

6 DICAS PARA PRÉ-QUALIFICAR CLIENTES

Paulo Araújo



INTRODUÇÃO



Saber como pré-qualificar clientes é uma das tarefas que muitos vendedores negligenciam. Com isso, acabam perdendo boas oportunidades de fechar negócios e até de fidelizá-los.

Mas, o que é pré-qualificar um cliente?

É levantar informações que levam a decidir se vale a pena ou não dedicar tempo e esforço para conquistar esse cliente.



Nas **vendas consultivas pré-qualificar clientes** é uma tarefa que não deve ser negligenciada. A pré-qualificação reduz os custos de aquisição de clientes e aumentam a probabilidade de fechar mais vendas com os clientes ideais.

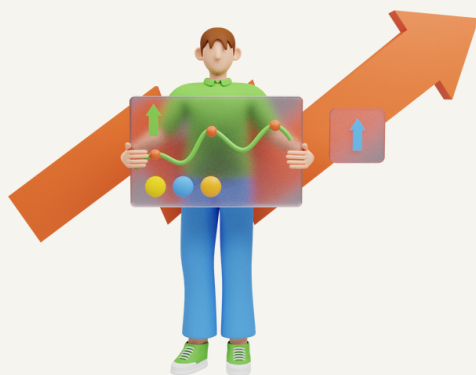
Pré-qualificar não é perda de tempo!

1. CONHECER BEM O MERCADO DE ATUAÇÃO

Não tem como pular esta etapa de conhecimento do mercado de atuação, principalmente se você vende produtos ou serviços que estão em constante evolução – como o ramo de tecnologia, por exemplo.

Conhecer o mercado é entender, de fato, quais são as forças, as fraquezas, as ameaças, as tendências e as oportunidades de inovar e se destacar. Com isso, é possível entender também qual é o perfil das pessoas que consomem produtos e serviços do seu mercado de atuação.

Assim você descobrirá mais facilmente o quanto o prospect pode comprar da sua empresa.



2. LER SOBRE AS TENDÊNCIAS DO MERCADO DO CLIENTE

O segundo passo para saber como pré-qualificar clientes é entender como funciona o mercado do próprio cliente em potencial.

Esse cliente está disposto a experimentar novidades?

É uma empresa que tem a cultura de estar à frente dos seus concorrentes?

Dessa forma, conseguimos encontrar a persona ideal para, assim, criarmos estratégias de abordagem mais assertivas.





3. DEFINIR UMA META DE ACORDO COM O POTENCIAL DE COMPRA DO CLIENTE

Na venda consultiva o ideal é estabelecer uma meta para esse cliente.

- O que ele já compra e de quem compra?
- O que pode vir a comprar do meu mix de produtos?
- Quem são os clientes do meu cliente?

A análise da concorrência é outra etapa importante de pré-qualificar clientes.

Por meio de pesquisas, é possível identificar de quem esses leads já compram – tanto de concorrentes diretos quanto de concorrentes indiretos.

Por isso, saber de quem os potenciais clientes compram ajuda a identificar os motivos pelos quais eles preferem outras empresas. Assim, você consegue aperfeiçoar os detalhes:

- Seja reforçando os pontos positivos;
- Encontrando um diferencial mais expressivo;
- Ou melhorando os pontos negativos.

4. ANALISE E COMPARE AS COMPRAS DE CLIENTES COM O MESMO PERFIL

De posse do histórico de compras dos seus clientes ativos é possível gerar bons insights para entender o prospect com o mesmo perfil.



Não se esqueça da **curva ABC de Pareto!**

Na prática, pegue os dados de todos os clientes que têm o mesmo perfil dos prospects que você deseja e analise minuciosamente seus hábitos de consumo em seu negócio.

- Como eles chegaram a você?
- Qual é o ticket médio de consumo?
- Eles passam quanto tempo, em média, sem comprar novamente?
- Quais são os canais que eles gostam de ser atendidos por você?

Percebeu como dá para traçar estratégias de pré-qualificação de clientes quando analisamos os próprios clientes?





5. CRIAR OFERTAS E OPORTUNIDADES PARA AUMENTAR O TICKET MÉDIO

Os potenciais clientes também podem ser direcionados mais rapidamente à tomada de decisão de compra quando você cria oportunidades e ofertas junto com o gatilho da escassez.

Em outras palavras, ao pré-qualificar o potencial cliente, a equipe de marketing pode trabalhar mais intensamente em ofertas e oportunidades que têm prazo para acabar.

Nessas horas, a técnica do remarketing ajuda muito. Isso pode acelerar a decisão de compra.

Além disso, ao se tornar cliente, a empresa pode começar a trabalhar em técnicas para aumentar o ticket médio de compra dele – as técnicas de up sell e cross sell são recomendadas para isso.



6. FOLLOW UP, PERSONAGENS E AÇÕES

A pessoa que me atende tem autoridade para comprar?

Esse cliente compra de quanto em quanto tempo?

Quais as relações de poder nessa empresa.

São **reflexões simples** que levam a ações bem eficazes para ajudar você a vender mais e melhor!

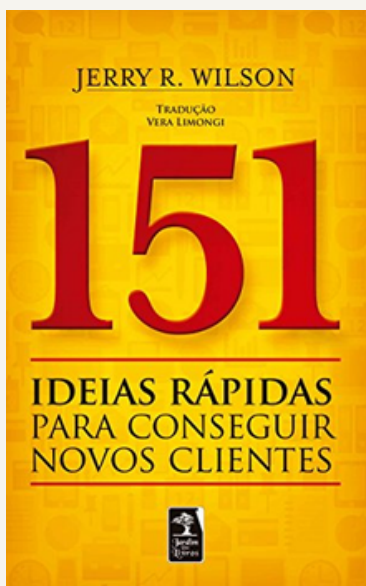
Não deixe de ler - O que é o Follow Up e como Fazer

DICA DE LIVRO >>>>>

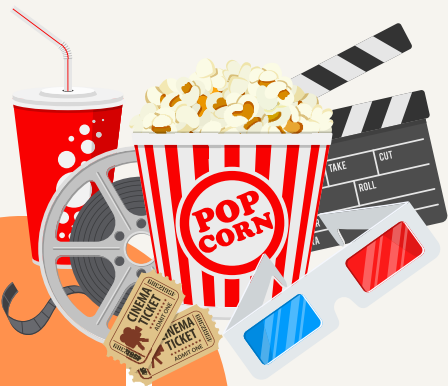
151 Ideias rápidas para conseguir novos clientes

O livro é um manual surpreendente de psicologia aplicada ao mercado, escrito por um dos maiores experts do mundo empresarial, o americano Jerry R. Wilson.

São 151 dicas valiosas e comprovadas para alavancar os negócios, partindo da análise dos erros e acertos das grandes empresas comerciais da atualidade.



ASSISTA ESSE CONTEÚDO EM VÍDEO



E AÍ?



GOSTOU DESSE CONTEÚDO?

Conheça nosso
Software de CRM

AGENDE UMA CALL DE
APRESENTAÇÃO

**Clientar**
CRM



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

