

Playbook Vendas
Método científico

Nome da Sua Empresa

Escreva aqui as informações principais da sua empresa.

- Quem é você
- Por quê está ligando
- Como pode ajudar e transformar a vida do prospect

NOSSA AGENDA

COMO VOCÊ ESTÁ HOJE

Insira tópico abordando que levantarão os problemas atuais do prospect no diagnóstico

COMO FAZEMOS

Insira tópico abordando uma apresentação prévia que demonstrará a solução ao prospect

COMO SOLUCIONAMOS PROBLEMAS

Insira a sua oferta explorando sempre o segredo por trás de tudo que faz e entrega.

PASSOS SEGUINTES

Insira os que acontece ao ultrapassar a porta para usar as soluções da empresa

MOMENTO ATUAL
Diagnóstico

Queremos te entender melhor

Escreva aqui de 1 a 2 perguntas fechadas dirigidas ao prospect de situações pela qual ele passa "dor" e que você tem a solução "desejo".

- Escreva aqui uma pergunta fechada situacional
- Escreva aqui a segunda pergunta fechada situacional

Queremos te entender melhor

Escreva aqui de 1 pergunta aberta dirigida ao prospect para fazê-lo pensar no problema que ele tem em função do situacional.

- Escreva aqui uma pergunta aberta em função do situacional, as perguntas fechadas executadas na fase anterior, colocando o dedo na ferida de porque ele está te escutando

Chegamos ao ponto?

Escreva aqui um resumo que caracteriza o entendimento de como estão as dores do prospect.

- Escreva aqui uma indagação afirmativa da dor relatada nos slides anteriores, que sua solução é o antídoto.

Outros já passaram por isso

Nesta etapa o nosso foco está na construção do storytelling

- Aqui cabe um resumo do seu case.
- Explore a jornada do herói para fazer a apresentação. Conte como era a vida antes, quando descobriu o problema, qual a solução buscou e como a vida se transformou após isso.

Até quando isso será problema?

Nesta etapa nosso foco está na construção do impacto.

Quando ele deseja ter isso para mudar sua situação atual.

- Demonstre de forma racional como você melhora a vida do prospect. Ex: Mais resultados e menos despesas.
- Explore o impacto emocional dos problemas que ele passa, que afetam a ele, e em como a solução pode resolver

Não enfrentar o problema tem um custo

Nesta etapa nosso foco está na construção do evento crítico.

- Demonstre de forma clara o que acontecerá se não tomar nenhuma ação.
- Criei uma pergunta para gerar reflexão, e ao mesmo tempo ação.

O QUE FAZEMOS
Prescrição

É assim que faremos

Pense em todos os aspectos importantes ao começar a demonstração da sua solução, e na sua organização.

APRESENTAÇÃO

Tenha um modelo para apresentar seu produto, e pontuar os tópicos mais relevantes, podendo ser até mesmo seu site, caso haja.

DEMONSTRAÇÃO

Tenha as abas do navegador aberta para a demonstração etapa a etapa da solução. Sempre reforce seus benefícios.

BENEFÍCIOS

Ao final reforce cada benefício que a pessoa terá com o uso do produto/serviço

COMO AJUDAMOS
Solução

Como iremos além

Aqui é o início da execução do estágio de decisão de compra

Qual a promessa da solução:

- Defina seu USP "proposta de valor único" de como sua solução irá modificar a vida do prospect
- ...

Todos os detalhes para fazer a diferença

Trata-se da estratégia persuasiva construída na etapa de copyboarding

Relacione todas as objeções respondendo-as, e associando a provas e benefício:

- Responda a objeção quebrando-a com a elaboração da sentença de resposta
- Associe 3 provas (Lógica / material e/ou social)
- Acrescente um benefício crível para cada objeção respondida

É chegado o momento da transformação

Aqui será o coroamento de todo o trabalho executado até aqui

Neste momento será realizada a oferta da solução:

- Faça a ancoragem comparado com soluções similares no mercado
- Cite quais serão os bônus
- Reafirme a ancoragem, e apresente o valor da solução
- Apresente a forma de pagamento, e o que acontecerá logo em seguida.
- E caso não tome ação, o que perderá (desconto, valor diferenciado, ou etc)

Seguindo Juntos
Próximos Passos

Próximos passos

Deixe claro o que acontece logo a seguir

Próximo passos são:

- Ação 1
- Ação 2
- Ação 3
- ...

BOAS VENDAS!