

PROSPECÇÃO FANÁTICA

Jeb Blount, Alta Books, 2019

- “Em vendas não há como acionar o modo fácil
- Não há nenhuma varinha de condão ou molho secreto
- Os melhores produtores e os grandes astros das vendas são prospectores fanáticos que assumem responsabilidade pessoal por identificar e criar suas próprias oportunidades de venda
- Pipeline
- Por que precisamos prospectar
- Novas vendas são a força vital de um negócio”

Mike Weinberg

DEFENDENDO A PROSPECÇÃO

- O caminho para um sucesso em vendas não é fácil
- **Prospectam com foco determinado**
- Mergulham com entusiasmo na prospecção (telefone, email, networking, recomendações, batendo em portas, feiras comerciais, puxando conversa com estranhos...)
- Não inventam desculpas
- Não reclamam
- Não vivem com medo
- **Não procrastinam**
- Prospectam porque sua motivação é manter o pipeline cheio
- Carregam cartões de visita
- Puxam conversa com estranhos (escritórios, eventos esportivos, fila do café, elevadores, conferências, aviões, qualquer lugar)
- Não culpam
- Se mexem
- O principal motivo de um pipeline vazio é a falha na prospecção
- O primeiro passo para elaborar um pipeline de novos clientes é reconhecer a verdade e se afastar da busca de caminho fácil
- A facilidade é a mãe da mediocridade

- 3 coisas que você pode controlar: ações, reações, mentalidade
- Foque sua energia no que você pode controlar
- **Prospectar é um trabalho duro, extenuante e repleto de rejeições**
- Prospecção é um saco
- Você precisa encarar a realidade e superar isso
- Sempre há alguma coisa mais divertida, vou prospectar do mesmo jeito

SETE MANEIRAS DE PENSAR DE PROSPECTORES FANÁTICOS

- ✓ Há pouca necessidade de reinventar a roda
- ✓ Se analisar o que pessoas de sucesso fazem, encontrará padrões
- ✓ **Manter focado**
- ✓ Persistente e voltado para abrir portas
- ✓ Otimista e entusiasta, pessoas negativas e amargas não têm sucesso
- ✓ Competitivo, Confiante
- ✓ Resistência mental
- ✓ Habilidade de gerenciar emoções nocivas, medo, incerteza, dúvida
- ✓ Confiança, Autocontrole
- ✓ **Implacável, nunca desistem**
- ✓ Sede de conhecimento, abertos a feedback e treinamento
- ✓ Vão atrás de toda oportunidade de aprender
- ✓ **Sistemático e eficiente, desligar de distrações, evitar interrupções**
- ✓ Adaptável e flexível, responder e se adaptar rapidamente à mudança
- ✓ Pesquisar e adotar novas ideias

CHAMADA FRIA: FAZER OU NÃO FAZER

A maioria das empresas não consegue criar indicações com qualidade suficiente para manter o pipeline cheio

ADOTE UMA METODOLOGIA EQUILIBRADA DE PROSPECÇÃO

Para obter o melhor retorno do tempo investido em prospectar, deveria haver um misto de prospecção por telefone, pessoalmente, e-mail, venda social, mensagens de texto, referências, networking, indicações internas, feiras comerciais, chamadas frias

QUANTO MAIS VOCÊ PROSPECTAR, MAIS SORTUDO VAI FICAR

- Os melhores profissionais de vendas passam cerca de 80% do próprio tempo em atividades de prospecção e qualificação
- Quanto mais você precisa de algo, menos provável será conseguir
- Quando a sua esperança de sobrevivência está em um ou dois contatos, a probabilidade de fracasso cresce
- **O desespero maximiza e acelera o fracasso**
- Constantemente prospectando, fazendo networking, adquirindo referências e movimentando seus contatos de maneira sistemática
- Parou de prospectar em dezembro e as consequências apareceram em março
- Quanto mais eu pratico, mais sortudo fico
- **Quanto mais você prospectar, mais sortudo vai ficar**
- É preciso compromisso constante e disciplina, um pouquinho todos os dias
- Pegue os telefones, bata nas portas, mande e-mails, mensagens de texto, incremente o LinkedIn, peça referências, vá a eventos, faça networking e fale com estranhos
- seja fanático
- não deixe nada nem ninguém parar você

CONHEÇA SEUS NÚMEROS

Reunir coragem e autodisciplina para anotar, analisar e fazer ajustes regulares com base na estatística do desempenho de suas prospecções

OS TRÊS “P” QUE ESTÃO TRAVANDO

- Há 3 formas de pensar que travam: procrastinação, perfeccionismo e paralisação a partir da análise
- **Procrastinação é uma doença horrível**
- Deixar de fazer as pequenas coisas todos os dias vai arruinar seus esforços para alcançar seus objetivos
- Desenvolver autodisciplina para fazer um pouquinho de prospecção todos os dias
- Pesquisar com cuidado cada cliente em potencial de uma lista
- A vida é muito curta para ficar fazendo uma coisa que se odeia

TEMPO

- ✓ Maximizar o tempo principal das vendas
- ✓ Quem possui melhor desempenho organiza seu dia
- ✓ **Gerenciamento de tempo**
- ✓ Criar o retorno mais alto possível de investimento com recursos escassos disponíveis
- ✓ O recurso mais escasso é tempo
- ✓ Não deixar atividades improdutivas interferirem
- ✓ Atividades não relacionadas a vendas são a desculpa perfeita para evitar o trabalho duro da prospecção
- ✓ Você não tem que assumir ou fazer tudo o que os outros lhe trazem
- ✓ **Mantenha suas prioridades em ordem**
- ✓ Se você não estiver prospectando, qualificando, reunindo informações ou fechando negócios, estará comprometendo sua renda
- ✓ Se você investir somente uma hora por dia para 25 chamadas de teleprospecção e mais uma hora para prospecção por e-mail e social, em menos de 60 dias seu pipeline vai estar cheio
- ✓ Nosso cérebro não executa várias tarefas ao mesmo tempo
- ✓ Coisas que mais tiram a atenção dos profissionais de vendas: e-mail e celular
- ✓ Dividir o tempo em blocos
- ✓ concentrar seu poder nesses blocos de prospecção vai deixá-lo muito mais produtivo
- ✓ Colocar sua atenção em uma só coisa a cada vez
- ✓ Conheça seu valor

<https://fanaticalprospecting.com/resource-catalog/>

OS QUATRO OBJETIVOS DA PROSPECÇÃO

“Foco nas metas e tento ignorar o resto” (Venus Williams)

Saber o objetivo de cada ligação o torna mais eficiente

Desenvolver objetivo definido o torna efetivo (Marcar reunião, Reunir e qualificar informação, Fechar venda, Construir familiaridade)

Objetivo principal com frequência: reunião com responsável pela decisão

Objetivo secundário: reunir informação

Objetivo terciário: construir familiaridade

Prospectar é um brutal esporte de contato

Ir direto ao ponto

Ilusão não leva a lugar algum

É preciso, em média, de 20 a 50 contatos para atrair um cliente potencial que não conhece você ou sua marca

Talvez seja preciso vários contatos por um longo período para conseguir atrair um único potencial comprador

Quando você constrói listas de prospecção, seus blocos ficam mais fáceis, rápidos, impactantes e geram resultados bem melhores

IMPULSIONANDO A PIRÂMIDE DA PROSPECÇÃO

Não havia o menor sentido no padrão de prospecção

Lista de prospecção organizada e direcionada

DOMINE SUA PRÓPRIA BASE DE DADOS

“A coisa mais dispendiosa que você pode fazer em vendas é perder tempo com o cliente potencial errado”

Jeb Blount

Não há nada que seja mais importante ou impactante para seu fluxo de renda de longo prazo do que sua base de dados de clientes potenciais

Base de dados bem administrada, ativa e arejada, é a galinha dos ovos de ouro

Manter a integridade de sua base de dados

VENDA SOCIAL

Consome tempo, drena o intelecto e exige longa rotina de empenho diário consistente para ter algum resultado

As pessoas não querem ser importunadas em mídias sociais

É crucial que você inclua vendas sociais em seu arsenal de vendas

Vá a onde seus clientes potenciais estiverem

Em quais canais sociais vou encontrar meus clientes potenciais?

No mundo virtual, a chance de mudar as primeiras impressões de você online é zero

Erros mais comuns: perfis mal redigidos, incompletos, desatualizados, discussões políticas e religiosas com opiniões extremas

A MENSAGEM IMPORTA

Vendedores estão cometendo erros graves nas mensagens

Os clientes potenciais não vão abrir mão do próprio tempo para:

1. Enxurrada de características de produtos e serviços
2. Papo entusiasmado sobre a empresa
3. Listas regurgitadas de fatos e números genéricos
4. Catálogos de marketing
5. Informações irrelevantes

Ninguém quer saber de papo de vendedor

Cientes potenciais se encontram com você pelos motivos deles, não pelos seus

Demonstrar interesse sincero em ouvi-los conhecê-los e resolver seus problemas

Prospectores exalam confiança

Se você está relaxado e confiante, vai transmitir essa emoção ao seu cliente potencial

Fique empolgado em conhecê-los

A comunicação não verbal inclui:

- ✓ Tom, inflexão, altura e velocidade de voz
- ✓ Linguagem corporal, expressões faciais
- ✓ A maneira como se veste e sua aparência externa
- ✓ Estrutura frasal, gramática, pontuação, palavras usadas

- Sente-se com a coluna ereta e se sentirá melhor
- Mantenha a cabeça erguida
- Colocar um sorriso no rosto vai transferir o sorriso à sua voz
- Use palavras, frases e tom de voz assertivos

➤ **Rápido e direto ao ponto**

➤ **Claro e transparente**

➤ **Relevante**

- Sua mensagem prospectiva precisa ser rápida, simples, direta, relevante
- Para seu cliente potencial, a pergunta mais importante na cabeça deles é: o que eu ganho com isso!

- Transmitir proposta de valor convincente é o caminho para estimular curiosidade e abrir portas
- Demonstração clara dos resultados tangíveis que um cliente consegue ao usar seus produtos ou serviços

Papéis-chave da proposta de valor (Konrath):

- 1. Focar um objetivo de negócio mensurável: métrica que impacte o desempenho**
- 2. Desfazer o status quo: melhorar a situação atual de maneira significativa**
- 3. Oferecer prova ou evidência: informações sobre o quanto você ajudou clientes potenciais em situações similares**

- ✓ Pedir alguns minutos para saber mais sobre o negócio
- ✓ As pessoas simplesmente gostam de ter motivos para o que fazem
- ✓ Dar a seu cliente potencial um motivo bom o suficiente para encontrar com você
- ✓ **Mensagem atraente que funcione a maior parte do tempo com a maioria dos clientes: Rápida, direta, convincente, que possa ser transmitida em dez segundos, ou menos**
- ✓ Focar palavras simples, diretas
- ✓ Gostaria de 15 minutos do seu tempo porque quero saber mais sobre você e sua empresa
- ✓ **Construir pontes de solução para problemas de clientes usando a linguagem deles**
- ✓ Se colocar no lugar do seu cliente potencial
- ✓ Qual informação poderia lhe dar uma vantagem fantástica?
- ✓ O que pode estar roubando seu tempo, dinheiro ou recursos?
- ✓ Como você conseguiria se identificar com a situação particular de seu cliente potencial
- ✓ **O elemento mais importante de qualquer contato prospectivo é pedir**
- ✓ Pedidos não assertivos têm uma taxa de cerca de 30% de sucesso
- ✓ Quando você junta um porquê ao pedido, a probabilidade de conseguir um sim é maior
- ✓ Estou ligando porque ...
- ✓ Falar em ritmo relaxado, com pausas apropriadas
- ✓ Tom cadenciado, direto, direto ao ponto
- ✓ Postura relaxada, natural
- ✓ **Aprender a pedir e calar a boca**

A EXCECLÊNCIA DA PROSPECÇÃO POR TELEFONE

O telefone é sua ferramenta de vendas mais potente

Muitos vendedores acham difícil usar o telefone para prospectar porque:

- ✓ Não sabem o que dizer ou leem roteiros que geram resistência e rejeição
- ✓ Não têm processo de prospecção fácil de executar
- ✓ Não sabem lidar com respostas por reflexo, dispensas, objeções
- ✓ Têm medo de rejeição

A prospecção telefônica é a atividade mais odiada em vendas

Ligar para as pessoas e interrompê-las é desconfortável

Você recebe uma quantidade imensa de rejeição

Você precisa ser eficaz quando estiver com um cliente potencial na linha

Aceitar que prospecção telefônica é um saco e superar isso

Sua chamada precisa ser estruturada:

1. Chame a atenção
2. Identifique-se
3. O motivo da minha ligação é ...
4. Diga o que você quer
5. Chegue rápido ao ponto em dez segundos
6. Faça ponte para um porquê
7. Peça o que você quer

Elabore mensagem curta, atraente, que se conecte com o que é importante para seu cliente potencial

REVERTENDO REFLEXOS, DISPENSAS, OBJEÇÕES

Prospectar evoca nossos medos profundos de vulnerabilidade: incerteza, risco, exposição emocional

Esse é o motivo de tantos vendedores odiarem prospectar

Lidar com objeções de clientes potenciais

Aprender a encarar a rejeição com os pés nas costas

Administrar emoções desgastantes

Roteiro de comprador para vendedores:

- Não estamos interessados
- Estou ocupado
- Estou em reunião
- Me ligue mais tarde
- Volte a falar comigo daqui a um mês
- Não tem orçamento
- Ocupação demais
- Estamos com seu concorrente há anos

Analisar o que você já está fazendo e formalizar em um roteiro o que já está funcionando e que pode ser repetido com sucesso de modo constante

AS VIDAS SECRETAS DOS GUARDIÕES

- ✓ Seja simpático
- ✓ Use por favor, por favor
- ✓ Seja transparente
- ✓ Conecte-se
- ✓ Segure a onda
- ✓ Peça ajuda
- ✓ mude o jogo
- ✓ encontre-os pessoalmente
- ✓ envie um e-mail, bilhete escrito a mão
- ✓ ligar para outros ramais
- ✓ persistência sempre vence

PROSPECÇÃO PRESENCIAL

- Nada substitui estar cara a cara (Peter Guber)
- A cada dia, uma hora em prospecção telefônica, para marcar 2 a 3 reuniões
- **Ir a reuniões planejadas**
- Elabore com antecedência seu objetivo para cada visita
- Personalize sua abordagem para cada cliente potencial

- Faça antecipadamente sua pesquisa para conseguir o nome do tomador de decisões
- Conheça a história da empresa
- Dê uma olhada no site e mídias sociais
- Buscar qualquer informação que possa ajudar

PROSPECÇÃO POR E-MAIL

- ✓ Exige cuidado e esforço para acertar a mensagem
- ✓ Não envie e-mail coletivos
- ✓ **e-mail prospectivos são individuais**
- ✓ evite anexar imagens
- ✓ evite hiperlinks
- ✓ inclua o URL inteiro
- ✓ evite URLs encurtados
- ✓ evite anexos
- ✓ **omite palavras e frases de spam (maiúsculas no assunto, exclamação, grátis, oferta, especial, agora, incrível, acesso gratuito, dinheiro, não delete, faça isso hoje, aumente suas vendas, 100% garantido, poupe R\$...)**
- ✓ a melhor coisa a fazer é se colocar no lugar do spammer
- ✓ não envie a muitas pessoas da mesma empresa de uma só vez
- ✓ não envie muitos e-mail à mesma pessoa
- ✓ seu e-mail precisa ser aberto
- ✓ **seu campo assunto precisa gritar “abra-me”**
- ✓ a maioria dos campos de assunto de um e-mail não se destaca nem é atraente
- ✓ seu e-mail precisa convencer
- ✓ informações qualificadas
- ✓ se seu e-mail não forçar o destinatário a tomar providências, seu tempo e esforço foram em vão
- ✓ e-mail ruins destroem a credibilidade
- ✓ sua mensagem precisa ser relevante
- ✓ o que vai chamar a atenção
- ✓ o que é importante
- ✓ faça uma pausa antes de pressionar enviar

MENSAGEM DE TEXTO

- Identifique-se
- A mensagem importa
- Use frases completas para evitar parecer brusco, áspero, sarcástico, petulante
- Seja direto
- Seja breve
- Evite abreviações
- Use links transparentes
- Antes de clicar em enviar, pause e leia de novo
- Rastreie mensagens que você envia, taxa de resposta

DESENVOLVENDO RESISTÊNCIA MENTAL

- Autoconfiança
- Controle da atenção
- Redução da energia negativa
- Aumento da energia positiva
- Manutenção dos níveis de motivação
- Controle da atitude
- Controle visual e imagético