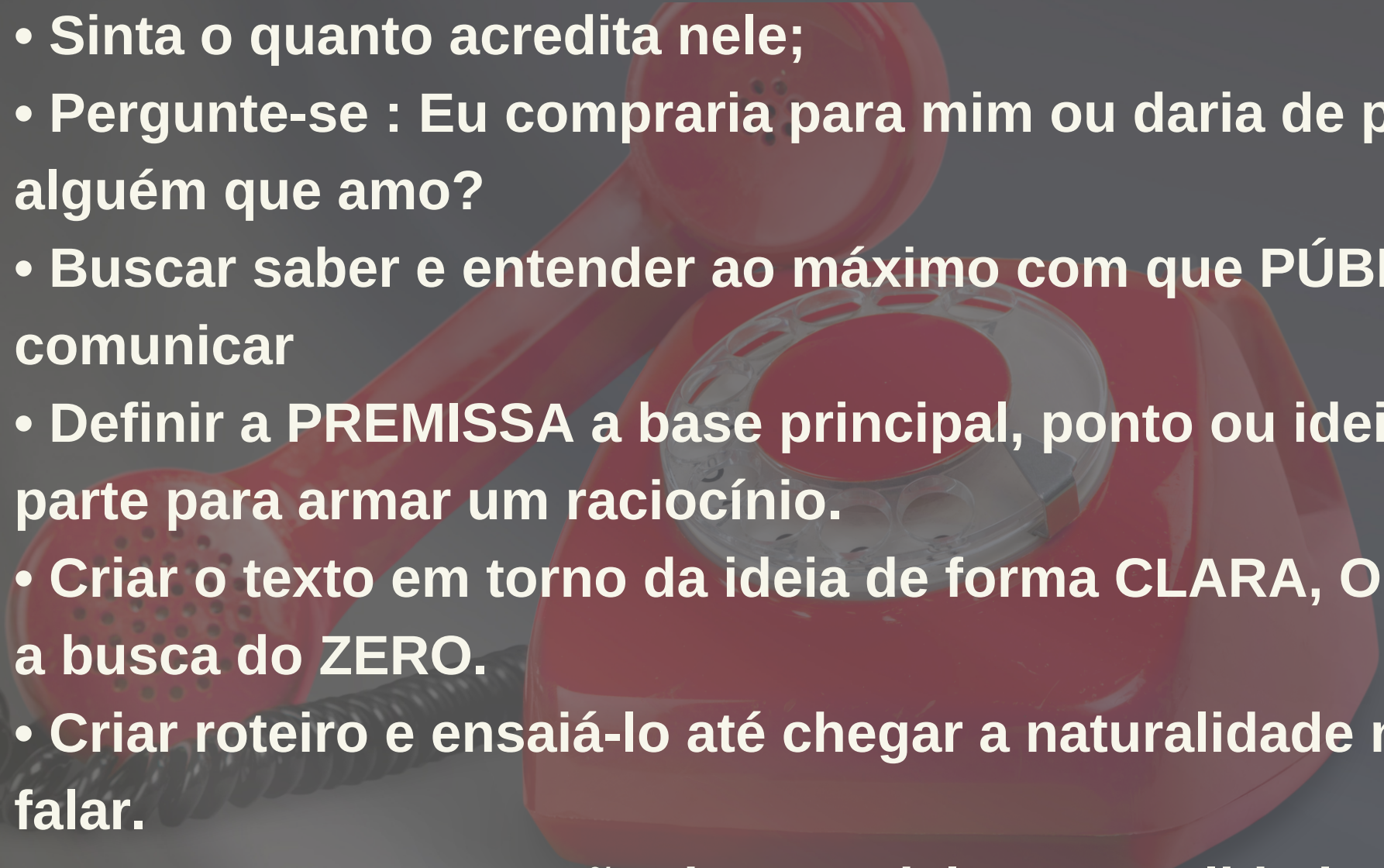


# PROSPECTANDO

PROSPECTAR NÃO É VENDER  
ENTRETANTO É UM DOS PRIMEIROS  
PASSOS PARA UM BOM NEGÓCIO

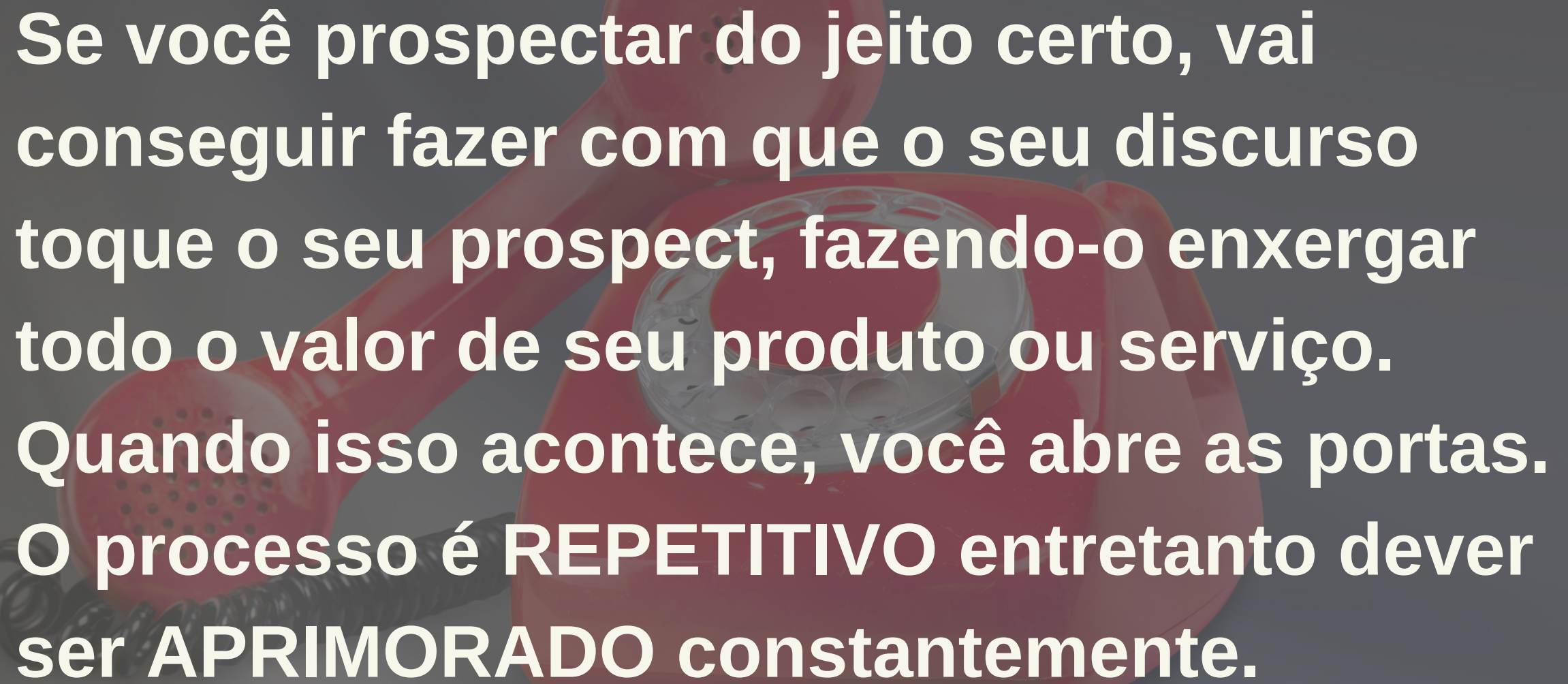
E como não poderia ser diferente, há  
alguns procedimentos a seguir:



- 
- Conheça o serviço ou produto;
  - Sinta o quanto acredita nele;
  - Pergunte-se : Eu compraria para mim ou daria de presente para alguém que amo?
  - Buscar saber e entender ao máximo com que PÚBLICO irá se comunicar
  - Definir a PREMISSA a base principal, ponto ou ideia de que se parte para armar um raciocínio.
  - Criar o texto em torno da ideia de forma CLARA, OBJETIVA. Iniciar a busca do ZERO.
  - Criar roteiro e ensaiá-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.



Se você prospectar do jeito certo, vai conseguir fazer com que o seu discurso toque o seu prospect, fazendo-o enxergar todo o valor de seu produto ou serviço. Quando isso acontece, você abre as portas. O processo é REPETITIVO entretanto deve ser APRIMORADO constantemente.

# Organize sendo criativo para não ser cansativo

- 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, grandes empresas, pessoa física;**

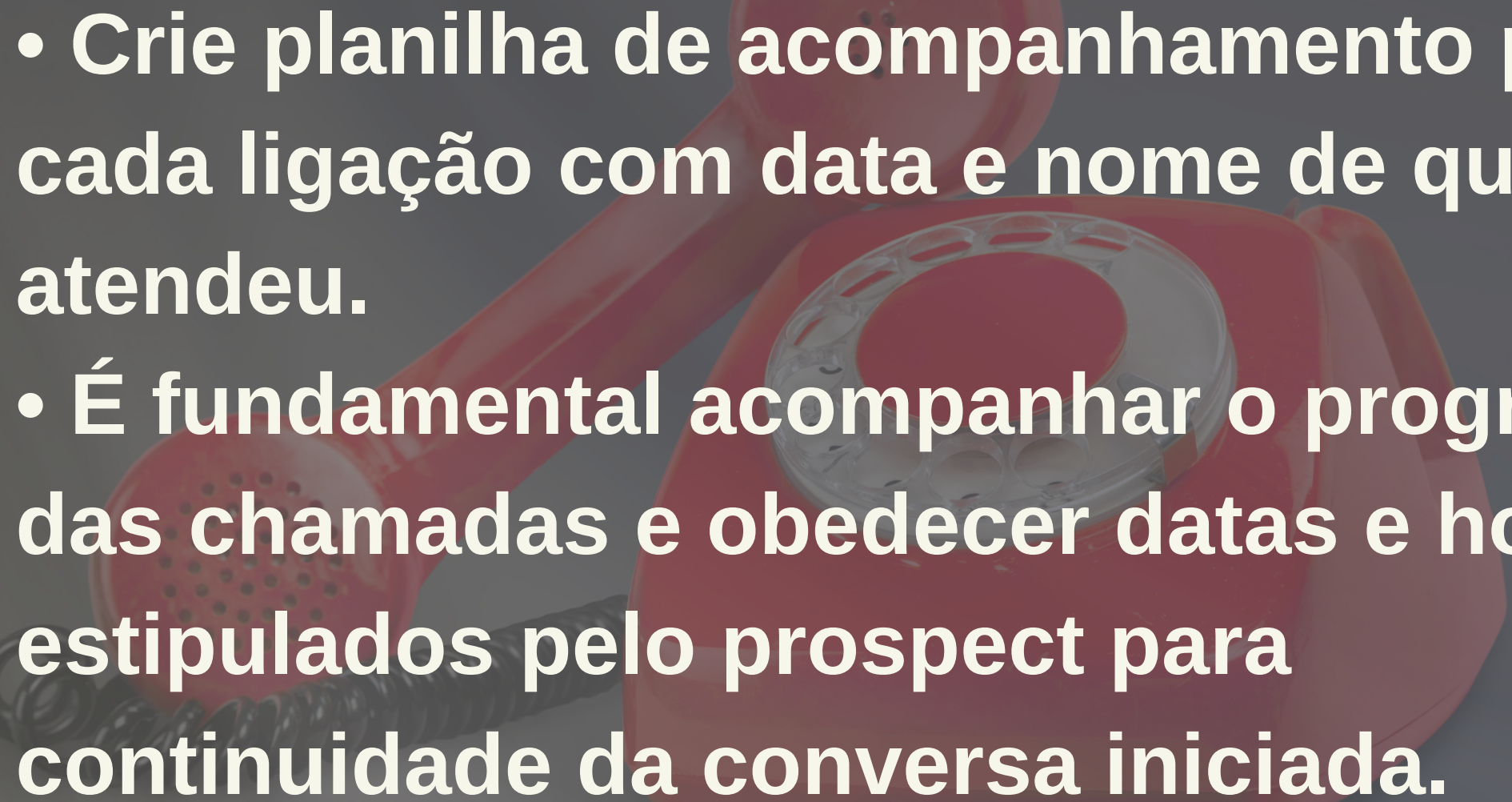
- **Faça uma lista;**

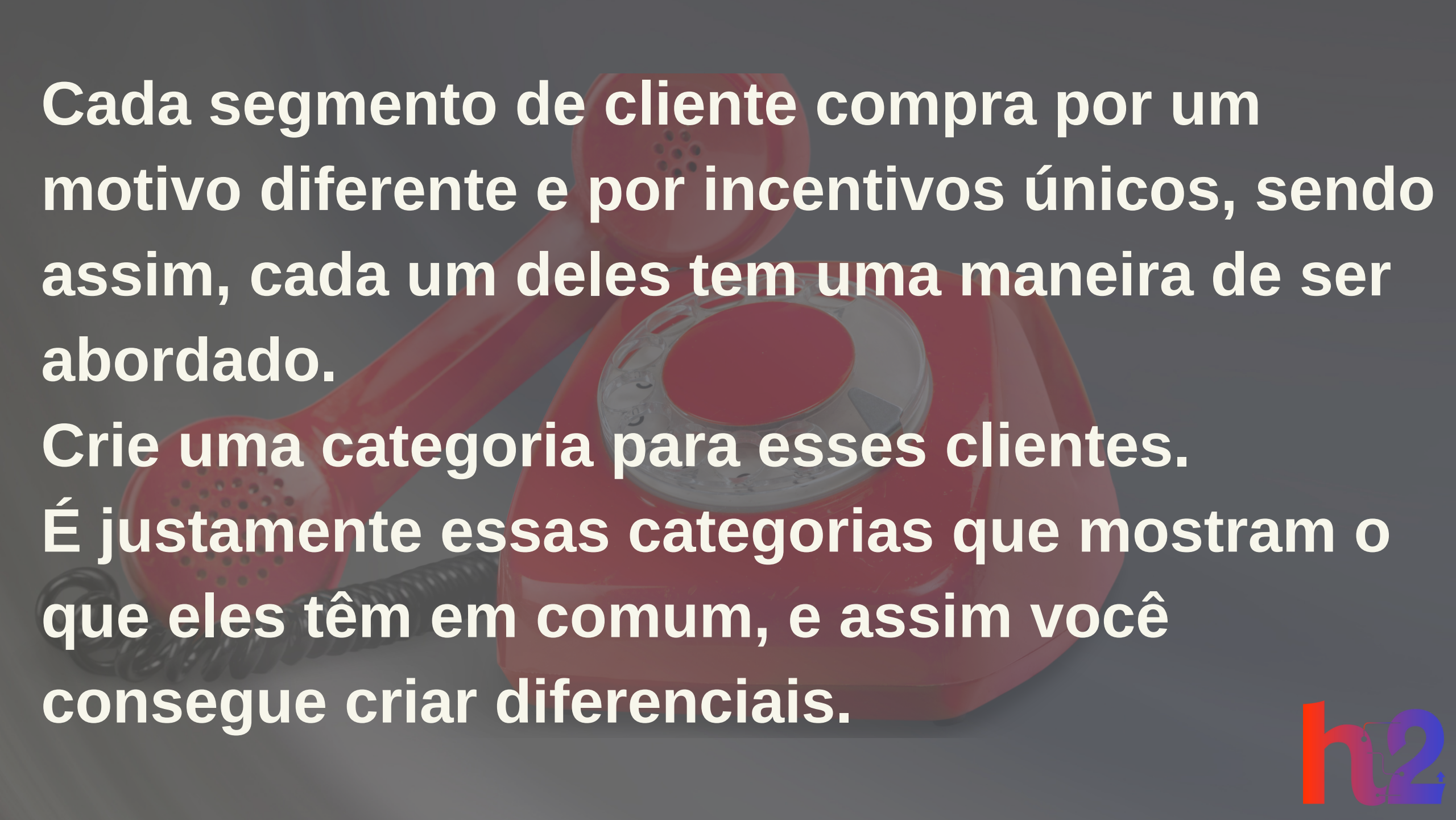
- **Crie um roteiro adequado para cada segmento de cliente;**

- **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 10:00 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 datas e horários estipulados pelo prospect para continuidade da conversa iniciada.**



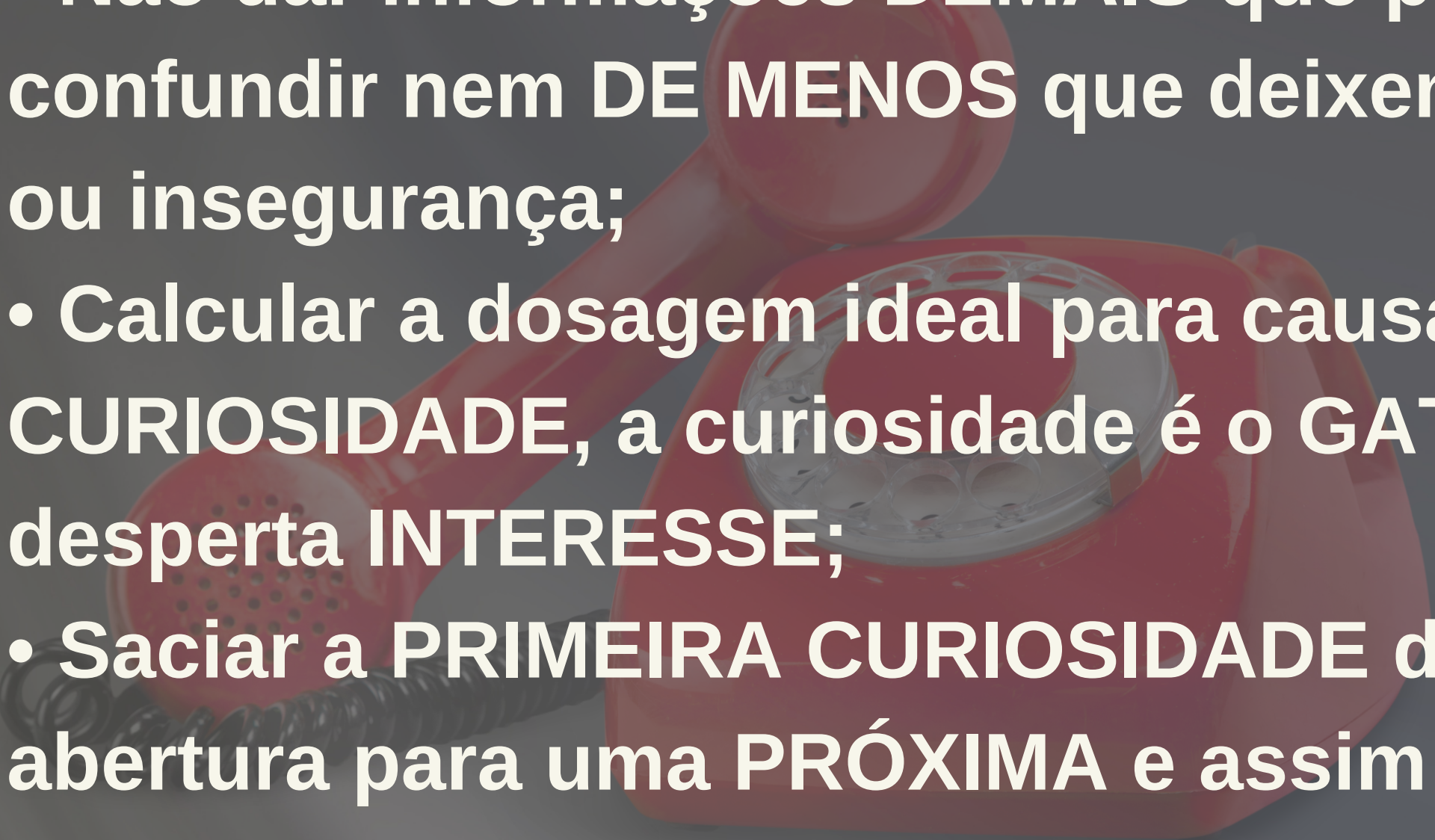
**Cada segmento de cliente compra por um motivo diferente e por incentivos únicos, sendo assim, cada um deles tem uma maneira de ser abordado.**

**Crie uma categoria para esses clientes.**

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

## Iniciado o trabalho

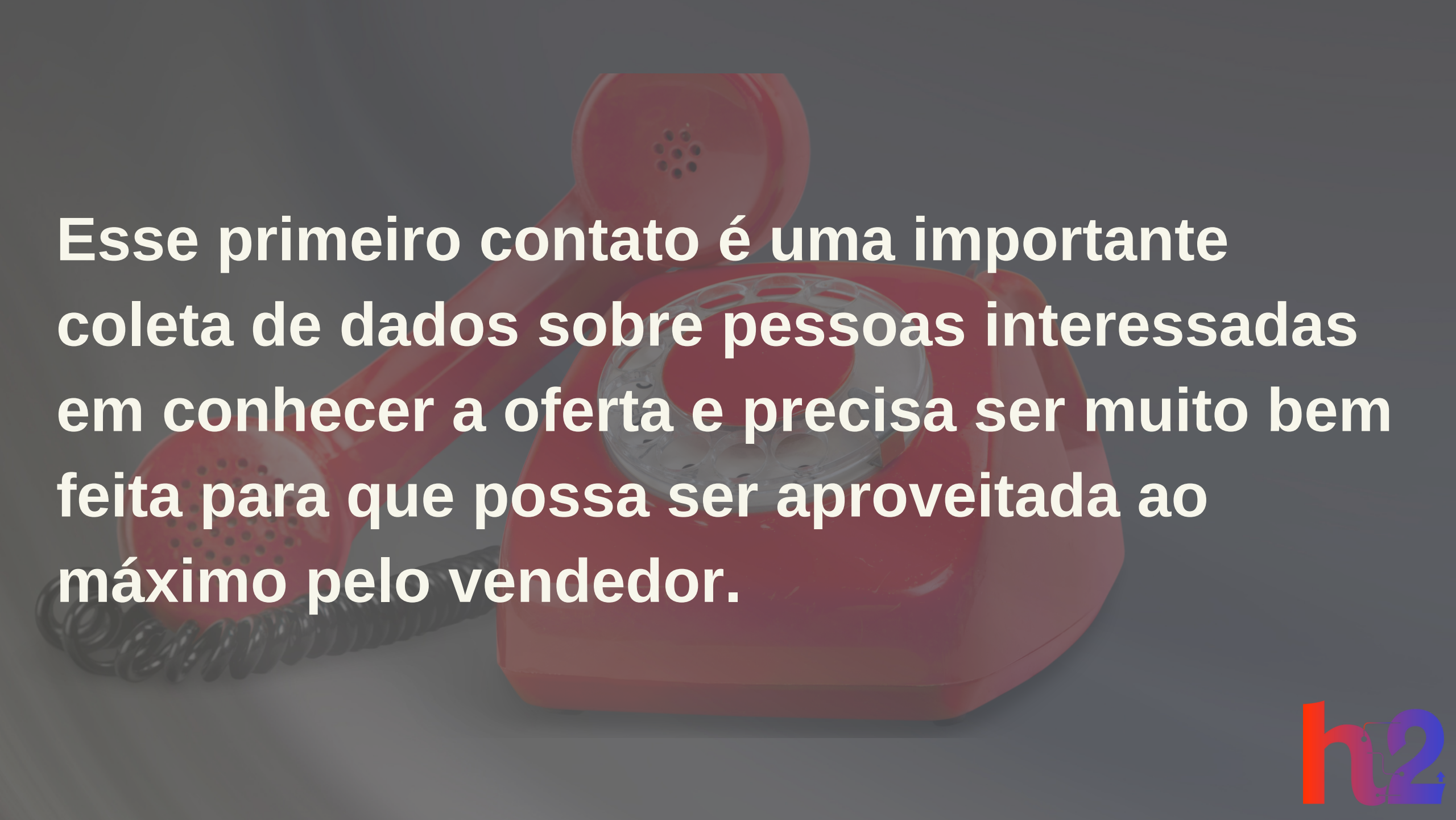
- Sempre que iniciar uma conversa perguntar à pessoa que atendeu se pode falar nesse momento ou qual é a melhor hora para isso;
- Agendar e ligar no período combinado;
- Ficar atento ao TEMPO de DURAÇÃO da conversa, criar um padrão de acordo com o objeto da oferta;

- 
- Não dar informações **DEMAIS** que possam confundir nem **DE MENOS** que deixem dúvidas ou insegurança;
  - Calcular a dosagem ideal para causar **CURIOSIDADE**, a curiosidade é o **GATILHO** que desperta **INTERESSE**;
  - Sacular a **PRIMEIRA CURIOSIDADE** deixando abertura para uma **PRÓXIMA** e assim sucessivamente.

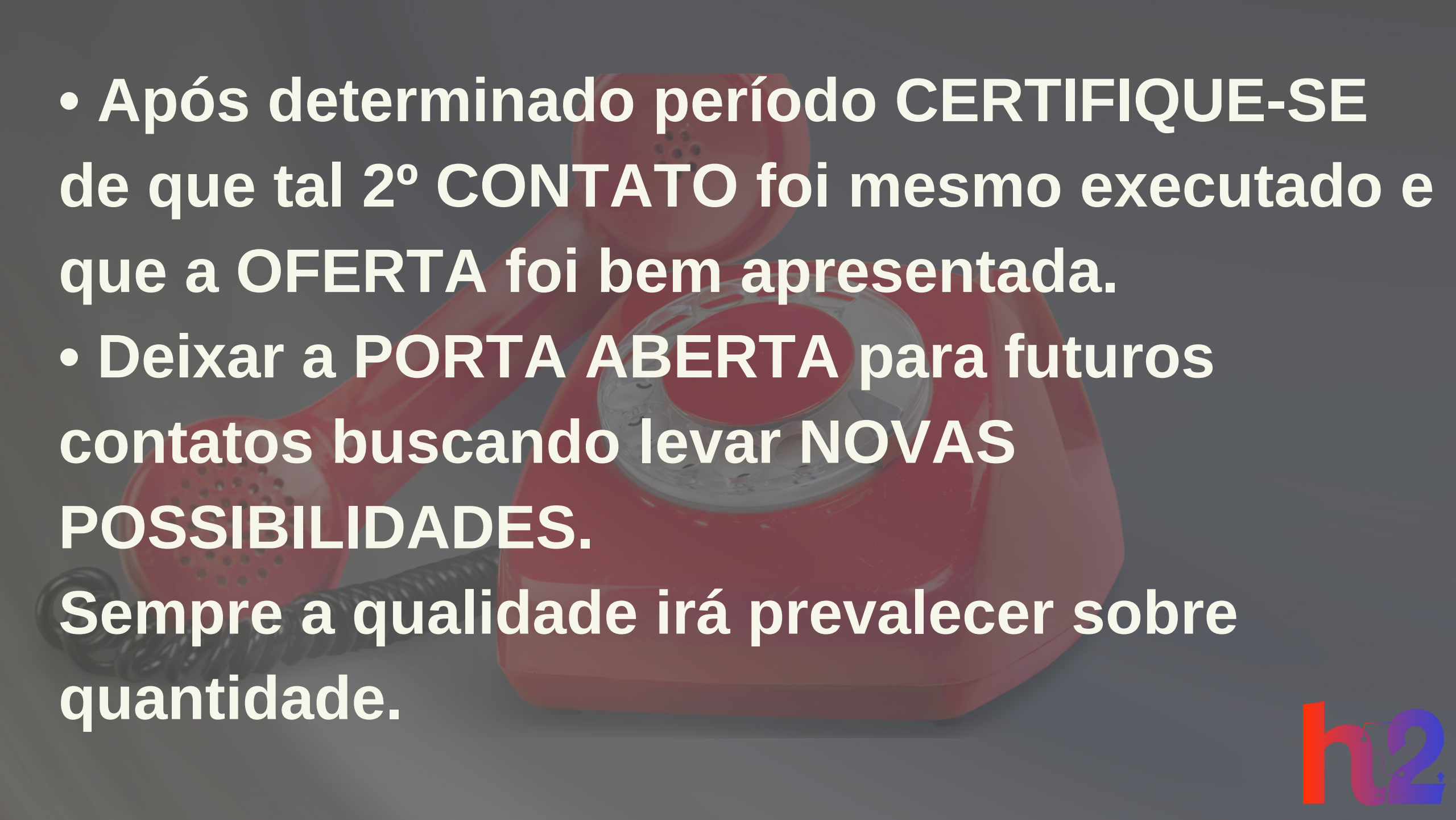


O que todo potencial cliente quer ouvir:

- 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;



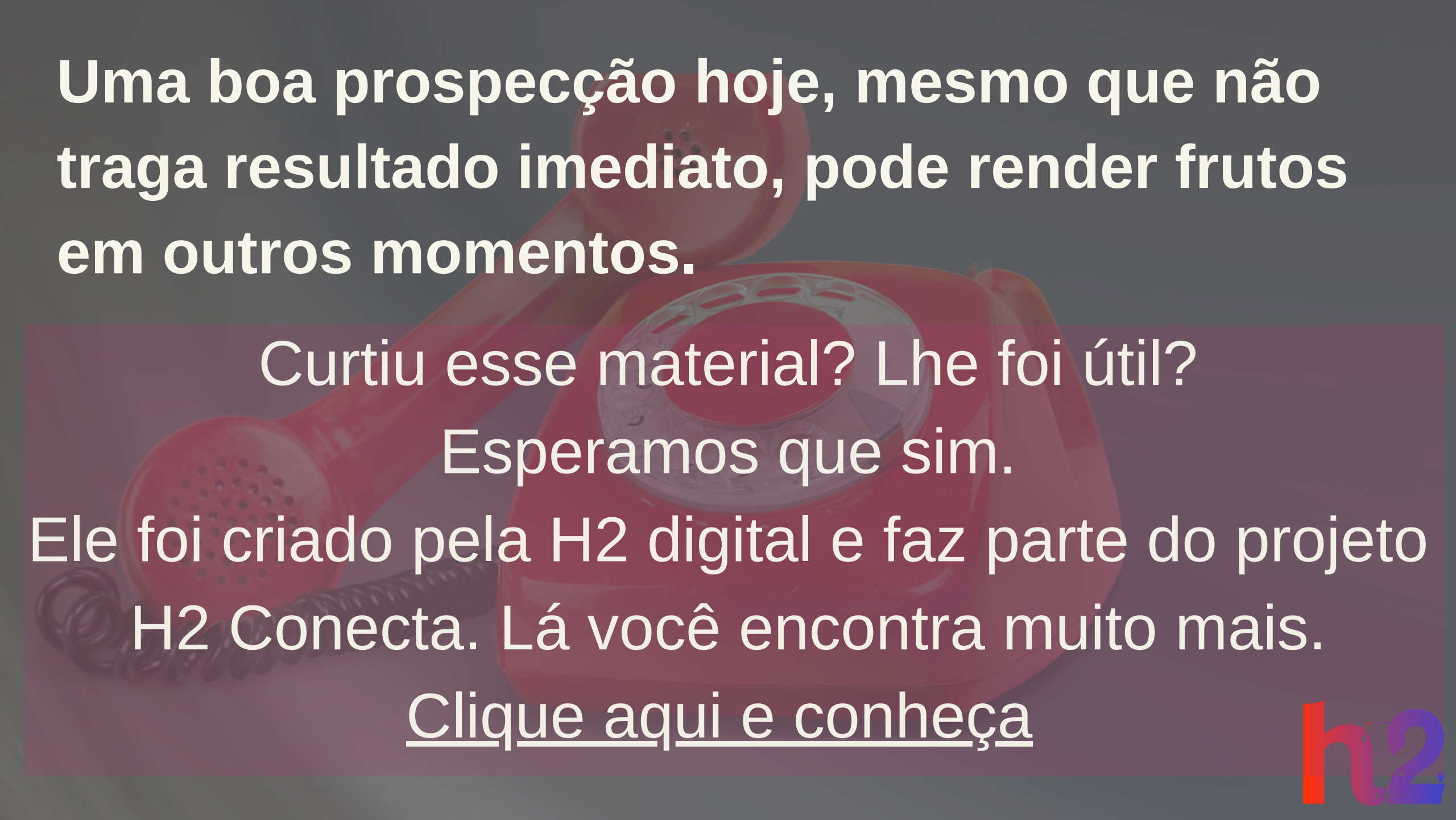
**Esse primeiro contato é uma importante coleta de dados sobre pessoas interessadas em conhecer a oferta e precisa ser muito bem feita para que possa ser aproveitada ao máximo pelo vendedor.**



• 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.

Curtiu esse material? Lhe foi útil?

Esperamos que sim.

Ele foi criado pela H2 digital e faz parte do projeto H2 Conecta. Lá você encontra muito mais.

[Clique aqui e conheça](#)

