

O que aprendemos?

Nesta aula aprendemos sobre os principais erros (o que não devemos fazer) durante o processo de prospecção:

- Inconsistência: o ideal é manter a consistência na prospecção de clientes, mantendo uma periodicidade, e não deixar isso de lado e fazer o processo somente quando sobra algum tempo.
- Multitasking: o ideal é ter um profissional responsável somente para fazer a prospecção de clientes, e não ter vários funcionários com muitas tarefas a serem feitas porque ele acaba não tendo uma atenção maior voltada para a prospecção.

Aprendemos também a desenhar um framework para o processo de prospecção de clientes, mas para fazer isso precisamos considerar alguns pontos:

- Market Share: entenda o quanto você domina no market share para conseguir visualizar o quanto você pode crescer.
- Como trabalhar: aqui você vai entender como você trabalha os clientes novos e antigos, com os produtos. Identifique se atualmente você fazer upsell/crosssell e prospecção.
- Origem dos leads: entenda de onde vem os seus leads. Mix de produtos: conheça bem os seus produtos para saber como cada necessidade (dos clientes) pode ser supridas indicando o produto/serviço certo.
- Perfil do cliente ideal: conheça a fundo as necessidades do seu cliente ideal, essa etapa é muito importante para montar o seu processo de prospecção.
- Funil de vendas: você deve conhecer profundamente sobre o seu funil.
- KPI's: entenda as métricas que você usa para medir os resultados.

O responsável pela prospecção vai depender do perfil dos clientes, do tempo de ciclo de vendas e das taxas de fechamento.

Alguns modelos de operação de prospecção no mercado são:

- Divisão por etapas do funil.
- Divisão por origem do lead.
- Divisão por função no processo.

Para escolher o melhor modelo para você considere o que funcionou mais com os seus melhores clientes, estude como a sua concorrência trabalha, priorize a melhor experiência possível de relacionamento para o cliente.