

Gestão do relacionamento com o cliente

A arte e a técnica de
negociar e vender

INOVA2021

Fabio Tadeu Ferreira



Administrador de Empresas



Especialista em Marketing, Vendas e
Gestão Estratégica de Negócios



Atuo há mais de 23 anos na Gestão
de Programas Corporativos de
Educação Profissional, Inovação e
Tecnologia voltados para melhorar a
produtividade e a competitividade
das indústrias.



Missão da Palestra



- ❑ Proporcionar conhecimentos atualizados sobre conceitos e práticas de gestão do relacionamento com o cliente.
- ❑ Promover assertividade no processo de negociação e vendas.

Jornada da Palestra

Relacionamento

Como construir um bom relacionamento com o cliente

01

02

Proposta de Valor

Seja um designer de modelos de negócios e crie propostas de valor para o cliente

Negociação

O desafio de negociar com clientes diferentes, diferentemente

03

04

Venda

A importância do método nas vendas

A forma como você se relaciona
com os seus clientes influencia no
sucesso do seu negócio.





01 Relacionamento

O coração da venda

Conceito



100% dos clientes são pessoas.
100% dos funcionários são pessoas.
Se você não entende de pessoas, você
não entende de negócios.

“



Simon Sinek

A Arte da Caça



**Entender
para
atender**



Relacionamento

Planejar



Pré-análise e
prospecção de
informações

Abordar



Abordagem ao
cliente

Investigar



Análise e
identificação das
necessidades do
cliente

Dicas de Relacionamento



- ☐ Conheça profundamente seu cliente
- ☐ Comunique-se como ser humano
- ☐ Estreite os vínculos, invista em benefícios
- ☐ Mantenha contato regular
- ☐ Crie confiança



Dicas de Relacionamento



- ☐ Repertório é fundamental para se relacionar
- ☐ A gente gosta de falar com pessoas interessantes
- ☐ Devemos saber conciliar o desejo do cliente com o que podemos oferecer
- ☐ Registrar todas as ações de relacionamento no CRM

A cultura do servir

Relação



Fornecedor

- ☐ Conectar
- ☐ Conhecer
- ☐ Cuidar

Cliente

- ☐ Acolhido
- ☐ Seguro
- ☐ Respeitado

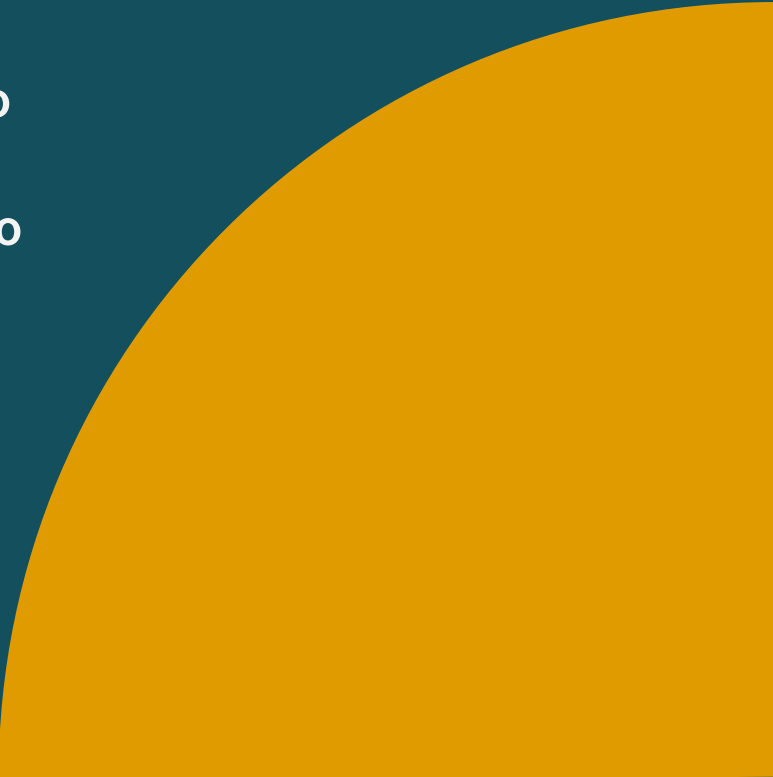
~~Transação~~

02

Proposta de Valor

Criando a diferenciação, o benefício





Qual é o seu diferencial?
Por que você é a melhor opção
para o seu cliente?
O que você pode dar a ele que o
concorrente não pode?

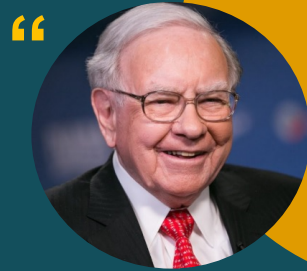


Concorrência não
significa guerra.
Significa aprender,
significa preparar-se,
significa ser o melhor.



Jeffrey Gitomer

PREÇO é o que você paga.
VALOR é o que você recebe.



Warren Buffett

● O que gera
valor é o
benefício,
não o
atributo.



Bicicleta



Atributo: quadro de alumínio, aro 26, câmbio 18 marchas.

Benefício: não polue, evita o trânsito, permite a prática de atividade física.

Garrafa d'água de 2 litros

Clientes diferentes têm valores
diferentes para o mesmo
atributo.

Benefícios:

Para o atleta: dura o treino todo.

Para a família: serve a todos.

Para o solteiro: dura o dia todo.



Proposta de Valor

Compreender



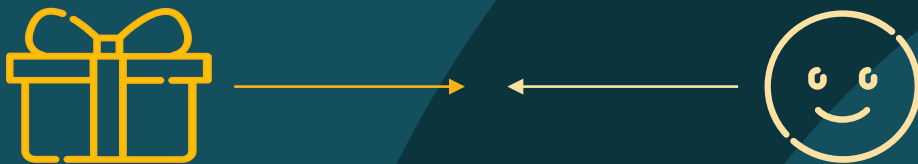
Perfil do Cliente

Desenhar



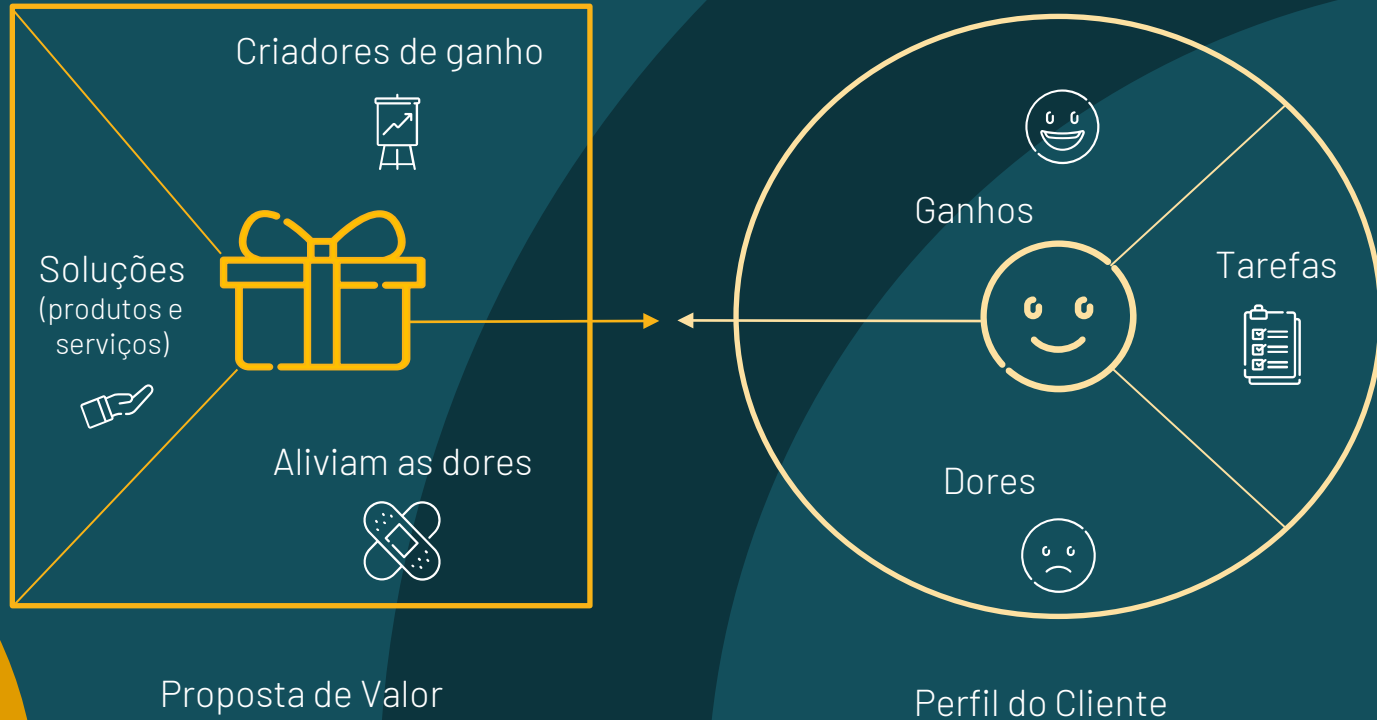
Proposta de Valor

Canvas da Proposta de Valor



Encaixe problema-solução

Canvas da Proposta de Valor



Proposta de valor: carros elétricos de alta performance
Perfil do cliente: classe média alta



Canvas da Proposta de Valor



Perfil do cliente



Tarefas

- Se destacar dos outros.
 - Mobilidade pessoal.
- Deslocamento para o trabalho.
 - Viagens ocasionais.

Dores

- Acidentes.
 - Medo de ficar sem bateria.
- Falta de estações de recarga.
- Incapacidade de transportar a família.

Ganhos

- Design e performance de carro esportivo.
 - Autonomia de 250 a 400 km.
 - Receber elogios de amigos.
 - Reconhecimento de marca.

Canvas da Proposta de Valor



Proposta de valor

Soluções(carro elétrico)

- 10 anos de garantia.
- Modelos X, Y e Z.
- Diversos opcionais.

Aliviam as dores

- Alto nível de segurança.
- Bateria de alta autonomia.
- Rede ampla de postos de recarga.
- Capacidade de transportar 5 passageiros.

Criadores de ganhos

- Performance (0 a 100 km/h em 4 segundos)
- Foco em design e estilo moderno.
 - Carro autônomo.
 - Alta tecnologia.

Perfil do cliente



Tarefas

- Se destacar dos outros.
 - Mobilidade pessoal.
- Deslocamento para o trabalho.
 - Viagens ocasionais.

Dores

- Acidentes.
 - Medo de ficar sem bateria.
- Falta de estações de recarga.
- Incapacidade de transportar a família.

Ganhos

- Design e performance de carro esportivo.
 - Autonomia de 250 a 400 km.
 - Receber elogios de amigos.
 - Reconhecimento de marca.



03

Negociação

A hora da verdade

Negociar é gerenciar expectativas.
É levar ao extremo o seu processo
de empatia.





**O contexto
de valor
pertence ao
cliente,
não a nós**

Somos mais propensos a sermos influenciados por pessoas que:

- Admiramos/nos atraem;
- São parecidas conosco;
 - São agradáveis;
 - Nos elogiam;
- Cooperam conosco.



Robert Cialdini

Negociação

Planejar



Framework:
planejamento de
negociação

Negociar



Troca de informações,
formulações de
opções e fechamento

Dicas de Negociação



Negocie com clientes diferentes,
diferentemente.

Perfis preponderantes de
comportamento:

- ☐ Analítico
- ☐ Acolhedor
- ☐ Pragmático
- ☐ Entusiasmado



Dicas de Negociação



Framework: planejamento de negociação

- ☐ Interesses
- ☐ Opções
- ☐ Legitimidade
- ☐ Alternativas



Dicas de Negociação



Regra de ouro:

- ☐ Sorria
- ☐ Lembre-se do nome
- ☐ Deixe falar e elogie



Dicas de Negociação



Técnicas:

- ☐ Espelhamento
- ☐ *Backtracking*



Dicas de Negociação



Gatilhos mentais:

- ☐ Prova social
- ☐ Autoridade
- ☐ Princípio da escassez



Dicas de Negociação



Principais objeções:

- ☐ Preciso pensar a respeito
- ☐ Vou deixar para outro momento
- ☐ Eu não preciso disso
- ☐ Não conheço sua empresa
- ☐ Achei muito caro
- ☐ Vou consultar o meu superior



04

Venda

O sucesso do cliente



Dicas de Venda



Sucesso do cliente:

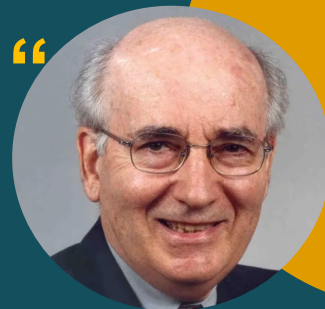
- ☐ Interação proativa, focada e contínua
- ☐ Experiência do cliente



É importante entender a diferença
entre felicidade e sucesso do
cliente.



Um profissional de vendas
bem-sucedido cuida primeiro do
cliente, depois do produto.



Philip Kloter

Venda

Segmentar



Segmentação de
clientes

Aplicar



Aplicação de
estratégias

Medir



Definição de
metas e
métricas

Dicas de Venda



Segmentar seus clientes

- ❑ Régua de relacionamento:
 - ✓ Grau de valor
 - ✓ Grau de relacionamento



Dicas de Venda



Aplicar estratégias diferenciadas

- ☐ *Onboarding*
- ☐ *Ongoing*
- ☐ *Retenção*



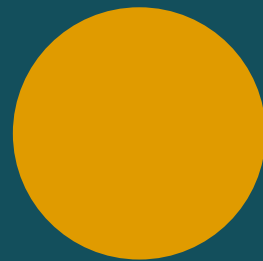
Dicas de Venda



Como medir o sucesso do cliente?

- ❑ FCR – *First Call Resolution*
- ❑ CHURN (Taxa de Cancelamento)
- ❑ CAC (Custo de Aquisição de Clientes)
- ❑ *Lifetime Value* (Valor do Ciclo de Vida do Cliente)
- ❑ NPS – *Net Promoter Score*





**Os clientes
não esperam que
você seja perfeito.
Eles esperam
que você resolva as
coisas quando elas
dão errado.**

**O sucesso do
seu negócio
depende da
experiência do
seu cliente**



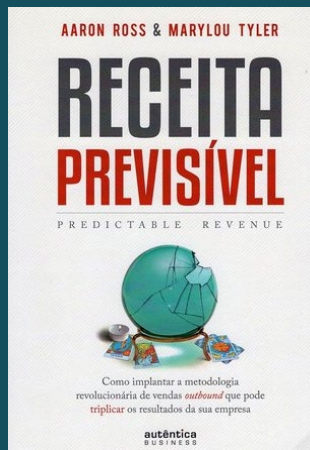
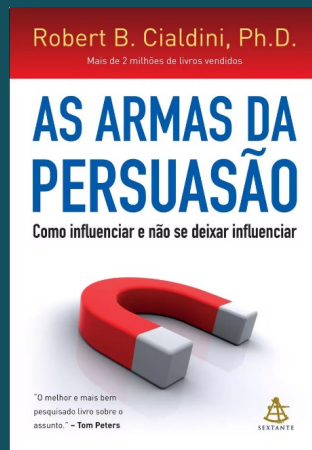
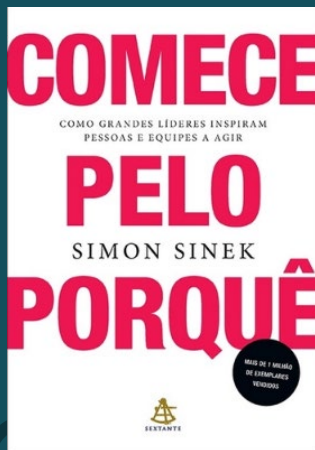
O vendedor precisa ter PIQUE!



Paixão
Iniciativa
Questionamento
Urgência
Entusiasmo



Quero mais



Obrigado!



@fabiotadeuf



s