

AULA 27

Assunto: Cold Call e Follow Up

1 - O que é COLD CALL

É uma ligação fria, ou seja, você vai ligar para alguém que ainda não te conhece e fazer uma abordagem.

Dentro do curso Script e do Gestor 10K eu te ensino a abordagem por instagram, email e whatsapp e alguns alunos me pediram a abordagem via telefone também e tem um motivo dessa aula só vir agora, e é justamente pelo fato de que as pessoas não conseguem fazer a cold call, ou não se sentem a vontade com ligações.

Ligações não são melhores que outros canais, mas quanto mais canais se você utilizar, mais resultados você terá.

A ligação, principalmente se você souber falar ao telefone, evita que a pessoa te ignore.

No whatsapp, por exemplo, quando a pessoa para de prestar atenção em você, dificilmente você conseguirá chamar a atenção novamente. Agora na ligação, ou a pessoa vai te cortar já no início, ou ela vai falar com você! Então você tem uma chance de manter um fluxo de conversa com mais facilidade.

Nessa aula não será abordado como conseguir o telefone das empresas, porque isso já foi abordado no Gestor 10K e na aula 23 (aula Operação Invasão, nos últimos 40 minutos). Então vou partir do pressuposto de que você já assistiu todo o 1º módulo do Gestor 10K e os últimos 40min da aula Operação Invasão.

- Objetivo da 1ª Cold Call: NÃO É VENDER!
- objetivo é: GERAR REUNIÃO COM O CLIENTE (seja reunião presencial ou via conferência)
- gere valor para o cliente
- o foco é volume (é comum fazer 10 ligações e fechar 1 cliente)

DICA: foque em empresas em cidades com mais de 2 milhões de habitantes (tem mais maturidade de negócio e de marketing digital).

REGRAS DA COLD CALL:

1 - a ligação não deve passar de 15 minutos

2 - tenha energia na hora de falar (não fale baixo...fale com tom de voz enérgico, empolgante, gere conexão)

3 - construa RAPPORT (é vínculo entre você e o potencial cliente: primeiro seja amigo. vender exige que você tenha um bom relacionamento com quem está do outro lado...e para fazer isso do jeito mais eficiente, procure saber sobre a vida da pessoa...vai no instagram da empresa, vai nas fotos marcadas, encontre os donos da empresa e pesquise interesses em comum: livros, viagens, lugares que frequenta...pontos de conexão)

4 - crie uma urgência, uma escassez (aja como se sua agenda estivesse cheia, marque a reunião para o outro dia, sugira dois horários para a reunião, por exemplo: "você pode amanhã às 10 ou às 16hs?")

1ª FASE DA COLD CALL, também chamada de “GADE KEEPER”

Na hora de ligar, diga o nome do empresário, por exemplo:

- “Oi, eu falo com o Mateus?”

(se for o Mateus, segue a conversa para o próximo passo)

(se quem atendeu não for o Mateus, diga assim):

- **“eu consigo falar com o Mateus agora, ou eu liguei numa hora ruim?”**

(quem te atendeu foi treinado para te tratar bem, ele não sabe se você é um cliente, e pode ser que só com essa frase, você já entre em contato com o Mateus.

A partir daí, pode acontecer 3 hipóteses:

1º) você já falar com o Mateus

2º) o Mateus está lá, mas a pessoa que te atendeu quer saber do que se trata antes de passar sua ligação, você vai falar:

“Eu observei aqui na empresa que vocês não estão hanqueados em 1º lugar no google quando a gente pesquisa e eu tenho uma apresentação de como melhorar isso e eu quero muito mostrar ela para o Mateus”.

(Na maior parte das vezes, a pessoa não vai passar a ligação para o Mateus e tudo bem, é normal isso acontecer).

3º) o Mateus não está na empresa. A pessoa vai te perguntar se você quer deixar um recado, você vai falar:

“Qual o melhor horário para eu conseguir falar com o Mateus? Eu preciso muito falar com ele sobre um erro que percebi no site da empresa e eu preciso muito conversar com ele sobre isso.”

(normalmente, a pessoa fala qual horário o empresário se encontra na empresa).

2ª FASE DA COLD CALL - falando com o empresário

Quando o empresário te atender, você vai falar:

“Fala Mateus, tudo bem? Cara, aqui é o (seu nome), hoje eu trabalho com marketing, com vendas através da internet para empresas como a sua, e eu estava pesquisando aqui e eu vi que a maioria dos seus concorrentes aparecem primeiros que você quando eu pesquiso sobre (materiais de construção) e por isso, eu queria te mostrar como a gente pode resolver esse problema, ou por acaso, você já está resolvendo esse problema aí na empresa?”

(**obs:** é importante que você pergunte se ele já está resolvendo o problema, porque se não estiver, e provavelmente não está (90% das vezes), você vai instalar isso na cabeça dele, ele vai ficar preocupado, você ganha espaço, a partir do momento que você usa a expressão “concorrente”! Todo empresário não tem medo de vender menos, ele tem medo do concorrente vender mais.

1ª Hipótese:

Nesse momento, se o empresário já falar: “Ah, mas quanto é que custa?”

E você perceber que ele foi grosseiro, ríspido desde o começo, a chance é de que você já perdeu a venda logo no começo e gente assim é melhor nem fechar negócio. Lembra do que eu já te falei:

"Existem mais de 20 milhões de empresas no país, você não precisa se humilhar por causa de empresa que não quer ser ajudada, e uma vez que você já sabe fazer esse procedimento de cold call, você pode fazer ele 200, 300 vezes em uma semana, então você não é obrigado a atender gente mal educada. Mais importante de tudo: seu cliente tem que ser seu aliado, em algum ponto, algum momento, vocês vão acabar ficando amigos, fique atento."

2ª Hipótese:

O empresário pergunta sobre o preço, mas de uma forma educada, você vai responder:

- Então cara, eu não trabalho com pacote, ou coisas do tipo não. E também eu não quero te empurrar nada, é só se realmente você achar que faz sentido, por isso eu quero marcar uma visita ou uma reunião (videoconferência) para você ficar na frente da sua concorrência quando seu cliente procurar por (loja de material de construção em Goiânia - adapte conforme o local do seu cliente).

Em seguida você sugere os dois horários para a reunião (pessoalmente ou por videoconferência). Pergunte assim:

- Você tem um horário na sua agenda amanhã? É uma conversinha rápida de 20 a 30 minutos, e tem que ser por videoconferência porque eu tenho que te mostrar na tela do meu computador como funciona esse procedimento.

3ª Hipótese:

Você não notou empolgação na voz do empresário.

Você precisa então levantar mais problemas.

Faça perguntas de situação! (Lembre-se da aula de Spin Selling da aula do Gestor 10k), como por exemplo:

- Mateus, como está estruturado seu departamento de marketing hoje? Estou te perguntando isso porque não sou uma agência, não sou essas soluções de pacote. Meu trabalho é personalizado, se fizer sentido para você, como eu te disse, por isso que eu quero entender um pouco mais. Como você está estruturado? É você que cuida, está meio parado ou tem alguém que cuida?

(Deixa o Mateus te responder).

ou

- Mateus, quais fontes de atração de clientes você se utiliza hoje? Você usa anúncio no instagram, anúncio no youtube? Você faz algum tipo de propaganda desse tipo?

(Normalmente ele vai falar que faz anúncio no instagram, ou ele vai falar que não faz nada...e quando você está partindo para esse lado, você está tentando vender para ele, por exemplo, o Google Ads. Então, de maneira extremamente educada, você tem que mostrar para ele, que ele está fazendo errado. Cuidado para não parecer um arrogante.

Fale assim:

- Cara, imagine que você mostrou no instagram o melhor anúncio de loja de material de construção da face da Terra para uma pessoa, só que essa pessoa não precisa de nenhum material de construção porque ela não está lidando com nenhuma obra, como você vai fazer para vender para ele?? Não é sobre você vender o melhor anúncio de todos! É sobre você colocar o seu anúncio na frente de quem quer comprar!! E como você faz isso quando alguém pesquisa pelo seu produto ou serviço? É através do google Ads, que é a ferramenta que eu quero te apresentar, eu vou te mostrar a ferramenta, se fizer sentido para você, a gente faz um plano de orçamento de quanto você pode e quanto você deve investir, e eu te faço uma proposta, mas claro, eu quero conversar com você amanhã SEM COMPROMISSO (use essa expressão), você pode às 10 ou as 16 horas (mas uma vez você sugere o horário)?

obs: Na ligação, você não precisa fazer todas as perguntas, você faz no máximo 1 pergunta, onde você verá que o cliente tem potencial de conversar com você ou não (ele pode ser grosso, rígido ou frígido), se ele não tiver interesse, você não precisa forçar...existe mais de 20 milhões de empresas, vai para a próxima! Venda para quem quer comprar de você! Lembre-se disso!

Mostre para o cliente que existe uma oportunidade que ele não está vendo e colocar essa oportunidade na frente dele.

PARA AUMENTAR AS CHANCES (não é garantir, é aumentar as chances) DO CLIENTE DE COMPARECER NA REUNIÃO

Dentro de vendas, na prospecção, existe uma métrica chamada “no show” , que é marcar uma reunião e o cliente não aparecer, que é uma métrica comum de acontecer (30% das reuniões que você marcar, o cliente não vai aparecer, é normal), mas a maioria das pessoas tem um no show de 50 a 60%, ou seja, mais da metade das reuniões marcadas não vão acontecer, e isso acontece por falta de FOLLOW UP.

FOLLOW UP é dar sequência na venda.

Vendedor não faz venda.

Vendedor faz ligação.

Vendedor faz follow up.

Vendedor manda contrato.

Vendedor faz ações que levam a venda, não a venda em si.

Você no seu papel como vendedor, não vai ficar pensando só na venda, você tem que executar todo que executar todos os passos da dança para que ela termine em um beijo, que é a venda.

1º passo) Na ligação, na hora que vocês confirmarem, você fala:

- Mateus, me passa seu whatsapp para eu te enviar eu te enviar nossa pauta de amanhã tudo certinho? Já eu te mando mensagem aí confirmando todas as informações.

2º passo) Terminando a ligação, você vai escrever tipo um relatório sobre o que você conversou com o seu cliente, por exemplo: você identificou um problema que ele tem, que ele está perdendo para a concorrência por falta de posicionamento no google (assiste de novo a aula de spin selling para você identificar o problema do cliente) e por isso, na nossa reunião de amanhã, tal horas, nós vamos conversar sobre:

- 1º) como a ferramenta pode te ajudar
- 2º) qual estratégia nós usaremos
- 3º) como vamos medir o resultado
- 4º) quanto você precisa investir

Coloque embaixo: “essa reunião levará de 25 a 30 minutos”. E envie no whatsapp logo após a ligação que você fez.

3º passo) No outro dia cedo, por volta das 08 horas da manhã, envie uma mensagem assim:

- Mateus, confirmada nossa reunião hoje tal horas? Vai ser por esse link aqui! (mande a ferramenta de videoconferência. Se for presencial, envie a localização).

* 10 minutos antes da reunião, você envia mensagem novamente, avisando que você já está disponível, você já está entrando na reunião, se for vídeo.

4º passo) Você fará a reunião de apresentação (tem aula de como fazer essa reunião no Gestor 10k).

5º passo) No final dessa reunião, você não vai apresentar proposta para o cliente. Você vai dar uma sugestão de investimento em anúncios, inclusive tem uma aula onde você aprende a calcular sugestão de investimento para google ads e facebook ads (aula 2 ou 3 e aula 16). Nessa hora vale a pena falar para o cliente a analogia do pintor e da tinta (o cliente paga o gestor e a mídia - aula 26 e aula-piloto).

obs: se você ver que é um cliente que tem potencial de te pagar mais de mil reais, faça uma 2ª reunião.

Se você ver que é um cliente que vai pagar menos de mil reais, que o investimento dele de mídia é menor que o investimento em tráfego, não compensa fazer a 2ª reunião (aula 6.1 do Gestor 10k - a sua precificação é sempre muito parecida com o que ele vai investir em mídia...é sempre muito difícil cobrar do cliente em serviço mais do que ele vai investir em mídia, em tráfego, fique atento a isso.)

Pergunte ao cliente se esse investimento faz sentido para ele, se ele disser que sim, peça para marcar uma 2ª reunião, no outro dia, ou no dia consecutivo, para apresentar uma proposta de trabalho, um preço e como tudo isso vai funcionar.

6º passo) Encerre a reunião e envie um resumo da reunião.(follow up)

resumo: identifiquei o problema tal, que eu posso resolver fazendo isso e isso, e estou fazendo uma proposta, vamos fazer uma reunião tal dia e tal hora e te lembro no dia.

no dia, você envia mensagem com o link ou localização, se for presencial. Se tiver um dia no meio entre a 1ª e a 2ª reunião, envie alguma informação que você ache que agregue valor no conteúdo de vocês (ex: print de algum concorrente que está a frente no google).

7º passo) na 2ª reunião: aula de proposta - apresentação e preço (tem a aula no módulo 1 do Gestor 10k)

Você vai perguntar para o cliente, logo após apresentar seu preço, por exemplo, mil reais de investimento e mais mil reais no serviço:

- Esse investimento faz sentido para você?

Se o cliente te enrolar para responder, pergunte:

- Qual dia a gente consegue conversar de novo sobre esse investimento aqui?

Pergunte se você pode ligar para ele amanhã tal hora para vocês decidirem...se ele disser que não vai dar...proponha o dia seguinte e outro horário...

Se houver espaço entre os dias propostos, envie outro conteúdo de valor, a sua proposta de trabalho e o resumo da reunião.

obs: ao final de toda reunião, envie o resumo da reunião.

APÓS ENVIAR A PROPOSTA E O CLIENTE PARAR DE RESPONDER

- Para amenizar o problema: fazer o follow up agressivo em 3 passos:

1º) liga 3x não consecutivas e o cliente não atendeu, mande mensagem no whatsapp e fale que irá tornar a ligar tal hora, por exemplo: “opa Mateus, tudo bem? tentei te ligar, mas não consegui contato, vou tentar novamente por volta das 4 da tarde, se você conseguir antes, me avise!”.

2º) Ligue mais 3x às 16hs. Se ele não te atender, mande whatsapp assim: “não consegui contato com você, acredito que nas nossas reuniões alguma coisa não ficou alinhada, talvez essa estratégia que te apresentei não seja uma prioridade para você, se for o caso, me avisa aqui, porque eu detesto ficar incomodando.

3º)Se mesmo assim, ele não responder, aguarde 3 dias úteis e mande mensagem no whatsapp dizendo: “Olá Mateus, bom dia, na última semana a gente fez uma reunião e eu te apresentei uma proposta que na minha cabeça era perfeita para o seu negócio, provavelmente alguma coisa mudou no seu orçamento ou nas suas prioridades, fico a sua disposição caso você precise de alguma outra coisa, mas como não obtive retorno, vou parar de te incomodar. (isso se a pessoa não tiver te respondido)

Se ele tiver te respondido, segue a negociação, conforme as aulas do Gestor 10k.

