

# Vendas Transacionais Versus Relacionais: elementos de Relacionamentos

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Marina Toledo Lourenção Rocha

E-mail: [mtalourencao@usp.br](mailto:mtalourencao@usp.br)

# Conceito: vendas transacionais

- Foco em curto prazo
- Não há necessidade de desenvolver um relacionamento visando vendas futuras
- O foco é conseguir vender aquela vez, sem pensar em longo prazo



# Conceito: vendas transacionais



**EPTV 1 NA PALMA DA MÃO**  
11:56 Uso dos canais de auto atendimento cresceu no comércio durante a pandemia

Jornal da EPTV 1ª Edição - Ribeirão Preto >

**Uso de canais de autoatendimento cresce durante o período de pandemia de Covid-19**

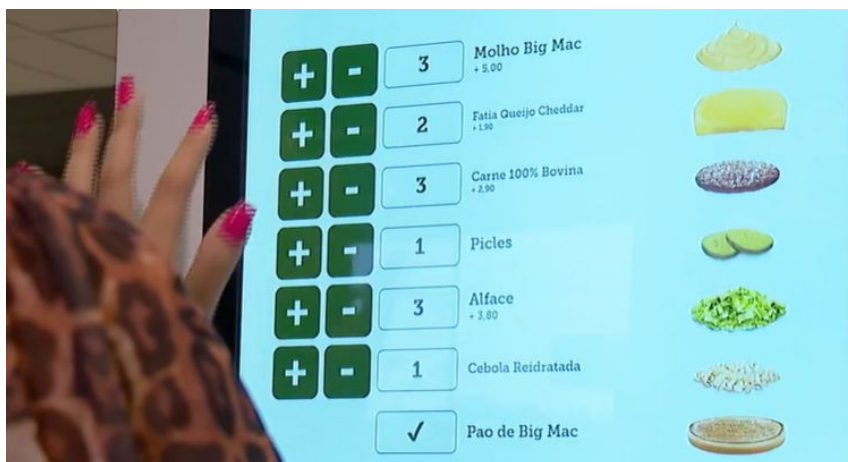
4 min Exibição em 27 nov 2021

Aumentaram durante a pandemia

**Lab in Box: Onii e Progenix lançam primeira loja autônoma voltada para a área da saúde do Brasil**



**EPTV 1 NA PALMA DA MÃO**  
11:57 Uso dos canais de auto atendimento cresceu no comércio durante a pandemia



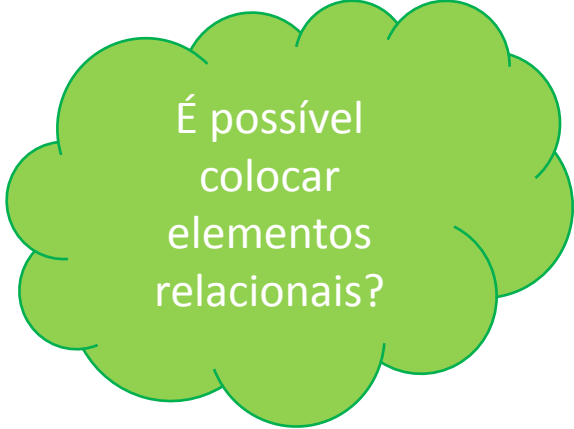
# Conceito: vendas transacionais

---

[Loja autônoma Zaitt](#)

[Loja de conveniência automatizada da Amazon](#)

[Apple Vision Pro](#)



É possível  
colocar  
elementos  
relacionais?

# Conceito: vendas relacionais

---

- Uma técnica de vendas que enfatiza a importância da relação entre o vendedor e o potencial consumidor em vez de enfatizar a divulgação de detalhes do produto e preço durante a negociação
- Foco em construir relacionamentos de longo prazo
- O vendedor tem que conhecer bem as necessidades do consumidor
- **Durante a negociação:** ouvir mais, conhecer a personalidade do consumidor, valorizar os compromissos e ser honesto



# Etapas da venda relacional

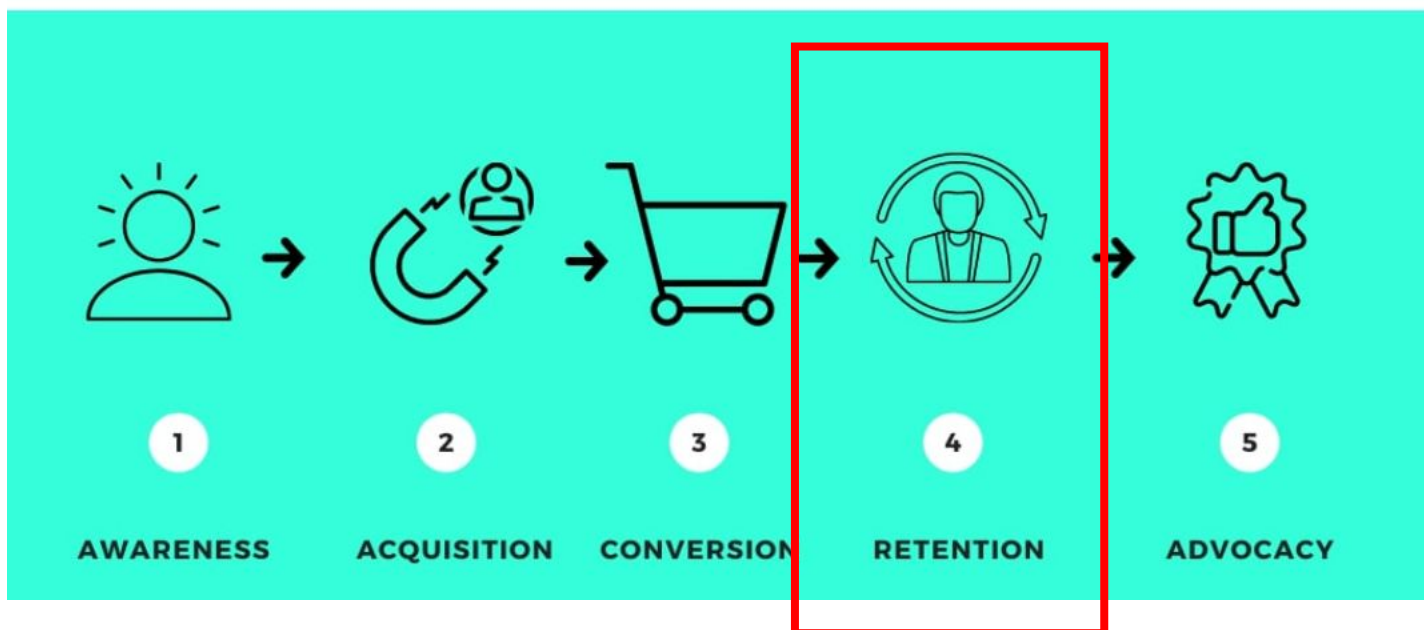
## STAGES OF RELATIONSHIP SELLING



- **Conscientização:** alcançar novos clientes e torná-los clientes da marca
- **Aquisição:** objetivo é converter potenciais clientes em clientes. Ouvir as necessidades e o problema que ele enfrenta atualmente. *Oferecer produtos adequados.*
- **Conversão:** concluir a venda com o foco em construir relacionamento de longo prazo
- **Retenção:** nutrir o relacionamento, manter contato e acompanhar o cliente regularmente
- **Defensores:** conseguir que os consumidores recomendem os produtos ou serviços aos seus amigos

# Etapas da venda relacional

## STAGES OF RELATIONSHIP SELLING



- **Conscientização**: alcançar novos clientes e torná-los cientes da marca
- **Aquisição**: objetivo é converter potenciais clientes em clientes. Ouvir as necessidades e o problema que ele enfrenta atualmente. *Oferecer produtos adequados.*
- **Conversão**: concluir a venda com o foco em construir relacionamento de longo prazo
- **Retenção**: nutrir o relacionamento, manter contato e acompanhar o cliente regularmente
- **Defensores**: conseguir que os consumidores recomendem os produtos ou serviços aos seus amigos

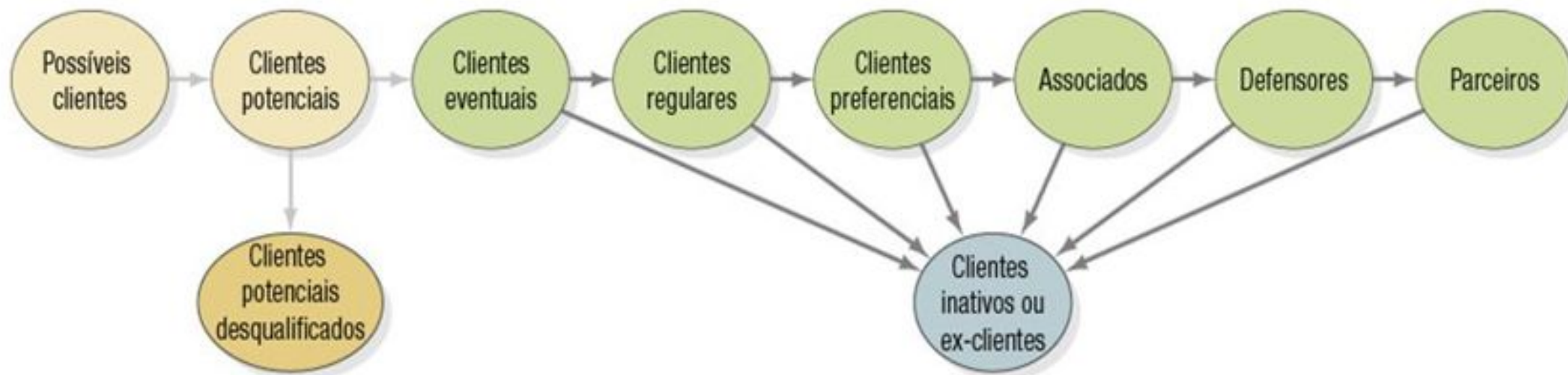
# Técnicas de retenção

---

- Entender quais são as características do clientes de alto valor: principais contribuintes para a receita e o lucro do negócio
- Concentrar esforços em clientes de alto valor:
  - Oferecer produtos customizados
  - Interagir nas redes sociais
  - Pequenos presentes ou **convites para eventos**
  - Recompensas por lealdade incentivando recompras
  - Solicitar feedback pessoalmente
  - Sugerir apenas produtos que são adequados às necessidades dos clientes de alto valor
  - Construir confiança, sem armadilhas.



# Tipos de clientes no processo de atração e retenção



**Clientes associados:** instituição de um programa de associação com benefícios para quem aceitar a proposta

**Clientes defensores:** clientes que entusiasticamente recomenda a empresa e seus produtos e serviços

**Parceiros:** relacionamento contínuo, duradouro e ganha-ganha.

# Tendência: clientes associados exemplos





# Tipos de benefícios para vínculos fortes com os clientes

## 1. Acréscimo de benefícios financeiros

- a. Programa de frequência de compra
- b. Programa de marketing de associação



## 2. Acréscimo de benefícios sociais

- a. Atendimento por diversos canais de comunicação
- b. Participação em eventos



# Tipos de benefícios para vínculos fortes com os clientes

---



## 3. Acréscimo de vínculos estruturais

a. Oferecimento de consultoria ou software de gestão aos clientes

Ex. Makesson Corporation (atacadista de produtos farmacêuticos) investiu em software para ajudar as farmácias a gerenciar estoques

b. Contratos de longo prazo

Ex. consultorias com várias etapas no projeto

c. Associar serviços às vendas de produtos

Ex. Empresa de alimentos para cães começa a oferecer com a mesma marca, serviços de hospedagem, seguro e tratamento veterinário



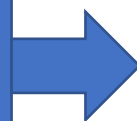
**NESPRESSO®**



# Perguntas a fazer quando os clientes vão embora

Para criar programas de retenção eficazes, os gerentes de marketing precisam identificar padrões entre os clientes perdidos.

- A taxa de perda de clientes varia ao longo do ano?
- A retenção varia de acordo com a filial, região, representante de vendas ou distribuidor?
- Qual é a relação entre os índices de retenção e as mudanças no preço?
- Para onde os clientes perdidos costumam migrar?
- Quais são os padrões de retenção no setor?
- Que empresa do setor retém clientes por mais tempo?



## Fontes de informação para coleta de dados

- Relatórios de vendas
- Registro de preços
- Pesquisas com clientes
- Dados dos concorrentes



---

# Obrigada!

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Marina Toledo Lourenção Rocha

E-mail: [mtalourencao@usp.br](mailto:mtalourencao@usp.br)

