



O GUIA DEFINITIVO DE VENDAS PARA
FECHAR OS MELHORES CLIENTES

LEONARDO **COURA**

Muito Prazer...

Sou completamente fascinado pelo mundo de vendas e dediquei os últimos 10 anos da minha vida à isso.

Nesse tempo construí uma grande experiência e hoje tenho ajudado líderes de empresas a identificar e explorar oportunidades de crescimento otimizando estratégias de vendas.

Fazemos isso através de uma metodologia baseada em estruturação de processos eficientes, desenvolvimento de pessoas, adoção de tecnologia e cultura de dados.



@Leonardocoura_

Sales move the world, we move the sales.

- A única condição necessária para ter um negócio
- Encontrando seus cliente ideal
- Estrutura do Funil de Vendas para Conversão
- Definir Modelo de Aquisição de Cliente
- Método de Qualificação
- Construindo uma Oferta Irresistível
- Como Conduzir Uma Interação de Vendas
- Automatizando todo o processo

QUAL É A ÚNICA CONDIÇÃO NECESSÁRIA E SUFICIENTE PARA VOCÊ TER UM NEGÓCIO?

Qual é a única condição necessária e suficiente para você ter um negócio?

- A única condição necessária para você ter um negócio é ter um **cliente pagante**;

Qual é a única condição necessária e suficiente para você ter um negócio?

- A única condição necessária para você ter um negócio é ter um **cliente pagante**;
- Um negócio não pode ser baseado em um **produto** ou uma **oferta**, se ninguém comprar você não tem um negócio;

Qual é a única condição necessária e suficiente para você ter um negócio?

- A única condição necessária para você ter um negócio é ter um **cliente pagante**;
- Um negócio não pode ser baseado em um **produto** ou uma **oferta**, se ninguém comprar você não tem um negócio;
 - Ter um cliente pagante não significa que você tem um **bom negócio**.

4 PASSOS PARA DEFINIR SEU CLIENTE IDEAL

4 Passos Para Definir Seu Cliente Ideal

PASSO 01:
DEFINA SEU MERCADO

Saúde e Bem Estar

PASSO 02:
SEGMENTO DE MERCADO

Fitness

PASSO 03:
MERCADO-ALVO

**Assessorias de
Corrida**

PASSO 04:
PERSONA (PCI)

Dono de Assessoria

Perguntas Para Definir Seu Cliente Ideal

Não importa como você ficou interessado em empreender, você deve começar respondendo primeiro à pergunta:

O que posso fazer bem pelos meus clientes e adoraria fazer por um longo período de tempo?

Assim que você for capaz de responder a essa pergunta, será útil refletir sobre seus interesses, pontos fortes e habilidades, é possível identificar boas oportunidades. Você pode considerar os seguintes pontos:

- *Conhecimento:* Qual foi o foco de sua educação ou formação?
- *Experiência Profissional Anterior:* Em quais áreas você ganhou domínio em suas experiências profissionais anteriores?
- *Capacidade:* O que você tem facilidade ou é mais proficiente?
- *Conexões:* Quem você conhece que poderia ser um contato-chave e em que mercado ele atua? Você conhece outros empreendedores?
- *Paixões:* A ideia de melhorar os cuidados com a saúde o empolgam? E a educação? Energia? Transporte? Finanças?

Template Para Definir a Persona do Seu Cliente Ideal

Definir a persona do seu cliente ideal é como ter um mapa para guiar suas vendas: você fala diretamente com quem importa, entende suas dores e oferece a solução certa. Isso reduz o desperdício de esforço, aumenta o engajamento e impulsiona suas vendas com muito mais precisão e eficácia!

- ***Acesse o template nos anexos da aula***

Funil de Aplicação em 3 Passos

O Funil de Aplicação é perfeito para vendas de serviços, pois qualifica cada lead antes do contato direto, evitando desperdício de tempo com clientes desinteressados ou desalinhados.

Essa estrutura permite atrair o público certo, criar um filtro eficiente com a etapa de aplicação e realizar chamadas de fechamento altamente direcionadas.

O resultado? Mais conversões, menos objeções e um processo de vendas mais ágil e assertivo para serviços de alto valor.

Captação

O primeiro passo é **abordar ou atrair** e garantir que você vai captar a atenção do potencial cliente.

Aplicação

Aqui, você deve transformar o interesse em desejo, aumentando a consciência dos benefícios do seu produto/serviço para **fazer a oferta**.

Call de Vendas

Se todas as etapas foram bem executadas faça a chamada de vendas e inicie o **fechamento**.

Modelos de Aquisição de Clientes

MODELO 01: *PROSPECÇÃO ORGÂNICA*

Atrair clientes naturalmente por meio de conteúdo relevante e presença online, sem custo direto de mídia.

MODELO 02: *PROSPECÇÃO ATIVA*

Abordar clientes potenciais de forma direta, como via chamadas ou mensagens, personalizando o contato para despertar interesse.

MODELO 03: *PROSPECÇÃO PAGA*

Utilizar anúncios pagos para alcançar e converter leads, ampliando o alcance de forma rápida e segmentada.

- ***Acesse o template nos anexos da aula***

Modelos de Aquisição de Clientes

MODELO 01: PROSPECÇÃO ORGÂNICA

Atrair clientes naturalmente por meio de conteúdo relevante e presença online, sem custo direto de mídia.

MODELO 02: PROSPECÇÃO ATIVA

Abordar clientes potenciais de forma direta, como via chamadas ou mensagens, personalizando o contato para despertar interesse.

MODELO 03: PROSPECÇÃO PAGA

Utilizar anúncios pagos para alcançar e converter leads, ampliando o alcance de forma rápida e segmentada.

- Liste pelo menos 10 potenciais clientes alinhados com a sua Persona, contate-os para levá-los à aplicação;
- No primeiro momento preocupe-se em testar, ajustar e validar sua abordagem de aquisição;
- Comprometa-se em adicionar novos nomes a sua lista todos os dias.

Script de Aplicação

Essa aplicação usa neurociência para inverter o processo de venda, fazendo o cliente justificar sua própria necessidade de compra.

Ao responder as perguntas você induz o cliente à autoafirmação, reforçando mentalmente o desejo pelo resultado que você oferece e estimula a visualização de benefícios e o senso de urgência.

Assim, ao invés de ser persuadido, o cliente se convence do valor da solução e da urgência de adquiri-la.

1. *Como você prefere ser chamado?*
2. *Qual o seu número de WhatsApp?*
3. *Qual O Seu Segmento de Mercado?*
4. *Qual o Objetivo do Seu produto?*
5. *Você possui sócios ou é o único responsável pelo negócio?*
6. *Qual seu faturamento nos últimos 12 meses?*
7. *Como você imagina que [Oferta de Valor] ajudaria o seu negócio?*
8. *Explique por que você deseja [Oferta de Valor]*
9. *Que transformação precisa acontecer com o seu resultado, para você dizer que valeu a pena trabalharmos juntos? (Seja objetivo)*
10. *Em quanto tempo você gostaria de atingir esse resultado?*

Como criar ofertas Irresistíveis

Alex Hormosi criou uma fórmula para gerar uma percepção de valor tão clara e atrativa que os clientes sentem que estão recebendo uma proposta incrível, que vale muito mais do que estão pagando. A fórmula é a seguinte:



move the sales.

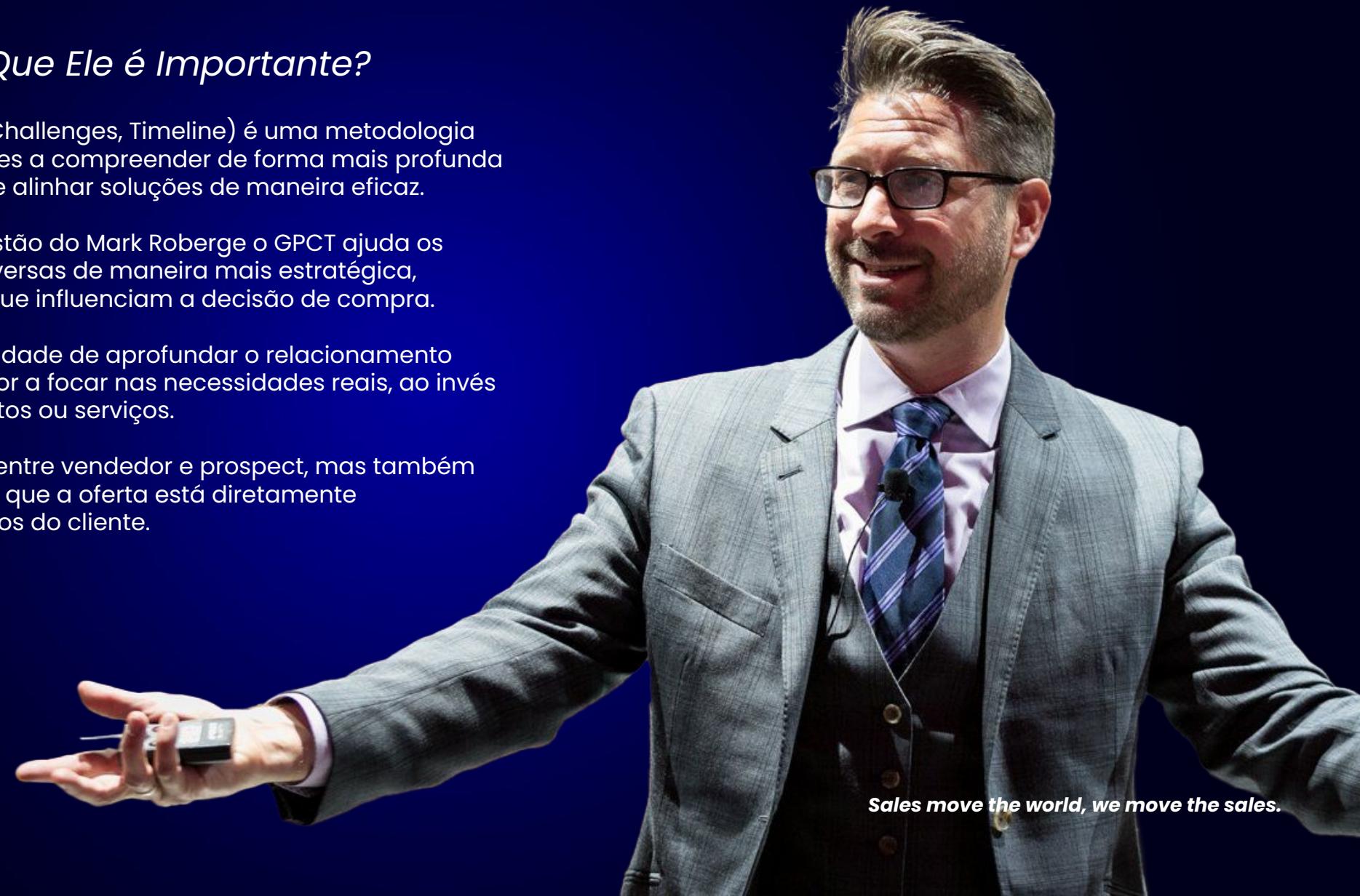
O Que é o GPCT e Por Que Ele é Importante?

O Framework GPCT (Goals, Plans, Challenges, Timeline) é uma metodologia de vendas que ajuda os vendedores a compreender de forma mais profunda as necessidades de seus clientes e alinhar soluções de maneira eficaz.

Criado pela HubSpot, ainda na gestão do Mark Roberge o GPCT ajuda os vendedores a estruturar suas conversas de maneira mais estratégica, abordando quatro áreas críticas que influenciam a decisão de compra.

O GPCT se destaca por sua capacidade de aprofundar o relacionamento com o cliente, ajudando o vendedor a focar nas necessidades reais, ao invés de simplesmente promover produtos ou serviços.

Isso não só aumenta a confiança entre vendedor e prospect, mas também eleva as chances de conversão, já que a oferta está diretamente relacionada aos objetivos e desafios do cliente.



Sales move the world, we move the sales.

G (Goals) Objetivos:

- Para começar, me conta um pouco mais sobre o seu negócio/trabalho e quais são os principais objetivos que você deseja alcançar usando soluções Nocode?
- Como você imagina que nossa formação pode te ajudar a alcançar essas metas?

P (Plans) Planos:

- Neto, você já tem um plano em mente para atingir esses objetivos?
- Como você vê que a nossa formação te ajudaria nesses planos?
- Há alguma estratégia específica que você pretende implementar com as novas habilidades que vai adquirir?

C (Challenges) Desafios:

- Quais são os principais desafios que você está enfrentando para alcançar esses objetivos?
- Existe algum obstáculo que tem dificultado o avanço dos seus planos?
- Como você acha que a formação em Nocode pode te ajudar a superar esses desafios?

T (Timeline) Cronograma:

- Em quanto tempo você pretende alcançar esses objetivos?
- Há algum prazo importante que você precisa cumprir?
- Como a realização desse curso se alinha com o seu cronograma atual?

*** B (Budget) Orçamento:**

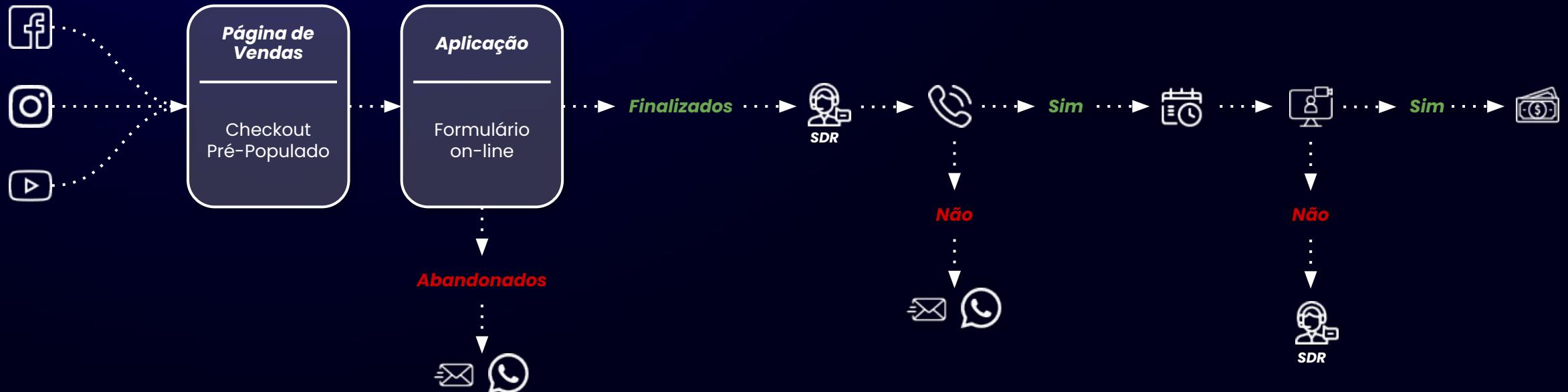
- Em relação ao investimento, você já tem um orçamento reservado para essa capacitação?
- Qual seria a melhor forma de pagamento pra você?

*** A (Authority) Autoridade:**

- Supondo que você tomou a decisão de iniciar a formação, você vai precisar consultar mais alguém para avançarmos?

Encerramento:

- Neto considerando tudo o que você falou, nossas formações em ferramentas Nocode são exatamente o que você precisa, elas vão te ajudar a atingir suas metas dentro do prazo necessário e superar os desafios que mencionou.
 - Você precisa entender mais alguma coisa para fecharmos sua assinatura e liberar o acesso a todo o seu material?
-
- **Acesse o template nos anexos da aula**

Funil de Aplicação High Ticket - Automatizado

SALES[®]
PERFORM