exact sales | agendor

Vendas:

teorias e práticas avançadas

Introdução

Conhecer teorias e práticas avançadas de vendas é essencial para aprimorar o seu processo. Aprenda técnicas de persuasão, gatilhos mentais, dicas para suas apresentações e comportamentos para vender mais.



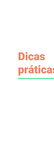
Neuromarketing aplicado às vendas

Objetivo: entender como o subconsciente das pessoas funciona em um processo de compra.

Importância: fortalecer um discurso de persuasão e auxiliar no entendimento do que fazer para aumentar as chances de fechar negócios.

Como funciona o cérebro: dividido em 3 partes

01 Reptiliano | 02 Límbico | 03 Cortical



Mais de 90% das nossas decisões passam pelo reptiliano.

Responsável pelos instintos humanos, pois se sobrepõe a outras partes do cérebro em momentos de tomada de decisão.

Aplique técnicas de neuromarketing para estimular que o prospect use a parte do cérebro mais propícia para a tomada de decisão que queremos que ele tome.

Como?

- A — Domine o discurso de vendas;
- B — Entenda os gatilhos de defesa de cada pessoa;
- C — Use técnicas de persuasão.

Dicas práticas:

- **Vença o egoaprisionismo:** faça com que o prospect se sinta no domínio da situação e passe seu valor durante a conversa para fugar a atenção dele;
- **Utilize contraste:** apresente opções com diferenças consideráveis e argumente sobre os pontos a seu favor;
- **Dificulte e exclarareça com argumentos tangíveis:** valorize a complexidade do tema e esclareça de forma didática como seu serviço pode solucionar a questão;
- **Use pontos de ápice:** crie uma "montanha-russa" durante o discurso. Crie impacto e ganhe autoridade no início e, ao final, deixe uma mensagem marcante.
- **Coloque ênfase na explanação:** storytelling atrai atenção, gera empatia, provoca impacto e ajuda na fixação do conteúdo.
- **Torne-se essencial:** mostre que sua solução é tão importante a ponto de seu prospect se questionar se será possível manter os negócios sem ela.



Princípios de persuasão

Conheça os princípios de persuasão e exemplos práticos que podem fazer parte da sua estratégia de vendas.



A. Afinidade

Esteja adequado ao ambiente e perfil do seu prospect. Se for mais formal, vista-se e aja de forma mais séria. Se for informal, passe a mensagem de descontração, sem perder a autoridade.

B. Semelhança

Cite pontos de semelhança com o prospect para que ele se sinta atraído a fechar negócio. Use dados coletados durante a qualificação que sejam relevantes para a geração de rapport.

C. Elogios

Valorize o trabalho do prospect de forma honesta, para não causar a impressão de falsidade e prejudicar o seu discurso no momento de atacar as dores do seu interlocutor.

D. Admiração

Dê elementos para que o prospect possa admirá-lo, não só por seus resultados entregues, mas também por sua personalidade. O ser humano é mais propenso a ser influenciado pelas pessoas de que gosta.

E. Cooperação

Deixe muito claro que você quer ajudar o seu cliente, mesmo que ele não feche com você. Dessa forma, é muito mais fácil conquistar a confiança e avançar no funil.

F. Autoridade

A melhor forma de autoridade é a que surge naturalmente, a partir da superioridade de conhecimentos ou pelo know-how em determinada área. Como especialista, ensine a ele particularidades técnicas de sua especialidade que ele não tem conhecimento.

G. Ancoragem

É a tendência do cérebro humano de comparar informações recebidas ao longo de um período, em relação à primeira parte de informação que recebeu. Para usá-la, utilize referências impactantes que gerem comparações com seu negócio e ancore alto para que o cliente entenda que o seu custo-benefício é o mais interessante.



Gatilhos mentais

São estímulos que o cérebro recebe e influencia a tomada de decisão. Veja exemplos de gatilhos mentais nas vendas.

1 Prova social

95% das pessoas são imitadoras e 5% são iniciadoras. Decidimos o que é correto ao ver o que as outras pessoas acham que é correto. Isso aumenta a sensação de segurança no momento da compra. Use depoimentos de outros clientes nos materiais de divulgação.

2 Compromisso

A tendência humana é se esforçar para cumprir o que foi acordado. Ao final da reunião, estimule o prospect a assumir um compromisso como dar um retorno em um prazo específico. Reforce o combinado com um email.

3 Reciprocidade

Perder algo gera um impacto mais forte que ganhar. Na argumentação de vendas, reforce que o prospect tem muito a perder se não comprar com você. A forma estratégia para gerar a sensação de escassez. Aqui na Exact, por exemplo, aplicamos esse gatilho mental para agendar reuniões com um vendedor: "Eu tenho um horário para amanhã. Depois, só daqui a uma semana. A agenda desse vendedor é bem concorrida". Funciona!

4 Escassez

Saiba oferecer as coisas para receber de volta. O processo comercial deve ser baseado nisso. Ao fornecer informações relevantes sobre o segmento do prospect e como sua solução pode ajudá-lo, o vendedor ganha a confiança - e o dinheiro - do potencial cliente.



Dicas de leituras

Confira a lista de livros indicados por Théo Orosco, CEO da Exact Sales, e seus principais tópicos para contribuir na argumentação de vendas.



Livro: **O Maior Vendedor do Mundo**

Autor: **OG Mandino**

- Forme bons hábitos e torne-se eficaz deles
- Foque nas qualidades que te rodeiam.
- Amar o que faz e o que vende é fator determinante para o seu sucesso.
- Foque nas suas singularidades e no que você pode oferecer.
- Gerencie seu tempo, ele é seu principal ativo.
- Controle suas emoções, elas são a base do seu resultado.
- Ria das adversidades: aprenda com elas, mas não se prenda a elas.
- Gere valor com o conhecimento adquirido.
- Nenhum planejamento é mais forte que a ação. Realize agora!



Livro: **7 hábitos das pessoas altamente eficazes**

Autor: **Stephen Covey**

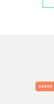
- Seja proativo.
- Assuma sua responsabilidade; não procure culpados.
- Inicie a venda com objetivo em mente.
- Priorize suas ações.
- Pense sempre em ganha-ganha. Mutualismo é a chave do sucesso.
- Procure compreender primeiro para depois agir de fato.
- Conhecimentos valem sinergicos são muito fortes quando usados juntos.
- Renove seu espírito a cada novo desafio.



Livro: **Como fazer amigos e influenciar pessoas**

Autor: **Dale Carnegie**

- Respeite a opinião, nunca diga "você está enganado".
- Lembre-se que o nome de uma pessoa é, para ela, o som mais importante.
- Incentive os outros a falar deles mesmos.
- Faça a outra pessoa se sentir importante.
- Deixe que a outra pessoa sinta que a ideia é dela.
- Sinta e seja verdadeiramente interessado.
- Dramatize suas ideias e dê vida a elas.
- Lance um desafio.



Livro: **A máquina definitiva de vendas**

Autor: **Chet Holmes**

- Estabeleça seus padrões de comportamento.
- Torne suas reuniões mais eficientes: pauta, registre e estabeleça próximos passos.
- Seja um estrategista, pilote o avião, faque no controle.
- Olhe profundamente para conquistar os melhores compradores.
- Crie vínculos com seus possíveis clientes.
- Integre todos os processos que você utilizar.

Livro: **A Arte da Guerra**

Autor: **Sun Tzu**

- Antes de iniciar a guerra, avalie suas reais possibilidades de vitória.
- Conheça seu inimigo e conheça a si mesmo.
- Evite pontos fortes e ataque pontos fracos.
- A oportunidade para derrotar é fornecida pelo próprio inimigo.
- O maior triunfo é vencer o inimigo sem ter que lutar.

Na prática

Antes de começar qualquer reunião, conheça o seu lead. Levante perguntas que darão indícios do que o seu lead gosta e como você pode criar empatia e se aproximar mais dele. Importante: no fim desse levantamento, sempre tenha um fio condutado.

01

A atuação da Pré-venda é fundamental para o sucesso de um fechamento. Para auxiliar no ganho de autoridade, o pré-vendedor deve vender, não somente a reunião, como também o vendedor que dará sequência ao processo. Dessa forma, o potencial cliente irá se sentir engajado em marcar uma reunião com você.

02

A adoção de ferramentas é um tópico fundamental para gerenciar e ter controle sobre todas as etapas de um processo de vendas. Na Pré-venda, por exemplo, é possível contar com uma solução completa de qualificação de leads: trata-se do EXACT SPOTTER, o nosso SaaS, aqui da Exact Sales. Ele é um vendedeiro alado na hora de avaliar o SCP do lead, ser assertivo na hora de prospectar e, ainda, ajuda a fechar negócios de maneira rápida e eficiente.

03

Quando for montar a sua apresentação de vendas, esteja atento à ordem das informações que você irá apresentar. A disposição do conteúdo é fundamental para que tudo tenha o peso que você quer que tenha no momento que você julgar necessário.

04

Já na etapa de tração, para gerenciar os prospects que estão na sua carteira e visualizar cada uma das ações realizadas pelos vendedores, o Agendor é a melhor opção. Com ele, você tem uma visão total do funil de vendas de cada vendedor e consegue avaliar produtividade, acompanhar crongrama, categorizar oportunidades e acompanhar relatórios completos.

05

Estrutura lógica de apresentação baseada em neuromarketing

Ganho de imagem → Ganho de autoridade → Abordagem técnica → Confirmação se a abordagem técnica faz sentido para o cliente → Negociação → Follow Up

exact sales
GANHE DIAGNÓSTICO DO SEU PROCESSO DE VENDA

agendor
GANHE 14 DIAS PARA TESTAR