

TÉCNICAS DE FECHAMENTO DE VENDAS

Por Paulo Araújo



O QUE É FECHAMENTO DE VENDAS?

O momento do fechamento de vendas é a hora da verdade.

É quando um vendedor passa por todo o processo que pode ser dividido em **três etapas principais: descoberta, consideração e decisão.**

Dessa forma, não podemos enxergar o fechamento como um evento isolado, já que seu sucesso está diretamente correlacionado com o êxito das fases que o antecedem. É importante lembrar que o **maior objetivo na etapa do fechamento de vendas é ajudar o seu cliente a tomar a melhor decisão de compra.**

A **função do vendedor** é apresentar todos os **benefícios** que o cliente tem ao comprar de você e da sua empresa. Assim a **percepção de valor** do produto aumenta, assim como a vontade de **fechar o negócio.**

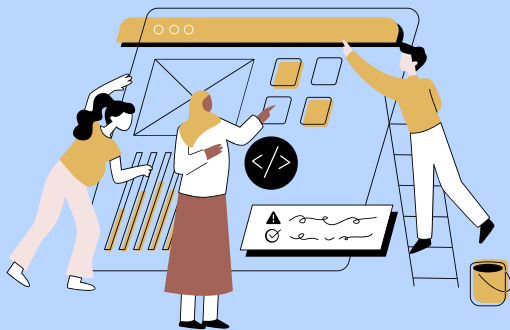
CONHEÇA OS PILARES DAS TÉCNICAS DE FECHAMENTO DE VENDAS

Para que você consiga obter grande sucesso no momento de criar boas experiências ao seu cliente é preciso ter em mente alguns pontos fundamentais, sendo eles:

Estude sobre o seu público

Tomando como base que as pessoas são sempre conduzidas por sua cultura e por seus sentimentos, não podemos só conhecer sua idade, gênero ou localidade.

É preciso ir além e conhecer também suas dores, ideias, pretensões e sonhos.



CONHEÇA OS PILARES DAS TÉCNICAS DE FECHAMENTO DE VENDAS

Conecte-se cada vez mais com seu público

As pessoas estão em constante mudança e por isso seus interesses também sofrem mudanças e você precisa estar atento a todas elas.

Produza conteúdos relevantes e de qualidade para que o seu cliente esteja sempre bem informado sobre novidades.

Na venda B2B dê preferência a canais de comunicação e atendimento humanizados

Com o desenvolvimento das tecnologias os recursos como automação de vendas, autoresponders e chatbots passam a ser uma boa alternativa para atender a grandes demandas, todavia, é preciso ter bom senso e perceber se o atendimento está muito impessoal.

Muitas pessoas procuram por um atendimento semelhante a uma conversa entre colegas.

MÉTODO: TÉCNICAS DE FECHAMENTO DE VENDAS

1. Pré-qualifique seus clientes

Pré-qualificar é a etapa mais importante nas vendas B2B.

É quando você levanta informações relevantes sobre o que seu cliente usa ou poderia usar do seu mix de produtos.

Imagine essa fase como a montagem de um quebra cabeças.

No começo tudo está embaralhado e sem organização, aos poucos as peças se encaixam e no final temos a imagem toda montada para apreciar.



2. Determine o potencial de compra e a meta do seu cliente

O que é potencial de compra?

Imagine que você tem um cliente que consome 500 rolamentos por mês.

Entretanto, isso não significa que esse cliente comprará única e exclusivamente com a sua empresa. Ele pode ter a política de comprar de vários fornecedores.

Você pode traçar a meta de vender, pelo menos 250 rolamentos para ele, tendo uma participação de 50% em seu estoque!

Só é possível estabelecer uma meta quando se tem um bom potencial de compra e ainda se tiver feito uma boa pré-qualificação.

Percebeu a importância de pré-qualificar seu cliente?

Assim fica mais fácil determinar uma meta de acordo com o seu potencial de compra e definir um share of wallet adequado.

Clique e leia: [O que é Share of Wallet?](#)



3. Abordagens de vendas adequadas

Toda a sua comunicação precisa estar relacionada a três fatores:

- **Sonho:** quando o cliente **adora uma marca**. Ele a percebe como a melhor solução do mercado e não abre daquele produto. **Detalhe: paga o que for preciso** e reconhece o seu desempenho.
- **Desejo:** é o que o cliente enxerga como o **produto/serviço que atende naquele momento**. A preocupação é com a relação **custo x benefício**.
- **Necessidade:** quando a pessoa **precisa** daquele produto naquele momento. Mas o foco naquela circunstância é o **melhor preço**.



4. Atente-se ao timing de compra e determine o follow up

O **timing de compras** é a periodicidade que seu cliente compra para renovar seu estoque. De acordo com esse timing que você será capaz de determinar o **follow up**.

O **follow up** precisa estar relacionado aos personagens, já que você não terá contato sempre com a mesma pessoa, as vezes falamos com o comprador, outras com o influenciadores. Estamos sempre alternando seu **follow up** com os diversos personagens que influenciam no **momento de compra**.

A partir do momento que ajustamos o follow up e o timing adequado o ciclo de vendas começa a funcionar.

Clique e assista esses vídeos sobre Follow Up:

- **Follow up - vídeo 1**
- **Follow up - vídeo 2**



E AÍ?

GOSTOU DESSE CONTEÚDO?

Conheça nosso
Software de CRM

AGENDE UMA CALL DE
APRESENTAÇÃO

The logo for Clientar CRM features a stylized 'C' icon on the left, containing a white upward-pointing arrow and a white line graph. To the right of the icon, the word 'Clientar' is written in a dark blue, sans-serif font, and 'CRM' is written below it in a bold, orange, sans-serif font.

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

