Agendor



Como o Agendor pode trazer resultados para grandes equipes de vendas

Aprenda na prática como o Agendor pode ajudar empresas com um grande número de vendedores a aprimorar a gestão comercial e impulsionar resultados

Empresas com grandes equipes de vendas têm dinâmica diferente. Além do número de colaboradores ser bem maior, podendo facilmente passar de 50 profissionais distribuídos por diversas regiões do mundo, o número de negociações costuma ser volumoso, bem como a quantidade de informações por trás de cada transação.

No geral, esse tipo de organização também conta com diferentes softwares que precisam ser integrados ao sistema de gestão comercial para o acompanhamento do negócio como um todo.

De olho nessas características e necessidades, criamos este guia para mostrar na prática como a adoção de um app para gestão de vendas pode facilitar o acompanhamento das atividades da equipe e o acesso a negócios e relatórios, resultando no aprimoramento do processo comercial.

Como o Agendor pode facilitar a dinâmica comercial em uma empresa com uma grande equipe de vendas?

Para responder a essa pergunta, vamos nos concentrar em algumas necessidades das grandes empresas (ou empresas com um grande time comercial), tendo como foco seus gestores e vendedores. Afinal, esses dois grupos podem se beneficiar igualmente das funcionalidades do Agendor.

© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.

Centralização de informações dos clientes

Enquanto está em contato com o cliente, seja por telefone ou em uma reunião presencial, o vendedor levanta uma série de informações importantes e, no geral, registra esses dados em papeis, notas no smartphone, planilhas, agenda e até na memória.

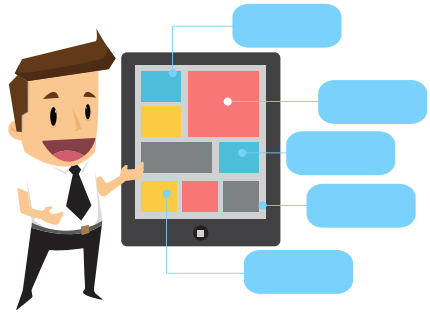
A questão é que o volume de informações gerado em cada interação é imenso: nomes de contatos, endereços, números de telefone, registros de preferências do cliente que incluem, por exemplo, o melhor horário para encontrá-lo, com quem falar caso o contato principal não esteja disponível, produtos ou serviços de maior interesse etc.

Como resultado, muito se perde por conta da descentralização de dados e isso tem um forte impacto no fechamento de vendas. Não acredita? Então confira o que diz nosso cliente **Connect – Diálogo e Negociação**:

> *Muitas oportunidades acabavam passando despercebidas, pois contávamos mais com a memória e controles avulsos do que com um sistema estruturado", **Eduardo Dias – gestor de negócios**.*

Ao começar a usar o Agendor, a consultoria adotou a ferramenta integralmente em suas rotinas comerciais e, com isso, aumentou sua base de clientes, bem como a abrangência de atuação. Para conferir o depoimento completo, clique aqui.

© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.



O exemplo que apresentaremos a seguir pode ajudá-lo a entender a dimensão do problema. Pense na seguinte situação: no primeiro contato com o vendedor, o cliente destaca que está disponível para tratar de assuntos comerciais apenas de terça à sexta, no período da tarde.

O vendedor deixa de registrar a observação e, no contato seguinte, comete o engano de procurar o possível comprador em uma segunda-feira pela manhã, exatamente no horário de sua reunião semanal com os outros membros da diretoria.

O celular do diretor toca uma vez, ele ignora. De repente, outra ligação (ignorada da mesma maneira). Na terceira tentativa, o diretor atende, afinal, deve ser algo urgente. Eis que ao ouvir a voz do cliente, o vendedor o cumprimenta e pede o retorno sobre a proposta encaminhada. O desfecho você já consegue imaginar – uma resposta "pra lá de travessada" e um possível adeus ao contrato que tinha tudo para ser fechado com sucesso.

O resultado não seria diferente se a observação feita pelo cliente no primeiro contato estivesse concentrada no mesmo lugar em que está seu telefone, data de aniversário, endereço completo, site, produtos ou serviços de maior interesse, entre outros dados acessíveis online e off-line ao time de vendas?

Com o Agendor, isso é perfeitamente possível pela funcionalidade **Centralização do cadastro de clientes**. Com ela, você pode manter seu cadastro de clientes, fornecedores e parceiros centralizado na nuvem e disponível onde você precisar. E ainda pode anotar tudo o que foi tratado com seus clientes em uma ficha específica para cada um deles dentro do Agendor. É como se tivesse um arquivo de cada cliente sempre em mãos.

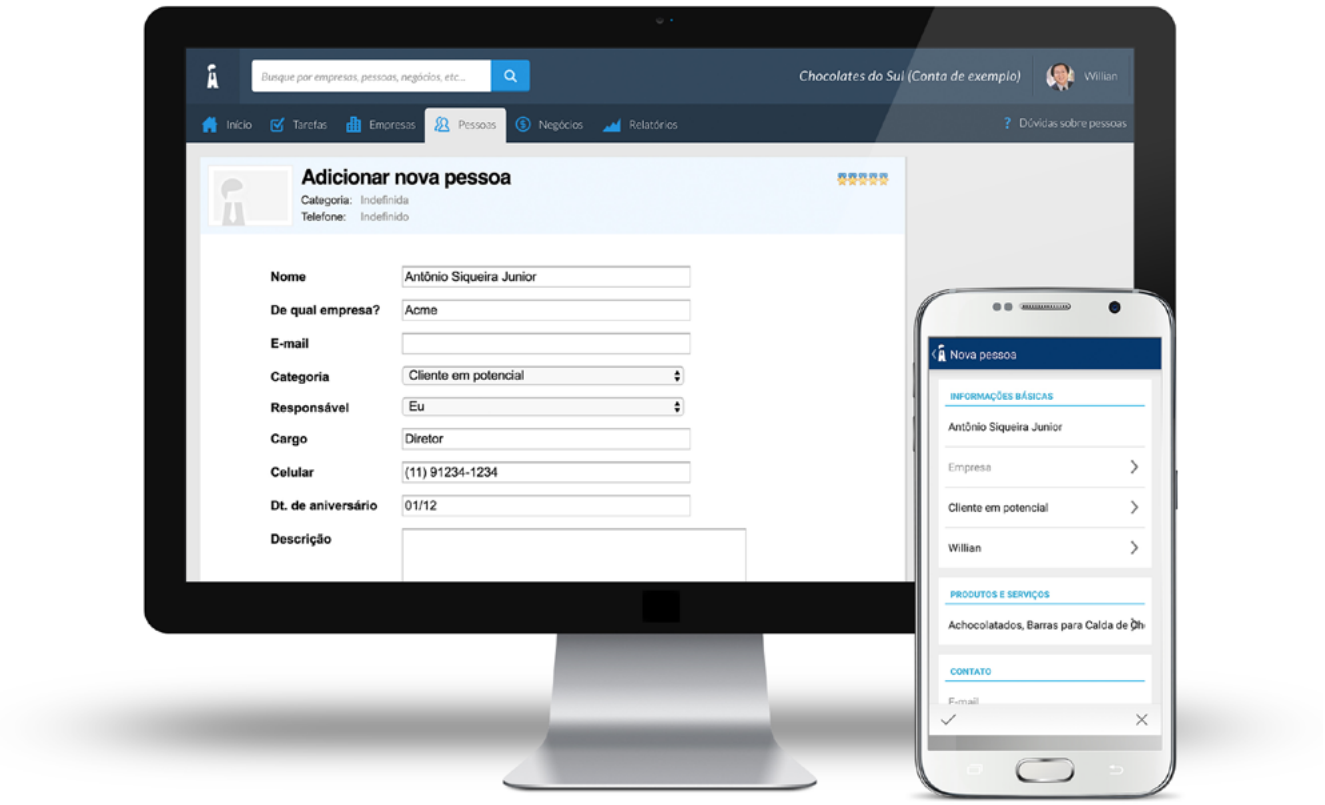
© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.

Agora vamos mostrar como isso pode ser feito.

Primeiramente, o vendedor precisa cadastrar o cliente no Agendor. Toda vez que um cliente for prospectado, entrar em contato via fone, chat ou e-mail, ele **precisa ser devidamente cadastrado no Agendor**.

Quanto mais completo o cadastro, melhor. Alguns dados importantes são:

- E-mail;
- Telefones (fixo, celular e outros contatos, se for preciso);
- Skype (ou outros comunicadores, como Google Hangout, ou Facebook FaceTime);
- Endereço completo;
- O que mais for útil.



© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.

IMPORTANTE | Ao começar um cadastro completo do seu potencial cliente, mesmo que inicialmente não feche negócio, o vendedor conta com todas as informações profissionais e de contato do prospect registradas pelo app para realizar abordagens futuras. Isso aumenta suas chances de ser mais assertivo ao apresentar uma nova proposta muito mais alinhada ao perfil e à necessidade do possível cliente (pautada naquilo que já foi observado).

Agora que você já tem seu contato devidamente cadastrado, a partir do primeiro contato – ativo ou passivo – pode começar a trabalhar alimentando as informações e o relacionamento com o cliente.

Uma força no follow-up

Neste material, trataremos superficialmente do tema follow-up. Mas se desejar mais detalhes sobre **como usar o Agendor para fazer follow-up com os clientes**, clique aqui e confira um relatório que contém todas as informações.

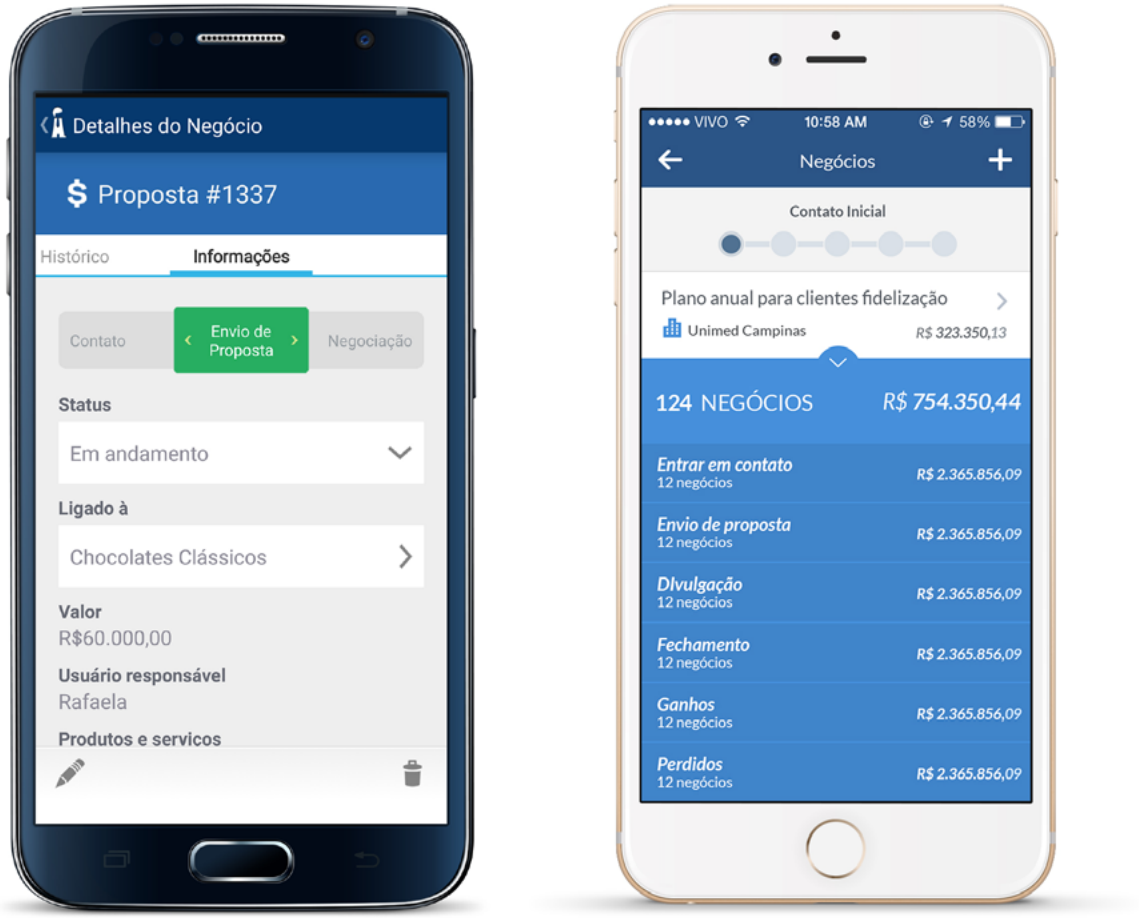
O vendedor não pode ficar à mercê do follow-up passivo, que é quando o cliente decide entrar em contato para informar a sua decisão. Pelo contrário, precisa fazer follow-up ativamente. Estabelecer prazos e, entrar em contato, via fone, e-mail e outros meios de contato para saber o andamento da oportunidade comercial.

© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.

Tudo no momento certo, com as informações apuradas e com a resposta que o cliente, muitas vezes, nem sabe que precisa. E como identificar isso? Pelas informações que estão concentradas no Agendor.

Você falou com o cliente via telefone, mandou uma apresentação, compareceu à determinada reunião ou realizou um call com o cliente. Agora está na hora de **agendar o acompanhamento dessa tarefa**.

É possível fazer esse agendamento até mesmo durante a conversa com cliente, via fone, após sair da reunião, por meio do aplicativo Agendor para Android e iOS.



© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.

Para adicionar uma tarefa no Agendor, tudo o que você precisa fazer é:

1. Acessar sua conta do Agendor;
2. Selecionar a aba tarefas;
3. Adicionar uma tarefa;
4. No campo da tarefa, colocar um breve resumo da tarefa, para quando ela é e a quem se destina;
5. Pronto, tarefa criada.

O Agendor envia dois e-mails lembretes para você não se esquecer de realizar essa tarefa. O primeiro é enviado às 7h, no dia em que a tarefa deve ser realizada, e um novo e-mail chega uma hora antes do horário registrado para o cumprimento da tarefa.

Caso tenha o app Android ou iOS, você receberá também uma notificação em seu celular. Dessa forma, não se esquecerá de fazer nenhum follow-up importante.

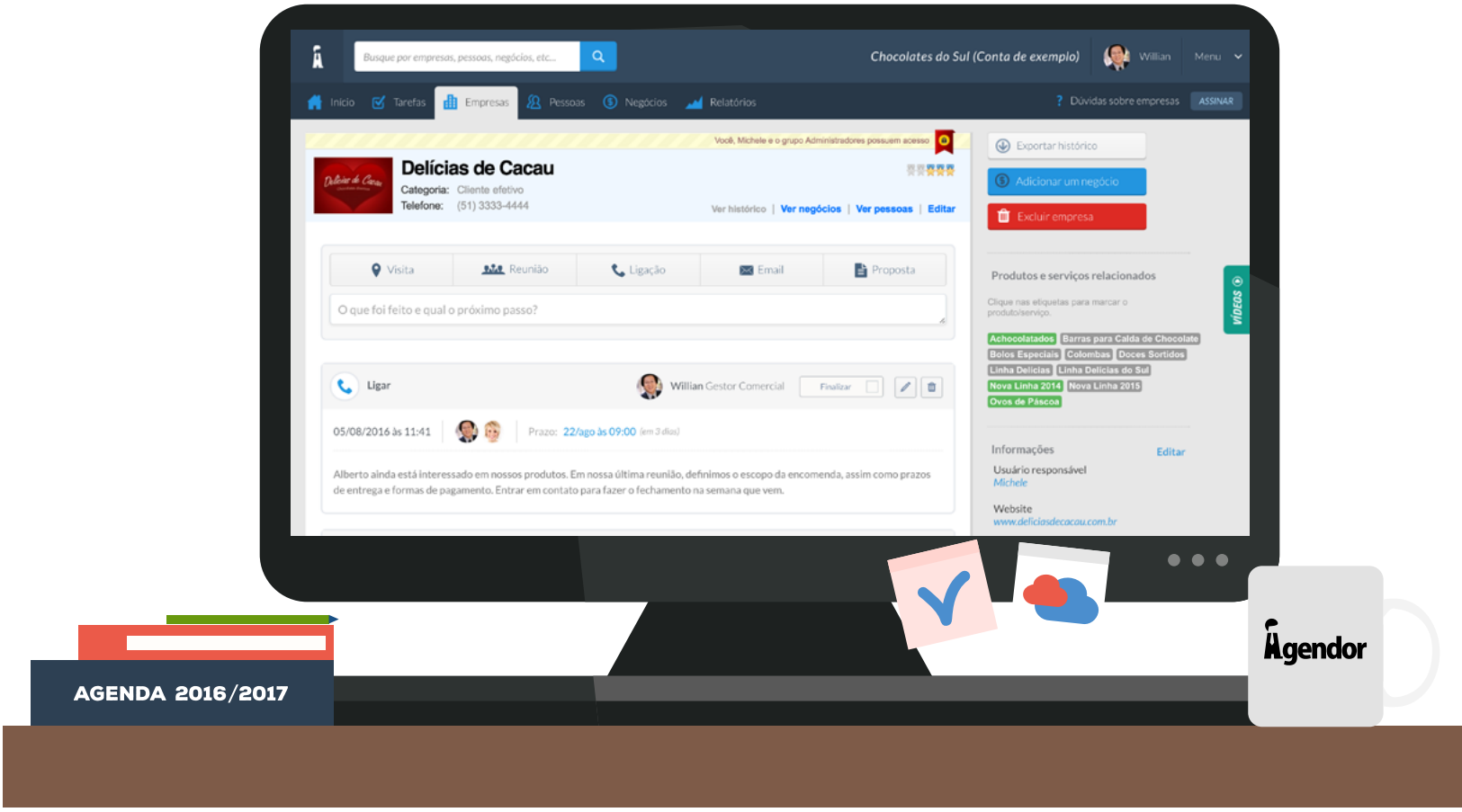
Importante manter a atualização das informações a cada ação de follow-up e definir novas datas e ações para manter o relacionamento com os clientes, mesmo depois de terem fechado negócio com sua empresa.

Lembre-se de fazer perguntas no seu contato de follow-up:

- **"Algo mudou desde nosso último contato?"**
- **"Você está precisando de ajuda para esclarecer dúvidas do produto ou serviço? Posso enviar alguns materiais?"**
- **"Você continua interessado em nossa proposta?"**

© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.

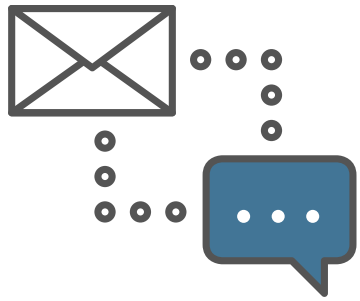
Coloque essas informações no histórico do cliente e, ao desligar, agende novo contato de follow-up. **Isso vai ajudar em etapas futuras de vendas**.



Vantagens para toda a área comercial

O cadastro de informações é apenas uma das funcionalidades vantajosas para vendedores e gestores da área comercial. O vendedor não espera até o fim do dia e também não precisa reservar um dia da semana para atualizar o sistema com as informações de suas vendas – o que aumenta em 20% sua produtividade, bem como evita a perda de muitas informações por conta de esquecimento, problemas com equipamentos ou outros motivos.

© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.



De onde estiver e em tempo real, o vendedor registra tudo o que está acontecendo em seu dia, cada visita e negociação. Dessa forma, seu gestor também acompanha todas as informações referentes aos clientes abordados, com quem foi trocado e-mail, para quem o vendedor deve retornar após o prazo estipulado, que materiais precisa enviar para determinada empresa etc.

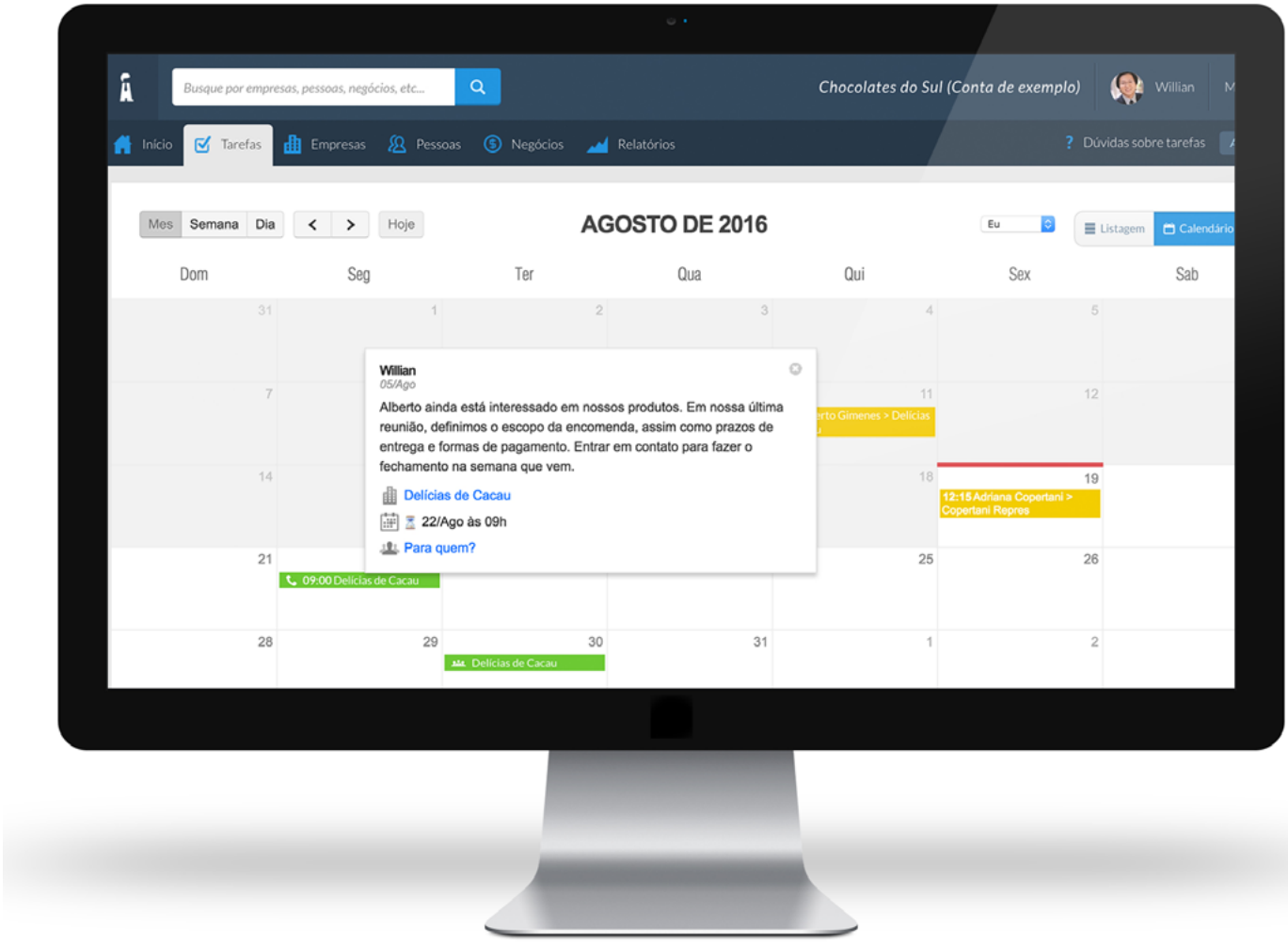
Da mesma forma, o gestor não precisa esperar até o fim do dia (quando o vendedor retorna ao escritório) ou acompanhar seu funcionário em todas as visitas para poder dar orientações referentes à negociação.

Isso é inviável já para pequenas empresas, imagine para grandes grupos formados por uma área comercial com mais de duzentos colaboradores! Outra vantagem para o gestor com o uso do Agendor está em poder dar orientações importantes em tempo real.

Já o cadastro de tarefas (ou centralização de tarefas) permite que o gestor de vendas acompanhe, se necessário, cada atividade realizada por seus vendedores. Da mesma maneira, o próprio vendedor consegue programar-se todas as manhãs, ao receber diariamente um resumo de suas principais tarefas do dia.

© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.

Essas tarefas também podem ser vistas pelo calendário, como demonstra a imagem abaixo:



Pelo calendário, a visualização de reuniões e lembretes agendados pelo gestor para sua equipe comercial fica acessível a todos e também fácil de ser visualizada.

© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.

Registro de todos os e-mails trocados com clientes

Você precisa resgatar uma conversa que aconteceu por e-mail entre seu cliente com um vendedor que hoje já não está na equipe. Pede até ajuda ao pessoal da área de TI da empresa, mas percebe que será impossível encontrar.

Não seria prático levantar informações mais antigas, se toda troca de e-mails ficasse registrada em seu sistema?

Com o Agendor, esse processo é possível e bastante simples, pois você pode manter tais registros nos históricos da ferramenta. Basta copiar o e-mail do seu Agendor na conversa com um cliente e deixar que o Agendor organize a negociação.

Para o vendedor que precisar recapitular alguma etapa da negociação, esse recurso também é extremamente relevante.



© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.

Além da opção de copiar o e-mail do seu Agendor na conversa com um cliente, você ainda pode configurar o Outlook para sempre copiar os e-mails no Agendor.

Para tanto, dentro do seu Agendor, clique na aba "Menu" > "Configurações", desça até a seção "E-mail da conta" e copie o e-mail de sua conta.

No Outlook, vá até o canto inferior esquerdo e clique no ícone "Contatos". Em seguida, clique no botão "Novo contato" (canto superior esquerdo), insira um novo contato com o nome "Agendor" e o e-mail de sua conta (que foi copiado).

Volte para a caixa de entrada clicando no ícone "E-mail" no canto inferior esquerdo (acima do ícone de calendário); na parte superior do seu Outlook, clique em "Regras" > "Gerenciar regras e alertas"; em seguida, clique em "Nova Regra..." e selecione a opção "Aplicar regra em mensagens que eu enviar", depois clique em "Avançar".

Selecione a opção "através da conta especificada" e insira seu e-mail do Agendor no campo. Após gravar o e-mail, basta clicar em "Próximo" até concluir.

Relatórios para monitoramento detalhado de atividades e informações comerciais

De que adianta ter as informações de seus clientes e negociações reunidas em um sistema, se você não as analisa e não consegue extrair direcionamentos com elas?

© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.



Sem um monitoramento detalhado, o gestor comercial não sabe o que seus vendedores estão fazendo e fica alheio ao que está acontecendo com potenciais clientes.

Ao conseguir analisar as ações de vendas, o gestor direciona o rumo das oportunidades, corrige eventuais erros e pode tirar maior proveito das vendas, direcionando melhor sua equipe.

Com esse acompanhamento, ainda é possível saber o que cada vendedor está negociando com seus clientes, bem como analisar o desempenho da equipe. Veja como isso fica simples quando você usa o Agendor!

Com os relatórios do Agendor, é possível visualizar facilmente o que está funcionando e o que precisa mudar na área comercial, analisando desempenho, quantidade e valores dos negócios.

Isso é possível com a utilização de diversas métricas (indicadores) como:

- Quantidade de visitas, propostas, ligações, e-mails e reuniões agendadas/finalizadas.
- Quantidade de empresas, negócios, pessoas, tarefas, e valores de cada negócio.

© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.

Para análises detalhadas, indicamos usar as próprias abas do sistema “Empresas, Pessoas, Negócios e Tarefas”.

Você ainda pode imprimir esses relatórios, bem como históricos de clientes, calendário, funil de vendas, enfim, qualquer tela do Agendor, apertando as teclas CTRL + P do teclado.



Para conferir o passo a passo da criação de um relatório, indicamos que acesse o vídeo Como criar relatórios no Agendor.

Níveis ou Privacidade de acesso

Outro tópico muito importante para todo departamento comercial é a questão de níveis ou privacidade de acesso. Sabemos como é duro criar e cultivar uma boa carteira e, claro, algumas informações são mais estratégicas e requerem cuidado.

Por isso, criamos no Agendor uma funcionalidade chamada **Privacidade**, que que possibilita separar a carteira de clientes por vendedores, impedindo que um vendedor veja os clientes e negócios de outro. Em outras palavras, cada vendedor tem acesso somente a sua carteira de clientes.

© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.

O ponto mais interessante dessa funcionalidade é que a privacidade de empresas, pessoas e negócios é independente, ou seja, você pode ter uma empresa com privacidade fechada, mas ter um negócio dentro dessa empresa com privacidade aberta.



Em Privacidade, você define qual o acesso padrão que os novos cadastros de empresas, pessoas, negócios e tarefas terão. Se você determinar a privacidade como "aberta", os novos clientes cadastrados ficarão visíveis a todos usuários, mesmo que haja um vendedor específico para atender esse cliente.

Por outro lado, se você determinar a privacidade como "fechada", todos os novos clientes e negócios cadastrados ficarão restritos a pessoa que cadastrou ou aos responsáveis a quem estiverem sido atribuídos tais negócios ou clientes.

Há ainda uma opção para você alterar a privacidade de todos os seus negócios de uma só vez. Mas é preciso ter certeza da mudança, já que não é possível desfazer a ação. A partir dela, você só conseguirá alterar a privacidade de maneira manual (editando cadastro por cadastro).

Na tela de configurações, ao mudar o "Modo de Privacidade" para "Aberta" o "Fechada, marcar a opção para aplicar a alteração a todos os clientes e negócios já cadastrados e clicar no botão "Gravar alterações", se o usuário definiu o modo de privacidade como "Fechada", todos os clientes e negócios terão suas privacidades fechadas para o usuário que os cadastrou, para o usuário responsável e para os usuários administradores da conta. Caso ele tenha marcado como "Aberta", todos os clientes e negócios (já cadastrados na base) terão a privacidade aberta.

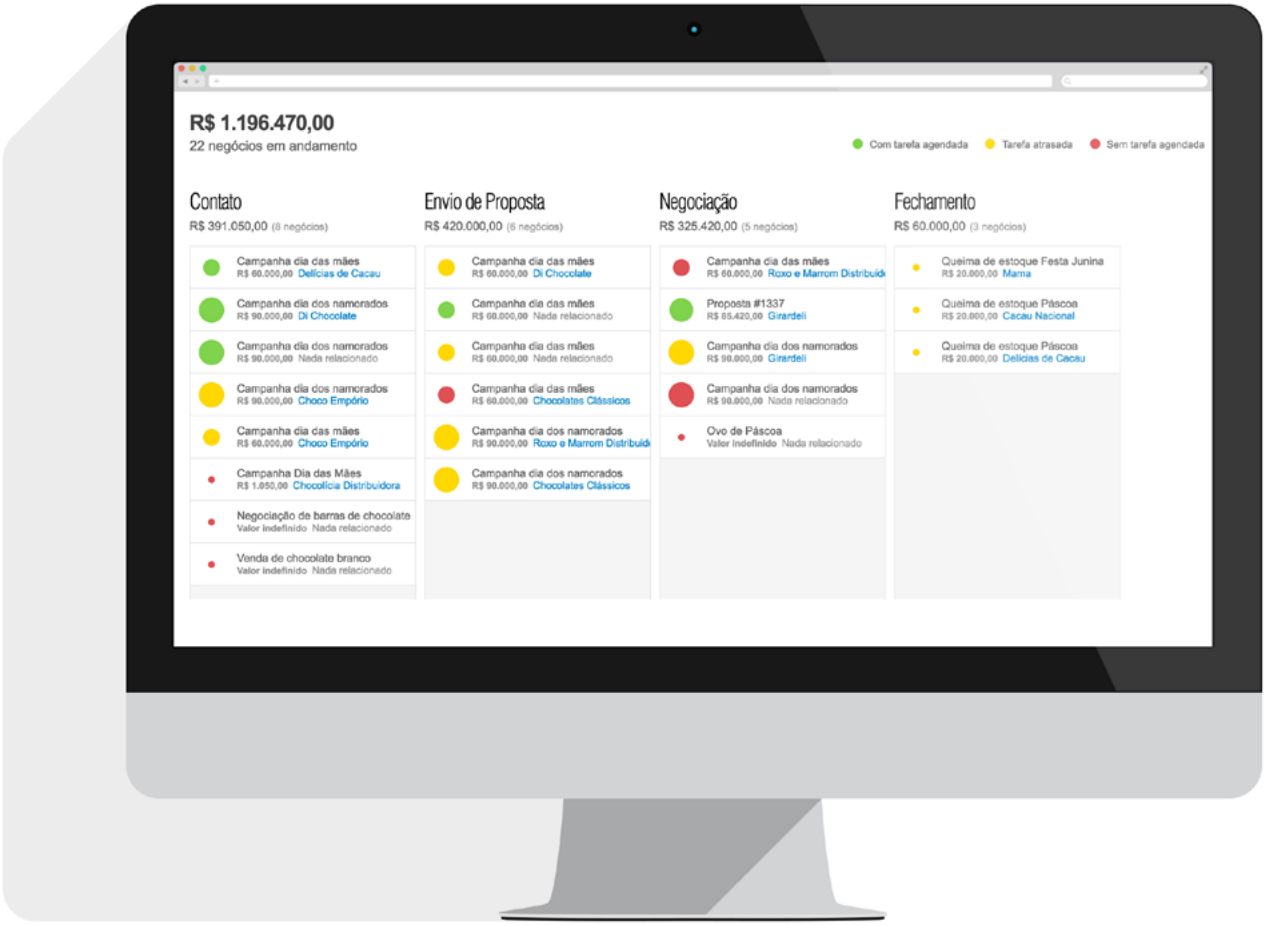
© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.

No entanto, mesmo deixando a privacidade como fechada com acesso apenas ao vendedor responsável e, claro, ao grupo de administradores, você pode posteriormente liberar acesso a uma nova pessoa. Basta ir até a aba “Empresas”, selecionar o cliente específico, clicar em editar e, em seguida, editar o item “Privacidade” que aparece logo abaixo dos campos “Website” e “Descrição”.

Disponibilizamos um vídeo desse passo a passo. Para acessá-lo, clique aqui.

Funil de vendas na nuvem

Provavelmente, sua empresa já trabalha com um funil de vendas, organizando cada negociação em etapas como prospecção, envio de proposta, follow-up e fechamento.



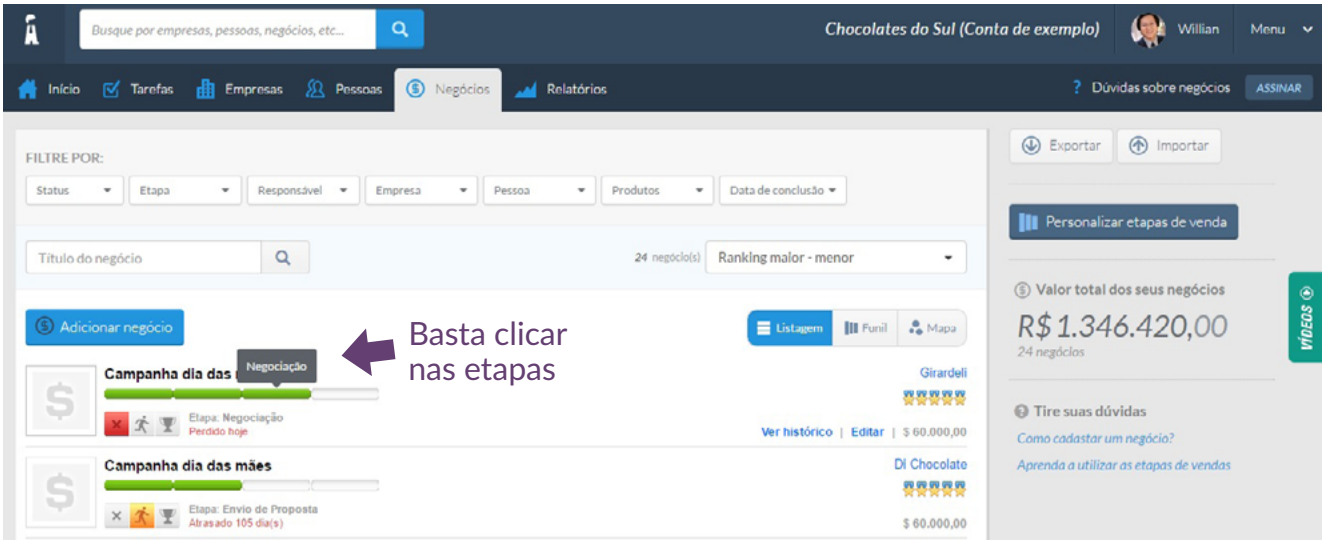
© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.

Essa é uma ferramenta poderosa para gerenciar e projetar os resultados das vendas. Definindo as etapas em formato de funil, é possível ter uma ideia de qual venda precisa de um foco maior e estimar o resultado das vendas do mês.

A criação do funil de vendas no Agendor é prática e como ele estará disponível em nuvem, você não precisa se preocupar em ficar com o arquivo desatualizado ou em perder informações. Para definir ou alterar uma etapa de uma negociação, por exemplo, você só precisa de um clique.

O Agendor já vem configurado com quatro etapas de vendas (Contato, Envio de Proposta, Follow-up e Fechamento) e você ainda pode personalizar o funil especificamente para sua empresa com os Planos Pro.

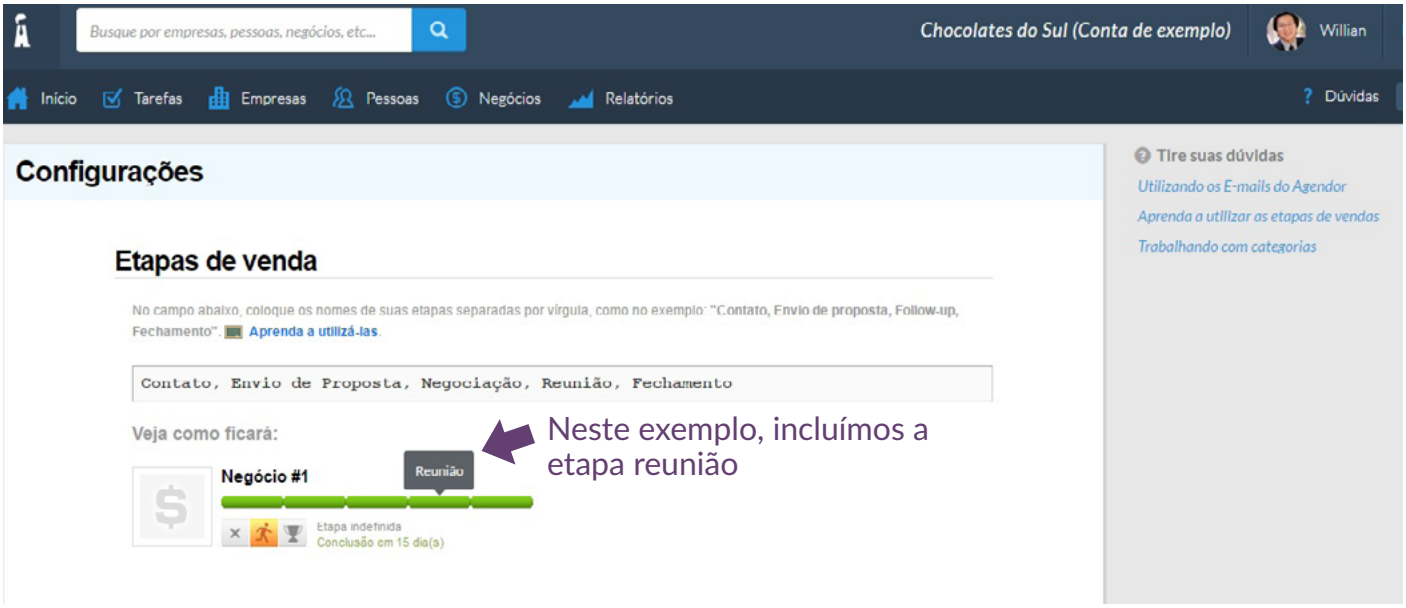
A grande vantagem de personalizar o funil de vendas para a sua empresa é poder usar os nomes mais adequados nas etapas e organizá-lo em até dez etapas.



© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.

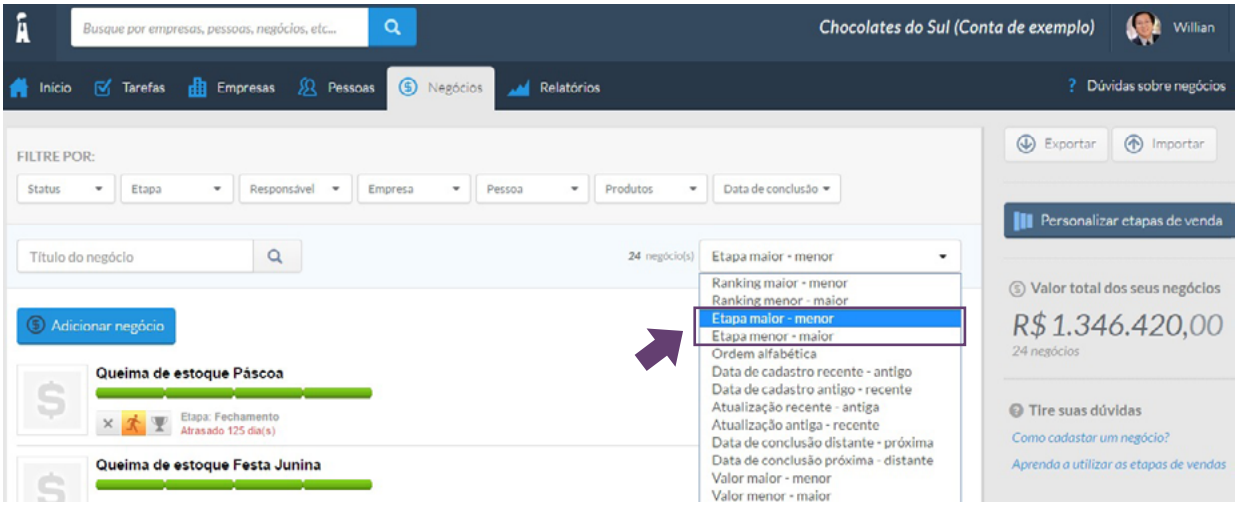
Você não leva mais que um minuto para isso. Basta clicar em “Personalizar Etapas de Venda” na aba Negócios ou acessar no “Menu” > “Configurações”.

No campo que é mostrado, altere os nomes das etapas separando-os com vírgulas. Se já existirem negócios com etapas definidas, o Agendor lhe mostrará uma tela para que você faça a correspondência das etapas.



Já se você deseja saber quais são as negociações que estão mais próximas do fechamento ou priorizar aquelas que necessitam de uma atenção mais especial, use a ordenação por etapa na aba Negócios: “Maior – Menor” mostrará as que estão mais próximas do fechamento em primeiro. “Menor – Maior” mostrará as que estão no início do funil.

© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.



Você também tem a opção de visualizar somente os negócios que estão na etapa de “envio de proposta”, “prospecção” ou qualquer outra etapa que você personalizou para a sua empresa. Para isso, há o filtro por “Etapa” na aba Negócios. Ao acessá-lo, são mostrados somente os negócios que estão na etapa que você selecionou.

Integração com outras ferramentas

Que grande empresa já não conta com algum sistema? E a principal preocupação que ouvimos dos gestores que buscam o Agendor é: conseguimos integrar nosso sistema com o Agendor? Isso porque as integrações eliminam todo o trabalho manual, o que torna os processos internos muito mais ágeis e eficientes.

© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.

Com o Agendor, é possível fazer integrações com ERPs, ferramentas de e-mail marketing, intranets, aplicativos de gestão de projetos e até aplicativos de apresentação de propostas em campos, como catálogos de produtos. Ao concluir uma venda no Agendor, você pode, por exemplo, atualizar essa informação em seu ERP programaticamente.

O passo a passo para integrar qualquer sistema ao Agendor é bastante simples. Nossa solução possui uma API pública (tecnologia para integração de sistemas) que é atualizada constantemente. Para acessar a documentação dessa API, clique em api.agendor.com.br.



© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.

Basta enviar o link ao seu time de programadores. Dessa forma, eles terão acesso à toda a documentação que explica em detalhes como a API funciona.

Qualquer dúvida durante o processo de integração pode ser esclarecida com nosso time de Customer Success.

E então, pronto para ver a área comercial decolar?

Com esse passo a passo sobre como usar as principais funcionalidades do Agendor indicadas para empresas com grandes áreas comerciais, esperamos que você, além de garantir uma boa tecnologia para aprimorar seu processo comercial, consiga colher outros frutos a partir das ações que o app irá possibilitar. Entre eles:

- Novos negócios e vendas;
- Engajamento da equipe;
- Fidelização de clientes;
- Organização e registro de informações;
- Indicações feitas por clientes para prospects;
- Mais investimentos em produtos ou serviços.

Recapitulando as funcionalidades abordadas, temos:

Cadastro de clientes - registro e centralização de todas as informações levantadas com o cliente;

Follow-up com clientes - agendamento e recebimento de lembretes das visitas agendadas e compromissos, tanto por e-mail como pelos aplicativos para Android e iOS;

© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.

Registro de informações em tempo real - enquanto o time comercial cadastra dados referentes a vendas e clientes, o gestor acompanha em tempo real. Não se perde informação e, muito menos, oportunidades;

Registro e-mails - todos os e-mails trocados com os clientes ficam seguramente guardados e fáceis de serem acessados;

Relatórios para monitoramento - relatórios para análises detalhadas que possibilitam tanto a avaliação de desempenho da equipe como os produtos e serviços oferecidos;

Níveis ou Privacidade de acesso - possibilidade de separar a carteira de clientes por vendedores;

Funil de vendas na nuvem - ao definir as etapas em formato de funil, é possível saber quais negócios precisam de mais atenção e também estimar o resultado das vendas do mês; como o funil fica disponível em nuvem, nenhuma informação é perdida ou fica desatualizada;

Integração com outras ferramentas - é possível fazer integrações com ERPs, ferramentas de e-mail marketing, intranets, aplicativos de gestão de projetos e até aplicativos de apresentação de propostas em campos, como catálogos de produtos.

Quando a empresa investe em ações direcionadas ao resultado e implementa com empenho uma ferramenta para gestão comercial, segue rumo à melhoria contínua, impulsionando negócios e vendas. Por isso, não perca tempo e extraia o que o Agendor tem de melhor para seu negócio!

© 2016 Agendor | Todos os direitos reservados.

IMPULSIONE RESULTADOS COM O AGENDOR

Agora que você já sabe como o Agendor pode ajudar empresas de grande porte a estruturarem a gestão comercial, não perca tempo! Experimente gratuitamente o Agendor e coloque em prática todas as nossas dicas.

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

EXPERIMENTE POR 14 DIAS GRÁTIS

Agendor