



GUIA DE VENDAS

Como conquistar
novos clientes e
vender mais

Sumário

	O que são vendas?	06
	Processo de vendas	06
	Como elaborar um processo de vendas	07
	● Planejamento	07
	● Prospecção de clientes	08
	● Abordagem	09
	● Proposta de valor	09
	● Negociação	10
	● Fechamento	11
	● Pós-venda	11
	Técnicas de vendas	13
	Atendimento: saiba como fidelizar o cliente	15
	Como prestar um bom atendimento	15
	● Entenda a necessidade de seu	16
	● Todo cliente é prioridade	16
	● Seja paciente	16
	● Faça pesquisas de satisfação	17

Sumário

	O que é marketing e qual sua importância para as vendas?	19
	O que é marketing de relacionamento?	19
	Como começar a vender pela internet?	21
	Como planejar um negócio online	21
	Onde vender seu produto na internet?	23
	● E-commerce	23
	● Marketplace	24
	Redes sociais como canais de venda	24
	● Facebook	25
	● Instagram	25

Bem-vindo ao Guia de Vendas

Aqui você vai encontrar dicas importantíssimas sobre a estruturação de processos de vendas, atendimento, marketing e também ideias de como começar a vender pela internet.

Todos esses assuntos são relevantes para empreendedores e vendedores que pretendem destacar o seu negócio no mercado e dar aquele salto nas vendas.

As dicas presentes neste e-book estão propostas de maneira objetiva, para que você consiga colocar em prática sem grandes dificuldades.

Esperamos que ao final de todo o processo seus resultados alavanquem. Aproveite!



PROCESSO DE VENDAS



O que são vendas?

Independente do seu nicho ou segmento, aposto que para continuar com as portas abertas você precisa vender, certo?!

Vender é, ou deveria ser, a principal atividade de todo negócio. Isso porque quando a prioridade não é trazer dinheiro para casa, o empreendimento corre sérios riscos.

E na maioria dos casos não é nem falta de preocupação, mas sim falta de planejamento e estratégia para uma boa performance de vendas.

Então, o empreendedor que quiser ganhar dinheiro - acredito que todos - precisam entender como funciona o processo de vendas.

Vamos falar um pouco mais sobre isso no próximo tópico.

Processo de vendas

A gente sabe que o principal passo para concretizar uma venda é ofertar um bom preço. E não é só isso. Aliado ao preço está a qualidade do atendimento. Ou seja, conquistar o cliente é tão importante quanto só vender.

Mas antes de pensar em precificar o seu produto e adotar o melhor tipo de atendimento ao cliente, é preciso criar uma estratégia de vendas.

Sempre o que vai determinar o seu sucesso nas vendas é a forma como você lida com o processo. Então, ele precisa ser bem estruturado e, também, estar alinhado com sua equipe de vendas.

Quando você aposta em um processo bem estruturado, fica muito mais fácil fidelizar clientes, aumenta a visibilidade do seu negócio, a sua equipe está sempre com uma boa performance e muito mais.

Sabendo da importância de estruturar seu processo de vendas, veja abaixo como elaborar um para a sua empresa:

Como elaborar um processo de vendas

O processo de vendas é tudo o que ocorre desde o primeiro contato com o cliente em potencial, até o fechamento venda. Isso, incluindo ainda o pós-venda pensando em sua fidelização.

Conheça as 7 etapas fundamentais que sustentam um bom planejamento de vendas:

- 1 - Planejamento
- 2 - Prospecção de clientes
- 3 - Abordagem
- 4 - Proposta de valor
- 5 - Negociação
- 6 - Fechamento
- 7 - Pós-venda

● Planejamento

A gente sabe que tudo precisa de um planejamento. Seja comprar um imóvel, fazer uma viagem, abrir uma empresa, comprar um carro etc.

O planejamento deve estar sempre à frente de qualquer ação que envolva o seu investimento de tempo e dinheiro. E para as vendas não é diferente.

Para isso, você precisa, acima de tudo, conhecer e entender melhor quem é o seu público. Conhecendo melhor o perfil do seu cliente, você consegue impactá-lo nos lugares certos e com as campanhas certas.

Além disso, precisa fazer análise de mercado também. Procurar saber quem são seus concorrentes, qual o diferencial do seu produto em relação ao deles, como estar sempre em relevância no segmento etc.

A partir disso, você melhora o seu posicionamento no mercado e também pode desenvolver o seu produto, pensando nas necessidades que o público do seu nicho tem.

Com relação a resultados, é importante estabelecer metas que sejam atingíveis dentro do seu cenário, pois nada adianta criar objetivos mirabolantes e não atingi-los no final, não é?

Mas como fazer novos clientes? Como funciona a prospecção? Espera aí que a gente vai te contar...

● **Prospecção de clientes**

A prospecção de clientes nada mais é que um processo estruturado (olha só, mais um processo) que tem o objetivo de se aproximar mais do público-alvo e prepará-lo para entrar no seu funil de vendas.

Essa é uma das ações mais importantes de qualquer negócio, pois diz muito mais sobre o crescimento do negócio, do que apenas a venda em si.

Então, com a prospecção você vai dirigir os esforços de venda do seu negócio para um público previamente selecionado, aumentando ainda mais as chances de fazer uma venda.

● **Abordagem**

Conseguiu encontrar seus clientes em potencial? Isso é ótimo! Mas como abordá-los agora? Como apresentar seu serviço ou produto?

A abordagem é o que vai garantir se você vai trazer mais um cliente para a sua base ou se o seu esforço foi perdido.

Você pode definir a forma como vai manter o relacionamento com esse cliente avaliando previamente as necessidades dele.

Quando você sabe o que ele realmente precisa, fica muito mais fácil oferecer aquilo que ele já tem algum interesse, sem que ele fique entediado ou desinteressado na sua conversa.

● **Proposta de valor**

Essa é uma ferramenta valiosa, responsável por destacar a capacidade que a empresa tem em resolver os problemas dos clientes.

É o principal motivo do cliente preferir uma empresa ao invés da outra.

Por isso, é importante que o vendedor entenda bem a proposta de valor que a empresa entrega para conseguir repassá-la de forma clara.

O ideal é que o negócio defina sua proposta de valor já em sua criação, mas pode ser redefinida com o passar do tempo caso seja necessário.

Um exemplo de proposta de valor de sucesso é a da Coca-cola, com a expressão famosa "abra a felicidade" a empresa vende a ideia que a Coca-cola não está restrita ao simples consumo de um refrigerante, e sim de criar uma experiência a partir dele.

Para criar a proposta de valor, uma empresa precisa responder às seguintes perguntas:

- Qual valor entregamos com nossos produtos/serviços?
- Qual problema estamos ajudando a resolver?
- Qual necessidades estamos satisfazendo?
- Qual o conjunto de produtos e serviços estamos oferecendo para cada cliente?

● **Negociação**

Saber negociar com o cliente é algo que precisa estar no sangue do vendedor. Isso porque existem clientes com perfis diferentes e boa parte não costuma fechar um negócio no primeiro contato.

Nessa etapa é bem provável ouvir do cliente o famoso: "tá caro". E aqui negociação não é dar desconto sempre que ele achar caro seu produto ou serviço, mas sim mostrar o valor agregado ao que você oferece.

Além disso, sempre destacar quais são seus diferenciais em relação a concorrência, o que o seu cliente ganha ao adquirir algo da sua empresa etc.

Conseguir finalizar uma venda é sentir a sensação de dever cumprido. Mas o fechamento da venda não é só receber o pagamento e entregar o produto.

Nesse momento, os pontos da negociação devem estar alinhados e é importante também repassar ao cliente tudo o que foi decidido no momento da venda, para não dar nenhum conflito.

● **Fechamento**

Conseguir finalizar uma venda é sentir a sensação de dever cumprido. Mas o fechamento da venda não é só receber o pagamento e entregar o produto.

Nesse momento, os pontos da negociação devem estar alinhados e é importante também repassar ao cliente tudo o que foi decidido no momento da venda, para não dar nenhum conflito.

● **Pós venda**

Tão importante quanto vender é manter um bom relacionamento com o seu cliente no pós-venda.

Ou seja, essa é a ação que a empresa realiza para acompanhar o cliente dentro de sua base, saber se ele está satisfeito com o seu produto ou se ele tem alguma reclamação.

Agora que você já conhece as principais etapas para planejar suas vendas, que tal conhecer as técnicas? Veja no próximo tópico:



TÉCNICAS **DE VENDAS**



Técnicas de vendas

As chamadas técnicas de vendas são estratégias e metodologias que os vendedores usam para guiar o momento da venda.

É claro que não existe a técnica perfeita e infalível para vender, mas é o conjunto de várias delas que vai levar ao convencimento do cliente de comprar o produto.

Saiba quais são as principais técnicas utilizadas para convencer o cliente de comprar o seu produto no infográfico abaixo:



Podemos dizer que o próximo tópico também é considerado uma técnica de vendas. Principalmente porque quando bem feito, é muito difícil não conseguir converter um cliente.

Leia agora sobre como prestar um bom atendimento aos seus



ATENDIMENTO: **SAIBA COMO** **FIDELIZAR O** **CLIENTE**



Atendimento: saiba como fidelizar o cliente

A principal razão das empresas existirem são os clientes, não é mesmo?

Com isso, fica claro a razão de sempre prezar por uma boa qualidade de atendimento.

E quando falamos em atendimento, não é somente aquele contato antes da venda, mas é manter uma boa relação com o cliente no pós-venda, prestando suporte e tratando seus casos com atenção.

A qualidade da prestação do serviço também entra nesse quesito, pois se o cliente não estiver satisfeito com seu produto ou serviço, ele pode sair da sua base a qualquer momento.

Mas como oferecer um atendimento de qualidade? Veja no próximo tópico:

Como prestar um bom atendimento

Um bom atendimento é o cartão de visita de toda empresa. Agora, conseguir transformar esse atendimento em uma unidade para que todos sigam a mesma comunicação com os clientes é um grande desafio.

Todo contato feito com o cliente deve ser referência. Lembre-se que um bom atendimento junto à uma boa prestação de serviço é marcante para qualquer cliente e as chances dele indicar para outras pessoas é grande.

- **Entenda a necessidade de seu cliente**

Entender o cliente é a primeira ação a ser feita.

Quando nos colocamos no lugar do cliente fica sempre muito mais fácil entender suas necessidades e, automaticamente, saná-las com maior rapidez e eficiência.

- **Todo cliente é prioridade**

Essa deve ser a premissa de todos os empreendedores. Parece meio óbvio, mas todos os seus clientes merecem atenção e atendimento de qualidade.

Mostrar e estar à disposição do seu cliente é importante para ajudar na satisfação dele, pois é seu contentamento que fará com que ele continue utilizando seus produtos ou serviços.

- **Seja paciente**

Todos nós passamos por momentos difíceis no dia a dia, resultando pequenos estresses e dores de cabeça. Mas mesmo em meio à esses momentos, é muito importante manter a tranquilidade para conseguir contornar a situação.

Lembre-se, independente da situação o seu cliente sempre tem razão, então esteja preparado para solucionar o problema da melhor maneira possível.

- **Faça pesquisas de satisfação**

Realizar pesquisas de satisfação com os seus clientes te ajuda a descobrir com mais facilidade os pontos que precisam de alguma melhora.

Uma forma simples de fazer isso é criando um formulário com perguntas sobre seu atendimento, qualidade do serviço e outras questões que achar relevante.

Mas é importante não ser muito extenso. A partir das respostas será possível manter uma atualização nos processos de atendimento,



O QUE É MARKETING E QUAL SUA IMPORTÂNCIA PARA AS VENDAS



O que é marketing e qual sua importância para as vendas?

O Marketing é o conjunto de várias atividades que possuem o mesmo objetivo: melhorar a performance das vendas da empresa.

Esse setor é responsável, principalmente, pela elaboração de estratégias de comunicação e divulgação de produtos, bem como fortalecimento da marca.

Com isso, o Marketing ajuda na atração, retenção e fidelização de clientes, impactando diretamente sobre a performance de vendas, por meio do que chamamos de marketing de relacionamento.

O que é marketing de relacionamento?

Na prática, o chamado marketing de relacionamento é a adoção de uma série de ações e estratégias para criar e manter um relacionamento positivo.

Isso significa criar uma relação de proximidade do cliente com a marca, resultando em “clientes defensores da marca”.

Ações mais comuns envolvendo Marketing de relacionamento:

- Bonificar clientes através de planos de fidelização;
- Comunicar os clientes com boas campanhas;
- Parabenizar os clientes em datas especiais;
- Estar sempre presente após a venda.

Agora, aqui é importante usar a criatividade e aproveitar essas ações para se aproximar dos clientes e potencializar as vendas.



COMO COMEÇAR A VENDER PELA INTERNET



Como começar a vender pela internet?

Fazer a divulgação dos produtos na internet pode ser uma grande estratégia para aumentar suas vendas cada vez mais.

Além dessa ser uma boa opção para quem está começando um negócio do zero, também é ótima para quem já possui uma loja física e deseja vender online.

Conheça abaixo alguns passos importantes para criar uma loja virtual:

Como planejar um negócio online

Antes de anunciar seus produtos na internet, é importante estruturar a sua ideia de negócio, refletindo sobre as seguintes questões:

- O que será vendido na loja?
- Para quem vender, qual o público-alvo?
- Quais serão os fornecedores dos produtos/serviços?

Depois planejamento inicial, é crucial entender como funciona os procedimentos nas vendas online, questões como: logística, prazo de entrega, meios de pagamento etc.

Para empreendedores que vão começar um negócio do zero, é preciso legalizar formalmente o negócio, passando pela escolha de um regime tributário simples e que atenda suas necessidades, e seguir então com a abertura do CNPJ.

Onde vender seu produto na internet?

Há quem acredite que as vendas pela internet só acontecem por meio de lojas virtuais próprias, mas não é bem assim.

Existem muitas plataformas por aí que servem justamente para as empresas divulgarem seus mais variados produtos. Conheça os dois modelos principais abaixo:

● E-commerce

Resumidamente, o E-commerce, ou comércio eletrônico, refere-se a varejo e compras online, bem como transações eletrônicas.

Hoje, já existem mais de 930 mil sites destinados a venda de produtos espalhados pela internet. O faturamento dessas plataformas vem batendo recordes de crescimento ano após ano.

Além disso, o E-commerce possui diferentes tipos de configuração para atender todos os tipos de público: consumidor, empresa e administração pública.

O empreendedor que opta vender suas mercadorias no E-commerce, fica responsável pela criação de uma loja virtual.

Geralmente, nesses casos, é preciso contratar uma empresa especializada para desenvolver o site com a identidade visual, design e outras questões que envolvem formas de pagamento e logística.

● Marketplace

O Marketplace é uma plataforma responsável por intermediar vendas de produtos entre empresas e clientes.

Na prática funciona assim, diversas empresas expõem seus produtos em uma mesma plataforma e a plataforma cobra uma taxa por cada venda feita.

Uma das principais vantagens dessa plataforma é a eliminação de gastos por parte do empreendedor para desenvolver um site

- Mercado Livre
- Amazon
- B2W
- Elo 7
- Magazine Luiza

Redes sociais como canais de venda

Você já foi impactado na rede social, em específico, por alguma campanha enquanto interagia na plataforma? Às vezes chega a ser impossível disso não acontecer, não é?

Acontece que ultimamente, as redes sociais tem ajudado a impulsionar muitos pequenos negócios e isso tem levado cada vez mais empresas e segmentos para dentro dessas plataformas.

Dá uma olhada como você pode aproveitar essas redes para divulgar seus produtos:

● Facebook

Boa parte das redes sociais já investem em diversos recursos para ajudar empreendedores a vender na plataforma.

E com o Facebook, a maior rede social usada hoje, não poderia ser muito diferente.

A plataforma oferece a criação de fanpages que ajudam em uma viralização ainda maior das postagens, alcançando mais pessoas e, conseqüentemente, aumentando o número de compartilhamento.

Mas é claro, que para haver uma boa interação em suas postagens, primeiro, você precisa promover conteúdos que sejam compartilháveis.

Aposte em conteúdos mais interativos, converse com o seu público, faça enquetes que envolvam assuntos atuais e procure buscar sempre saber a opinião dele.

Além disso, você consegue integrar sua loja virtual direto na plataforma, aumentando ainda mais suas vendas no Facebook.

Com esse recurso você facilita a sua vida e também a de seu cliente por ele não precisar sair da rede social para adquirir o seu produto.

● Instagram

O primeiro passo para começar a vender por essa rede é construir um perfil comercial. Essa conta comercial vai permitir que você faça uma análise de dados, métricas, impulsionamento e possibilidade de links nos stories.

Em seguida, é importante que você se mantenha conectado à pessoas e perfis que façam parte do seu segmento. Quanto mais você estiver inserido e ativo em seu mercado, a sua marca passa a ser mais conhecida a cada dia.

Assim como o Facebook, o Instagram também já possui uma opção de cadastrar seus produtos na plataforma e vender diretamente por ela, sem que o cliente saia da rede.

A gente sabe que, independente do segmento, o importante para todo empreendedor é vender. Mas para isso, é preciso ter um processo bem definido e estruturado para alcançar uma boa performance.

A utilização de boas técnicas alinhadas à um conhecimento aprofundado sobre seu segmento e seu público, ajuda com que as ações sejam ainda mais assertivas.

Além disso, a busca constante por conhecimento dentro da sua área é fundamental para que você consiga dominar e planejar uma boa estrutura para o seu processo de vendas.

Simplifique sua rotina empresarial com o **vhsys**. O sistema de gestão integra todas as áreas do seu negócio: vendas, financeiro, estoque e emissão de notas fiscais.

Descomplicando as burocracias de sua empresa, você consegue investir o seu tempo no que mais importa na vida: **ser feliz**.



BLACK
FRIDAY

vhsys 

www.vhsys.com.br