



**COMO
CONTROLAR A
PROSPECÇÃO
DE CLIENTES**

PAULO ARAÚJO

A PROSPECÇÃO

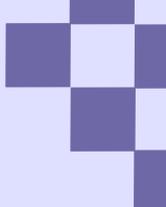
A **prospecção** é tão vital para vendas quanto o ar para os seus pulmões. Exagero? Nada disso! Lembre-se sempre que o **prospect** de hoje é o **cliente ativo** de amanhã.

A **prospecção** é uma atividade que demanda **planejamento e follow up** constante. Por isso, prospectar deve ser uma **atividade diária**, continuada e com método.

A maioria dos vendedores desistem de vender logo após o segundo ou terceiro contato.

Mas, por onde começar?





ETAPAS PARA UMA BOA PROSPECÇÃO

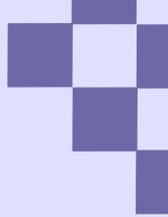
É preciso esforço e dedicação para encontrar o prospect.

Vale à pena investir tempo em uma boa pesquisa para levantar mailings de associações de classe.

Verificar empresas que vendem mailings qualificados desde que estejam dentro da lei, pesquisar no Google, LinkedIn, Facebook, pedir indicações, tentar viabilizar parcerias com outras empresas ou investir em um setor na sua empresa que só faça prospecção qualificada.

Com a lista em mãos agora é hora de... **Fazer o contato!** Essa é uma etapa crucial. Caso a visita seja pessoal agende um horário com a pessoa responsável e nada de atrasos ou roupas extravagantes no primeiro encontro.





ETAPAS PARA UMA BOA PROSPECÇÃO

A primeira impressão é a que fica!
Você pode usar o e-mail, telefone, Whatsapp, enfim, o importante é evitar ser inadequado e nada de **forçar a barra** com quem você ainda não conhece.

Na visita ou por e-mail apresente seu...

Material de divulgação!

Esteja certo de que o material é apresentável, fácil de entender e que esteja limpo e em perfeitas condições de entrega.

E agora o principal... **Marcar o follow up!**

Continuidade! Essa é a palavra chave no processo de prospecção. Dificilmente o prospect compra no primeiro contato.

Cerca de 80% das vendas acontecem entre o quinto e o décimo segundo contato.

Não seria exagero nenhum escrever que a palavra **PROSPECÇÃO** é prima-irmã da palavra **PERSISTÊNCIA**.



MÉTODO PARA PROSPECTAR

A prospecção exige persistência e follow up contínuo. Vamos definir um método para isso?

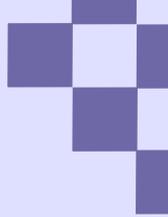
Inteligência em vendas é equacionar a relação

TEMPO X ESFORÇO.

A primeira questão a ser resolvida é: qual o tempo diário que posso utilizar para prospectar?

Lembro que a prospecção só é válida quando me apresento e falo com o responsável pela compra. Por vezes tenho de fazer várias ligações para encontrar a pessoa certa.





MÉTODO PARA PROSPECTAR

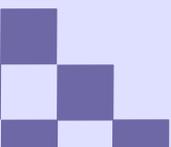
Vamos imaginar que você tenha tempo para prospectar **três contatos completos** por dia. É um bom número, afinal serão quinze na semana e sessenta por mês.

Pense que você definiu que é preciso **ligar ou visitar** ao menos esse prospect **duas vezes ao mês** durante **quatro meses** para aí sim avaliar suas necessidades e ter certeza se ele pode virar um **cliente ativo** ou não.

Alguns irão comprar antes desses quatro meses, outros só depois ou nunca comprarão.

A equação nos sugere o seguinte:

Entrar em contato com **três prospects/dia**. Cada prospect deve receber um contato a cada **quinze dias** durante **quatro meses**.



MÉTODO PARA PROSPECTAR

O número de prospects a ser trabalhado nesses quatro meses está entre trinta e trinta e cinco.

Cada contato que definitivamente se tornar um **ativo** antes deste tempo eu o substituo por outro **imediatamente**.

O mesmo pensamento vale para aqueles que **solicitam um contato** mais à frente ou que deixam claro que neste momento **não irão comprar**.



MÉTODO PARA PROSPECTAR

Use o sistema de CRM da sua empresa ou crie uma planilha no Excel para registrar esses contatos, datas das visitas ou ligações e um pequeno resumo do assunto abordado e a próxima ação a ser realizada.

É simples, fácil e eficaz. Basta vontade, planejamento, ação e follow up constante.

Competências que não podem faltar na lista de boas atitudes de qualquer bom vendedor.



E AÍ?
GOSTOU DESSE CONTEÚDO?

Conheça nosso
Software de CRM

AGENDE UMA CALL DE
APRESENTAÇÃO



Sistema de gestão da
carteira de clientes.



clientarcrm.com.br

CONHEÇA O AUTOR

Paulo Araújo

Fundador da Clientar CRM
Palestrante e Consultor de
Vendas



Autor dos livros

