

Gestão operacional de marketing

Tema 4

Força de Vendas

Força de Vendas

Força de vendas

Conjunto de pessoas que tem como principal objetivo vender ou fazer vender os produtos ou serviços da empresa através de contactos diretos com os potenciais clientes, distribuidores ou prescritores.

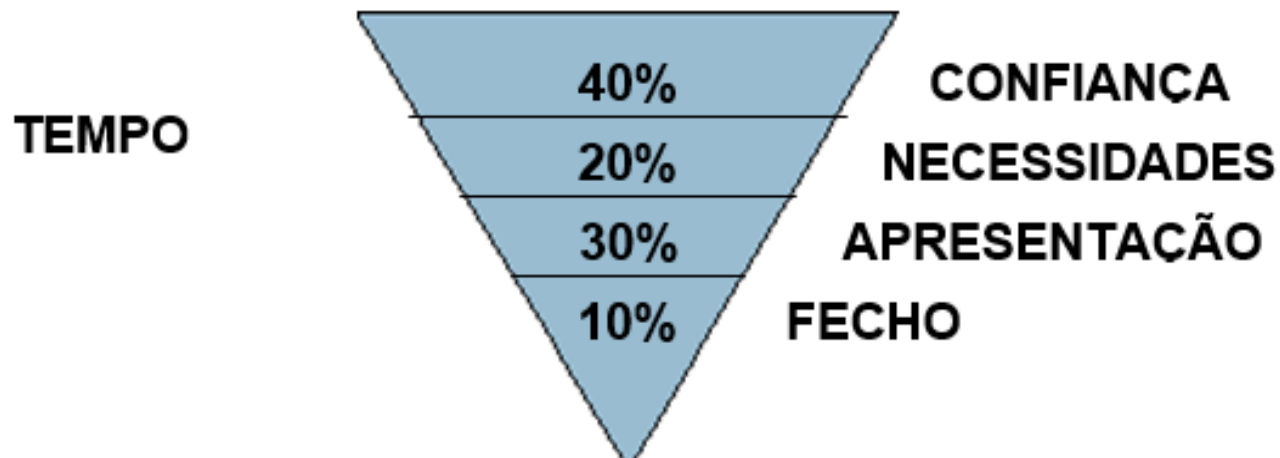
Força de vendas

O VELHO MODELO DE VENDAS



Força de vendas

O NOVO MODELO DE VENDAS



Força de vendas

MÉTODO DE VENDAS SPIN

Situation

Perguntas que determinam o contexto

Problem

Perguntas sobre problemas, dificuldades e insatisfação do cliente

Implication

Perguntas que aprofundam os problemas do cliente e mostram todas as suas consequências a curto e longo prazo

Need-payoff

Últimas perguntas de um processo de vendas, aquelas em que as respostas do cliente conduzem diretamente ao fecho da venda

Força de vendas

ATITUDE DOS VENDEDORES

Para exteriorizar uma boa atitude, o vendedor precisa de se sentir bem consigo próprio, para isso deverá:

- conhecer bem o produto;
- conhecer bem as técnicas de venda;
- acreditar em si próprio;
- ter objetivos e metas bem definidos;
- ser capaz de gerir o seu tempo para alcançá-los.

Força de vendas

FUNÇÕES DOS VENDEDORES

VENDA

Toda a apresentação oral, desenvolvida numa entrevista com um ou vários compradores potenciais e com o objetivo de realizar um negócio.

Força de vendas

FUNÇÕES DOS VENDEDORES

PROSPECÇÃO

Identificação dos potenciais clientes com interesse, junto dos quais será efetuado um esforço de venda pelo próprio vendedor ou por um outro.

Força de vendas

FUNÇÕES DOS VENDEDORES

A INFORMAÇÃO E A COMUNICAÇÃO DESCENDENTE

A comunicação pessoal do vendedor com o destinatário é, geralmente, mais poderosa do que a comunicação através dos mass-media, por ser interativa e, por isso, poderá adaptar-se às características, aos desejos e às reações dos interlocutores. Esta comunicação constitui, em certas circunstâncias, a tarefa principal de um vendedor.

Força de vendas

FUNÇÕES DOS VENDEDORES

A PREPARAÇÃO E EXECUÇÃO DE UMA PROPOSTA ESPECÍFICA

Uma das tarefas principais dos vendedores técnico-comerciais consiste em identificar as necessidades do cliente para lhe fazer uma proposta bem adaptada.

Força de vendas

FUNÇÕES DOS VENDEDORES

A AJUDA À REVENDA

Quando o vendedor se dirige, não ao utilizador final do produto, mas a um intermediário da distribuição, não se contenta, geralmente, com uma encomenda, e deve também ajudar o seu comprador a revender o produto ao cliente final.

Força de vendas

FUNÇÕES DOS VENDEDORES

OS SERVIÇOS PÓS-VENDA

Serviços pós-venda, tais como a formação dos compradores ou utilizadores ou a manutenção dos produtos.

Força de vendas

FUNÇÕES DOS VENDEDORES

A INFORMAÇÃO E A COMUNICAÇÃO ASCENDENTE

Transmitir à sua própria empresa as informações com interesse que possam recolher acerca das necessidades e desejos da clientela, acerca das ações da concorrência, acerca das tendências do mercado...

Força de vendas

FUNÇÕES DOS VENDEDORES

A RECOLHA DE INFORMAÇÕES SOBRE COBRANÇAS

Recolha de informações sobre a capacidade de pagamento, sobretudo dos novos clientes, bem como, às vezes, interferir no próprio processo de cobrança, identificando os circuitos internos de pagamento dos clientes, eventuais bloqueios e mesmo efetuar cobranças.

Força de vendas

CARATERÍSTICAS PARTICULARES DAS FUNÇÕES DOS VENDEDORES

- os vendedores passam a maior parte do tempo fora da empresa, não estando, sob o controlo e a supervisão direta e permanente dos seus superiores hierárquicos
- trabalham isoladamente
- devido às numerosas recusas que enfrentam durante os seus percursos comerciais, estão particularmente expostos ao desencorajamento

FIM

Do capítulo 3

FIM

Do módulo