

Prospecção



**PROCESSO QUE ANTECEDE AS
VENDAS**

PROSPECÇÃO

PROSPECTAR NÃO É VENDER, ENTRETANTO É O PRIMEIRO PASSO PARA UM FUTURO BOM NEGÓCIO.

Conhecer bem o produto ou serviço com que vai trabalhar.

Mesmo que não entre em detalhes é preciso passar confiança a quem estiver ouvindo.

- Buscar saber e entender ao máximo com que PÚBLICO irá se comunicar;
- Ter bem definido a PREMISSA base da ideia principal;
- Criar o texto em torno da ideia de forma CLARA, OBJETIVA. Iniciar a busca do ZERO;
- Criar roteiro e ensaia-lo até chegar a naturalidade na forma de falar;
- Preparar apresentação do material com qualidade para quando for solicitado.

Uma prospecção bem sucedida é aquela em que as pessoas param para dar atenção ao interlocutor e entendem bem o que está sendo oferecido.

Quanto mais você seguir um passo-a-passo definido sobre o que fazer na prospecção, mais fácil será o processo e melhor serão os resultados da sua abordagem de vendas.

Se você prospectar do jeito certo, vai conseguir fazer com que o seu discurso de vendas toque o seu cliente, fazendo-o enxergar todo o valor de seu produto ou serviço.

Quando isso acontece, você abre as portas.

Como a prospecção faz parte do processo de vendas, ela também precisa ser pensada detalhadamente para que você atinja o resultado esperado.

O processo de prospecção é REPETITIVO, entretanto deve ser APRIMORADO constantemente.

Melhorar a prospecção gera mais DEMANDA, o que mais NEGÓCIOS.

Se você inicia o processo de vendas do jeito certo, você tem mais oportunidade de sucesso.

A prospecção é como se fosse a PORTA para novas oportunidades de VENDAS, trazendo novos clientes, e para o aumento da LUCRATIVIDADE.

Organize e respeite os processos

- Crie o perfil de seu cliente ideal;
- Pessoa física ou jurídica;
- Selecionar contatos, ao invés de dar tiros no escuro.
- Crie um banco de dados;
- Saiba se o prospect tem conexão com seu produto;
- Segmente os clientes pelos mercados que você quer alcançar;
- Micro, pequenas ou grandes empresas;
- Faça uma lista;
- Crie um roteiro adequado para cada segmento de cliente;
- Escolha os profissionais que mais têm relação com o serviço que está oferecendo;
- Estabeleça horários específicos para cada ação;
- Entenda que cada segmento tem um melhor horário para lhe dispensar atenção.

Exemplo: Nunca ligue para um restaurante entre 09:00 e 14:00, pois é o horário de pico e não pararão suas atividades para te ouvir.

- Crie planilha de acompanhamento para cada ligação com data e nome de quem lhe atendeu;
- É fundamental acompanhar o progresso das chamadas e obedecer às datas e horários estipulados pelo prospect para continuidade da conversa iniciada.

Cada segmento de cliente compra por um motivo diferente e por incentivos únicos, sendo assim, cada um deles tem uma maneira de ser abordado.

Você precisa criar uma categoria para esses clientes.

É justamente essas categorias que mostram o que eles têm em comum, e assim você consegue criar diferenciais.

Descobrir o que faz esses clientes se interessarem pelo que você vende, e descobrir o que você pode fazer para chamar a atenção deles para o seu produto ou serviço.

Iniciado o trabalho

- Sempre que iniciar uma conversa, pergunte à pessoa que atendeu se pode falar nesse momento ou qual é a melhor hora para isso;
- Agendar e ligar no período combinado;
- Ficar atento ao TEMPO de DURAÇÃO da conversa, criar um padrão de acordo com o objeto da oferta;
- Não dar informações DEMAIS que possam confundir nem DE MENOS que deixem dúvidas ou insegurança;
- Calcular a dosagem ideais para causar CURIOSIDADE, a curiosidade é o GATILHO que desperta INTERESSE;
- Saciar a PRIMEIRA CURIOSIDADE deixando abertura para uma PRÓXIMA e assim sucessivamente.

O que todo potencial cliente quer ouvir

- O que o seu produto pode fazer por ele;
- Alguém preparado para falar o que lhe interessa;
- Obter **BOAS EXPECTATIVAS** e que haverá uma **SEQUÊNCIA** dessa vez **MAIS DETALHADA** sobre o tema abordado;

Esse primeiro contato é uma importante coleta de dados sobre pessoas interessadas em conhecer a oferta. Precisa ser muito bem-feita para que possa ser aproveitada ao máximo pelo vendedor.

- Após determinado período **CERTIFIQUE-SE** de que tal 2º **CONTATO** foi mesmo executado e que a **OFERTA** foi bem apresentada.
- Deixar a **PORTA ABERTA** para futuros contatos buscando levar **NOVAS POSSIBILIDADES**.

Sempre a qualidade irá prevalecer sobre quantidade.

Uma boa prospecção hoje mesmo que não traga resultado imediato, pode render frutos em outros momentos.