atingir públicos mais qualificados. Se você não trabalha com redes sociais, faça perguntas aos seus prospectos por meio de pesquisas.
- **Qualifique todos os contatos da sua lista.** Dê notas às pessoas, encontre a personificação do seu cliente ideal. Por isso, a qualificação é muito importante, para você ter em mente cada vez mais quem é seu cliente ideal. Ao longo do tempo você vai estar treinado a encontrar clientes qualificados.
- Procure parcerias estratégicas, veja qual empresa ou pessoa conversa com seu cliente ideal.

**VENDER É...**

## **OFERECER:**

da forma correta  
o produto correto  
para a pessoa correta  
no momento correto  
pelo preço correto

## **CONHECER:**

as técnicas de vendas  
o produto oferecido  
o perfil do comprador  
o perfil da concorrência  
a circunstância

É importante entender que vendas é uma junção de oferecer e conhecer.



**Você oferece da forma correta, o produto correto, para a pessoa correta, no momento certo, pelo preço correto.**

Além disso é importante conhecer as técnicas de vendas, o produto oferecido, o perfil do comprador, o perfil da concorrência e a circunstância. Tem muitas pessoas que navegam olhando para o lado, isso é uma distração, perceba a linha tênue entre se inspirar e ficar o tempo todo se guiando pelo outro.

Escreva aqui o principal diferencial do seu produto para a concorrência

05

**FASES DA  
VENDA**

# PRÉ VENDA

Prospecção faz parte da pré venda.

## **POR EXEMPLO:**

A prospecção compõe a pré-venda. Não confunda prospecção com venda. Prospectar não é fechar, não significa que você não pode fechar uma venda logo na prospecção mas será sempre a minoria. A construção de relacionamento e confiança é importante, só compramos de quem confiamos.



## **O PASSO MAIS IMPORTANTE DA PROSPECÇÃO É A CLAREZA DO SEU PÚBLICO ALVO.**

Não adianta prospectar se você não tem claro seu público alvo porque dessa forma sua conversão vai diminuir. As vezes o cliente ideal muda e vai mudando conforme a evolução do produto e do mercado.

A pior estratégia é você querer vender para todo mundo, gastará tempo, energia e esforço. Essa preparação fará com que você seja mais assertivo.

# 06

## COMO DEFINIR SEU PÚBLICO ALVO

# CONHEÇA SEU MERCADO

- Saiba qual é o problema que o seu negócio soluciona
  - Quais são as maiores dores do seu cliente ideal
  - Quais são os maiores desejos do seu cliente ideal



# DEFINA SEU PÚBLICO-ALVO DE FATO

Quem é o seu cliente ideal? Nome, idade, estado civil, filhos, profissão. Saiba quem pode se beneficiar com o seu produto/serviço.

# Entenda seu mercado e as tendências mercadológicas

Um dos efeitos colaterais de performar bem é parar de estudar o mercado. Se você não se atualizar vai acabar ficando para trás. É importante que você estude seu mercado, leia sobre ele, se atualize, analise os concorrentes. Isso tudo tem que estar dentro da sua rotina de estudos.

Por exemplo, o comportamento do consumidor é um dessas fases que muda constantemente.

# Quais são as principais necessidades do seu mercado e as suas maiores carências?

**“ A única coisa  
permanente é  
a mudança ”.**

## **Saiba qual problema seu negócio vai solucionar de fato.**

Qual é a maior dor do seu cliente ideal. Quais são os maiores desejos que seu cliente ideal tem? Aqui não importa B2C OU B2B.

Com um público ideal bem definido, a tendência é que seus produtos e serviços convertam mais. Mas lembre-se, não é só porque você define seu público alvo que outras pessoas fora dele não podem comprar. Contudo essa definição é essencial para que você seja mais assertivo.

Quanto maior for a proximidade dos prospectos com o seu público ideal, mais perto você estará de vender e a sua pré venda será ainda mais eficiente. Seus números ficam melhores, seu índice de fechamento aumenta porque você tem a definição clara de quem você vai atingir.

Se você já tem uma carteira de clientes, veja as similaridades entre eles. Ou seja, a regra número 1 da prospecção é a definição clara do seu público alvo. Quando você tem isso mensurado, sua prospecção fica nítida, seja no ambiente online ou offline.

Você precisa estar onde seu cliente ideal está. Você vai enxergar as pessoas e perceber se é ou não seu público alvo, saiba quem pode se beneficiar.

# 07

## PERGUNTAS PARA DEFINIR SEU PÚBLICO ALVO

# LISTE



## 1. Quem é o seu cliente ideal?

Nome, idade, estado civil, filhos, profissão.

## 2. Como ele passa a maioria dos dias?

Como é sua rotina?

### **3. Como gostaria que sua vida estivesse hoje?**

Onde ele está e para onde quer ir?

#### **4. O que o deixa acordado à noite?**

Quais perguntas, preocupações, dúvidas não saem de sua mente?

## **5. Quais as maiores preocupações e frustrações dele?**

## 3. Quais as maiores preocupações e frustrações deles?

Quais as frustrações que têm diariamente em casa, na rua, no trabalho?

#### **6. O que ele costuma ver e ouvir sobre o problema dele?**

## **7. O que ele costuma pensar e falar sobre o problema dele?**





Estude seu mercado, a dor que você resolve, o resultado que você entrega... não importa quantos clientes você já tem, um público alvo já começou a ser desenhado ali.

Olhe seu mercado e seu produto, estabeleça seu público alvo, busque confirmações do que você já sabe ou procure saber o que ainda não tem certeza.

# 08

## PONTOS DE ATENÇÃO NA PROSPECÇÃO



- **Não tenha medo de prospectar**
- **Não existe sentir “dó” do seu cliente, caso você sinta, você sofre de uma dessas duas “doenças”, ou você não acredita no que vende ou está vendendo a coisa certa para a pessoa errada.**
- **Não dê voltas, seja objetivo, vendas é um processo.**
- **Não tenha medo de parecer chato, seja profissional, com isso nunca será chato.**

## EXISTEM DUAS PERSONALIDADES EM VENDAS:



**CAÇADOR**



**FAZENDEIRO**

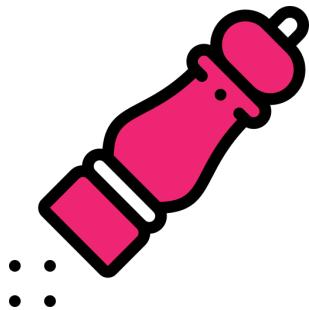
Existem duas formas de prospectar. Sendo o caçador ou o fazendeiro. Se você tem a prospecção de caçador, naturalmente vai repelir as pessoas. Já quando você tem o estilo fazendeiro, você vai cultivar as pessoas e automaticamente fazer com que elas se aproximem de você.

Assim como na natureza, toda caça que sente a presença do caçador, foge.

## **Não existe sentir dó seu cliente ou cliente potencial.**

Se você sente dó ou não acredita no que vende, você está vendendo a coisa certa para a pessoa errada. As pessoas prejulgam muito na hora da venda.

Em vendas não existe “e se” ou “eu acho”. Por isso, você como bom vendedor você não pode prejulgar ninguém. O seu trabalho é apresentar a sua solução e auxiliar o seu prospecto na jornada de venda, durante a jornada de compra pensando sempre no que vai ser melhor para ele.



## **Às vezes uma dose de pimenta em vendas resolve tudo.**

Se as pessoas estão com resultados baixos, é sempre bom aumentar a ousadia no fechamento, apresentação, abordagem e nas demais etapas do funil.

Muitas pessoas estão sem ânimo por isso seus números estão baixos.

Uma dica: Quando você estiver em um processo de vendas, se coloque em um estado diferente porque o prospecto sente sua energia alta e com isso as chances de conversão se tornam maiores.



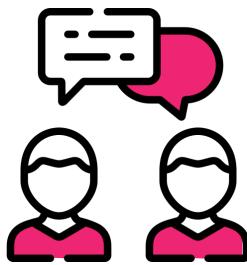
### **Grava essa:**

Em vendas todos os sentidos são percebidos

**EM VENDAS  
TODOS OS  
SENTIDOS SÃO  
PERCEBIDOS.**



- **Não ache que prospectar demonstra desespero**
- **Não tenha medo de parecer chato, em vendas não existe tempo para dramas.**  
**“NO DRAMA”, seja profissional, isso basta.**
- **Faça todos os passos como se a venda já fosse sua.**
- **Não passe um dia sem prospectar**



Muitas pessoas não prospectam porque acham que estão demonstrando fragilidade e desespero. Se você tem uma demanda onde seus clientes vão até você, imagina se você começa a ir atrás deles? Busque seu próximo nível e deixe o ego de lado. Lembre-se, quem tem ego grande tem bolso pequeno.

Prospectar não demonstra desespero, mas sim convicção naquilo que você vende. Seja profissional, não tenha medo. Isso basta!

### **VOCÊ NUNCA VAI SER CHATO SE VOCÊ FOR PROFISSIONAL.**

Faça todos os passos como se a venda já fosse sua. Não passe um dia sem prospectar porque essa atividade cria conexões para seu negócio.

O fechamento é a atividade que paga a conta. Não passe um dia sem prospectar. Fechamento nada mais é do que uma consagração de uma prospecção bem realizada.

### **Fechamento é passado, prospecção é futuro.**

O que você está ganhando hoje é do que você fez atrás, o que você faz hoje é que vai determinar seu futuro. **A única semente que se conecta com o futuro é a prospecção.**

09

**COMECE A  
CONTROLAR  
SEUS NÚMEROS**

# **Não importa quais são seus números, mas sim sua melhoria na conversão.**

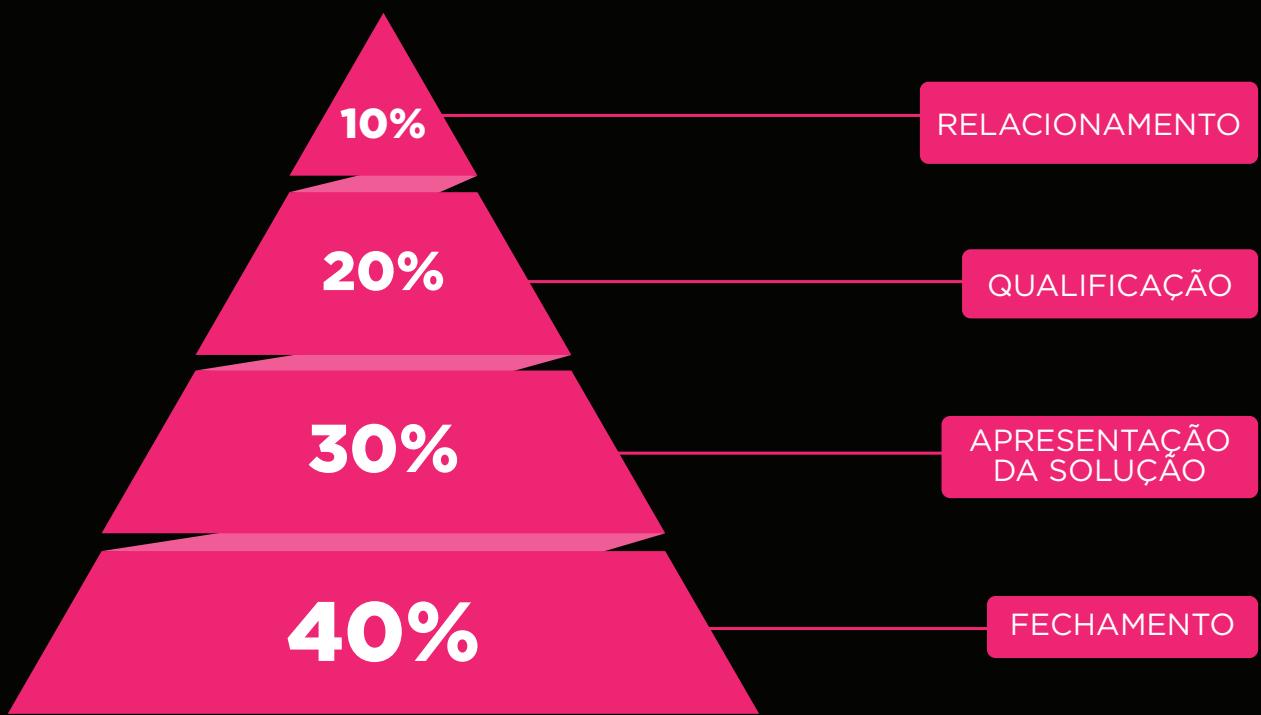
Todo mundo tem que começar a controlar seus números, o mais importante não é a ferramenta em si, mas você ter essa cultura de fomentar dados.

Quantas pessoas prospectou? Das que prospectou, quantas foram apresentadas ao seu produto/serviço? E destas quantas compraram? É muito legal quando você tem o número de conversão e você pode descontar isso em prospecção.

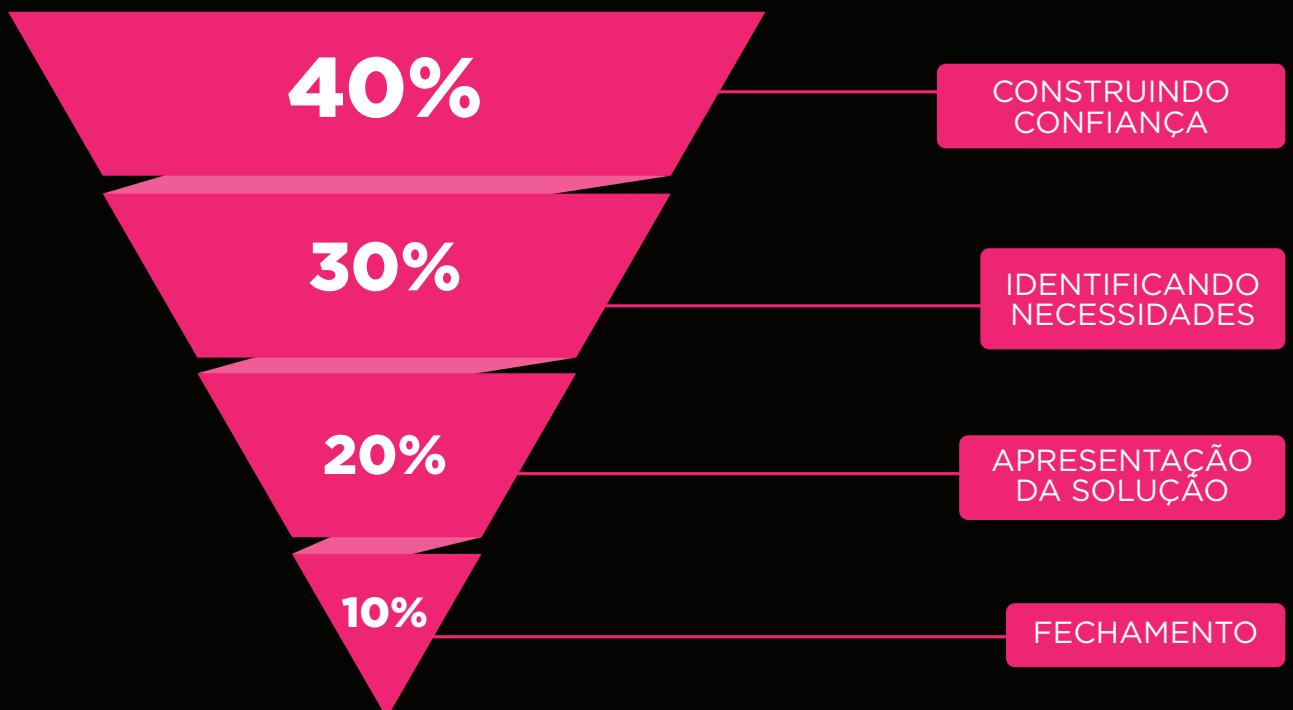
10

QUALIFICAÇÃO

# VENDAS NO PASSADO



# VENDAS HOJE



Perceba que o comportamento vem mudando de uns tempos para cá. Ou seja, quanto melhor forem feitas as primeiras etapas, menos sobrecarga o fechamento terá.

A qualificação consiste em entender se seus prospectos estão aptos à sua solução e se os mesmos tem o perfil ideal com potencial para fechar o negócio.

## Como você qualifica seus prospects?

**“A pior coisa em vendas é você gastar muito tempo com pessoas que desde o primeiro minuto não teriam condições de fazer negócio com você.”**

# 11

**PONTOS DE  
ANTENÇÃO NA  
QUALIFICAÇÃO**



- **Falar demais**
- **Tom de voz**
- **A língua portuguesa**
- **Falar de dinheiro cedo, antes do valor.**
- **Perseguir qualquer coisa que se mexe, prospectar todo mundo**
- **Pensar que os prospectos já conhecem o seu produto/serviço**
- **Não prestar um bom atendimento**
- **Deixar de fazer uso do rapport**



Tem gente que na qualificação já quer apresentar tudo por isso não pule etapas. Preste atenção no tom de voz, principalmente quando é o primeiro contato. Atenção à língua portuguesa, se você erra português em coisas graves, alerta! Quem paga a conta disso é o fechamento. Muita atenção, por isso usem a leitura como sua aliada, porque além de aumentar seu vocabulário, melhora o português.

Além disso, não queira prospectar todo mundo, nunca ache que seu prospecto conhece bem aquilo que você faz. Partindo do princípio que seu prospecto não sabe nada, quais são os passos que ele deveria saber?

**Exercite aqui como você vai apresentar seu produto/serviço:**

# 12

## COMO FAZER UM ÓTIMO RAPPORt



## **CUIDE DA LINGUAGEM CORPORAL**

- Fique atento à expressão facial (mesmo no telefone), sorriso tem “som”.
- Mantenha contato visual.
- Evite fazer interrupções.
- Faça conexões.
- Seja humano.
- Peça ajuda ao seu possível cliente.
- Use o mesmo estilo de linguagem da outra pessoa  
- Espelhamento.

## **Rapport é muito importante.**

Essa etapa é muito importante porque o seu prospecto precisa identificar que houve empatia do lado de quem está vendendo.



## ESCUTA ATIVA

A escuta ativa tem como objetivo entender bem a mensagem do cliente e conseguir melhorar aquela comunicação, passar confiança, conseguir extrair mais informações.

Na qualificação você tem que fazer perguntas objetivas para ver se aquela pessoa se encaixa com a figura do seu cliente ideal, independentemente de qual é o modelo. Quanto mais informações você extrai, melhor.



## EMPATIA

Muitos acham que ter empatia é se colocar no lugar do outro mas as vezes isso não é possível. A verdadeira empatia é entender que o outro é outro por isso ao exercitar a empatia você ficará mais flexível em compreender o que realmente o outro precisa e busca.

Antes de apresentar o que você tem, saiba bem:



# HORA DO EXERCÍCIO

- Características e benefícios;
  - Diferenciais;
  - Principais concorrentes;
  - Pontos fortes dos seus concorrentes;
  - Seu maior ponto forte contra o ponto mais fraco do seu concorrente;
  - Quais são as principais objeções que seu produto possui.



