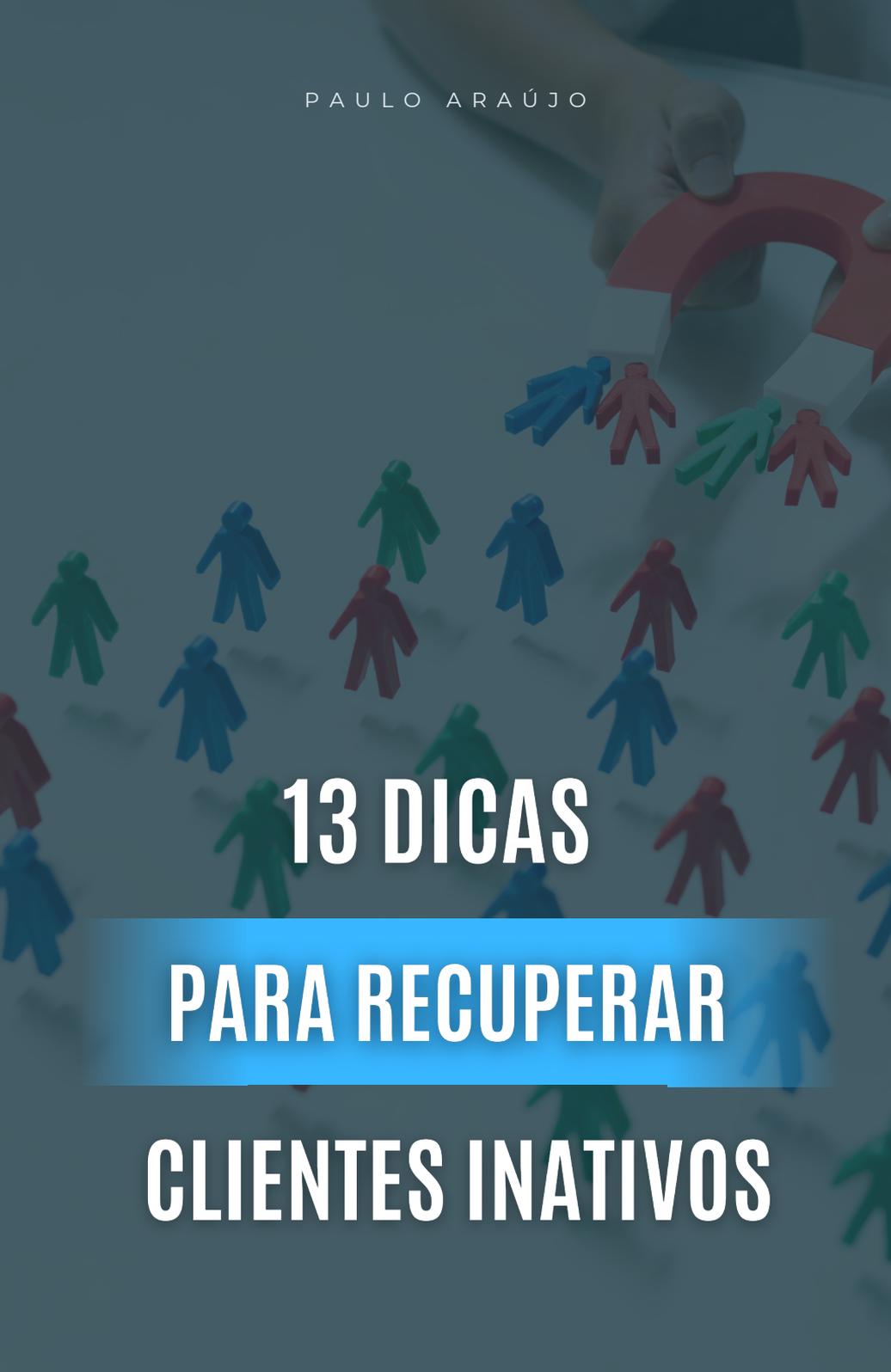


PAULO ARAÚJO

A hand is shown holding a red ring over a group of colorful human figures. The figures are in various colors (red, blue, green) and are scattered across the scene. The background is a light blue gradient.

# 13 DICAS PARA RECUPERAR CLIENTES INATIVOS

# INTRODUÇÃO

Perder clientes é algo natural para qualquer vendedor.

Clientes não deixam de comprar porque simplesmente querem.

Muitos foram, literalmente, abandonados ou esquecidos pelo vendedor.

Quando falta um trabalho proativo por parte do **time de vendas**, esse número de **clientes inativos** tende a aumentar.

Sempre que me perguntam por onde começar para aumentar as vendas, eu respondo rapidamente: **recuperando clientes inativos!**



# INTRODUÇÃO

Nem sempre este público está insatisfeito com vendedores, empresa ou produto, mas não é nada raro o cliente se sentir **abandonado**. É por meio dessa brecha que o concorrente, que não é bobo, conquista o que você jamais deveria ter perdido.

Este e-book traz 13 dicas *matadoras* de como **recuperar clientes inativos** e não perder mais vendas para os seus **concorrentes**.



# 13 DICAS *MATADORAS* PARA RECUPERAR CLIENTES INATIVOS

## 1. Defina o que é um cliente inativo

Em primeiro lugar, é necessário entender que um time de vendas precisa de uma **ferramenta de CRM** simples e de fácil aplicação para alavancar suas conversões e se relacionar com clientes.

No **software de CRM**, você parametriza o que é um cliente inativo.

Por exemplo, alguém que não compra há mais de 180 dias.

NO CRM quando o cliente compra automaticamente entra no perfil Ativo e, ao passar **180 dias** da data da última compra, também de forma automática, ele passa para o **status Inativo**.

A visualização fica bem mais fácil dessa forma e, com um clique, você tem acesso a quem e quantos são, além de saber há **quantos dias** esse cliente não **recebe um contato**.

# 13 DICAS *MATADORAS* PARA RECUPERAR CLIENTES INATIVOS

## 2. Faça a Classificação ABC de clientes inativos

O **Método de Pareto** classifica os clientes em **A, B ou C**, de acordo com o volume de compras, rentabilidade ou outro indicador que convier à estratégia da empresa.

Esse método, apesar de funcional, é pouco aplicado à carteira de **clientes inativos**. Normalmente, as equipes de vendas não realizam uma categorização de quem não compra há algum tempo.

Com o uso de um **CRM**, como o **Clientar**, você e sua equipe terão uma definição detalhada e exata de quais clientes **Inativos** que mais compraram até entrar nesse cenário.



# 13 DICAS *MATADORAS* PARA RECUPERAR CLIENTES INATIVOS

Assim, será mais fácil determinar **estratégias de recuperação** e saber onde demandar mais tempo e esforço para trazer de volta quem realmente pode afetar seus resultados.

Ao emitir a **planilha ABC**, o **software de CRM** contribui para que o vendedor administre melhor o tempo e perceba quais clientes têm maior **impacto em suas metas**.

A plataforma indica claramente qual é a porcentagem que clientes inativos representam no total da sua **carteira de clientes**.



# 13 DICAS *MATADORAS* PARA RECUPERAR CLIENTES INATIVOS

## 3. Desenvolva um plano de ação para recuperar clientes inativos

As dicas sobre como recuperar **clientes inativos** só serão válidas se você colocar a mão na massa! Com a lista desses clientes fica mais fácil traçar um **plano de vendas**.

Cabe agora ao vendedor, com ajuda do seu gestor, elaborar uma estratégia sólida na hora de executar os **esforços de recuperação**.

Descobrir por qual razão esse cliente deixou de comprar é apenas um dos passos na trajetória inicial para tê-lo de volta à sua lista de **clientes ativos**.

É preciso também refazer ou descobrir novos contatos, avaliar o desempenho do produto e levantar necessidades do cliente, por exemplo.

Nesse caso sua abordagem deve ser mais precisa.

# 13 DICAS *MATADORAS* PARA RECUPERAR CLIENTES INATIVOS

## 4. Acompanhe a execução do plano pelo software de CRM

Com o uso do **CRM** acompanhar a execução do plano fica mais fácil, tanto por parte do gestor quanto do vendedor. Essa plataforma traz **informações decisivas**, como:

- registros dos contatos telefônicos,
- visitas pessoais,
- controle de propostas e vendas,
- concorrentes,
- produtos do seu mix que pode vir a utilizar.
- e muito mais.

O vendedor pode registrar tudo isso rapidinho e verificar se o que foi planejado foi executado. Além disso, pode alterar rumos e ter novas ideias durante esse processo, o que aumenta as chances de **recuperar clientes inativos**.



# 13 DICAS *MATADORAS* PARA RECUPERAR CLIENTES INATIVOS

## 5. Mantenha um controle de propostas emitidas

Hoje você e sua equipe conseguem, de uma forma simples e fácil, dizer exatamente quantos **clientes inativos têm propostas em aberto?**

Além disso, é possível identificar quais têm a pretensão de **voltar a comprar** e quais estão mais próximos da **etapa de fechamento?**

Informações como essas são valiosas, pois além de ter impacto direto nas suas metas e indicadores, ajudam a gerenciar melhor o tempo e o esforço adequado para cada cliente dentro do seu **grau de importância.**

Por isso, é impossível falar sobre como recuperar clientes inativos sem ressaltar a importância de um **CRM**. Ele traz **inúmeras vantagens** quanto ao acompanhamento das vendas e do **histórico do relacionamento** com quem não compra mais da sua empresa.

# 13 DICAS MATADORAS PARA RECUPERAR CLIENTES INATIVOS

## 6. Entenda porque o cliente ficou inativo

Há muitas possibilidades e o trabalho de recuperação parte justamente desse entendimento.

É recomendável entender quais meios de contatos favoritos dessa pessoa. Seu CRM com certeza indicará, por meio do **histórico de interações**, por quais canais o contato era mais frequente enquanto o **cliente esteve ativo**.

A partir disso, faça uma abordagem, enviando mensagens ou fazendo um contato telefônico. Nesse momento, o foco é em saber **o que levou ao afastamento**, ou seja, entender exatamente qual foi o gatilho que gerou a inatividade. A partir daí, fica mais fácil **corrigir possíveis problemas**.



# 13 DICAS *MATADORAS* PARA RECUPERAR CLIENTES INATIVOS

## 7. Crie scripts de abordagem diferentes para recuperar clientes inativos

Para saber como **recuperar clientes inativos**, é primeiro necessário definir em qual nível de relacionamento eles estão com a sua empresa.

Não dá para negar que um **cliente insatisfeito** com um produto é muito mais difícil de ser recuperado. Aquele que não recebeu mais contato dos seus times de venda, por exemplo, pode ser reativado com uma **estratégia muito mais simples**.

Por isso, criar scripts de abordagem diferentes ajuda a lidar com o problema com o nível de medidas certas. Isso ajudará até mesmo a **configurar automações de contatos**, o que é um dos recursos mais úteis na hora de fazer essa **reaproximação**.



# 13 DICAS *MATADORAS* PARA RECUPERAR CLIENTES INATIVOS

## 8. Busque um feedback

Feedbacks nem sempre são bons de ouvir. Serão menos ainda se a sua empresa **deixou a desejar com o cliente em algum momento**. Por isso, é fundamental encarar essas opiniões com mente aberta para ajudar a **construir uma experiência de sucesso** no relacionamento com os clientes.

Peça a **opinião deles sobre a sua empresa**. A melhor forma de fazer isso é oferecendo **questionários prontos**, com opções de respostas, já que isso impacta diretamente a mensuração da pesquisa ou ainda visita pessoal ou contato telefônico.

Os feedbacks vão medir o **nível de satisfação** com os pontos que fazem sentido para sua empresa. Não há uma regra sobre o que questionar, ou seja, você pode perguntar o que quiser. Lembre-se apenas de que o seu objetivo é entender o que tem **gerado clientes inativos no seu negócio**.

# 13 DICAS *MATADORAS* PARA RECUPERAR CLIENTES INATIVOS

## 9. Defina metas de reativação

As dicas sobre como **recuperar clientes inativos** precisam incluir o estímulo às metas, e é isso que faremos neste tópico.

A **importância é simples**: além de ajudar a mensurar o sucesso do trabalho ainda garante que sua equipe de vendedores trabalhe com direcionamentos mais precisos em relação aos esforços a serem feitos. Essa é a melhor maneira de mostrar por quais razões é fundamental trabalhar para **recuperar esses clientes**.

As metas podem ser as mais variadas, mas precisam ter relação com os resultados da empresa e com as estratégias do negócio. **Entre as metas mais comuns**, você pode definir algumas como:



# 13 DICAS *MATADORAS* PARA RECUPERAR CLIENTES INATIVOS

- reativar um determinado percentual de clientes inativos;
- reativar um determinado percentual de inativos que tinham os melhores números de compras antes de chegar no status atual;
- gerar um determinado valor em vendas só de clientes inativos.

Além de **definir essas metas**, é importante também determinar quais delas são prioritárias. Isso também tem a ver com a estratégia da empresa, suas expectativas e quais objetivos ela pretende alcançar a curto, médio e longo prazo.

Para que a ação não caia no esquecimento defina uma meta para reativação, e ainda, premie aqueles que fizerem um bom trabalho. Isso motiva a todos da equipe!



# 13 DICAS MATADORAS PARA RECUPERAR CLIENTES INATIVOS

## 10. Prepare propostas exclusivas

Clientes gostam de se **sentir pertencentes** a um grupo seletivo. Exclusividade é uma **ferramenta de convencimento fundamental**. Pode apostar, ela vai fazer diferença se for bem usada neste trabalho para recuperar **clientes inativos**.

Você pode preparar, por exemplo, propostas especiais para cada categoria de **clientes inativos**, seguindo uma segmentação como sugeri. Cada grupo, de acordo com suas razões para terem se tornado inativos, precisam ser **convencidos de retornar** por meio de uma **abordagem diferente**.



# 13 DICAS *MATADORAS* PARA RECUPERAR CLIENTES INATIVOS

Pode ser interessante oferecer, entre as possibilidades:

- cupons de desconto;
- descontos em compras baseadas em cross sell;
- contratos de fornecimento programado com o preço um pouco abaixo da média;
- condições de atendimento e treinamento para os clientes especiais.

Toda proposta deve ser devidamente registrada no **CRM** para levantar a taxa de conversão em vendas e os motivos de recusa.



# 13 DICAS *MATADORAS* PARA RECUPERAR CLIENTES INATIVOS

## 11. Crie campanhas de e-mail marketing

As campanhas de **e-mail Marketing** são muito usadas na estratégia de comunicação junto a **clientes inativos**.

Esse é um tipo de contato bem recorrente e muitas empresas usam para manter um contato frequente com seus clientes.

**Por que não usar essa estratégia para recuperar quem está afastado?**

No **CRM**, é possível compartilhar seus contatos diretamente com uma ferramenta de **automação de e-mails**, gerando mailings estratégicos. A partir daí, basta desenvolver a **mensagem com a abordagem** e disparar.

Lembre-se de checar quais clientes **abriram o e-mails** e **crie outras interações** com o contato por telefone, call de vídeo ou visita pessoal.

Assim sua comunicação impacta diretamente na **tentativa de recuperação**.

# 13 DICAS *MATADORAS* PARA RECUPERAR CLIENTES INATIVOS

## 12. Crie parâmetros de trabalho com base no que foi levantado

Todo o trabalho feito até aqui precisa deixar um legado. Recuperar é bom e **gera vendas**, mas é preciso também evitar que novas inatividades aconteçam. Por isso, toda **informação coletada** ao longo do processo de abordagem, análise de métricas e feedback precisa ser **analisada profundamente**.

Lidar com as causas ajudará a entender como criar **novas práticas**, abordagens, negociações e, no geral, um relacionamento capaz de manter o cliente ativo. Criar **parâmetros de trabalho** baseado nos erros é a melhor forma de evitá-los e afastar qualquer possibilidade de recorrência.

# 13 DICAS *MATADORAS* PARA RECUPERAR CLIENTES INATIVOS

## 13. Crie um pós-vendas para quem for reativado

Você fez todo o processo, **recuperou um cliente inativo** e, enfim, gerou uma nova venda.

Bem, a sensação é de **missão cumprida**, certo?

No entanto, não dá para encerrar o ciclo por aí. Fazer isso é como iniciar um novo caminho em uma relação que **geraria inatividade** outra vez.

É preciso **investir em pós-vendas**, o que ajuda a mostrar a esse cliente que ele vale muito para a empresa e que será sempre tratado da melhor forma. Abrir mão desse contato pode ser uma demonstração de que, na verdade, sua empresa só queria **retomar o contato** para fazer uma nova venda e não desenvolver um relacionamento.

O resultado imediato pode até ser positivo, mas do que adianta conquistar a conversão sem **perspectiva futura**? O **pós-vendas** mantém o cliente próximo, ativo e engajado, pronto para seguir realizando mais pedidos e propenso a **aceitar as novas ofertas, além de poder indicar novos clientes**.

# RELACIONAMENTO EVITA A INATIVIDADE

Ao longo deste conteúdo, por meio das dicas sobre como recuperar clientes inativos, foi fácil perceber que relacionamento em vendas é tudo.

Manter **contatos regulares** e entender cada cliente é essencial para saber o que ele precisa.

**Trabalho proativo e estratégico** são os segredos para nunca mais deixar de vender para alguém que já comprou de você!

## Bora recuperar clientes!



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](https://clientarcrm.com.br)

# CONHEÇA O AUTOR

**Paulo Araújo**

Fundador da Clientar CRM

Palestrante e Consultor de Vendas



## Autor dos livros

