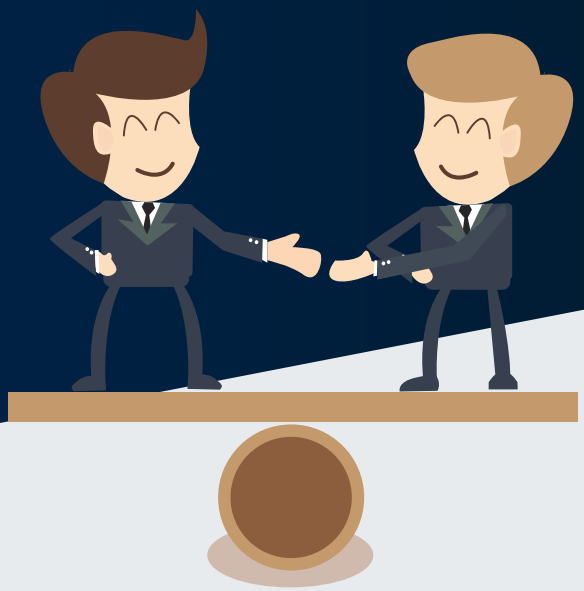
Agendor



Como o Agendor pode ajudar a vencer objeções durante suas negociações

Você já teve problemas ao negociar com seus clientes? Veja como vencer objeções e se sair bem durante as negociações usando o Agendor

Atire a primeira pedra o vendedor que nunca tremeu na base quando ouviu falar em objeções ou negociação.

Como já tivemos a oportunidade de elucidar algumas vezes, a palavra negociação funciona como um embate para alguns vendedores, o que é um grande problema, pois os coloca na defensiva.

A negociação vem, ao longo de décadas, funcionando como um verdadeiro cabo de guerra entre vendedores e potenciais clientes.

Por conta disso, os clientes ativam o modo desconfiança. Afinal, se o vendedor "trava uma batalha" durante a negociação, ficando na defensiva, pode ser o sinal de que há algo errado.

A verdade é que o comportamento de ambas as partes está errado. **O papel do vendedor é ajudar o cliente a resolver um problema**, atingir um objetivo e assim, encontrar o caminho para a realização plena.

Quando os nossos *prospects* nos fazem perguntas, podemos encará-las de duas maneiras: eles querem tomar nosso tempo, ou querem ter certeza de que somos a melhor solução e estamos do mesmo lado.

Por isso, interpretamos cada pergunta, dúvida, ou problema apresentado como uma oportunidade.

Ao fazer uma objeção, o nosso cliente está nos dando a oportunidade de nos mostrar quais são suas dúvidas e preocupações.

© 2014 Agendor | Todos os direitos reservados.

Ao respondermos e conversarmos sobre essas objeções, nós mostramos que sabemos o que estamos fazendo.

É assim que tratamos as objeções de nossos potenciais clientes aqui no Agendor: tomamos como um indício do interesse do cliente, abraçamos e tentamos mostrar que estamos do mesmo lado.



Como o Agendor pode ajudar os vendedores a vencer objeções

Agora que entendemos o que uma equipe de vendas profissional deve fazer em uma negociação, nós vamos ajudar você a entender como usar o CRM a seu favor nessa etapa.

Para começar a lidar com objeções é importante ter uma coisa em mente: **você precisa conhecer muito o seu produto e o seu público.**

Por isso, algumas empresas segmentam equipes de vendas. Assim, elas vendem apenas um determinado tipo de produto e acabam conhecendo-o muito bem, para apenas um segmento de clientes, conhecendo muito bem suas necessidades.

Esse é um bom começo. Assim o vendedor alia os conhecimentos específicos sobre o seu segmento de clientes e sobre produtos específicos. Mas, nem toda empresa pode se dar a esse tipo de luxo.

© 2014 Agendor | Todos os direitos reservados.

Portanto, conhecer muito bem o produto é imprescindível para conseguir responder as perguntas de seu potencial cliente durante a negociação.

Agora vamos mostrar como o app Agendor pode te ajudar a contornar e superar as objeções de vendas.

Registre tudo e use a seu favor

O Agendor é um app que ajuda a organizar a área comercial e a aumentar as vendas de PME's.

Com ele, você pode registrar toda e qualquer informação sobre o seu potencial cliente. Lembre-se que tudo que você registrar pode acabar sendo usado a seu favor, e assim, você consegue negociar melhor com seu cliente.

Primeiro de tudo, **crie esse hábito de registrar tudo sobre seus clientes e aproveitar ao máximo essas informações.**

Registre no histórico do seu cliente os diálogos de ligações telefônicas, e-mails, resumo/ata de reuniões, de tudo um pouco, para que você possa criar um banco de dados com informações úteis sobre o seu cliente, seu poder de compra, decisão e qualquer coisa que possa ser útil na negociação.



Adicione tudo que foi conversado com o seu cliente e tenha seu histórico sempre atualizado e acessível de qualquer dispositivo.

© 2014 Agendor | Todos os direitos reservados.

Dessa maneira, o vendedor cria mais do que um repositório de informações sobre seu cliente, mas também, um banco de dados detalhado sobre ele.

Assim, qualquer controvérsia, qualquer problema, qualquer dúvida e qualquer dificuldade podem ser rapidamente contornadas usando dados e informações sobre o cliente.

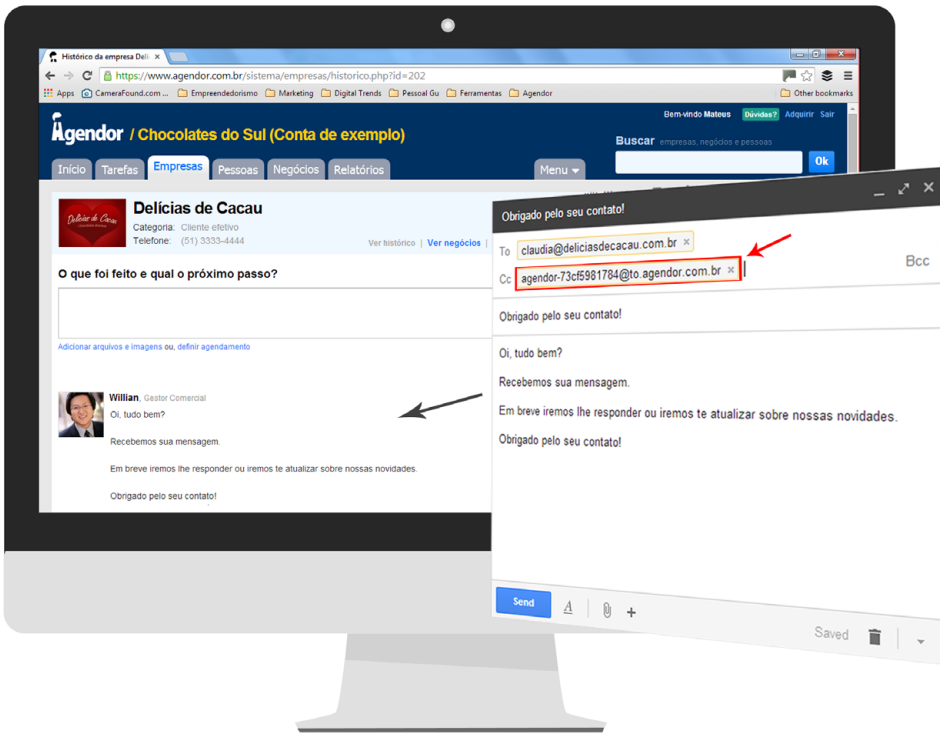
Como o Agendor acompanha o vendedor onde ele estiver (no iPhone ou Android), tudo o que é preciso fazer é consultar as informações.

Os registros servem para tudo: ligações, visitas e e-mails.

O vendedor pode ainda guardar todos os e-mails trocados com seu cliente no Agendor. Assim, fica mais fácil localizar informações e solicitações enviadas durante o processo de vendas (prospecção e apresentação).

Para fazer isso, basta copiar seu Email do Agendor, que você receberá assim que fizer seu cadastro, para todos e-mails que trocar com seu cliente.

Adicione o e-mail da sua conta do Agendor nas cópias de seus e-mails e veja todas as interações desses e-mails no histórico do cliente.



© 2014 Agendor | Todos os direitos reservados.

Dessa maneira, ele ficará guardado automaticamente no histórico do seu cliente, ficando há poucos cliques de distância de você.

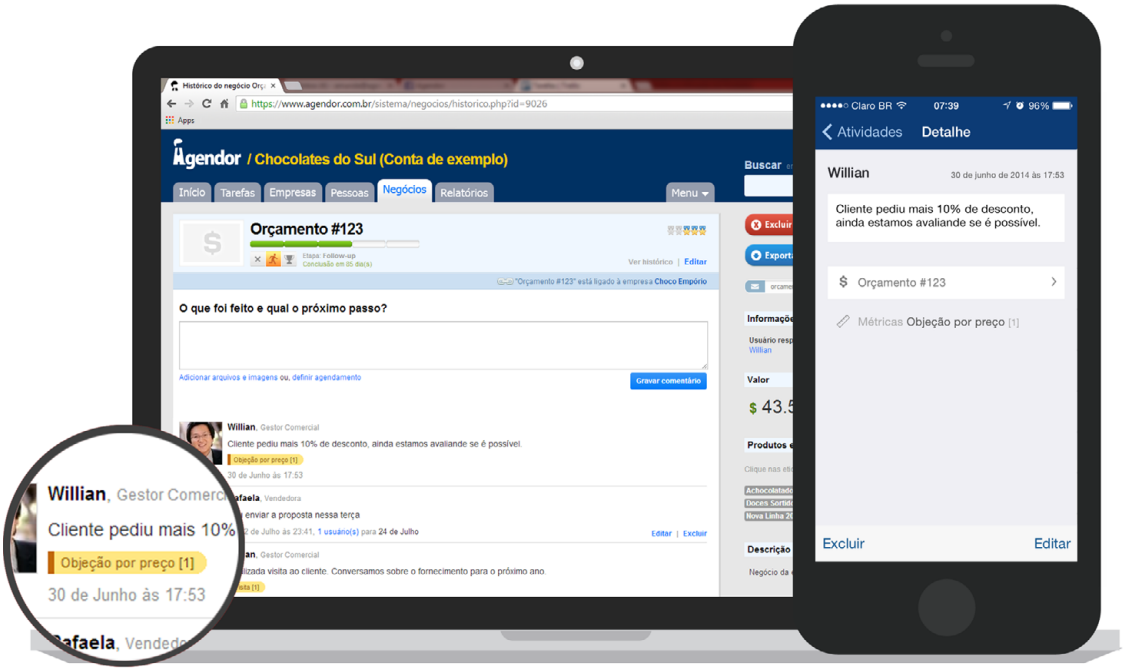
Utilize métricas de objeção

O que você faz quando seu cliente levanta uma objeção? Você a rebate, não é mesmo? Você imediatamente começa falando algo que mostra que ele está errado, se confundiu ou algo do tipo?

Esse não deveria ser nosso primeiro passo.

O que o seu cliente disse: que seu produto é caro (preço), que não tem verba disponível, que o prazo de entrega não é compatível, que esperava uma outra solução?

O que você precisa fazer assim que receber a objeção – seja por telefone, seja por e-mail, ou pessoalmente – é classificá-la.



Adicione métricas em seus comentários e monitore os resultados

© 2014 Agendor | Todos os direitos reservados.

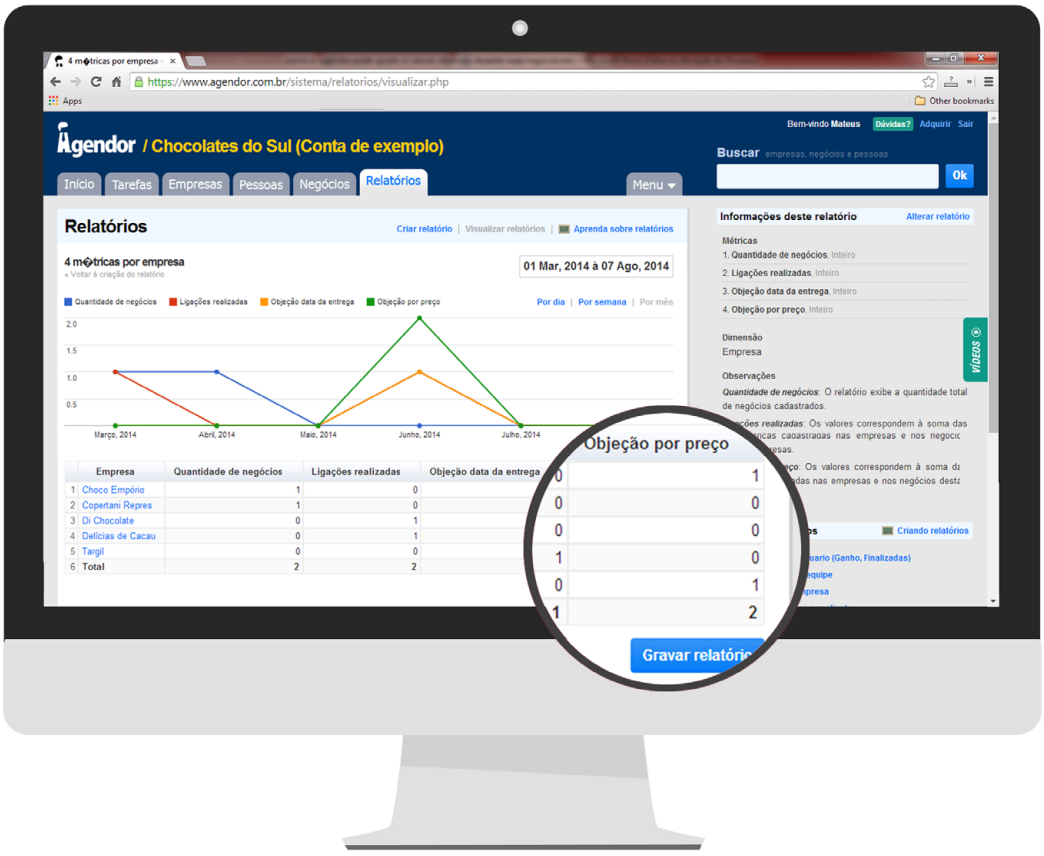
Assim, por exemplo, se a objeção for o preço, você pode classificá-la como uma “objeção por preço”, deixando esse registro para consultas futuras.

Feito isso, da próxima vez, você pode usar o argumento, explicação ou artifício que usou anteriormente, para contornar a objeção em uma negociação que foi bem sucedida.

Além disso, ao classificar a objeção, você consegue mensurar quais tipos de objeções mais comuns são apresentadas pelos clientes e, dessa maneira, aperfeiçoar seus argumentos de venda.

Com isso é possível **avaliar o seu desempenho em contornar objeções**, além de criar uma base de conhecimento para criar novos argumentos e vencer as objeções mais comuns.

Crie um relatório de objeções, veja quais foram os motivos de cada cliente e compare seus resultados.



© 2014 Agendor | Todos os direitos reservados.

É preciso aumentar o seu repertório de conhecimento e informação

O comprador de uma empresa não é especialista no que você faz. Por mais que ele se denomine comprador e tenha autoridade para fazer negócios com você, isso não o torna um perito em seu segmento.

Ele entende sobre compras, não sobre o seu produto.

E é justamente por isso que ele precisa de um vendedor: porque ele não pode comprar sozinho. Ele não sabe se seu produto é melhor, ou mais indicado.

Por isso, quanto mais conhecimento sobre o seu negócio você tiver, mais pontos a seu favor.



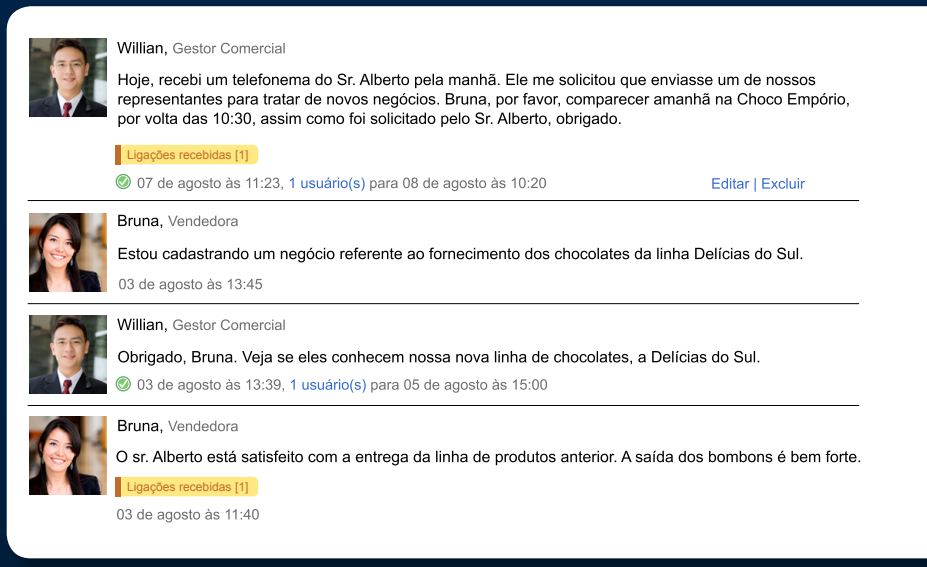
Ser visto como um especialista no seu produto e seu mercado – esse deve ser o objetivo de todo vendedor. Quanto maior o conhecimento sobre o que vende, maior é a confiança que o vendedor passa para seus clientes.

© 2014 Agendor | Todos os direitos reservados.

SUPERE AS OBJEÇÕES DE SEUS CLIENTES COM O AGENDOR

Agora que você já sabe como vencer as objeções de seus clientes com o Agendor, não perca mais tempo e inscreva-se agora em nossa ferramenta. Experimente gratuitamente o Agendor e coloque em prática essas dicas.

Com o Agendor, você organiza e centraliza as informações de clientes, acompanha as vendas e analisa o resultadodos negócios.



Agendor

Experimente gratuitamente

www.agendor.com.br/planos-precos/