



QUERO
VENDER 

INSIGHTs : VENDAS | VENDAS | VENDAS

DESAFIO

Google

You **Tube**

UM POUCO SOBRE MIM

* Trabalhando na área comercial há mais de 15 anos







O QUE VOCÊ VERÁ ?



1- **SOBRE** a tomada
de decisão do cliente

2- **COMO** mapear as
DORES e o PERFIL de
seu CLIENTE ALVO

3- **PRINCIPAIS** INDICADORES
da área comercial



DURANTE A PALESTRA PENSE:

1- COMO posso colocar na prática esse conceito?

2- COMO posso adaptar esse método pra MEU NEGÓCIO?

**ATIVE O
MODO
ESPONJA**



O PROCESSO DECISÓRIO





constance

constance

constance









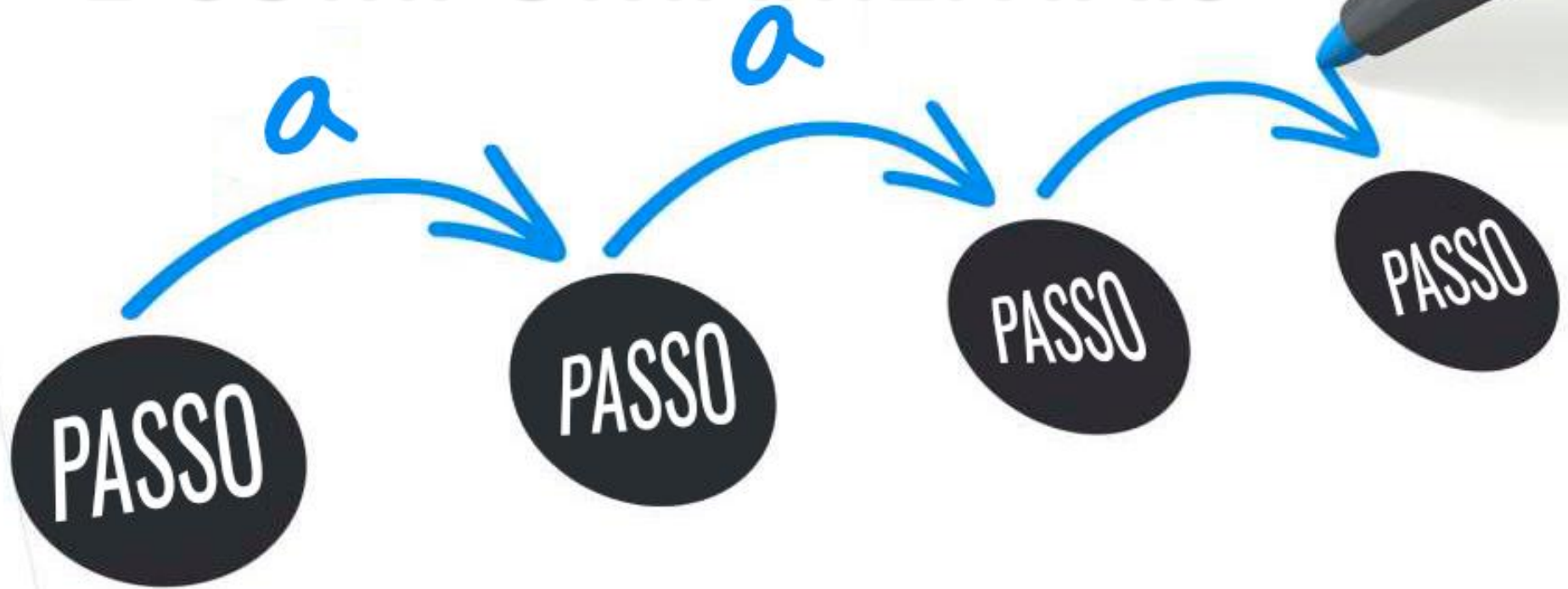


AFINAL , PORQUE ALGUMAS CLIENTES
TOMAVAM DECISÃO EM **40 SEGUNDOS**
E OUTRAS ENTRAVAM, DESCIAM O
CLOSET, E **NÃO** COMPRAVAM?

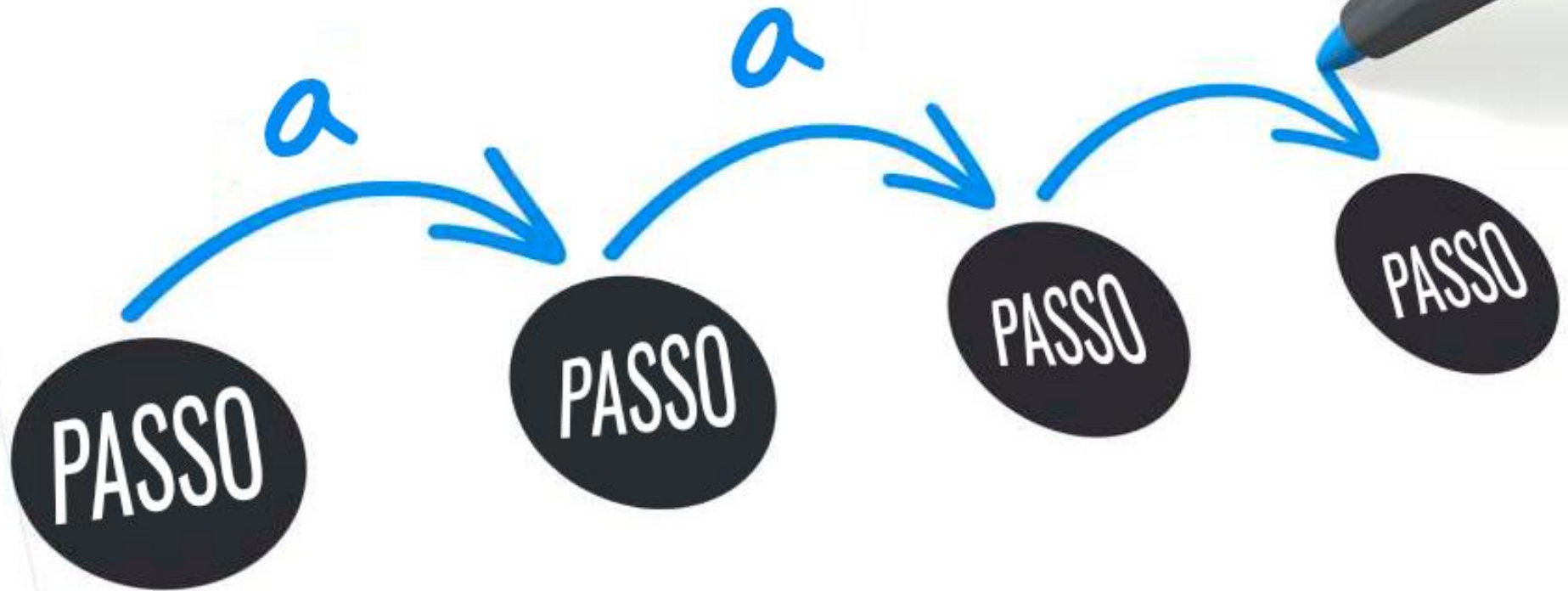




HABILIDADES TÉCNICAS E COMPORTAMENTAIS



PASSOS DA VENDA



1

1º PASSO - PREPARAÇÃO

2

2º PASSO - ABORDAGEM (INÍCIO DE CONTATO)

3

3º PASSO - SONDAGEM

4

4º PASSO - APRESENTAÇÃO

5

5º PASSO - OFERTA DE ADICIONAIS
(FECHAMENTO EXPERIMENTAL)

6

6º PASSO - OBJEÇÕES

7

7º PASSO - FECHAMENTO DA VENDA

8

8º PASSO - PÓS VENDA



1º PASSO - PREPARAÇÃO



3º PASSO - SONDAAGEM



6º PASSO - OBJEÇÕES



8º PASSO - PÓS VENDA

1º PASSO

PREPARAÇÃO



PREPARAÇÃO ou PLANEJAMENTO

DEVE SER DIVIDIDO EM TRÊS ETAPAS

1ª: PREPARAÇÃO **FÍSICA**

2ª: PREPARAÇÃO **TÉCNICA**

3ª: PREPARAÇÃO **MENTAL**



PREPARAÇÃO FÍSICA



1º PASSO

PREPARAÇÃO

1: PREPARAÇÃO TÉCNICA

Esta etapa diz respeito ao conhecimento técnico que você precisa ter sobre OS PRODUTOS, SERVIÇOS , A EMPRESA, ASSISTÊNCIAS, GARANTIA, etc.



1º PASSO

PREPARAÇÃO



1: PREPARAÇÃO TÉCNICA

Aqui também é o momento de organizar seus indicadores.

SABE O QUE SÃO INDICADORES?

- META (diaria, semanal, mensal)
- P.A.
- TICKET MEDIO
- TAXA DE CONVERSÃO
- FATURAMENTO



1º PASSO

PREPARAÇÃO



1: PREPARAÇÃO MENTAL



ATENÇÃO

A compreensão do que você vai ler agora fará muita diferença na sua vida.

Aquilo que pensamos ou sentimos com intensidade transforma-se em comportamentos e resultados equivalentes.





Se você pensa que
pode ou se pensa
que não pode, de
qualquer forma
você está certo.

Henry Ford

3º PASSO

SONDAGEM



Investigação é a palavra!

Neste passo você veste o personagem de investigadora.

Sua cliente lhe dará pistas, porém elabore uma lista de insights que já funcionaram com outras clientes.



3º PASSO

SONDAGEM



DICA: mostre-se interessado pelo cliente. PERGUNTE 1x ou 20x.

Respeite o “jeito” da cliente.

“ As **PERGUNTAS** são as **RESPOSTAS** ”

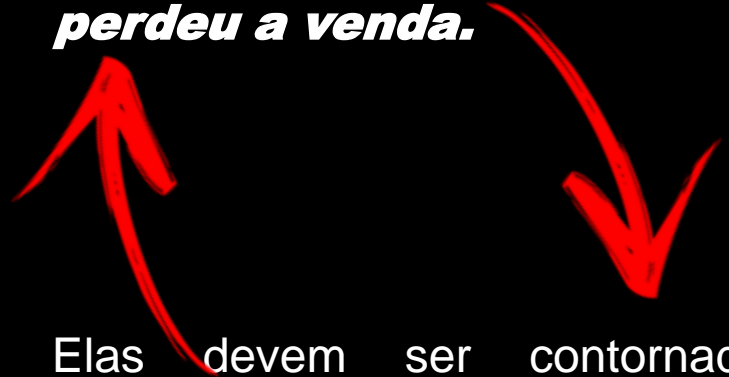
6º PASSO

CONTORNANDO **OBJEÇÕES**



Givers Gain®

OBJEÇÕES são uma parte importante do jogo, mas elas **NÃO** querem dizer que você *perdeu a venda.*



Elas devem ser contornadas habilmente, com tato e sutileza, assim estará bem mais próximo de seu objetivo:

REALIZAR A VENDA!

6º PASSO

CONTORNANDO **OBJEÇÕES**



**TIRE UM TEMPO PARA
PENSAR EM** todas as
objeções que lembrar.

EXEMPLO:

OK, pode me mostrar **mas**
hoje eu só vou dar uma
olhadinha !



6º PASSO

CONTORNANDO **OBJEÇÕES**



Givers Gain®

**AGORA PENSE EM
RESPOSTAS PARA AS
OBJEÇÕES**

OBJEÇÃO:
**OK, pode me mostrar mas
hoje eu só vou dar uma
olhadinha !**

RESPOSTA
Que legal! Já que vai somente
dar uma olhadinha, vou lhe
mostrar as maiores novidades
.. **RECEBEMOS MUITA
COISA LINDA!!!**

**NOSSOS CLIENTES
ESTÃO CADA VEZ +
EXIGENTES**



Diga o que acabou de me dizer.

8º PASSO

PÓS VENDA



SER FIEL É MAIS
VANTAJOSO.

LEMBRE-SE:

“Venda é relacionamento...”

O pós-venda da primeira venda é o que realmente aproxima o cliente de você.

E o pós-venda das próximas vendas é o que mantém este relacionamento.

8º PASSO

PÓS VENDA



SER FIEL É MAIS
VANTAJOSO.

Com um bom trabalho de pós-venda, os clientes ficam satisfeitos e **INDICAM** você para outras pessoas:

BINGO
A MÁGICA ACONTECE!



8º PASSO

PÓS VENDA

DICAS:

APÓS A PRIMEIRA VENDA
Envie uma mensagem
agradecendo por
exemplo:



SER FIEL É MAIS
VANTAJOSO.

“Ola!

Obrigada por comprar na
NAAN. Espero que você
tenha momentos incríveis
com sua nova aquisição.

As novidades por aqui não param,
por isso nos encontramos em
breve!!!

Michele Severini

NAAN
SEMIJOIAS

8º PASSO

PÓS VENDA



SER FIEL É MAIS
VANTAJOSO.

DICAS:

- Mensagens de novidades
- Mensagens que não tenham motivo comercial também são bem vindas.



KEEP
CALM

AND

EM BREVE
NOVIDADES

8º PASSO

PÓS VENDA



SER FIEL É MAIS
VANTAJOSO.

DICAS:

Manter cadastro dos clientes para posterior contatos.

Lembrança:

- Datas de aniversários
- Retorno sobre peças desejadas
- Primeiros clientes



CADASTRO

**PRECISAMOS
CONHECER CADA
VEZ MAIS NOSSO
CLIENTE**





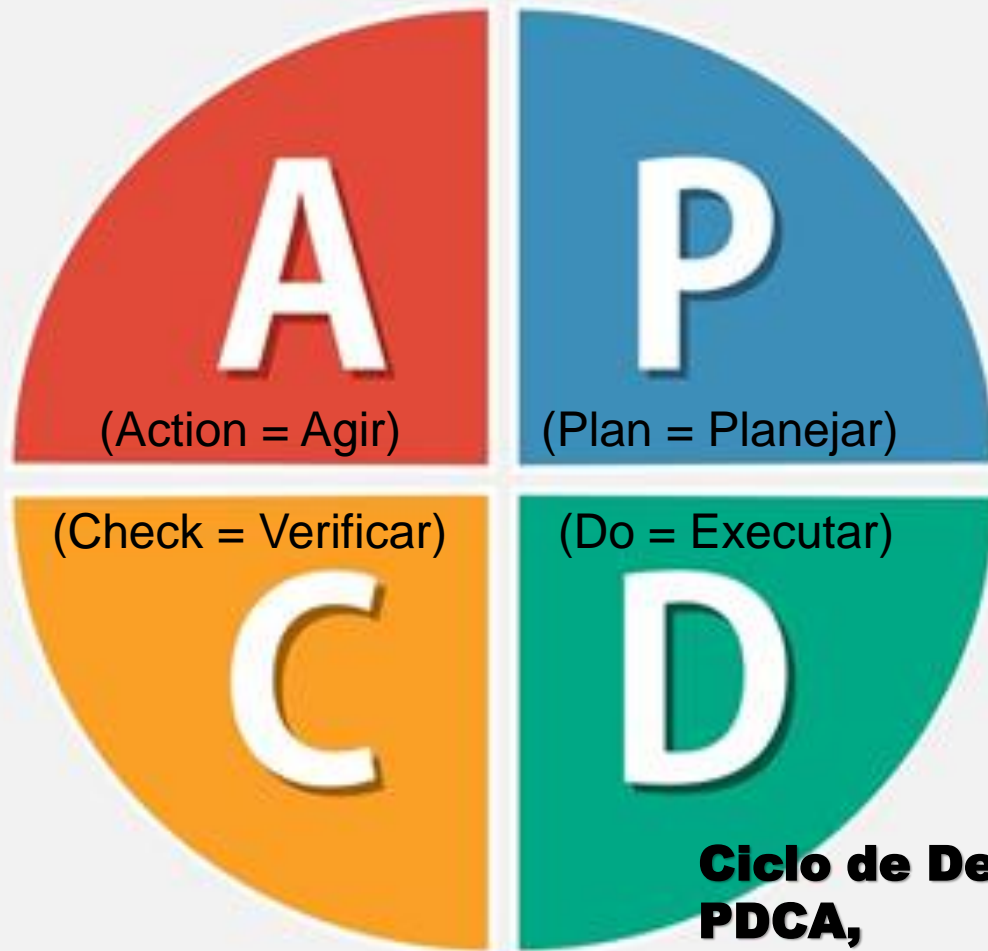
A woman with brown hair pulled back, looking upwards and to the left with a thoughtful expression. Her hand is resting against her cheek. In the upper left corner, there is a white, hand-drawn style thought bubble containing a question mark and an exclamation mark. The background is a solid grey.

**PORQUE TER
CLAREZA?**



A woman with brown hair pulled back, looking upwards and to the left with a thoughtful expression. Her hand is resting against her cheek. Above her head is a large, white, hand-drawn question mark on a grey background.

**O QUE VOCÊ FAZ PARA GERAR
CLAREZA?**



**Ciclo de Deming,
PDCA,
Ciclo de melhoria contínua**

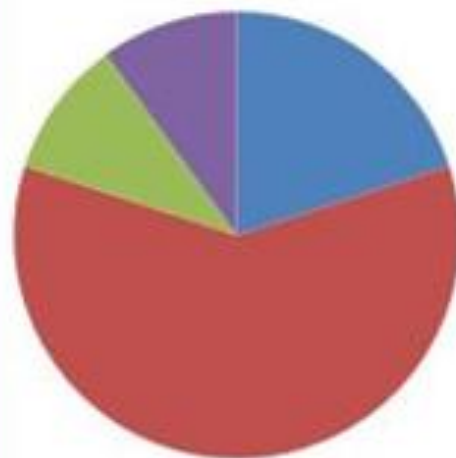
PDCA Training Material



■ Plan
■ Do
■ Check
■ Act

INCORRECT

PDCA Reality



■ Plan
■ Do
■ Check
■ Act

POOR

Sem
PDCA

Horas de Trabalho

Tentativa e erro



Horas de Trabalho

Fazendo a coisa certa

Com
PDCA



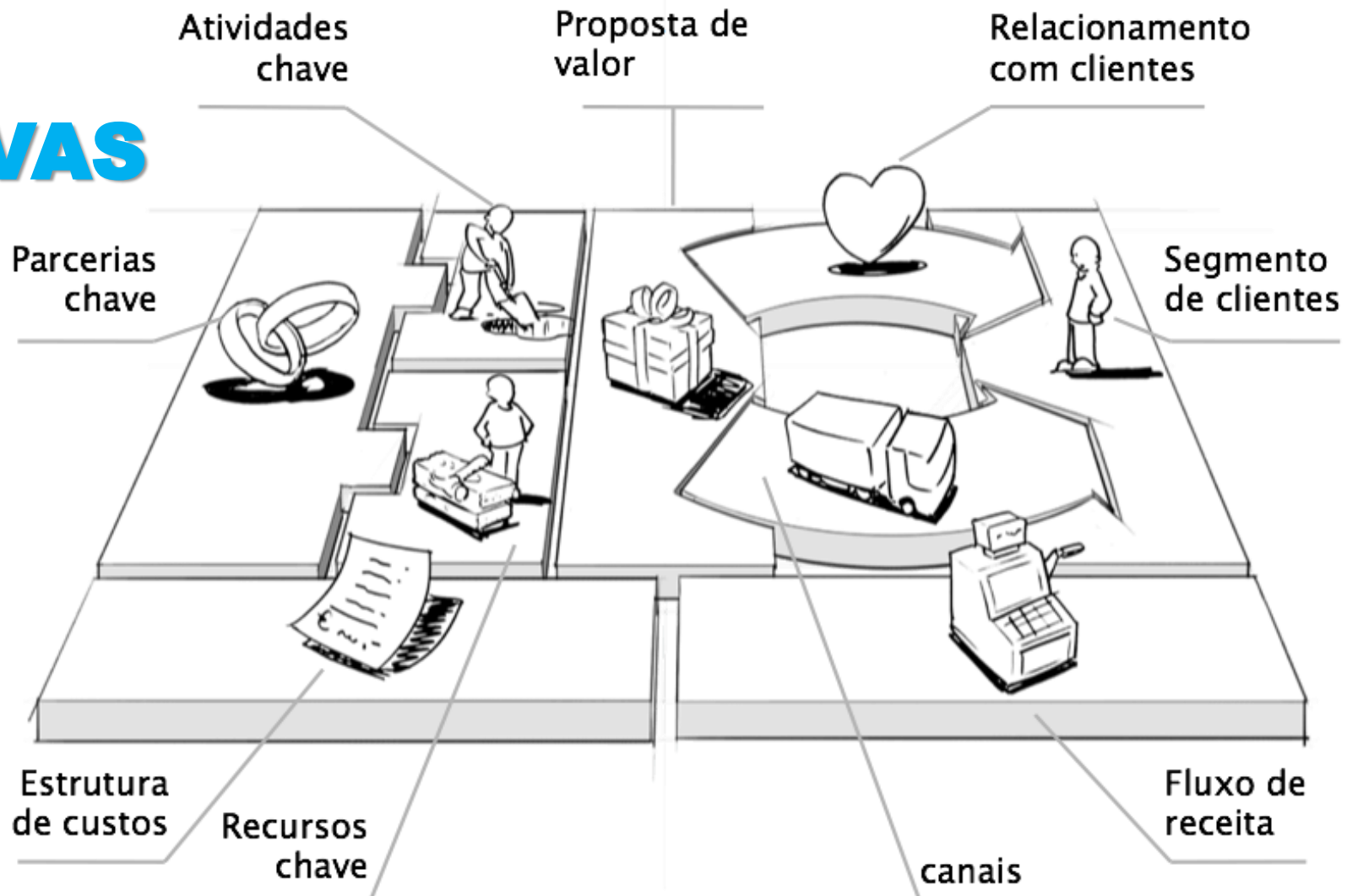


“O PLANEJAMENTO, EM
EXCESSO,
ASFIXIA A **INICIATIVA**
E ENGESSA O **PROGRESSO.**”



FERRAMENTA de PLANEJAMENTO

CANVAS



CANVAS

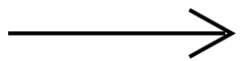
Proposta de
valor

Segmento
de clientes

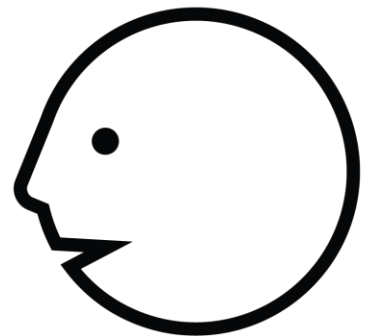
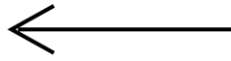




Crie
valor



Encaixe



Observe os
clientes



FRANQUIA
CANVAS-PROPOSTA DE VALOR

MAPA DE VALOR

—PERFIL—
CLIENTE

ГАНКОС

**TAREFAS
DOCIENTE**

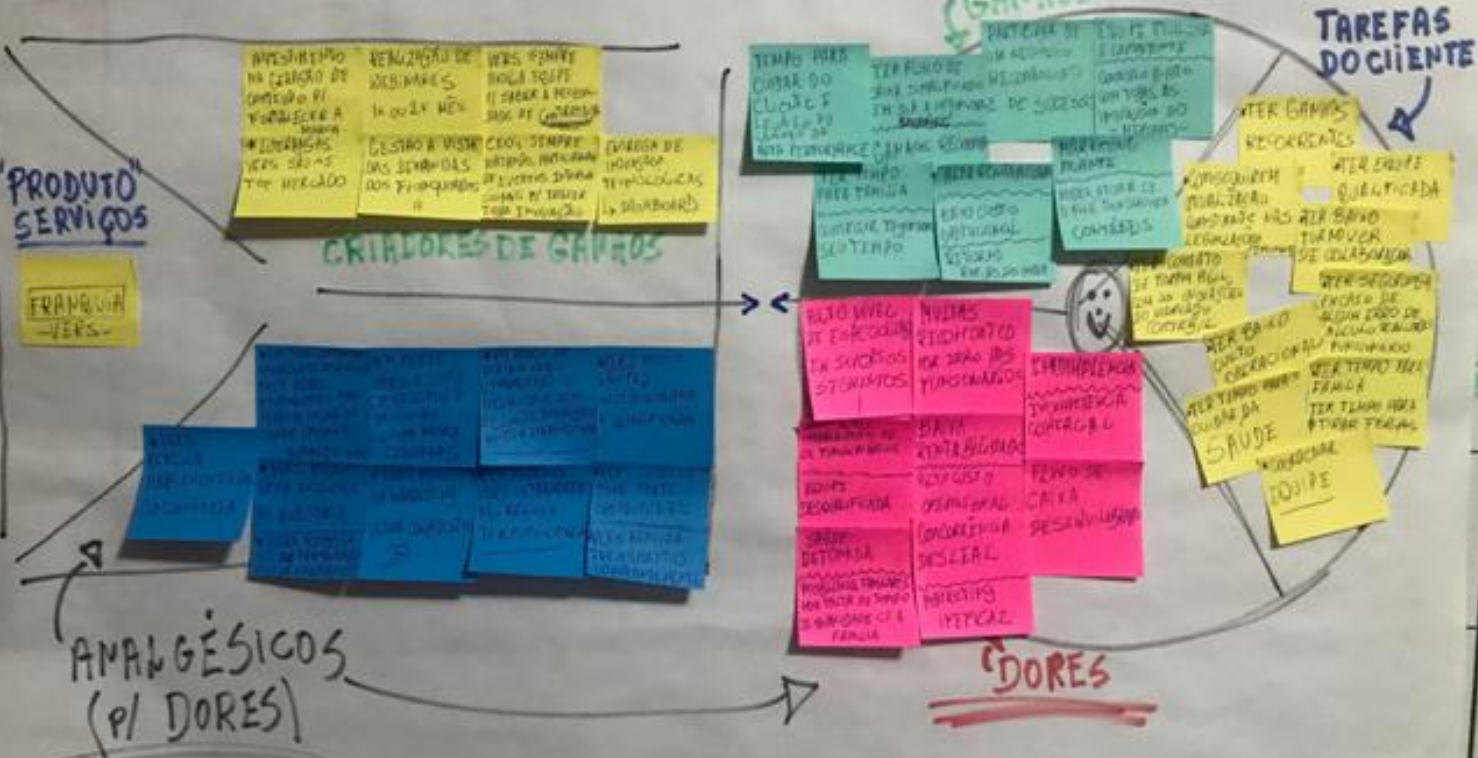
PRODUTO
SERVIÇOS

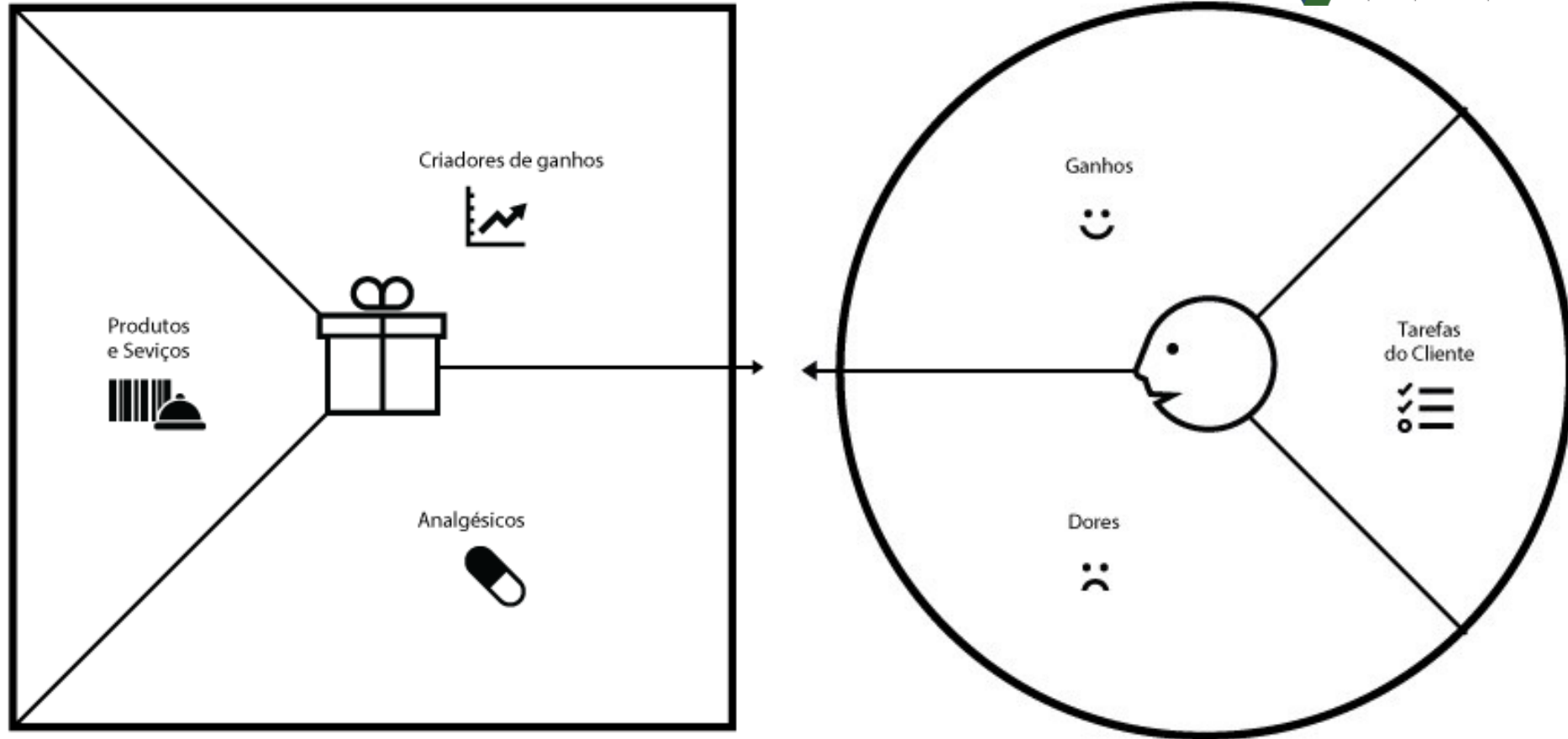
CRITICADORES DE GAVIROS

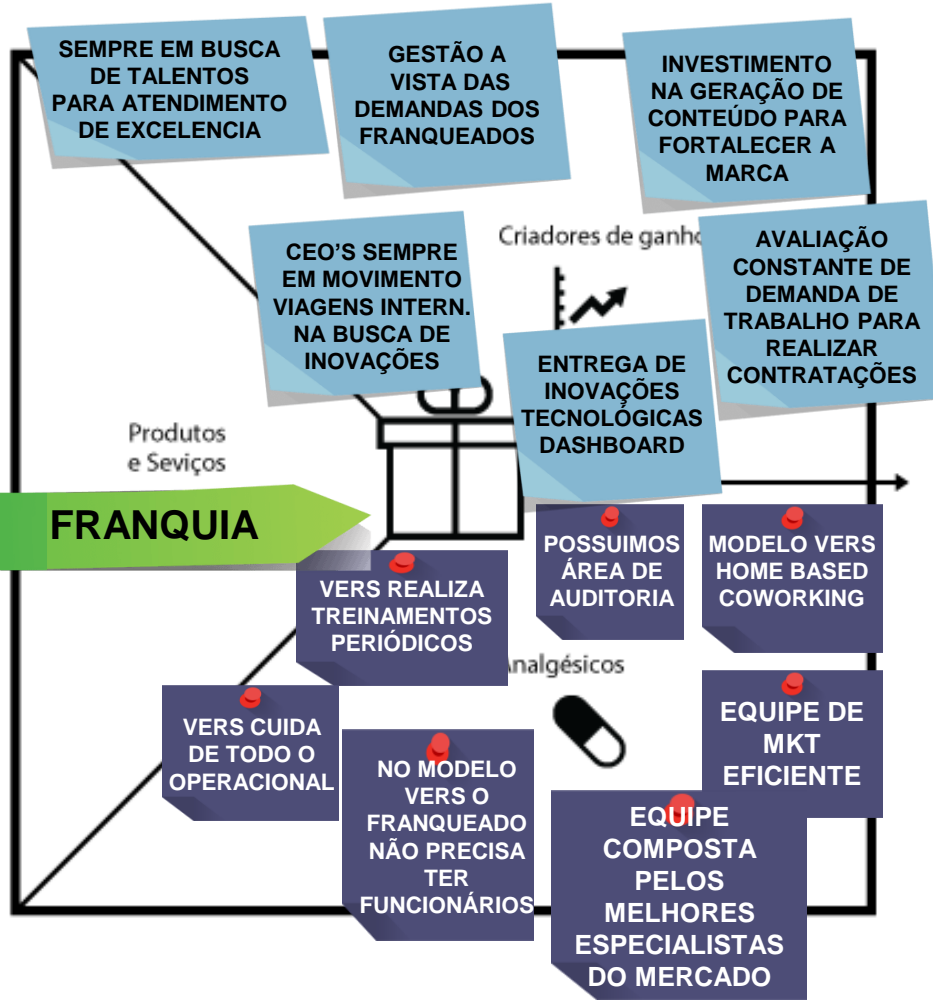
FRANCOIS

ANALGÉSICOS
(P/ DORES)

DORES







Topo de funil

Visitantes

Aprendizado e descoberta

Meio do funil

Leads

Reconhecimento do problema

Fundo do funil

Oportunidades

Consideração da solução

Clientes

Decisão de compra

CLIENTES

1. PROSPECÇÃO

2. MARKETING

3. PROPAGANDA

4. CONTATO COM O CLIENTE

CLIENTES

07 PERGUNTAS CHAVE PARA **QUALQUER** ÁREA DE VENDAS

1. QUAIS SÃO SUAS METAS (DIÁRIA, SEMANAL, MENSAL)?

**O QUE SIGNIFICA o
acrônimo METAS?**



Movimentos

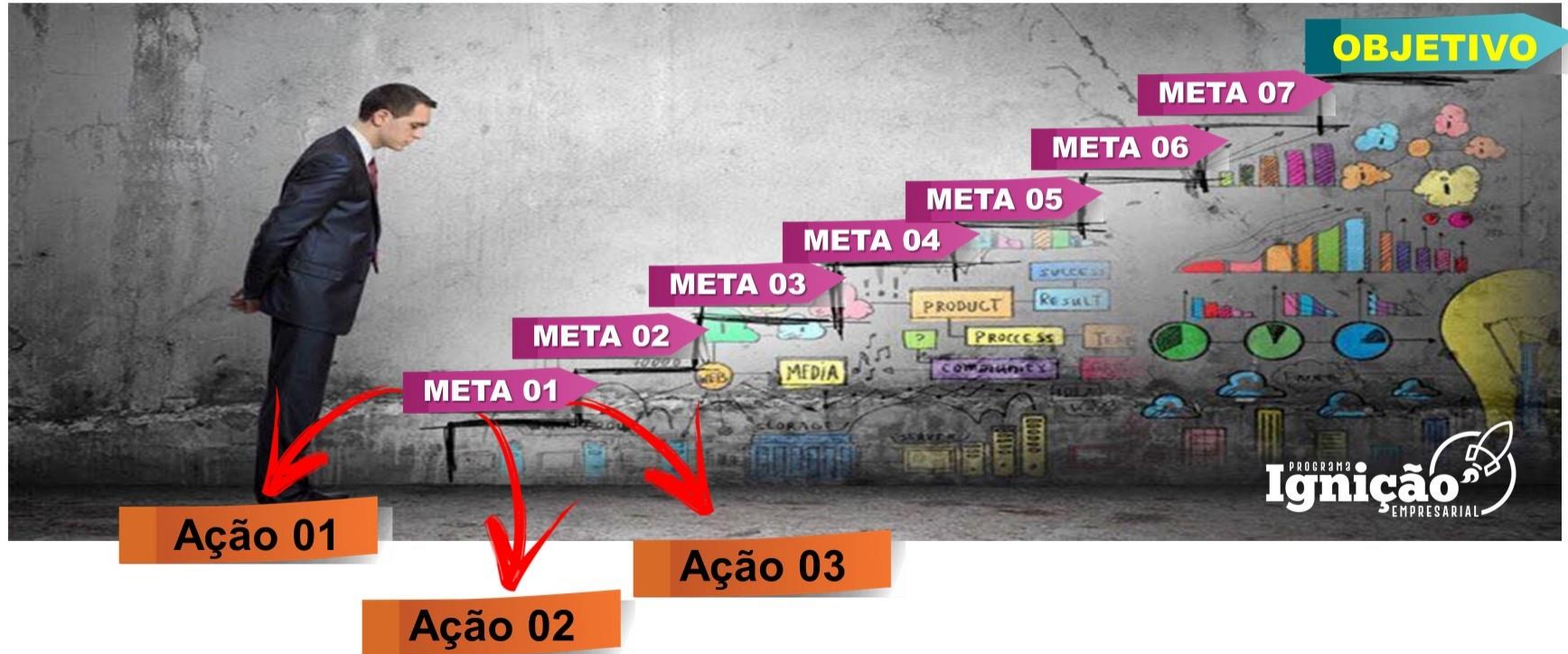
Específicos

Temporários

Ações

Sequenciais

ESTRUTURA PARA O PLANEJAMENTO DE OBJETIVOS



07 PERGUNTAS CHAVE PARA **QUALQUER** ÁREA DE VENDAS

2. QUANTOS PROSPECTS VOCÊ PRECISA PARA BATER SUA META?
3. QUAL SUA TAXA DE CONVERSÃO?
4. QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS OBJEÇÕES QUE O SEU TIME DE VENDAS RECEBE DIARIAMENTE?
5. QUAL O SEU P.A.?
6. QUAL SEU TICKET MÉDIO?
7. QUAIS SÃO AS DORES QUE SEU PRODUTO/SERVIÇO CURA?



IT'S WHAT YOU DO IN THE
DARK THAT PUTS YOU IN
THE **LIGHT.**

RULE YOURSELF

É O QUE VOCÊ FAZ NO
ESCURO QUE O COLOCA
NA **LUZ.**

DICIPLINE-SE



Obrigado!

Mairon Mesquita

(12) 9 9646 7190 

@maironm3 

maironmesquita 

ENVIE UMA MENSAGEM DE WHATSAPP HOJE 29/05/2019 E RECEBERA:
E-BOOK COMPLETO SOBRE OS 8 PASSOS DA VENDA + **PDF DESTA**
APRESENTAÇÃO + VIDEOS.

EQUAÇÃO 'SIMPLES'

PROCESSOS EFICIENTES
+ PESSOAS ENGAJADAS

= RESULTADOS EM
ASCENSÃO



Inteligência para a **qualificação de leads**.
Leads qualificados em profundidade



CRM – Gestão de FUNIL DE VENDAS

pipe drive™