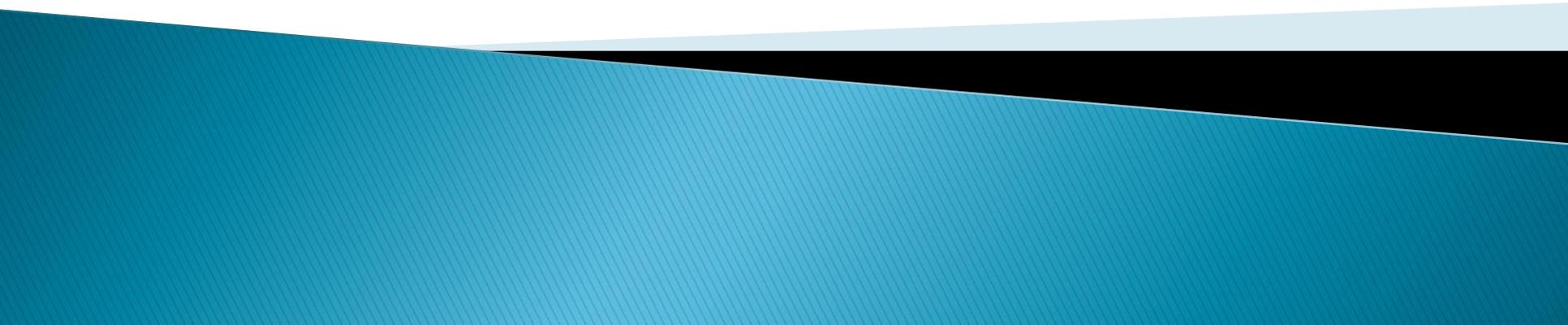


# GESTÃO EQUIPE DE VENDAS

Gestão de Promoção e Vendas



*Qualificação  
SDR  
Inbound mkt*

*Rapport  
Spin Selling*

## MOMENTOS DA RELAÇÃO: VENDAS – CONSUMIDOR

INFORMAR

CRIAR  
REPUTAÇÃO

BRANDING:

Valor

Diferenciais

GERAR  
DEMANDA  
(leads)

GERAR  
DESEJO

ABORDAGEM

VISITA

FOLLOW UP

FECHAMENTO

RECOMPRA

*Swot  
Diferenciais  
Posicionamento  
Institucional  
Comparativo concorrência  
Inovação*

*Funil de vendas  
CRM  
Content Marketing (apoio ao funil)  
Automação  
Micro momentos (micro mensagens)*

*Relacionamento  
Fidelização  
Member-get-member  
Caso de aplicação  
Testemunho*

# As “muletas” dos vendedores

- ▶ O preço está alto – *venda valor, benefício.*
- ▶ O produto não é conhecido – *não se está conseguindo comunicar corretamente e diferenciar o produto.*
- ▶ Não gosto de vender. Tenho vergonha. Quero encerrar logo o processo. – *não tenho habilidade para investigar o cliente e adequar a abordagem.*

# PESQUISA INFORMAL COM COMPRADORES:

- ✓ Poupe meu tempo.
  - ✓ Resolva o meu problema.
  - ✓ Me traga sucesso.
  - ✓ **Não gere problema.**
  - ✓ Seja legal.
  - ✓ Apareça no momento certo (tipo de produto, momento do processo de compra) – “Entre” para somar.
- 

# OU SEJA, PRECISAMOS

✓ SER BEM VISTO.

INSTITUCIONAL/BRANDING  
AWARENESS

✓ SER LEMBRADO.

FREQUÊNCIA/ PERTINÊNCIA  
RECALL

✓ SER BEM QUISTO.

IMPORTÂNCIA / BONS  
CONTATOS – BONS  
PROCESSOS, EXPERIÊNCIAS

✓ AGREGAR.

Produto-Inovação/ Serviços

# CONSTRUIR O DISCURSO

*-3 círculos dourados. - ValorXTransacional*

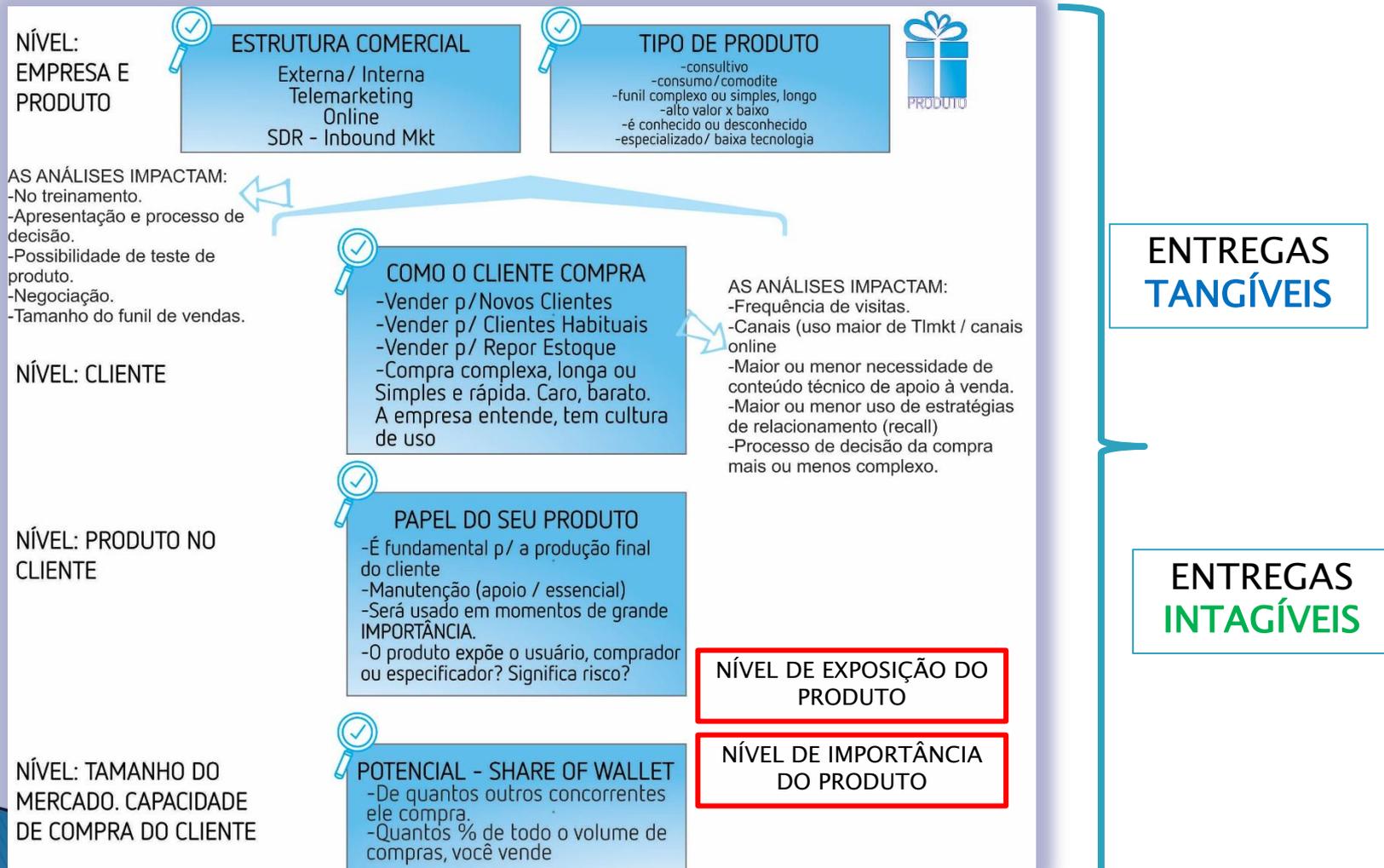
- ✓ QUAL O “PAPEL” DO SEU PRODUTO PARA O CLIENTE?
  - ✓ QUAL PROBLEMA VOCÊ RESOLVE?
- ✓ QUAL O “PAPEL” DO SEU PRODUTO NO MUNDO-CONTEXTO?
- ✓ QUAIS DIFERENCIAIS (VALOR) VC TEM SOBRE A CONCORRÊNCIA?

WHY -> Swot / Concorrência / Diferencial / Posicionamento

“O sucesso do cliente é seu determinante central de crescimento.

O sucesso do cliente é cinco vezes mais importante que as vendas.”

# COMPREENSÃO DAS ENTREGAS



# COMPREENSÃO AMBIENTE MERCADO



# COMPREENSÃO DIFERENCIAIS COM A CONCORRÊNCIA (o que Maria leva)

Produtos	Serviços	Pessoal	Canal	Imagem
Forma	Facilidade de pedido	Competência	Cobertura	Símbolos
Características	Entrega	Cortesia	Especialidade	Mídia
Desempenho	Instalação	Credibilidade	Desempenho	Atmosfera
Conformidade	Treinamento do cliente	Confiabilidade e		Eventos
Durabilidade	Orientação ao cliente	Capacidade de resposta		
Confiabilidade	Manutenção e reparo	Comunicação		
Facilidade de reparo	Serviços diversos			
Estilo				
<i>Design</i>				



# COMPREENSÃO DIFERENCIAIS COM A CONCORRÊNCIA

(o que Maria leva)

Defina os critérios Comparativos, em Função da competição (consumidor) e o que É importante para sua marca

Compare o iPhone 5S com o Galaxy S4, Moto X e Z1



iPhone 5S

Samsung Galaxy S4

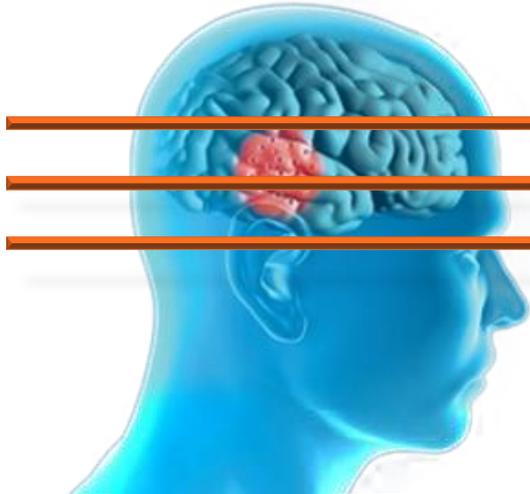
Motorola Moto X

Sony Xperia Z1

SISTEMA OPERACIONAL	iOS 7	Android 4.2.2	Android 4.2.2	Android 4.2.2
ALTURA	123,8 mm	136,6 mm	129,3 mm	144,4 mm
LARGURA	58,6 mm	69,8 mm	65,3 mm	73,9 mm
ESPESSURA	7,6 mm	7,9 mm	10,4 mm	8,5 mm
PESO	112 gramas	130 gramas	130 gramas	170 gramas
PROCESSADOR	A7 (64 bits) + M7 (coprocessador de movimento)	Exynos 5 de 1,6 GHz com oito núcleos	1,7 GHZ Motorola X8	Qualcomm Snapdragon 800 com quatro núcleos
TELA	Retina de 4 polegadas (1136 x 640 pixels)	Super AMOLED com 5 polegadas. Resolução de 1920x1080p	AMOLED de 4,7 polegadas. Resolução de 1280x720	5 polegadas. Resolução de 1080x1920p
BATERIA	10 horas usando 4G	2,600 miliAmpere/hora	2,200miliAmpere/hora	3,000 miliAmpere/hora
CÂMERA	Traseira de 8 MP com flash True Tone Frontal de 1,2 MP	Traseira: 13 MP com flash e foco automático / Frontal: 2 MP	Traseira de 10 MP com flash e foco automático/ Frontal: 2 MP	Traseira de 20 MP com flash de LED/ Frontal de 2 MP
MEMÓRIA	16 GB, 32 GB e 64 GB	16 GB, 32 GB e 64 GB	16 GB	-----
REDE	4G LTE	4G LTE	4G LTE	4G LTE

# COMPREENSÃO DO POSICIONAMENTO

Posicionamento é aquilo que você provoca NA MENTE do seu público-alvo.



O que  
falamos  
Do seu  
produto?

*Ter o consumidor no seu foco.  
Estar no foco do consumidor.*

# COMPREENSÃO WHY

## PQ -> COMO -> O QUE

✓ AS PESSOAS NÃO  
COMPRAM O QUE  
VOCÊ FAZ.  
COMPRAM O  
PORQUE VOCÊ  
FAZ

NEGÓCIO	PERGUNTA MÍOPE	PERGUNTA VISIONÁRIA
BRINQUEDOS	Como vender mais brinquedos?	Como oferecer as melhores soluções em entretenimento infantil (inicialmente, por meio dos brinquedos)?
COSMÉTICOS	Como vender mais cosméticos?	Como aumentar o bem-estar das pessoas (por meio dos cosméticos)?
LOJA DE CHOCOLATES	Como vender mais chocolates?	Como comercializar presentes atrativos (à base de chocolates)?
FACULDADE	Como ter mais alunos?	Como formar profissionais e líderes que façam diferença?
MECANISMO DE BUSCA	Como achar tudo na internet?	Como organizar a informação disponível e torná-la útil?

O QUE OS CLIENTES COMPRAM DE FATOS  
O QUE OS MELHORES CLIENTES COMPRAM