

FUNIL DE VENDAS NA PRÁTICA

O funil de vendas é uma ferramenta que auxilia o empreendedor guiar o cliente ao longo das etapas do processo de compra, desde a prospecção até a concretização.

Mas antes planejar as etapas do funil de vendas, é importante que você saiba quem é seu cliente! Imprima a próxima página ou abra esse documento em um computador e responda pelo próprio PDF!



SEBRAE

CONHECENDO O SEU CLIENTE

1. Seus clientes são pessoas físicas, jurídicas ou os dois?

PF

PJ

2. Quem toma a decisão de compra ou pode influenciar seus clientes nessa decisão?

O influenciador pode ser uma área, um superior, ou a opinião de pessoas próximas, celebridades, blogueiros. Pense em quem pode influenciar seu cliente a comprar!

3. Em que circunstâncias compram?

Descreva com detalhes as circunstâncias que motivam seu cliente. Por exemplo, se você vende camas, a circunstância de compra pode estar relacionada a dores na coluna, ou a uma mudança de casa.

4. Quanto estão dispostos a gastar com produtos semelhantes ao seu?

R\$

5. Que mídias costumam acompanhar?

WhatsApp

Jornal

Facebook

Revistas

Instagram

Panfletos

Google

Feiras

LinkedIn

Encontros de negócio

Rádio

Tenha em mente todas essas informações na hora de pensar no caminho que seus clientes vão percorrer desde o momento em que conhecem seu produto ou serviço até o momento em que concretizam a compra!

Siga adiante para revisar os conhecimentos sobre cada etapa do funil e colocá-los em prática.

MONTANDO O FUNIL

Etapa 1 | Prospecção

Prospectar significa “descobrir onde o cliente está” para, então, definir quais são as melhores estratégias para se comunicar com o público-alvo do negócio.

Essa etapa deve ser planejada considerando dois momentos: chamar a atenção do cliente e, em seguida, conseguir o seu contato.

Prepare-se para a prospecção respondendo a pergunta a seguir:

Onde devo **comunicar** para despertar o interesse do cliente em conhecer as soluções que minha empresa oferece?



WhatsApp

Google

Jornal

Feiras

Facebook

LinkedIn

Revistas

Encontros de negócio

Instagram

Rádio

Panfletos

Depois de despertar o interesse do cliente, descubra se ele aceita estabelecer contato com a empresa e então busque as seguintes informações:



Nome



Telefone



E-mail



Endereço

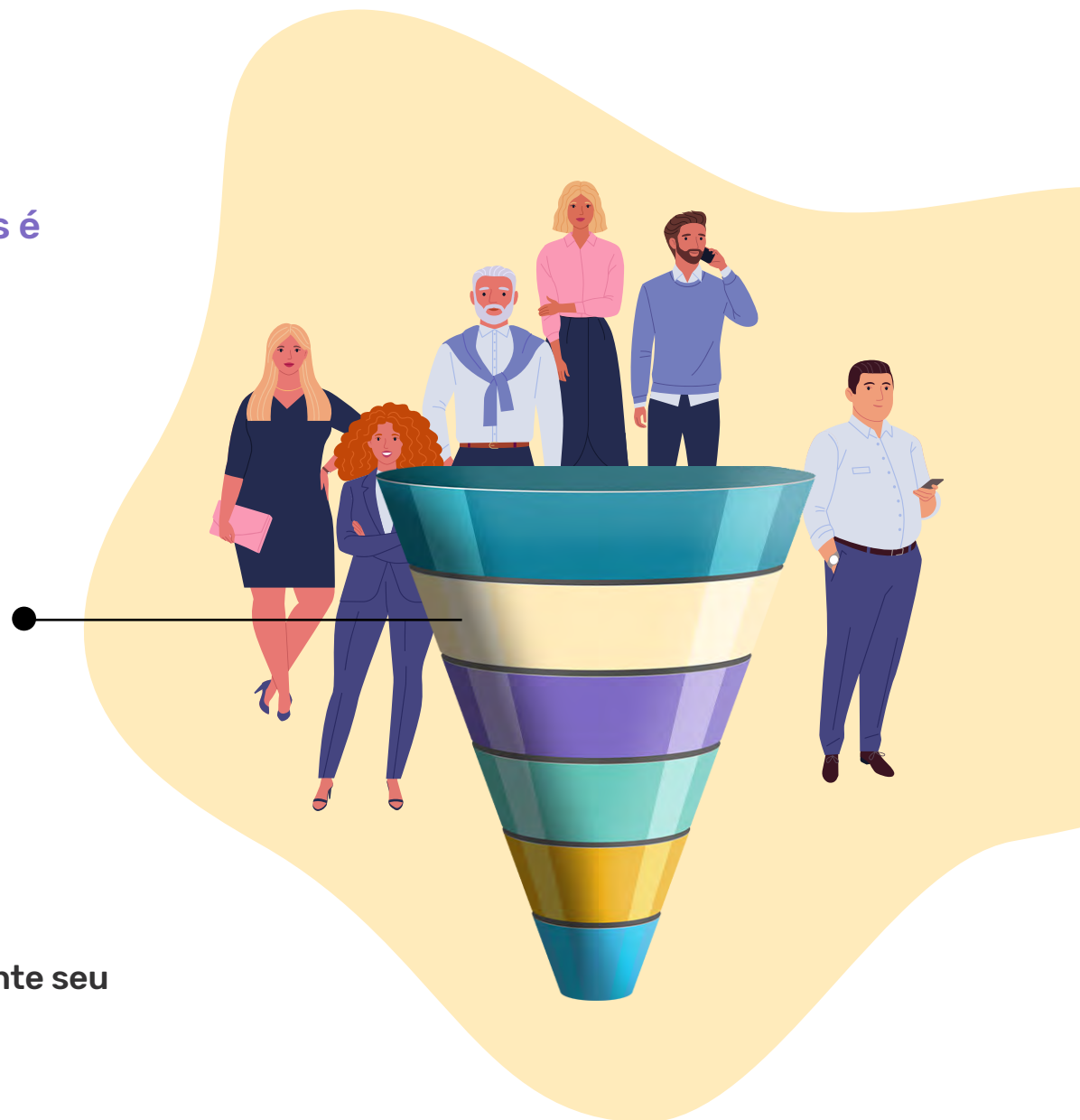
Monte um catálogo de contatos, ele será fundamental para a próxima etapa.

Etapa 2 | Qualificação

O foco da segunda etapa do funil de vendas é conhecer melhor seu cliente!

Levante o máximo de informações que conseguir a respeito das contatos que atraiu na primeira etapa. Ainda não é o momento de oferecer seu produto, pois o cliente pode não estar pronto para comprá-lo. Por enquanto, é só hora de investigar. Veja algumas perguntas que podem ajudá-lo:

- ✓ Já consome o produto ou serviço?
- ✓ Consome produto similar?
- ✓ Quanto está disposto a pagar?
- ✓ Tem interesse e tempo para que você apresente seu produto ou serviço?



Além de pensar nas perguntas mais relevantes, é preciso planejar o método para coleta das informações: por telefone, formulário no site, WhatsApp, e-mail, visita ao cliente. Use sua imaginação!

METENDO AS CARAS

Antes de seguir para a próxima etapa, faça um teste! Planeje e publique uma comunicação, pegue as informações de contato das pessoas atingidas e conheça-as um pouco melhor!

E aí, quantas pessoas você conseguiu impactar com a comunicação? E dessas, quantas forneceram seus contatos? Por fim, quantas demonstraram interesse em conhecer seu produto ou serviço?

Observe como esses números se comportam ao longo do funil.



Etapa 3 | Apresentação ou proposta

Essa etapa é um divisor de águas, a oportunidade de ouro, o momento em que os vendedores podem dar seu show!

Muitas vezes as vendas já são fechadas aqui, sem a necessidade de uma negociação.

Aproveite para escrever agora e treinar como você usaria esse momento para apresentar seu produto ou serviço:





Algumas dicas importantes:

- ✓ Se o seu potencial cliente não tem muito tempo para ouvir você, então foque nas qualidades do seu produto e serviço que se encaixam perfeitamente na vida dele.
- ✓ Para isso, ouça o cliente e entenda quais são os problemas e as dificuldades que ele tem.
- ✓ Mostre números e formas de pagamento, seja transparente.
- ✓ Esteja pronto para o próximo passo!

Etapa 4 | Negociação

Esteja preparado para tudo, pois o cliente pode colocar objeções para obter descontos antes de fechar com você.

No momento da negociação, conhecer seu produto e serviço, os limites do seu negócio, a concorrência e o próprio cliente é fundamental, pois assim você poderá argumentar e encontrar as melhores propostas.

Um exercício para se preparar é estudar as eventuais objeções que podem ser apresentadas pelo cliente. Faça uma lista! Não desista até descobrir pelo menos três possíveis objeções.



Objeção 1 _____

Objeção 2 _____

Objeção 3 _____

Objeção 4 _____

Objeção 5 _____



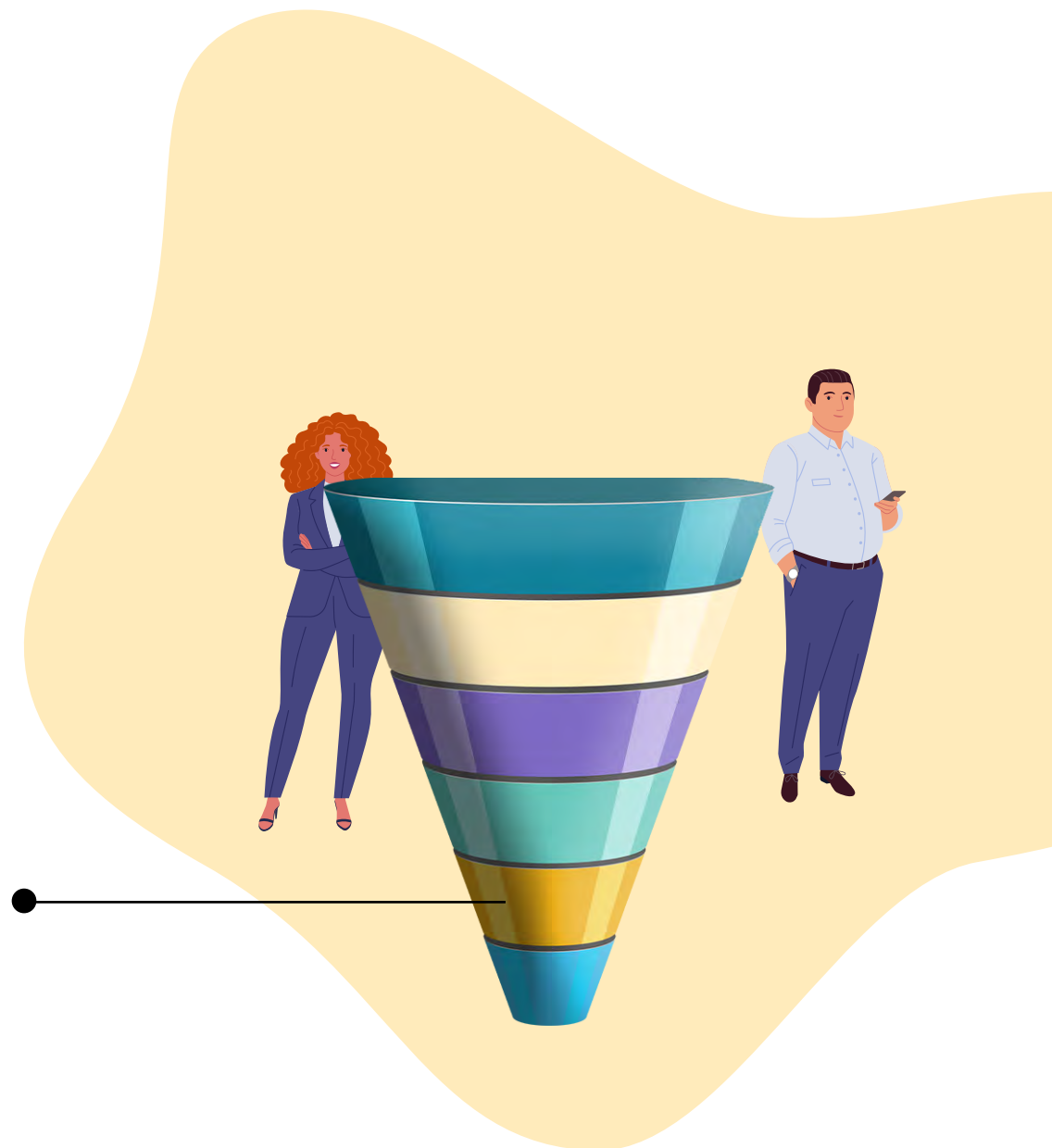
Estude as possíveis objeções dos clientes e tente identificar o que é mais importante para ele: prazo, parcelamento, desconto.

Utilize essa conversa para compreender as motivações do cliente para o fechamento.

Etapa 5 | Fechamento

O fechamento não é só assinar o contrato e pôr o dinheiro no bolso.

Aproveite esse momento com o cliente para construir uma experiência positiva. Quais são os principais pontos que você observa no fechamento?



Sempre que possível reflita sobre essa lista e como aprimorá-la. Quanto maior for a transparência, maiores serão suas chances de vender novamente para esse cliente e de que ele indique você para outros.



METENDO AS CARAS

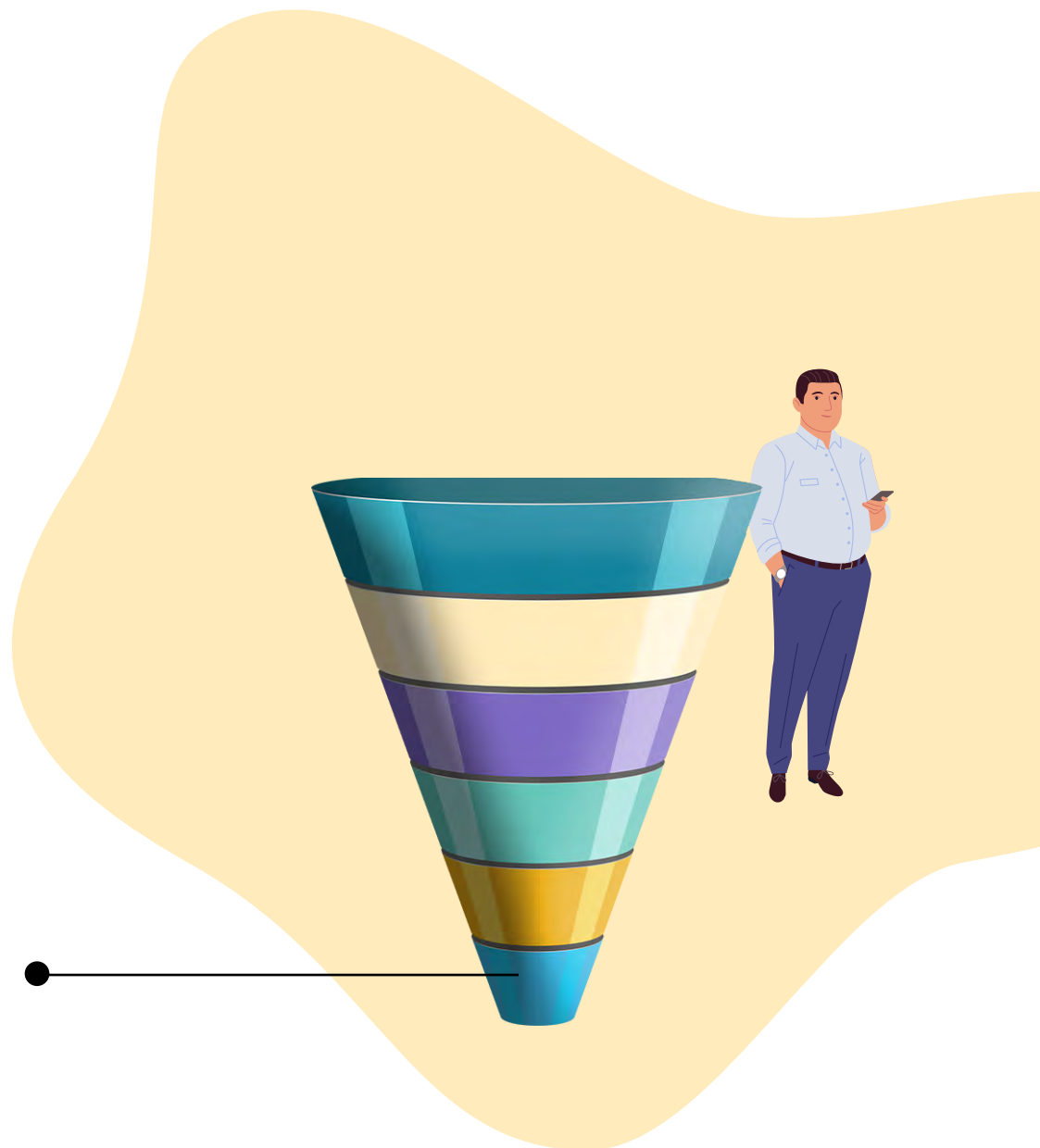
E aí, vamos colocar esses itens em prática também? Aproveite os contatos das primeiras etapas do funil, faça a apresentação do produto e tente evoluir para um fechamento, passando ou não pela negociação!

Espero que você tenha conseguido sucesso e sido protagonista de vários fechamentos. Mas se ainda não foi dessa vez, siga aprimorando suas estratégias. E claro, não esqueça de que você ainda tem mais uma possibilidade de manter seu cliente encantado após o fechamento, com o pós-venda.

Etapa 6 | Pós-venda

Mantenha o seu contato quente com o cliente! Isso pode ser fundamental para que o cliente volte e recomende novos clientes.

Use este espaço para pensar em ações que você pode realizar no pós-venda.



Veja algumas dicas!

- ✓ Apoie o cliente quanto ao uso do produto
- ✓ Tire dúvidas
- ✓ Acompanhe a entrega

Agora me conte... Quantas pessoas entraram e passaram em cada etapa do funil de vendas da sua empresa?

Número de clientes abordados

Número de clientes qualificados

Número de propostas enviadas

Número de negociações realizadas

Número de negociações concretizadas

Número de indicações recebidas



Não é à toa que a ferramenta se chama funil de vendas! Quanto mais as pessoas avançam no funil, mais o número diminui – afinal, elas se tornam cada vez mais qualificadas e próximas do fechamento. Por isso, é fundamental olhar sempre para esses números como indicadores de qual fase precisa ser aprimorada! Conheça alguns outros fatores que podem influenciar o sucesso da sua venda:

- ✓ Preço, descontos e prazos
- ✓ Acessibilidade do ponto de venda
- ✓ Pontualidade na entrega ou realização do serviço
- ✓ Limpeza, organização, iluminação e visibilidade
- ✓ Estacionamento
- ✓ Apresentação pessoal

BOAS VENDAS!

