

PÓS-VENDAS

5 ESTRATÉGIAS EFICIENTES



Paulo Araújo

INTRODUÇÃO

Sua empresa investe em marketing, treina os colaboradores em **técnicas de vendas**, capricha na apresentação do produto e, finalmente, faz a venda tão esperada. Missão cumprida? Ou será que está faltando alguma coisa?

Sim, está faltando algo fundamental, já que o ciclo não termina com a venda – logo depois vem o pós-venda.

Afinal, se sua empresa tentar viver só a partir da receita gerada por novos clientes, seu negócio pode se tornar insustentável.





O QUE É PÓS-VENDA?

Pós-venda envolve as ações que visam à fidelização do cliente após ele ter comprado de você. Por meio do pós-venda, você mostra para o cliente que ele é importante para a sua empresa, e que o interesse não é apenas empurrar um produto ou serviço.



O objetivo do pós-venda é fazer com que seu cliente se sinta satisfeito a ponto de voltar a comprar sempre de você.

Naturalmente, ele só fará isso se sentir que o **atendimento ao cliente** da sua empresa é capaz de oferecer uma boa experiência.

Pela sua experiência aí no seu negócio, o que você acha que é mais fácil: conquistar um cliente novo ou fazer uma nova venda para quem já comprou de você antes?

Mesmo sem ouvir a sua resposta, arrisco a dizer que ela deve estar alinhada com um ensinamento de Philip Kotler, o pai do **marketing**. Ele disse que conquistar um novo cliente custa de cinco a sete vezes mais do que manter um atual.

Talvez você já tenha comprovado isso ao analisar os custos da sua empresa com marketing, o que inclui atrair e educar potenciais clientes até que eles estejam preparados para comprar.



Existem **dados concretos** que destacam a importância do pós-venda:

- as chances de você vender para um cliente novo são de 5% a 20%;
- as chances de você vender para um cliente antigo são de 60% a 70%.

E você sabe bem que um esforço menor geralmente significa um custo menor, certo? Assim, é fácil perceber a importância do pós-venda. Com ele, você reduz o CAC (custo de aquisição de clientes), tornando o seu trabalho de marketing mais eficiente.

No longo prazo, isso contribui também para uma maior previsibilidade com relação ao volume de vendas. Afinal, com um pós-venda de qualidade, é possível contar com os clientes fiéis para que você consiga bater as suas metas.

O pós-vendas já deve estar incluído em seu **Plano de Ação de Vendas**, não se esqueça disso!





5 TÉCNICAS PARA REALIZAR UM PÓS-VENDA EFICIENTE

Levando em conta a importância dessa etapa do ciclo de vendas, confira 5 técnicas que ajudarão você a realizar um pós-venda eficiente na sua empresa!

1. Cumpra a sua palavra


Em uma negociação, as duas partes definem os termos do acordo. Depois, elas precisam dar o melhor de si para cumprir tudo aquilo que se dispuseram a fazer. Isso é ainda mais importante em certos segmentos que envolvem interações frequentes entre as duas partes após a assinatura de um contrato de prestação de serviço.

Você precisa cumprir a sua palavra, lembrando que isso não é apenas para respeitar o contrato. Isso tem um papel fundamental no pós-venda e, em resultado disso, na [fidelização do cliente](#).

2. Mantenha contato


Depois que você fecha a venda e entrega o produto, evite sumir da vida do cliente. Entre em contato ocasionalmente para saber como vão as coisas e registre essa [informação no CRM](#).

Não faça isso para tentar fazer novas vendas, mas sim para avaliar o que o cliente está achando do produto.



Você pode enviar pesquisas de satisfação como o NPS (net promoter score). Esse tipo de pesquisa pode ajudar você a medir a lealdade do cliente e a entender se ele é um defensor ou um detrator da sua marca.


3. Garanta a qualidade do suporte



Já vi pessoas comprarem e terem problemas com o serviço de atendimento da loja depois de os produtos darem problema. Geralmente essas pessoas dizem: “Na hora de vender é uma beleza. Mas quando o produto dá defeito, ninguém resolve”.

De fato, é frustrante ter um problema com um produto ou serviço e não haver ninguém que possa dar uma orientação e resolver o problema. Se você quer fazer um pós-venda de qualidade, precisa dar uma atenção especial ao serviço de atendimento ao cliente da sua empresa.

Garanta que os **colaboradores tenham conhecimento técnico, ferramentas adequadas e as soft skills necessárias** para fazer o cliente se sentir importante e bem atendido.





4. Informe os clientes sobre os lançamentos

Clientes gostam de ficar sabendo em primeira mão a respeito das novidades de suas empresas favoritas. Dependendo do ramo em que você atua, talvez novos produtos entrem no seu catálogo vez ou outra. Ou pode ser que seu serviço receba certas melhorias de vez em quando.

Qualquer que for o caso, divulgue tais atualizações para os clientes. Mas não trate essa comunicação como uma **abordagem de vendas**; essa é uma maneira de contar as novidades, o que pode gerar um sentimento positivo nos clientes.

5. Use um CRM

Talvez você esteja se perguntando: “Como vou fazer para dar tanta atenção aos meus clientes? Nem eu nem minha equipe temos tempo para dar uma atenção individualizada assim”.

Mas saiba que o trabalho de pós-venda pode ser simplificado com o uso de um bom **sistema de CRM** (customer relationship management, ou gestão do relacionamento com o cliente).

Com esse software, você conseguirá dar atenção aos clientes sem sobrecarregar a equipe comercial e lidar com futuras **objeções de vendas**.

PÓS-VENDA: UMA ETAPA ESSENCIAL NO CICLO DE VENDAS

O pós-venda é uma etapa do ciclo de vendas que não pode ser deixada de lado. Com ele, você aumenta a eficiência dos seus esforços de marketing e consegue até melhorar a previsibilidade nas vendas. Coloque as minhas dicas em prática e veja o [desempenho da equipe comercial aumentar!](#)

Outra ferramenta que não podemos deixar de citar é o follow up, mas esse é outro assunto.

Leitura indispensável – [O que é follow up e como fazer](#)

Outra maneira de melhorar o desempenho da sua carteira de clientes é criar estratégias para reconquistar aqueles que pararam de comprar. Para saber como lidar com isso, [acesse o artigo em que dou dicas de como recuperar clientes inativos!](#)



DICA DE LIVRO

O Pós-venda: O que é o pós-venda e seus benefícios

Esse livro ajudará a sua empresa a repensar o conceito de pós-vendas e agregar mais qualidade e valor aos seus produtos e serviços.

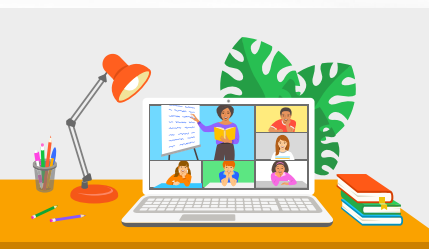


ASSISTA ESSE CONTEÚDO EM VÍDEO

**5 ESTRATÉGIAS
EFICIENTES PARA
APRIMORAR O P
VENDA**



CONFIRA!





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

