

7 PASSOS DA ABORDAGEM CONSULTIVA PARA FECHAR VENDAS B2B



INTRODUÇÃO

No mundo das vendas B2B, especialmente em negócios complexos, saber aplicar a abordagem consultiva faz toda a diferença.

Eu já passei por várias situações em que fechar uma venda parecia quase impossível, mas foi justamente a aplicação de uma abordagem mais consultiva que transformou o cenário. Afinal, a venda B2B não é só sobre oferecer um produto ou serviço; é sobre entender o cliente, as necessidades dele e mostrar, com clareza, como você pode resolver seus desafios.

A abordagem consultiva é um modelo que coloca o cliente no centro da negociação.

Mais do que vender, você precisa se tornar um consultor, um parceiro que vai ajudar a resolver problemas específicos.

E como fazer isso?

01. IDENTIFICAÇÃO E QUALIFICAÇÃO DO CLIENTE IDEAL

Imagine investir tempo, energia e recursos em um cliente que, no final, nem está no momento certo para comprar sua solução.

Uma das etapas mais importantes de uma abordagem consultiva é, sem dúvidas, identificar e qualificar o cliente ideal.

Esse cliente não é apenas alguém que precisa do seu produto, mas sim aquele que possui as condições para fechar o negócio.

Aqui, o sistema de CRM é um aliado poderoso. Você pode usar dados de clientes passados para entender quais características eles tinham em comum: tamanho da empresa, setor, desafios e até orçamento.

Com essas informações em mãos, é possível focar nas oportunidades que têm mais chances de se converterem em vendas reais.

Dica prática: faça perguntas abertas para explorar as necessidades e dores do cliente, mas também para entender se ele tem as condições mínimas para prosseguir na jornada de compra.

Lembre-se: identificar e qualificar não é só sobre “ganhar tempo” – é sobre respeitar o tempo do cliente também, o que cria uma relação de confiança desde o começo.

02. TÉCNICAS DE ESCUTA ATIVA E PERGUNTAS PODEROSAS

Sabe aquele vendedor que fala o tempo todo e não deixa o cliente abrir a boca?

Pois é, esse está fadado ao fracasso. Em uma abordagem consultiva, escutar ativamente é essencial. A escuta ativa consiste em ouvir com atenção e empatia, demonstrando verdadeiro interesse pelo que o cliente tem a dizer.

E não basta ouvir, é preciso fazer as perguntas certas. Perguntas poderosas ajudam a ir além do superficial e mergulhar nas necessidades reais do cliente.

Perguntas como: “Quais são os principais desafios que a sua equipe enfrenta no dia a dia?” ou “O que mudaria na sua operação se essa solução fosse implementada?” ajudam a trazer informações valiosas.

Importante: além de mostrar interesse, perguntas bem-feitas abrem portas para insights que vão orientar sua apresentação de valor. No fim das contas, o cliente percebe que você está comprometido com o sucesso dele, e não apenas em fechar mais uma venda.

E é isso que uma abordagem consultiva busca: construir confiança, não apenas negócios.



03. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DAS NECESSIDADES DO CLIENTE

Ao ouvir ativamente e fazer perguntas poderosas, você vai perceber que as necessidades do cliente vão além do óbvio.

E aqui é onde entra uma das habilidades mais valorizadas em uma abordagem consultiva: a análise das necessidades.

Às vezes, o cliente acha que sabe o que precisa, mas, ao aprofundar a conversa, percebe-se que há outras questões.

Por exemplo, ele pode buscar uma solução para aumentar as vendas, mas o que ele realmente precisa é de uma forma mais eficaz de gerenciar seu time comercial. Identificar essas nuances é o que diferencia o bom vendedor consultivo.

Use o sistema de CRM para documentar essas necessidades e correlacionar com possíveis soluções. Isso mostra ao cliente que você é metuculoso e está alinhado com os objetivos dele.

04. CUSTOMIZAÇÃO DE SOLUÇÕES E APRESENTAÇÃO DE VALOR

Com uma análise completa das necessidades em mãos, é hora de customizar a solução e apresentar o verdadeiro valor para a sua carteira de clientes.

Aqui não é apenas sobre descrever o produto ou serviço, mas sim sobre como essa solução é única para resolver os problemas específicos dele.

Por exemplo, ao invés de dizer “Nossa ferramenta automatiza o envio de e-mails”, diga “Com a automação, sua equipe vai economizar 5 horas semanais e poderá focar em tarefas mais estratégicas, como a conversão de leads qualificados.”

Esse tipo de apresentação agrega valor real e torna a oferta mais irresistível.

Mais importante ainda, o cliente começa a enxergar o investimento como uma solução, não como um custo.

A abordagem consultiva transforma o produto em um “resolva-dor” e não apenas em algo que ele está comprando por comprar.



05. ESTRATÉGIAS PARA CONTORNAR OBJEÇÕES SEM PERDER O FOCO NO CLIENTE

A objeção faz parte de qualquer processo de venda, e no B2B, com vendas complexas, é praticamente inevitável.

Em uma abordagem consultiva, contornar objeções sem perder o foco no cliente é essencial.

Isso significa que, ao invés de refutar diretamente o que o cliente diz, você vai reconhecer a objeção e buscar entender o motivo por trás dela. Quando o cliente diz “Mas acho que está caro demais”, ao invés de rebater com descontos imediatos, você pode perguntar: “O que mais você gostaria que essa solução proporcionasse para justificar o investimento?”

Assim, você demonstra que está aberto ao diálogo e a ajustar a proposta conforme as reais necessidades do seu cliente.

Além disso, muitas vezes a objeção revela que o cliente não entendeu totalmente o valor da solução. Portanto, ao abordar essas dúvidas, é uma ótima oportunidade para reforçar o valor e os benefícios de uma forma que ressoe com o que ele precisa.

06. SIMPLIFICAÇÃO PARA REDUZIR GARGALOS E AUMENTAR A EFICIÊNCIA

Quando se trata de vendas B2B, a simplificação de processos é um ponto que merece destaque.

A abordagem consultiva inclui também simplificar processos e eliminar etapas desnecessárias. Ao simplificar, você reduz gargalos e permite que o time foque nas atividades que realmente geram valor, como o relacionamento com o cliente e o fechamento de negócios.

Estudos mostram que processos mais simples podem aumentar a produtividade em até 30% e reduzir custos em 20% (fonte: McKinsey).

Isso não só facilita a rotina do time, como também melhora a experiência do cliente, que percebe uma agilidade e organização no processo de compra.

Portanto, reveja o processo de vendas do começo ao fim, analise cada etapa e identifique o que é realmente essencial. Etapas redundantes ou demoradas podem ser eliminadas ou reformuladas, e isso reflete diretamente no sucesso da abordagem consultiva.



07. ACOMPANHAMENTO PÓS-VENDA: CONSTRUINDO RELACIONAMENTO E FIDELIDADE

O processo de vendas consultivas não termina no momento em que o contrato é assinado. Uma das características mais importantes dessa abordagem é o acompanhamento pós-venda.

Após a venda, é crucial que você continue disponível para o cliente, ajudando na implementação da solução e garantindo que ela realmente atenda às expectativas criadas durante o processo.

Isso não apenas demonstra seu comprometimento com o sucesso do cliente, mas também abre portas para oportunidades futuras.

O cliente satisfeito é aquele que volta a comprar e, melhor ainda, que recomenda sua solução para outras empresas.

E aí entra novamente o software de CRM: registre todo o feedback e use esses dados para aprimorar continuamente sua abordagem.

Dica Extra: em pesquisas, 80% das empresas que receberam um acompanhamento pós-venda adequado reportaram maior satisfação e probabilidade de recompra (fonte: HubSpot).

CONCLUSÃO

Uma abordagem consultiva bem-feita é o que separa os vendedores que vendem produtos daqueles que criam valor duradouro para o cliente.

Neste tipo de venda, você se torna um parceiro estratégico, alguém que o cliente pode confiar para encontrar as melhores soluções.

Cada um desses passos ajuda a construir uma relação sólida e confiável, transformando a venda em uma parceria.

Mais do que fechar uma transação, você vai abrir portas para uma relação de longo prazo, focada em resolver problemas e gerar valor.

Lembre-se: vender é entender o que o cliente precisa e como você pode ser a solução que ele busca.

Da próxima vez que estiver frente a frente com uma venda B2B complexa, aplique a abordagem consultiva com confiança e veja os resultados surgirem de forma surpreendente!

**GOSTOU DESSE
CONTEÚDO?**

Conheça nosso

SOFTWARE DE CRM

AGENDE UMA CALL DE APRESENTAÇÃO



Sistema de gestão da
carteira de clientes.



clientarcrm.com.br

CONHEÇA O AUTOR

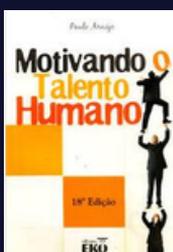
Paulo Araújo

Fundador da Clientar CRM

Palestrante e Consultor de Vendas



Autor dos livros



pauloaraujo.com.br