



OUTSIDE SALES

O QUE É?

Por Paulo Araújo

OUTSIDE SALES

Você já ouviu falar no termo **outside sales**?
Caso a resposta tenha sido não, saiba que esse e-book foi preparado especialmente para você!

Reunimos as **principais informações** sobre o assunto para que você aprenda mais sobre esse modelo de vendas e aplique em sua empresa.



O QUE É?

O termo, quando traduzido do inglês, significa “**vendas externas**” ou “**vendas de campo**”.

É muito utilizado no universo das vendas.

É quando os vendedores se deslocam para a visita pessoal. Encontrar os clientes “**olho no olho**” (independente da sua etapa na jornada de compra).

No modelo de vendas **outside sales**, os representantes comerciais ou vendedores vão a campo para prospectar ou recuperar clientes, e claro, atender os clientes ativos para manter o relacionamento e estreitar os laços comerciais.

Esse **tipo de negociação** é muito indicada para **vendas complexas e consultivas**, nas quais os ciclos são mais longos e o valor do ticket médio é mais elevado. É a partir disso, que o vendedor pode apresentar a proposta com mais clareza, realizar demonstrações e **conquistar a confiança do cliente**.

PRINCIPAIS VANTAGENS

Agora que você já conhece o termo, que tal falarmos sobre as **vantagens** do modelo de vendas **outside sales**?

- Desenvolver um relacionamento mais **próximo** e **duradouro** com o cliente.
- **Retorno financeiro** com vendas de alto valor.
- **Maior taxa** de fechamento de vendas.
- **Na visita pessoal** todo o foco do cliente está no vendedor e no seu grau de especialização.
- Apresentar **soluções relevantes** para os problemas e entender as dores do clientes.

Esse modelo de vendas ocasiona um **alto custo** para a empresa, devido aos gastos com deslocamento, hospedagem, alimentação e outros.

Porém, **o retorno financeiro** acontece de maneira **satisfatória**.

ATIVIDADES DE UM VENDEDOR OUTSIDE SALES

A rotina desse profissional é baseada em **viagens e deslocamentos** para realizar **encontros presenciais**.

Participa ativamente de reuniões, eventos ou treinamentos.

O objetivo é poder estreitar relações e entender melhor os desejos, expectativas e dores do seu cliente.

Construir um **relacionamento próximo** com a equipe do cliente.



DESCUBRA BOAS PRÁTICAS

- **Objetivos claros**

É essencial que o vendedor possua objetivos claros em relação ao potencial de compra de cada cliente.

- **Acompanhe os indicadores**

Os indicadores permitem que os resultados sejam mensurados de maneira eficaz, portanto, defina quais **KPIs** devem ser monitorados constantemente para que a equipe chegue cada vez mais **perto da sua meta.**



DESCUBRA BOAS PRÁTICAS

- **Estruture processos de outside sales**

Um processo de vendas e rotas bem estruturadas são essenciais para evitar **custos desnecessários** e tornar a tarefa **mais otimizada**. Além de contribuir para que o fechamento de vendas seja mais eficiente e ágil, diminuindo a chance de erros durante o caminho.

- **Entenda as dores do cliente**

Nesse modelo de vendas, é preciso estudar as **dores e as necessidades** que o cliente possui para que você consiga ir direto ao ponto e mostrar as **soluções** adequadas.



DESCUBRA BOAS PRÁTICAS

- **Planeje os encontros**

Os representantes precisam estar **bem preparados** antes de encontrar o cliente. Preparar suas informações, **argumentações e técnicas** é fundamental.

- **Ofereça treinamentos**

A **equipe de vendas externa** deve ser **treinada regularmente**. Seja para aprender **novas técnicas de vendas ou aplicações do produto**.

- **Integração entre marketing e vendas**

Um dos objetivos do marketing geralmente é a **geração de leads**.

No campo a equipe valida o perfil do lead, corrige ou melhora processos internos.

A PROVEITE AO MÁXIMO!

E agora, qual o próximo passo?

Conhecendo o seu negócio como só você conhece e com o conhecimento adquirido ao longo desse e-book você pode colocar em prática todos os **ensinamentos** e montar uma **equipe de vendas de alto desempenho**.

Concentre-se nos **objetivos da sua empresa** e crie **processos comerciais** que tornem o seu negócio sustentável e longo!



E AÍ?

GOSTOU DESSE CONTEÚDO?

Conheça nosso
Software de CRM

AGENDE UMA CALL DE
APRESENTAÇÃO

The logo for Clientar CRM features a blue circle on the left containing a white icon of a person with an upward-pointing arrow. To the right of this circle, the word "Clientar" is written in a large, blue, sans-serif font, and the letters "CRM" are written below it in a smaller, orange, sans-serif font.

Sistema de gestão da
carteira de clientes

 clientarcrm.com.br

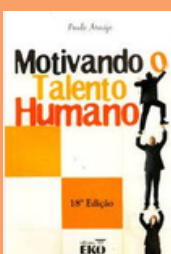
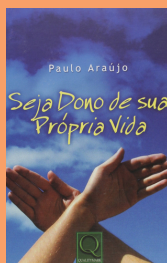
CONHEÇA O AUTOR

Paulo Araújo

Fundador da Clientar CRM
Palestrante e Consultor de
Vendas



Autor dos livros



pauloaraujo.com.br