

MANUAL DE PROSPECÇÃO
de **Novos**
Clientes



PROSPECTA

RELATÓRIO DE OBRAS

Parabéns,

você acaba de dar o primeiro passo em direção ao **sucesso da sua empresa!**

A partir de hoje sua empresa faz parte de um seleto grupo de empreendedores.

Antes de começar, reflita:

“Quantas vezes você já ficou de mandar ou responder um e-mail e não deu tempo?”

“Quantas vezes você disse essa frase: Estava numa correria aqui e não consegui retornar?”

“Você já teve a sensação que o dia precisaria ter 48 horas para que todas as tarefas pudessem ser resolvidas?”

Pois é, você não é o único!

A péssima notícia é que ainda que o dia tivesse 100 horas, você ainda deixaria de enviar o e-mail.

A boa notícia é que eu posso te ajudar a mudar isso.

Como?

Trabalhando com **PRODUTIVIDADE**.

Veja bem, quanto tempo leva para você enviar ou responder um e-mail?

Topa fazer um teste?

Me envia um e-mail, nada de especial, apenas me envie um e-mail dizendo se está chovendo ou não na sua cidade neste momento!

Meu e-mail é descomplica@prospectaobras.com

Vai lá...eu te espero aqui!

...mas se não puder fazer isso agora, tudo bem, faça esse teste depois, estarei ansioso pelo seu e-mail.

A maioria das pessoas enviam este e-mail em menos de 3 minutos.

Isso porque se concentraram em realizar esta ação neste momento.

Agora quer ouvir algo que vai te lembrar alguém?

90% das pessoas que não me enviam este e-mail na mesma hora, não enviam depois.

Porque?

Eu sempre pergunto, veja as respostas mais frequentes que recebo:

“Acabei esquecendo”

(pelo menos acabou alguma coisa)

“Não deu tempo ainda de enviar”

(ainda, resta uma esperança então)

“Eu ia enviar, mas comecei a fazer tantas coisas que não deu tempo”

(parece meu filho dizendo que não fez o dever de casa porque estava jogando vídeo game)

“Nossa, era para enviar mesmo depois”

(não, não se preocupe comigo, estou bem)

Agora, quantas vezes isso acontece com você? Seja com e-mails, telefonemas, mensagens, tarefas do trabalho ou pessoal?

Isso acontece por dois motivos:

Falta de **PRODUTIVIDADE**

Falta de **PRIORIDADE**

Um dia desses levei minha família ao parque da cidade e como de costume, fomos tomar um açaí, minha esposa Mara reclamou que o gelado fez seu dente doer, não demorou muito para a dor passar, mas essa dor não era normal e precisaria de alguma atenção.

Estávamos em uma semana tranquila, mesmo assim ela não deu muita bola e não foi ao dentista, ela estava preparando algumas coisas do trabalho e não queria “perder” tempo indo resolver um “probleminha” que só aparecia de vez em quando. Duas semanas depois, estávamos com muitas tarefas, fora a rotina de levar as crianças para escola, tínhamos ainda a inauguração do nosso novo escritório em Florianópolis. Bem no dia da inauguração, o dente dela voltou a doer e desta vez pra valer, ela mal conseguia falar. Não teve jeito, ela largou tudo e foi às pressas ao dentista, a dor já era insuportável.

Mas por que ela não foi quando a dor iniciou?
Porque esperou a coisa ficar feia?

Porque a dor passou e não se tornou prioridade.
Quando a dor veio pra valer, virou prioridade.
A maioria de nós, infelizmente, agimos assim.

Eu mesmo só abasteço meu carro quando já está na reserva, isso quando não acaba no caminho.
Muitas vezes estou indo para casa e passo em frente a um posto de combustível, mas não paro, pois ainda tem um pouco e quero chegar logo na minha casa.
Acontece que quando eu mais preciso não encontro nenhum posto, você acredita?
Bem quando estou na rodovia, indo para uma reunião importante, o carro já esta na reserva, bem na reserva mesmo, não aparece nenhum posto de combustível.
Muito azar o meu. (ironia)

E tem mais!

Já percebeu que a bateria do celular acaba bem quando estamos precisando dele?

(como se não precisássemos dele todas as outras vezes)

Como ficamos sem internet bem quando precisamos do GPS?

Como nosso carro que já estava fazendo barulho estranho a dois meses, quebra do nada? E aí gastamos o dobro do que iríamos gastar se tivéssemos parado antes? Ah...e dizemos assim quando começa o barulho: "Não vou parar agora porque eu não posso ficar sem o carro e nem tenho dinheiro para arrumar agora..."

Já percebeu que acontece uma magia quando ele quebra de vez?

Arrumamos tempo para ficar sem ele e o dinheiro para consertar.

Tudo se resume a **PRIORIDADE** e **PRODUTIVIDADE**.

E o que isso tem a ver com a prospecção de novos clientes?

Tudo!

Você precisa estar preparado para produzir melhor, para dar prioridade a cada coisa no seu tempo.

Com apenas uma hora por dia você será capaz de trazer novos clientes para o seu negócio.

Desde que tenha disciplina.

Agora vamos falar do nosso sistema de prospecção, se quiser saber mais sobre produtividade, me envie um e-mail, assim que isso for uma prioridade para você!

Em **10 anos de existência** a Prospecta Obras já ajudou milhares de empresas a triplicarem seu faturamento, se você também quer desfrutar de ótimos resultados, vender com qualidade, transformar sua equipe de vendas em verdadeiros geradores de negócios, tudo isso sem depender da estabilidade do mercado, este manual poderá te ajudar a trilhar este caminho

Mas antes de começar, lembre-se, este é apenas o primeiro passo, todo processo de transformação e sucesso depende principalmente de disciplina, planejamento e foco.

O trabalho de Prospecção não nasce do dia para noite, assim como uma construção ele deve ter todas as etapas bem desenvolvidas, do alicerce ao acabamento.

Isso requer tempo e desenvolvimento contínuo.

A recompensa é uma empresa organizada, altamente lucrativa e longe dos altos e baixos do mercado!

Segundo AARON ROSS, consultor, empreendedor, professor e autor do best-seller Receita Previsível, um trabalho de prospecção pode demorar de 2 a 12 meses para ser implantado efetivamente, o empreendedor gerou mais de 100 milhões de dólares apenas como setor de prospecção na empresa americana Salesforce.com.

Apresentação



O que é Prospectar?

Segundo o dicionário, Prospector vem do latim: **prospectione**.
Que significa: “**Aquele que explora jazidas de minerais.**” ✨

Em outras palavras: é uma pessoa que explora uma região a procura de pedras preciosas.

Nas vendas, um prospector é o responsável por buscar, filtrar e trabalhar “**clientes preciosos**”.

Você se considera um Prospector?

Esta sempre garimpando as melhores oportunidades?

E o que a Prospecta Obras?

Desenvolvemos um sistema que chamamos de **Prospecção 360°**, essa característica se baseia na possibilidade de conseguir analisar e encontrar seus clientes em qualquer região de maneira ampla e direta.

Para empresas no ramo da construção civil criamos uma plataforma online que disponibiliza a seus parceiros e usuários uma gama de informações relevantes e confiáveis sobre obras em andamento em todo território nacional.

Apartir de alguns filtros, você poderá buscar as obras que mais atendem o perfil da sua empresa!

Você saberá:

- Onde estão as obras em andamento na sua região.
- Perfil completo de cada obra em andamento.
- Quem são as pessoas (proprietário e profissionais) que estão construindo e como contatá-las.

Poderá saber ainda:

- Estágio e andamento das construções
- Quem é o responsável por compra em cada obra e o que estão precisando orçar

E ainda mais:

Receber um aviso em seu e-mail toda vez que uma nova oportunidade de orçamento surgir na plataforma.





Iniciando

A semeadura é opcional, mas a colheita é obrigatória!

Você pode escolher como fazer seu trabalho, mas saiba que só vai colher os frutos dele.

Com um mercado cada vez mais competitivo e dinâmico, sua empresa precisa de um sistema eficiente de prospecção de novos clientes funcionando a todo vapor.

Vamos a algumas questões importantes:

O que preciso saber?

Este manual se trata de prospecção outbound (prospecção ativa de novos clientes).

Este setor deve ser totalmente separado de:

Reativar clientes que já compraram na empresa

Indicação de clientes através de pessoas que já compraram na empresa

Clientes que visitam a empresa por conta própria

A importância deste setor é exatamente a busca por clientes que muito provavelmente não chegariam a sua empresa de outra forma.

Como começar?

A prospecção é como uma pequena engrenagem, cada peça deve estar alinhada e funcionando corretamente.



Conheça o passo a passo de como a prospecção levará sua empresa a atingir resultados surpreendentes de forma orgânica.

Entendendo o mecanismo:



Comece pelo planejamento, nesta etapa você deverá escolher quem será seu Prospector muitas empresas falham ao sobrecarregar seus vendedores com essa função.

É extremamente importante que você tenha em mente que:

Vendedor = Vendas

Quando este profissional acumula outras funções seu custo por hora trabalhada aumenta e a ineficiência da empresa também.

Exemplo: Se seu vendedor está fazendo outra função que não é vender, ele está deixando de fazer pelo que está sendo pago, muitas vezes assumindo atribuições de um profissional mais barato, ou seja, você está gastando mais e produzindo menos.

Qual o maior erro que a empresa comete nesta hora?

Contrata mais vendedores, criando a falsa expectativa de que quantos mais vendedores, mais clientes serão atendidos.

Com esta receita o resultado vai ser uma inflação dos gastos e diminuição dos lucros, tudo que nós não queremos.

Outra avaliação importante desse aspecto é que vendedores na sua grande maioria não gostam de prospectar, ligar para clientes, criar feedback e todas aquelas etapas importantes do prospecto.

Assim como todas as empresas a sua também deve ter esse problema recorrente.

Não culpe seu vendedor, muitas vezes deixamos de conseguir a melhor performance de um profissional por não saber como melhor aproveitá-lo.

É a mesma coisa de escalar o Cristiano Ronaldo para ser Zagueiro!

Como já dissemos acima, trata-se de uma **engrenagem**, cada peça tem sua função e é importante no que faz.

O Prospecto tem características específicas, são pessoas habituadas com ligações, atendimento personalizado, contorno de objeções, direcionamento de clientes e acompanhamento.

Se está pensando em contratar alguém para esta função, segue algumas dicas:

“Este profissional pode ter experiências como secretária, telemarketing ou Call Center”

Não estou dizendo que você precisa contratar uma pessoa para fazer a prospecção, muito pelo contrario, estou dizendo que a pessoa escolhida para fazer a prospecção deverá separar uma hora do dia para se dedicar exclusivamente a isto.

Se for um vendedor, uma hora do dia ele não será vendedor, será prospector.

Lembra que falamos sobre produtividade e prioridades?

Sabe porque não conseguimos realizar uma simples tarefa durante o dia?

Porque à interrompemos.

Quantas vezes vamos responder um e-mail e paramos para atender o telefone, falar com alguém ou resolver outro problema?

Agora experimente responder o mesmo e-mail as 2 da madrugada, sem ninguém ou nada para te interromper.

Organize bem seu tempo, cada função tem sua prioridade e precisa de sua dedicação exclusiva.

Vejo varias pessoas trabalhando o dia todo e quando chegam em casa precisam continuar trabalhando.

São funcionários ou empresários em tempo integral.

“Ah, mas eu tenho que resolver problemas o dia todo”.

Sim, eles estarão la quando você voltar e amanhã serão outros e outros...

Organize seu tempo...tire uma hora do seu dia para responder seus e-mails, tire outra hora do dia para resolver determinados problemas, tire outra hora para relaxar...

Produtividade não está relacionada ao tempo que você trabalha e sim com que qualidade você usa o tempo trabalhado.

Exemplo: O vendedor irá prospectar: segunda e terça das 8:30 as 9:30 da manhã e quarta, quinta e sexta das 16:30 as 17:30 da tarde.

Isso mesmo, apenas uma hora por dia, mas neste período ele vai se concentrar em fazer somente a prospecção, desta forma ele usa a maior parte do seu tempo na semana se dedicando em vender, mas consegue dar início ao trabalho de prospecção da maneira correta e efetiva, sua empresa **sentirá a enorme diferença de resultados nos lucros e na forma de obter clientes.**

Lembre-se produtividade não tem nada a ver com tempo trabalhado e sim com a qualidade desse tempo.

Todos nós precisamos estar orientados, quando você não orienta seu trabalho ou o trabalho do seu colaborador, o dia será um desperdício.

Quando eu era gerente de uma grande marca de vestuário, cansei de ver colaboradores enrolando o dia todo para desenvolver uma tarefa, uma tarefa que poderia ser realizada em uma hora.

Isso por falta de orientação e qualificação.

Alguns empresários têm o que eu chamo de "síndrome do funcionário parado".

Por exemplo:

Nesta empresa de vestuário, a cultura era de não ver ninguém parado nas lojas, então a ordem era: ficar limpando e organizando a loja o dia todo.

O que os funcionários faziam?

Enrolavam, ficavam organizando o mesmo setor por horas, eles sabiam que se terminassem o trabalho rápido seriam colocados para fazer outra tarefa sem sentido, só para ocupar o tempo.

O que encontrei quando cheguei lá? Pouca iniciativa, muita frustração!

Implantamos então um processo de produtividade, separamos cada tarefa com um tempo determinado, visando a qualidade daquela tarefa.

Mas e nas horas que sobravam? Os funcionários ficavam parados? Começamos a investir neles!

-Em conhecimento, aplicando treinamentos e qualificação para melhorar o atendimento na loja.

-Batendo papo para conhecer cada funcionário, suas qualidades e sugestões. (Já vi funcionários desenvolvendo tarefas erradas e sem falar nada, pois não tinham abertura para perguntar ou dar sugestões que podiam melhorar o processo).

Ex: nesta mesma loja, as roupas que ficavam dobradas deviam ser reposicionadas constantemente, uma vez que os clientes provavam e deixavam desorganizadas, tudo isso era feito manualmente pelos vendedores, durante o dia todo. Um dos funcionários fez um molde de papelão para dobrar as roupas com mais eficiência e rapidez,

ele testou em casa, mas não tinha trago para a loja até então porque não teve abertura para dar sugestões e achava que essa sugestão não era bem-vinda pela cultura de preferir ver os funcionários enrolando que a loja tinha.

Depois que mudamos essa cultura a loja passou a ficar muito mais organizada em menos tempo, contando com a ajuda do molde que o funcionário fez.

- Em reconhecimento, liberando funcionários mais cedo para casa, como bonificação pela tarefa bem desenvolvida, isso ajudou a reduzir custos com horas extras, dois pontos com uma ação só.

Tudo isso fez com que a produtividade e a qualidade das lojas aumentassem.

Um funcionário orientado, qualificado e reconhecido é a receita do sucesso.

Em outro E-book falaremos sobre qualificação de colaboradores, mas se quer ir fazendo um teste, procure uma empresa no Google, qualquer uma, veja sua reputação...

A maioria tem entre 3.5 e 4.5 estrelas, agora faça o exercício que os clientes fazem ao pesquisar essas empresas e dê uma olhada nos comentários.

Você vai se surpreender, mais de 95% das reclamações são sobre atendimento.

Pelo mal atendimento ou até mesmo a falta dele.

Nos dias de hoje, com tanta informação a sua disposição, o cliente faz essa mesma pesquisa e o que acontece é que cada vez mais as empresas estão perdendo clientes e culpando o mercado ou inventando uma crise.

10 anos atrás os clientes visitavam as lojas e tiravam suas próprias conclusões, hoje eles se baseiam em informações de terceiros para decidir se vale a pena ou não visitar uma empresa.

O problema é que vendedores e atendentes são contratados, contratações baseadas em currículos e experiências passadas, mas e a qualificação?

Infelizmente não existe...

O colaborador até passa por um treinamento, mas treinamento é treino e não qualifica.

Não adianta investir em publicidade, redes sociais, show room...se a matéria prima principal não esta preparada para atender seu cliente. Invista na qualificação dos seus vendedores e atendentes, eles são a cara do seu negócio.

São sobre eles a maioria das reclamações ou elogios na internet.

Para falar mais sobre isso, me envie um e-mail, terei o prazer em te ajudar.

Prospector

Se sua empresa já tem condições de criar este setor focado somente em prospecção, ótimo, os resultados virão muito mais rápidos e concretos!

Este único profissional será capaz de munir seus vendedores com informações assertivas e diretas, aumentando em 200% as chances de sucessos nas vendas!

É claro que estamos falando de uma empresa de pequeno porte, para cada demanda é preciso fazer um planejamento de quantidade de prospectores diferente.

Fase de pré-filtro

Todo processo precisa de um ciclo, inicio, meio e fim.

Você já viu um pianista experiente tocar?

Ele faz parecer fácil sua habilidade.

Sem partituras, de olhos fechados, talento puro.

Mas será só talento?

Quantas vezes esse pianista precisou tocar a mesma musica até chegar neste resultado?

Isso se chama "Cadência".

Cadência é repetir o mesmo processo varias vezes.

Em cada repetição você se aperfeiçoa e faz a tarefa parecer fácil, talento puro.

Com a prospecção é a mesma coisa!

Você precisa criar um processo e cadência dentro deste processo.

A primeira tarefa do Prospector é analisar sua lista de possíveis clientes, ele deve estar bem amparado e ter uma ótima ferramenta nas mãos que possibilitará o sucesso do seu trabalho.

Use a plataforma da **Prospecta Obras** para ter acesso a todas as obras em andamento na sua região.

- Com esta lista de clientes nas mãos o prospector deverá se organizar e neste primeiro passo desenvolver o **pré-filtro**.

Nesta etapa é hora de identificar as melhores oportunidades, aquelas que mais se encaixam no perfil da sua empresa, na plataforma da Prospecta é possível verificar em cada obra:

Tamanho · Finalidade · Tipo · Região

Entre outras informações importantes

Algumas obras já possuem algumas informações adicionais, que foram indicadas pela equipe de prospectores da Prospecta Obras, neste caso você encontrará na lista como o ícone "i" (informações adicionais), após uma análise você poderá julgar se esta obra já pode ser encaminhada aos vendedores ou se é preciso desenvolvê-la um pouco mais.

Jamais saia atirando para todos os lados, sem fazer esse pré-filtro.

Quando você sai ligando para todo mundo as consequências são:

- Dinheiro perdido com custo de ligações erradas
- Tempo (dinheiro novamente) perdido com ligações erradas
- Produtividade cai (dinheiro perdido), você poderia estar se dedicando a clientes que realmente se encaixam no perfil da sua empresa
- Irritação por parte dos clientes, por exemplo, você não fez o pré-filtro e saiu ligando para todo mundo, por esse motivo acabou perdendo a oportunidade de verificar antes as informações de cada obra, acabou ligando para clientes que não tinham nada a ver com o que você podia oferecer a ele.

Uma verdadeira catástrofe!

Entrando em contato com os clientes: Fase de **contato/apresentação**

Após ter encontrado os clientes que mais encaixam com o propósito da sua empresa é hora de fazer o primeiro contato e apresentação.

Aqui você vai desenvolver seu ciclo.
Você pode criar um ciclo de 10/7 ou 10/5 por exemplo.

Ciclo 10/7.

Você seleciona 10 clientes para contatar durante 7 dias.
Cada dia você vai tentar uma abordagem diferente.

(Você pode selecionar mais de 10 clientes se quiser, mas lembre-se prospecção não é telemarketing, a prospecção segue um conceito básico que eu chamo de A+A, abordagem + acompanhamento, por isso é importantíssimo que você consiga acompanhar com qualidade cada cliente, mesmo aqueles que não resultarão em vendas).

Aqui é importante destacar uma análise:

O que é vendas?

Relacionamento, atendimento, abordagem, produto...tudo isso, mas venda é principalmente:

A consequência de um processo bem feito.

Sabendo que venda é consequência de um processo bem feito, sua principal preocupação aqui deve ser em elaborar muito bem o processo que vai desde a captação do seu cliente, análise, abordagem, atendimento, acompanhamento e relacionamento.

Me responda:

Quantos clientes irão conhecer sua empresa amanhã?

Você sabe me dizer?

Provavelmente não, depende de quantos tiverem acesso a um anúncio que você fez, quantos passarem em frente a loja e por aí vai. Com a prospecção você vira esse jogo.

Se você entrar em contato com 10 potenciais clientes, você sabe que amanhã 10 novas pessoas irão conhecer sua empresa.

Se todo mês você entrar em contato com 50 novos potenciais clientes, sabe que 50 novas pessoas conhecerão seu negócio todo mês.

Pessoas que possivelmente não o conheceria de outra forma.

Que fantástico!

E se desses 50 potenciais clientes mensais, você converteu 10%, 5 vendas.

Em 10 meses você sabe que 500 novas pessoas (potenciais clientes) conhecerão seu negocio e que você fará 50 novas vendas, usando sua média. Isso se chama "Receita Previsível".

Ai você, com cadência e dedicação, melhora sua conversão para 20%, 30%...e seu negócio não fica mais esperando o cliente bater em sua porta.

Voltando ao ciclo de 10/7.

Acompanhando 10 clientes em 7 dias.

1º dia – enviar e-mail de apresentação, aqui você pode mandar uma apresentação personalizada e direta ou até mesmo destacar um produto/promoção.

2º dia – Adicionar o cliente nas redes sociais, se o cliente respondeu seu e-mail, ótimo, continue o atendimento, caso contrário, que tal procura-lo nas redes sociais e adiciona-lo, isso vai chamar a atenção dele para sua empresa.

3º dia – Hora de enviar um novo e-mail para o cliente, desta vez mais curto.

Convide-o para um café, envie uma promoção, diga que gostaria de atende-lo sem compromisso.

Este é o segundo e-mail que enviamos, seja persistente!

4º dia – Hoje é dia de dar descanso ao nosso cliente.

Aos que retornaram, continue o atendimento, para aqueles que ainda não conseguimos contato, relaxe um pouco, tome um café, nós não desistiremos!

5º dia – HORA DO TELEFONEMA

Chegou a hora de ligar para o cliente, se prepare, tenha em mente o que vai dizer e procure ser objetivo.

Você está ligando para confirmar se o cliente recebeu seu e-mail, lembre-se disto.

Aproveite cada segundo da ligação para desenvolver um relacionamento, nada de ir oferecendo mil coisas, nosso objetivo é estabelecer uma confiança para atender o cliente.

6º dia – Como foi a ligação?

Se nesta etapa ainda sobrou algum cliente sem contato, é hora de respirar e trabalhar em novas estratégias.

Prepare-se para de repente ir até a obra falar com alguém ou mesmo deixar um cartão de visitas.

7º dia – Hoje é o dia de encerrarmos esse ciclo.

Para aqueles clientes que ainda não conseguiu contato envie um breakup e-mail.

O Breakup e-mail é uma forma de dizer “até logo” e continuo a disposição, precisamos encerrar este ciclo para começarmos outro, sem magoas e ressentimentos, muitas vezes o cliente não retornou pois não era o momento ou estava muito ocupado. Vamos enviar este e-mail nos colocando a disposição para pronto atende-lo no momento certo!

Aproveite e crie uma pasta “stand by” em seu computador, coloque nesta pasta todos os contatos que não obteve retorno algum, uma vez por mês tente contatar novamente estes prospectos.

DICAS NA HORA DE LIGAR

Não confunda entrar em contato com o cliente com Telemarketing.

Telemarketing geralmente são **cold calls** (Ligações Frias) você não sabe quem é o cliente, quais são suas reais necessidades, nem tem informações

concretas para fluir uma conversa que possa ser interessante para ambos.

Não vamos entrar no mérito do telemarketing, eles são por natureza “chatos”, são chatos justamente por não terem em suas mãos informações que os ajudam a “**criar interesse em quem está atendendo o telefone**”.

Vamos chamar nossas ligações de **direct calls** (ligações diretas) você sabe quem é o cliente, tem informações suficientes para que a conversa flua naturalmente.

Cuidado para não ultrapassar a linha entre simpatia e intimidade, seja apenas simpático.

Antes de ligar para cada cliente se prepare, não use textos prontos, saiba por onde quer guiar sua conversa, que tal escrever tópicos personalizados em um bloco de papel e ao decorrer da conversa encaixa-los de forma natural?

Ex:



Esses são só alguns exemplos, mas esses tópicos podem te ajudar na hora da ligação, quantas vezes ligamos para alguém e ao desligar pensamos: esqueci de perguntar sobre...

Aproveite ao máximo o tempo de conversação.

Seja direto, objetivo e claro na finalidade da sua ligação, você terá aproximadamente 50 segundos na linha com cada cliente, mas os 10 primeiros segundos definirão se a conversa atingirá esse tempo, prolongará ou será interrompido acabando com sua apresentação.

Já ouviu aquela frase: a primeira impressão é a que fica?

Pois é, os primeiros 10 segundos irão definir o rumo da conversa.

Cada Prospector irá criar uma abordagem diferente, personalizada e que lhe deixe a vontade, mas algumas dicas poderão ajudar a compor sua introdução:

Sabe qual o som as pessoas mais gostam de ouvir segundo pesquisas?

O som do seu nome dito por outras pessoas.

- Então faça questão de sempre começar falando o nome do cliente, nunca esqueça o nome dele durante a conversa.
- Deixe muito claro sobre qual assunto quer tratar nesta ligação (veja bem o assunto principal é sempre a necessidade do seu cliente, qual solução você está prestes a trazer para ele, não ofereça produtos/serviços logo de cara)

Errada:

“Olá Senhor João, meu nome é Maria, gostaria de saber se o senhor já comprou Móveis Planejados para sua casa.”

Aquise a resposta for **NÃO**, provavelmente será, seu prospecto foi praticamente por água abaixo.

Certa:

“Olá Senhor João, tudo bem?”

Meu nome é Maria, eu vi que o senhor está com uma obra “aqui” na rua Almeida de Carvalho, no Bairro Vila Nova.

Eu trabalho com móveis Planejados e atendo toda a cidade São Paulo e estou entrando em contato para saber se eu posso lhe enviar uma apresentação sem compromisso do meu trabalho.”

- Repare que você se aproximou do cliente quando usou a palavra “aqui”, como se estivesse no mesmo lugar que ele, isso se chama técnica de aproximação por localidade.
- Logo depois você citou o endereço, isso cria interesse no cliente, ele ouviu algo familiar, algo que já conhece e novamente se aproximou dele.
- Em seguida você deixou claro com o que trabalha e porque entrou em contato, direto e sem muitas perguntas insistentes.

Neste caso você aumentou em **70%** as chances de ter sucesso na sua prospecção.

Você abriu portas para conseguir o contato de e-mail do cliente e obter mais algumas respostas, veja o exemplo:

“Ok, já anotei seu e-mail e vou lhe enviar uma apresentação, em que fase está a obra?”

“Resposta do Cliente”

“Toda a parte de móveis e decoração o senhor ainda vai orçar, correto?”

- Você deu um grande salto na sua relação, você aproveitou para confirmar o envio do e-mail e saber a fase da obra e se realmente ele vai orçar seu produto.

Perguntas quando são feitas seguidas de uma confirmação acabam sendo bem recebidas, pois o seu ouvinte recebeu uma informação e está dando outra, como uma troca, neste momento nosso cérebro automaticamente processou o recebimento e retorna com a resposta.

Sabendo a fase da obra também é possível tomar algumas decisões rápidas durante a ligação. (saber qual vai ser o momento de orçar seu produto, como deve acompanhar esse cliente, que tipo de abordagem vai usar etc).

Se o cliente disser que vai orçar os móveis, pronto, seu trabalho como prospector é deixar as portas abertas para o vendedor.

“Que ótimo, eu vou pedir para que nosso vendedor lhe envie uma apresentação mais completa.”

Pronto, aqui o prospector elaborou mais uma fase do seu trabalho o **filtro**.

Fase de Direcionamento

Se você estiver usando o sistema Prospecta Obras, basta direcionar a obra desejada para cada vendedor.

Desta forma os vendedores poderão dar continuidade no atendimento e gerar ótimas vendas!

Fase de Acompanhamento

E se a resposta do cliente foi negativa?

Não encare esta ligação como perdida, agora é o momento de usar as informações a seu favor.

Se o cliente já comprou em outro lugar, procure saber onde ele comprou, para que você conheça melhor seu concorrente.

Procure saber ainda se ele conhecia sua empresa.

(Empresas famosas no mundo todo, gastam milhões em dinheiro elaborando pesquisas de posicionamento de mercado, análise de concorrência, se a marca da empresa é conhecida e como é vista pelos clientes).

Você acaba de ter a chance de fazer o mesmo, sem gastar nada, a partir da resposta desta pessoa que era um potencial cliente, você vai saber:

- **Se as pessoas que você gostaria de alcançar conhecem sua empresa**
- **Se conhecem o que acham dela.**
- **Quem são seus principais concorrentes**

Você não precisa fazer um questionário enorme ao cliente, veja o exemplo:

Cliente: "Já comprei os móveis"

Você: "Poxa, que pena, cheguei um pouco tarde, o senhor fez os orçamentos conosco também?"

- Pronto aqui você poderá saber se ele conhecia vocês e já incluir a pergunta sobre onde ele fechou a compra.

Termine agradecendo e deixando as portas abertas:

"Fico feliz em poder ter tido esse contato com o senhor e gostaria de parabeniza-lo pela construção e principalmente desejar muitas felicidades com a casa nova.

Obrigado pela atenção e me coloco a disposição para lhe atender com muita dedicação no futuro."

Reúna todas essas informações e use-as a favor do seu trabalho.

Isso vai lhe dar base para as próximas ligações e também vai te ajudar a elaborar um relatório aos diretores da empresa com todas as constatações que fez em cada negativa que recebeu.

A empresa usará essas informações para ganhar mercado e superar a concorrência, seu trabalho foi importantíssimo para o crescimento do grupo.

O sucesso da empresa depende de cada etapa do processo!

O acompanhamento também deve ser feito com os clientes que você ainda não conseguiu falar. Todo contato deve ter um acompanhamento, negativo ou positivo, só assim você vai saber o que melhorar na cadência do seu processo.

Falando com Profissionais das obras!

E os profissionais? Como devo agir?

Use as mesmas dicas que passamos anteriormente e também para atender os profissionais. Mas este contato pode ser ainda melhor, pois os profissionais geralmente estão executando várias obras ao mesmo tempo e ele pode se tornar um grande parceiro da sua empresa.

Mais dicas sobre o profissional:

- Geralmente o contato com os profissionais são mais rápidos e diretos.
- Procure saber se o profissional é responsável por compras nas obras.
- No caso de ter um escritório ou construtora, reúna informações de contato (e-mail e telefone) da pessoa responsável por compras na empresa dele.

Se conseguiu falar apenas com o profissional e não com o proprietário da obra, este também foi um ótimo contato, reúna as informações e passe aos vendedores para que eles estabeleçam uma parceria de sucesso.

Demais recomendações gerais:

Seja extremamente cuidadoso, ligações para clientes possuem regras comerciais que você deve respeitar.

Durante a semana nunca ligue antes das 8h da manhã e após as

18h.

Não faça ligações para os clientes nos finais de semana.

Quais os melhores dias para entrar em contato?

Respeitando os horários comerciais, qualquer dia é um bom dia para fazer prospecção.

Agora existe um estudo do MIT (Massachusetts Institute of Technology)

onde indica que nas quartas-feiras e quintas-feiras as ligações obtêm mais sucesso do que nos demais dias.

Segundo essa mesma pesquisa, os horários onde se obtém mais sucesso nas ligações são:

Das 8:30 as 9:30 da manhã e das 16:30 as 17:30 da tarde.

Todo prospector e vendedor, deve estar preparado para rejeições, objeções e negativas, faz parte do trabalho de busca por novos clientes.

Um garimpeiro não encontra ouro cada vez que sua enxada encosta na terra.

Este é um trabalho para poucos, se fosse fácil todos fariam, em uma corrida não existem vários vencedores, **só os melhores!**

Algumas recomendações de estudo para o Prospector:

LIVROS:

COMO FAZER AMIGOS E INFLUENCIAR PESSOAS

Autor: Dale Carnegie

SITES:

www.outboundmarketing.com.br

Lembre-se este é apenas um resumo de informações da Prospecta Obras que não tem a intenção de ser um guia definitivo.

A Prospecta Obras pode te ajudar a terceirizar este processo do Prospector, disponibilizamos pacotes onde nossa empresa lhe entrega clientes direcionados prontos para que seu vendedor entre em contato.

Consulte seu consultor Prospecta ou entre em www.prospectaobras.com

Vendedor

Agora chegou a vez do vendedor, ele deve dar continuidade ao trabalho que foi muito bem desenvolvido pelo prospector. (mesmo que o próprio vendedor tenha feito a primeira etapa, como já dissemos antes, devemos sempre separar as etapas, são dois momentos diferentes).

Fase do Atendimento

Munido de informações extremamente importantes, o vendedor já está um passo a frente de qualquer pessoa.

Antes de qualquer contato, se prepare, analise todas as informações com extremo cuidado, trace planos de abordagens para cada tipo de cliente. Aproveite para ler com atenção quais foram os passos na fase de prospecto, você não está iniciando um novo processo, está dando continuidade, por isso é importante entender como este cliente foi desenvolvido.

O que você deve fazer primeiro?

Se você está usando a plataforma da Prospecta Obras, vá na sua relação de obras e encontre todos os clientes que o prospector te indicou (se você mesmo fez a primeira parte como prospector, deve ter favoritado as melhores oportunidades para entrar em contato nesta fase)

Se junto com o acesso a plataforma sua empresa possui o prospector indicativo da Prospecta Obras, ao fazer uma busca na plataforma encontrará na lista o ícone "i" (informações adicionais) essas obras foram trabalhadas pela nossa equipe de prospecção para que você possa dar seguimento no atendimento.

Use as dicas que foram passadas anteriormente **pelo Prospector** para aproveitar ao máximo esses clientes.

Você poderá ainda receber em sua caixa de e-mail uma notificação toda vez que uma obra estiver solicitando orçamentos, fale com seu consultor Prospecta Obras

Com a lista de todos os clientes nas mãos, existem duas situações que você deve separar agora:

1 Clientes prontos para contato telefônico.

Agora você irá entrar em contato com aqueles clientes que você analisou como sendo "contatos imediatos".

Você já possui muitos dados, isso facilitará sua abordagem, esses clientes indicaram na prospecção que estão interessados em orçar seu produto/serviço.

Na etapa de prospecto foi feito um feedback completo do cliente armando a equipe de vendas com as melhores informações.

Seu trabalho aqui é dar continuidade e entrar na fase de **orçamentos e acompanhamento**.

2 Clientes que precisam ser mais trabalhados.

Após uma avaliação, separe aqueles clientes que ainda precisam ser mais trabalhados, você pode encaminhar um e-mail personalizado, não use textos prontos.

Enviando o primeiro e-mail:

No assunto do e-mail, evite colocar frases prontas e sem atrativos.

Ex: APRESENTAÇÃO EMPRESA DE ALUMÍNIO

Ao ivés disso coloque:

Ex: REF OBRA CONDOMÍNIO VILLAGE

ou

Ex: A/CJOÃO

Não mande e-mails com cópia oculta, nem e-mails em massa.

Isso funciona quando você está querendo atingir muitas pessoas, independente de quem ela seja.

Neste caso já sabemos quem é o cliente e exatamente o que queremos oferecer a ele.

Setrartodososclientescomindiferença, elestratarão da mesma forma.

Já pensou porque 90% dos e-mails marketing não são retornados?

Todos os dias recebemos mais 200 e-mails deste tipo e não vemos nada de novo em nenhum deles, porque as empresas tratam todos os seus clientes como iguais quando enviam o mesmo e-mail para pessoas diferentes.

No corpo do e-mail comece sempre com uma saudação pessoal!

Ex: Olá Senhor João,

Seja direto e objetivo, procure deixar claro que tipo de solução você está levando ao cliente e qual o motivo deste contato.

Procure abrir um canal para uma próxima comunicação via telefone.

Isso mesmo, simples e objetivo!

Fase de Acompanhamento

Acompanhe esses contatos, quais retornaram e você dará continuidade no atendimento e quais você tentará uma nova abordagem por telefone, whatsapp etc.

Veja mais algumas dicas de abordagens em nosso site:
www.prospectaobras.com/workshop.html

Não esqueça de manter seu acompanhamento sempre organizado e fluente, na plataforma **Prospecta Obras** você pode definir uma fase de atendimento para cada cliente, além de criar agendas personalizadas.

Outras dicas:

- Crie relacionamento com profissionais, desenvolva um networking, aproveite para aumentar sua carteira de parceiros.
- A prospecção de clientes abre um mundo totalmente novo para sua empresa.
- Pense em desenvolver algumas reuniões e encontros com profissionais que você encontrou em nossa base de dados, esses profissionais estão atuando fortemente em sua região e podem ser grandes geradores de negócios.

Algumas recomendações de estudo para o vendedor:

LIVROS:

VOCÊ NASCEU PARA VENDER MUITO

Autor: Hélio Tatsuo

RECEITA PREVISIVEL

Autor: Aaron Ross & Marylou Tyler

Sistema de gerenciamento de vendas que recomendamos:

AGENDOR

www.agendor.com.br

CONCLUSÕES



Todos os setores sofreram grandes mudanças com a era da tecnologia, veja o que aconteceu com os taxistas quando a Uber chegou no mercado, outro exemplo é a participação que o corretor de imóveis perdeu depois que sites como o OLX e Airbnb foram lançados.

E a culpa é de quem?

De quem fez o novo ou de quem abriu espaço para outra pessoa fazer o novo?

O grande erro das empresas, principalmente em setores como o da construção civil é saber que o mercado está mudando e não acompanhar essas mudanças.

A forma como as pessoas consomem informações, compram, se relacionam e vivem também sofreu enormes mudanças, mas muitas empresas continuam insistindo no formato antigo de consumo e abordagem. Você está vendendo e lucrando como gostaria?

Sua empresa consegue os melhores clientes sem ficar brigando por preços?

Você consegue fechar suas metas sem grandes preocupações?

A obtenção de novos clientes com ajuda da tecnologia é o grande avanço na área de vendas para qualquer setor.

Não foi à toa que todas as grandes empresas de sucesso no mundo todo desenvolveram um sistema eficaz de prospecção contínuo.

Nós da Prospecta Obras acompanhamos milhares de empresas nesses últimos 10 anos, empresas que saíram de R\$0,00 para mais R\$2 milhões de reais por ano, apenas com a prospecção de novos clientes.

Estamos muito orgulhosos em fazer parte deste processo com **você!** Siga em direção ao sucesso!



WANDERSON LEITE



Criador das plataformas Prospecta Obras , Asas VR e euconstruindo.com

Começou sua carreira com 14 anos trabalhando em uma fábrica de lajes e treliças no interior de São Paulo.

Foi gerente de vendas em uma das maiores empresas de vestuário do Brasil
Se tornou especialista em prospecção de novos clientes

Apassionado por soluções tecnológicas!

www.prospectaobras.com

E-mail: contato@prospectaobras.com

