



salesforce



ACELERE O DESEMPENHO DAS SUAS VENDAS

SETE DICAS PARA O SUCESSO NAS
VENDAS

Introdução

CHAMADAS DE PROSPECÇÃO

Sejamos sinceros, a maioria dos vendedores odeia fazer chamadas de prospecção. Quem não odiaria? Essencialmente, você está interrompendo o dia de uma pessoa para obter dela algo que você precisa, seja informação, uma reunião ou uma nova venda.

Mas pegar o telefone não é somente uma das melhores maneiras de se conectar com os clientes, é uma das melhores ferramentas para prospecção que você pode ter em seu arsenal. É uma maneira de assumir a liderança. E obter sucesso.

Criado a partir dos ensinamentos dos melhores gerentes da linha de frente da Salesforce, este livro vai ensinar a você:

- As melhores práticas para se preparar para uma chamada
- Como organizar de modo eficiente a sua equipe de vendas
- Dicas para criar uma conexão com o cliente todas as vezes
- Por que telefone é melhor que email
- Ferramentas ótimas para avaliar a si mesmo e manter-se organizado
- Uma lista de recursos externos para estudos mais aprofundados.

Então, se você pode melhorar em algum dos pontos acima, este e-book é para você. Vamos começar.

Sumário

- 03 Organize com Base nas Habilidades
- 04 Conheça seu Público-Alvo
- 05 Mostre que Você os Conhece
- 07 Arma Secreta: Uma Indicação
- 08 As Chamadas de Prospecção Não Morreram
- 09 Ferramentas Melhores = Desempenho Melhor
- 10 Avalie. E Depois Avalie de Novo
- 11 3 Coisas Para Lembrar

Capítulo 1

ORGANIZE COM BASE NAS HABILIDADES

No baseball, existem os arremessadores iniciais e os finais. Eles têm funções bastante diferentes dentro do time, de acordo com o que eles fazem melhor, mas ambos almejam a meta final de proporcionar uma vitória para o time.

Sua equipe de vendas não é diferente. Para criar novas oportunidades e pipeline de vendas, entender as habilidades de cada um é essencial para encarregar as pessoas certas na hora certa.

Na Salesforce, os gerentes de vendas identificaram quatro áreas essenciais para o sucesso: qualificação de leads recebidos, prospecção ativa, fechamento e gerenciamento da conta.

Identificar funções de acordo com os conjuntos de habilidades também permite que a Salesforce gere incentivos certos para oferecer os melhores resultados. Assim, pessoas que qualificam leads são recompensadas de acordo com o volume, enquanto aqueles que fecham negócios e os executivos de contas são recompensados de acordo com o total de dólares vendido. Ao mesmo tempo, a equipe responsável pela prospecção, os representantes de desenvolvimento de negócios, é recompensada de acordo com o pipeline gerado (valor total em dólares das oportunidades de vendas).

HABILIDADES: O QUE BUSCAR

QUALIFICAÇÃO DE LEADS

Atenciosos, sociáveis, curiosos

PROSPECÇÃO

Improvvisadores, curiosos, atenciosos

AQUELES QUE FECHAM NEGÓCIOS

Negociadores, competitivos, visionários

GERENCIAMENTO DE CONTAS

Consultivos, orientados pelo processo, colaborativos.

Capítulo 2

CONHEÇA SEU PÚBLICO-ALVO

Vender para um cliente não deveria ser como um caso sem compromisso. Deve ser mais como uma aproximação que levará a um relacionamento duradouro. Ainda que a maioria dos vendedores saiba disso, muitos ainda fazem chamadas de prospecção sem preparação suficiente para transformar até uma conversa curta em algo mais.

As melhores equipes de prospecção trabalham com as equipes de marketing e produto para construir identidades extensas e descobrir quem pode ser mais adequado para o produto. Ainda que ferramentas de prospecção como o Data.com possam ser uma base para identidades com informações sobre cargo, hierarquia e visão geral da empresa, você precisa ir mais longe e mais fundo para obter uma visão do todo. Uma boa identidade detalha os motivos de uma prospecção, descreve a função de trabalho diário, a mentalidade e, mais importante, os maiores problemas nos negócios.

Esquematizar essas coisas antes de ligar moldará tudo o que acontece depois do primeiro "Alô", proporcionando a você condições muito melhores para desenvolver um relacionamento de vendas.

PARA QUEM VOCÊ ESTÁ VENDENDO? (UM EXEMPLO DE IDENTIDADE) VICE-PRESIDENTE DE VENDAS

OBJETIVOS PRIMÁRIOS DO TRABALHO

Ajudar o Vice-Presidente de Vendas a alcançar sua meta por meio de maior produtividade.

MAIOR PROBLEMA

Falta de processo e visibilidade

COMO SÃO AVALIADOS

Duração do ciclo de vendas, tempo de evolução do representante

Capítulo 3

MOSTRE QUE VOCÊ OS CONHECE

Se você recebe uma ligação que começa assim: "Só estou ligando para manter o contato". Qual é sua reação? Você imediatamente dispensa a pessoa, como um operador de telemarketing ou alguém tentando começar uma conversa que pode levar a uma venda.

Então, como desenvolver uma razão real para começar uma conversa que leva a algo mais? Existe um processo composto por duas etapas para construir o pano de fundo necessário para tornar suas ligações tão pontuais quanto for possível.

Etapas 1:

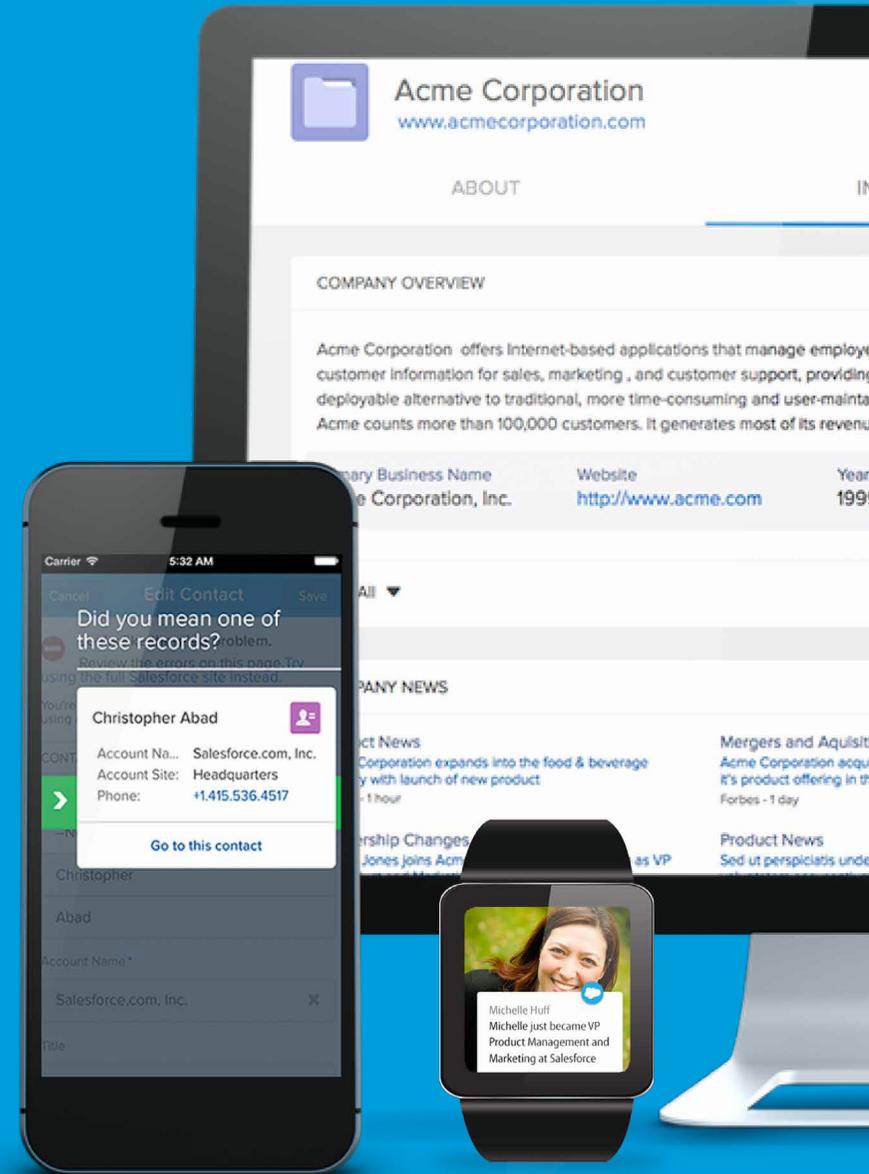
Utilize uma ferramenta como o Data.com para ajudá-lo a entender o cargo de um cliente em potencial, e ao mesmo tempo reunir informações sobre a empresa que ele trabalha, incluindo ideias sobre como a empresa está organizada. Mesmo uma quantidade pequena de informações sobre seu cliente em

potencial pode ajudá-lo a aprender mais e a desenvolver uma visão de como você pode ajudá-lo. Pesquise sobre as campanhas atuais de marketing da empresa do cliente. Busque artigos sobre notícias de negócios que podem mencioná-lo.

Etapas 2:

Usando o que você sabe, mostre a ele que você tem uma visão para seu negócio. Você pode fazer isso escolhendo uma oferta pré-existente ou desenvolvendo uma nova para ele. Webinário, e-books, uma calculadora de ROI, um whitepaper ou um relatório de analista, todos deixam claro que você entende o negócio dele.

Resumindo, certifique-se de que tem uma ideia sobre como pode orientá-lo ajudando-o.



Faça um tour guiado interativo.

Aprenda como gerentes e representantes de vendas usam a Salesforce para gerenciar seus dias. Este tour interativo apresenta orientações sobre os diferentes recursos da Salesforce. Experimente hoje o aplicativo de CRM líder mundial.



Capítulo 4

ARMA SECRETA: UMA INDICAÇÃO

A principal meta de uma chamada de prospecção pode ser obter uma reunião para aprofundamento, mas não é realista pensar que isso vai acontecer em todas as chamadas que você fizer.

Isso não significa que você não possa obter a segunda melhor coisa a partir de uma chamada, ou seja: uma indicação.

Por quê? Para começar, significa que a porta não foi fechada. Além disso, uma indicação dá a você um novo nome para conversar, talvez alguém que nem estava no seu radar. Melhor ainda, como você foi indicado, a sua chamada para essa indicação dá a você uma credibilidade que você não obterá em nenhum outro lugar. Na verdade, quando você entra em contato com alguém com base em uma indicação, a probabilidade de que essa pessoa aceitará uma reunião aumenta. Aumenta muito.

85%

DAS VEZES OS EXECUTIVOS
RESPONDEM POSITIVAMENTE
A INDICAÇÕES*

E, ainda que os cientistas tenham um termo complicado para isso, chamamos isso simplesmente de "pressão dos pares".

*De acordo com BASHO Technologies

Capítulo 5

AS CHAMADAS DE PROSPECÇÃO NÃO MORRERAM

O debate sobre se o email é mais efetivo do que o telefone continua acalorado. Por um lado, os críticos alegam que o email proporciona dimensionamento e velocidade que você não consegue obter com o telefone.

Mas todos os gerentes da Salesforce insistem que o telefone é melhor. E as razões são simples. Primeiro, uma chamada de telefone atendida o coloca rapidamente no caminho da qualificação, o que significa que você desperdiça menos tempo em uma prospecção que no final das contas não chega a lugar algum. Segundo, emails são fáceis de ignorar, e às vezes, nem são vistos por causa dos filtros.

E, ainda que as gerações mais jovens que estão começando agora nas vendas estejam mais aptas a utilizar comunicações digitais, os compradores visados por elas são provavelmente um pouco mais tradicionais e respondem mais rápido ao telefone.



COMO FAZER AS PESSOAS ATENDEREM O TELEFONE

Fazer ligações pode ser difícil. Contudo, existem algumas coisas que você pode fazer para aumentar suas chances de sucesso:

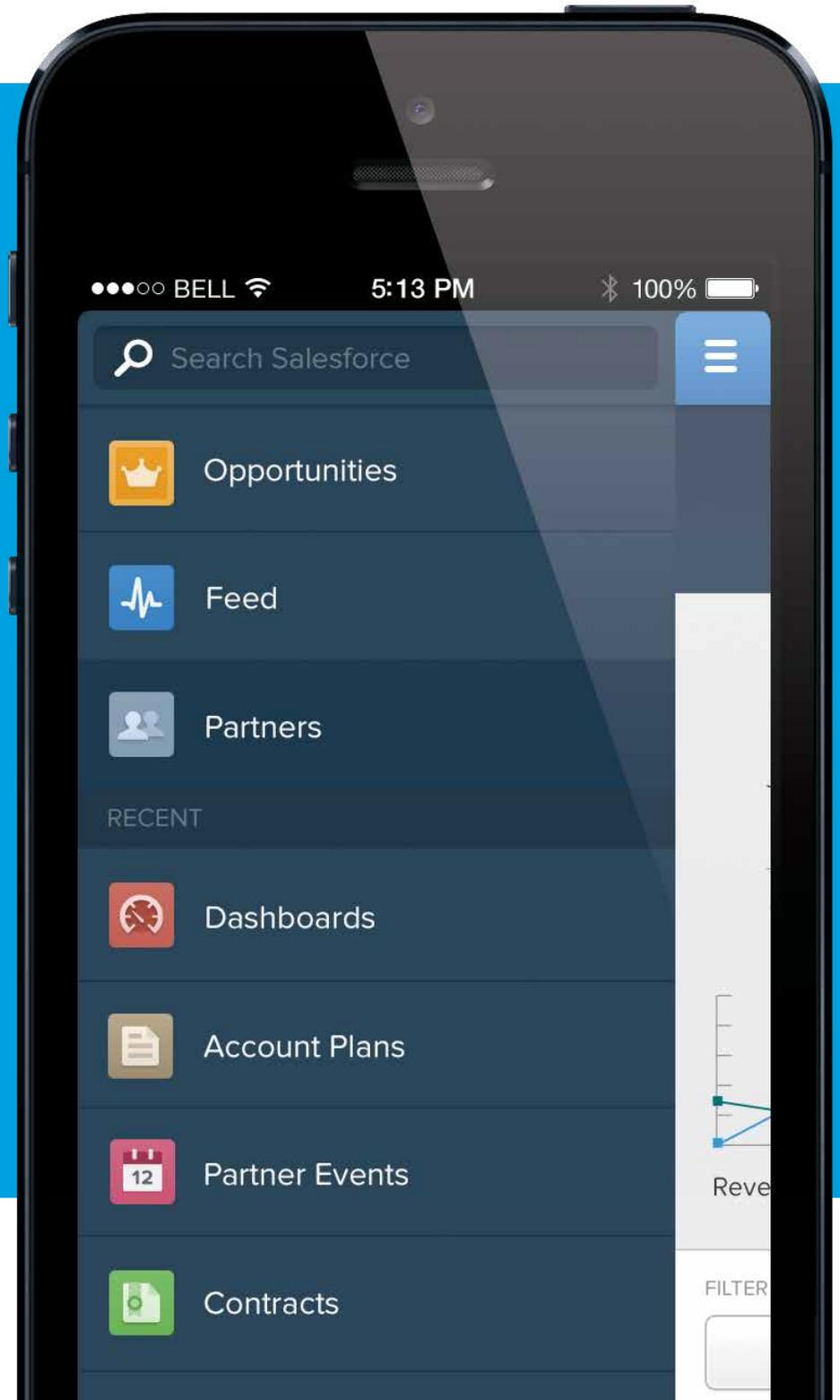
- Ligue em momentos diferentes do dia
- Ligue em blocos de 2 horas
- Imprima uma lista de pessoas para ligar
- Desative o seu email e navegador da Web
- Deixe mensagens de voz limitadas para que você possa ligar de volta no momento que desejar.

Capítulo 6

FERRAMENTAS MELHORES = DESEMPENHO MELHOR

Um fator essencial para aumentar o desempenho de vendas é utilizar o pacote certo de ferramentas para aumentar a efetividade dos representantes individuais de vendas e melhorar as vendas em equipes colaborativas.

Para a equipe da Salesforce, isso significa aproveitar completamente as ferramentas colaborativas construídas no Salesforce CRM, cultivando leads com o Pardot e obtendo as informações certas com o Data.com. E, já que a Salesforce é uma empresa com foco na mobilidade, todas essas ferramentas foram projetadas diretamente no Salesforce1 Mobile App. A equipe pode compartilhar informações facilmente, ajudar uns aos outros a fechar negócios e a obter as informações que precisam em qualquer lugar.



Capítulo 7

AVALIE, E DEPOIS AVALIE DE NOVO

Pense em qualquer coisa que você já quis melhorar: correr, perder peso, quanto você ganha. O que torna fácil monitorar o progresso nessas áreas? Todas elas são mensuráveis. Não é diferente quando falamos em clientes em potencial. Somente com conhecimento você consegue se ajustar e melhorar.

Aqui estão alguns itens essenciais para se considerar avaliar:

- Quantas chamadas você faz?
- Qual é o melhor horário do dia?
- Quantas discussões de qualidade você tem?
- Quantas indicações você recebe?
- Quantas reuniões você marca?

AQUI ESTÁ UMA FÓRMULA
SIMPLES QUE TAMBÉM PODE
AJUDÁ-LO A ACOMPANHAR
SEU PROGRESSO E
EFETIVIDADE A CADA MÊS:

$$\frac{\text{Reuniões Agendadas} + \text{Indicações}}{\text{Nº de chamadas feitas em um período de tempo}}$$

Quando você começar a acompanhar, o principal não é o número em si, mas focar em como você pode melhorá-lo.

Conclusão

3 COISAS PARA LEMBRAR

Prospecção é difícil, mas não torne isso mais difícil do que tem que ser. Mantenha as coisas em perspectiva com estes três pontos.

Continue Andando

Leads são efêmeros. Aja rapidamente com os novos e mantenha o pé no acelerador.

Não Leve para o Lado Pessoal

Quando eles disserem "não" ou desligarem, lembre-se de que isso é um jogo de números. Você tem que ir em frente.

Use o Marketing para Cultivar Leads que Ainda Não Foram Contatados

Deixe ferramentas como o Pardot fazerem o trabalho pesado de informar os leads que ainda não foram contatados. Apenas verifique periodicamente.



SOLUÇÕES DE VENDAS QUE FARÃO SEUS NEGÓCIOS SEREM MAIS PRODUTIVOS

Se você deseja fazer suas vendas crescerem e estabelecer um processo de venda transparente, você precisa de um aplicativo de Gerenciamento de relacionamento com o cliente. A Salesforce permite que você gerencie informações de contato de clientes e clientes em potencial, contas, leads e oportunidades de vendas em um local central.

32% Melhora no índice de sucesso.

40% Aumento na produtividade das vendas.

32% Aumento na receita das vendas.



As informações fornecidas neste e-book são estritamente destinadas para a conveniência de nossos clientes e somente para fins de informação. A publicação da salesforce não constitui um endosso. A Salesforce não garante a precisão nem a completude de qualquer informação, texto, gráfico, links ou outros itens contidos neste e-book. A Salesforce não garante que você alcançará nenhum resultado específico se seguir qualquer orientação no e-book. É aconselhável que você consulte um profissional como um advogado, contador, arquiteto, consultor empresarial ou engenheiro profissional para obter conselhos que se aplicam a sua situação específica.

© 2014 Salesforce. Todos os direitos reservados.

OUTROS RECURSOS QUE VOCÊ PODE GOSTAR:



A vantagem da Salesforce



Segredos da Expansão dos Negócios: de Empreendedores de Sucesso



Seu Manual Completo de CRM





THE CUSTOMER SUCCESS PLATFORM