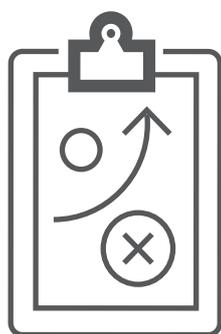


VENDENDO MAIS COM OS FUNDAMENTOS DO PLANEJAMENTO DESCOMPLICADO

Marque no checklist o que você não faz ou o que faz com baixa intensidade e monte um plano de ação para colocar em prática os fundamentos do planejamento descomplicado

- Pegue a sua meta e descubra quanto você tem que vender por dia útil.
- Todo o dia recalcule este valor tendo o saldo da meta em vista
DICA: Sempre aumente 20% a meta/dia, pois não vamos contar com a sorte no último dia do mês.
- De toda a sua carteira ativa, vá calculando diariamente quantos clientes ainda não compraram.
- Estime uma meta de vendas para cada cliente que ainda não comprou
DICA: Quando entrar no cliente coloque como meta 20% a mais do que a sua meta de vendas estipulada.
- Sempre planeje uma rota (os melhores vendedores têm rotas fixas que fazem constantemente, tendo agendamento ou não).
- Pense na época do ano e contexto econômico, bem como na situação da sua marca no cliente. Com isso, estipule o melhor pacote de serviços que você pode agregar.
- Não planeje apenas itens vinculados à meta. Planeje melhorar como pessoa.



VENDENDO MAIS COM OS FUNDAMENTOS DA PROSPECÇÃO EFICAZ

Marque no checklist o que você não faz ou o que faz com baixa intensidade e monte um plano de ação para colocar em prática os fundamentos da prospecção eficaz.

Lembre-se que existem 3 tipos de prospecção:

(1) novos clientes

(2) recuperação de clientes inativos

(3) novas oportunidades em clientes ativos

Toda a semana você tem que praticar um pouco de cada um dos 3 tipos de prospecção.

Encaixe na agenda e na sua rota missões de prospecção semanal.

Tenha um critério para saber se o seu número de clientes é o ideal ou você precisa de mais clientes.

Tenha cadastros completos e atuais de clientes e prospects

DICA: No cadastro, também dê ênfase para as informações que envolvem o comprador e as pessoas que influenciam a venda.

Tenha um material digital pronto para prospecções, bem como um kit físico de ativação de prospecção (alguns produtos, catálogos, filmes, testes, depoimentos, etc.).

Continue a prospecção utilizando depois os meios digitais (mas não fique apenas nisso).



VENDENDO MAIS COM OS FUNDAMENTOS DA DEMONSTRAÇÃO PERSUASIVA

Marque no checklist o que você não faz ou o que faz com baixa intensidade e monte um plano de ação para colocar em prática os fundamentos da demonstração persuasiva.

- O grande segredo secreto dos melhores demonstradores é a sua atitude. Muito se vence por uma atitude positiva, emocionada e pra frente.
- Faça demonstrações ancoradas por preço, ou seja, dos mais caros para os mais baratos.
- Conheça uma curiosidade de cada produto, ou pelo menos, dos principais produtos (curiosidade envolve questões dos materiais ou dos métodos de produção).
- Antes de acabar sua demonstração, evite dar preços. Controle essa entrega.
- Cuide das palavras que usa: nunca ofereça promoções antes de fazer a sua melhor apresentação. O cliente não compra apenas preço, apesar de muitos vendedores acharem que sim.
- Foque nos benefícios e não nas características dos produtos.
- Saiba para qual público-alvo é direcionado cada produto.
- Apresente todos os produtos que tem em linha (para os casos aplicáveis). Não decida pelo cliente se é ou não para ele. Você pode aconselhar.
- Venda junto com o produto o seu nível de serviço
- Apresente depoimentos / cases envolvendo os produtos, enquanto apresenta
- Mostre rapidez e dinamismo.
- Quanto mais o cliente tocar, usar, sentir o produto, melhor para você.



VENDENDO MAIS COM OS FUNDAMENTOS DO PÓS-VENDA QUE PUXA VENDAS

Marque no checklist o que você não faz ou o que faz com baixa intensidade e monte um plano de ação para colocar em prática os fundamentos do pós-venda que puxa as vendas.

- Esforce-se para saber como foi a entrega das mercadorias, caso você não tenha feito isso (em caso de serviços, faça a pesquisa de satisfação).
- Estabeleça uma prática de pesquisas de satisfação, para ter índices que podem lhe ajudar a vender mais.
- Sempre entregue um nível alto de serviços posterior a venda, pois isso aumenta a confiança em você e, conseqüentemente, aumenta as vendas futuras.
- O melhor momento para você treinar a equipe do cliente é quando o produto foi entregue e a equipe comercial dele vai começar a venda.
- Lembre-se que, muitas vezes, uma simples preocupação em ligar para seu cliente, faz toda a diferença.
- Nas datas comemorativas você deve se fazer presente.
- Compartilhar informações úteis para o negócio ou para o cliente, é pós-venda.
- Se o cliente lhe ligar reclamando de algo, assuma o controle da situação e fique com ele até resolver, independente quanto tempo isso demore.
- Fazer pós-venda garante a próxima venda. Por isso, chamamos de prox-vendas, aqui no Resignificando Vendas.

