

## Entendendo o processo de vendas como um todo

Se você quer fazer uma consultoria em funil de vendas, o primeiro passo é entender todas as etapas pelas quais os clientes do negócio no qual você atuará passam até sua conversão. Nem sempre essa informação vai ser dada para você de mão beijada e, mesmo que seja, tome cuidado para não acreditar que a maneira como o processo é feito hoje é a melhor possível.



**Planilha de Prospecção de Clientes** por apenas R\$120

[CLIQUE AQUI](#)



Obviamente que o funil de vendas vai variar drasticamente de empresas online para empresas físicas, mas independentemente disso é possível montar um funil caso ele não exista. Basta conversar com o responsável pela área de marketing ou comercial.

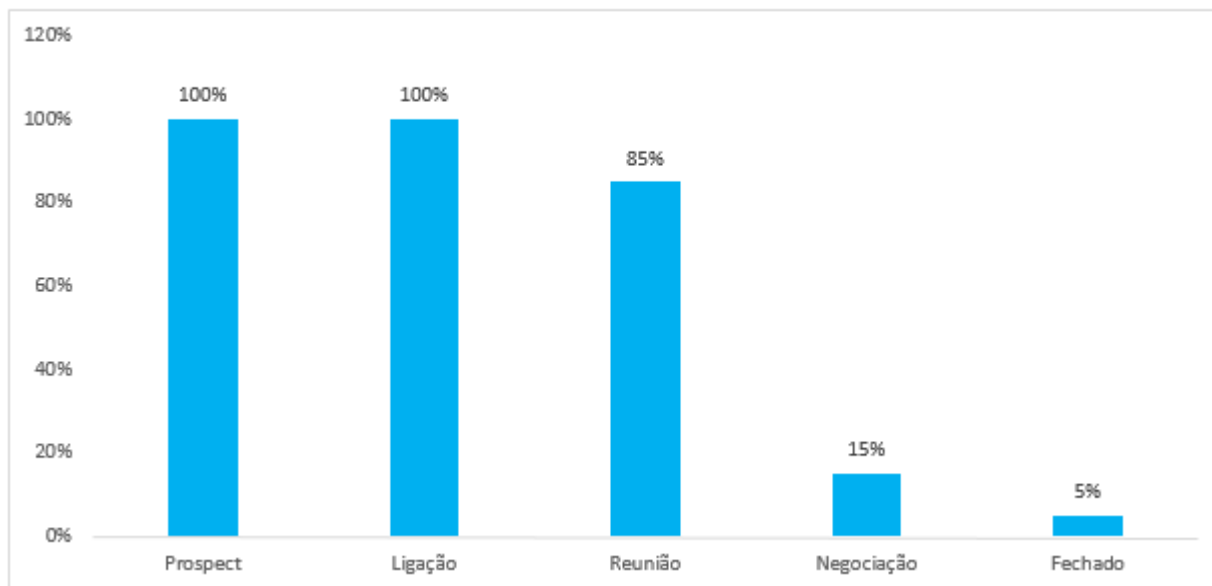
## Como fazer análise de funil de vendas

Antes de mais nada, uma das coisas mais preciosas que um consultor pode fazer é entender a situação da empresa, para depois sugerir melhorias bem embasadas. Para isso, eu sugiro que você faça um diagnóstico do funil atual. Caso o negócio não tenha nada organizado, será um papel seu levantar essas informações.

Vamos supor que a consultoria em funil de vendas vai ser feita em uma empresa que vende aparelhos de refrigeração para indústrias e, por ter uma área de vendas minimamente estruturada, já controla suas etapas comerciais e já tem gráficos para você analisar.

Que tipo de observações você faria para os gráficos retirados da nossa [planilha de prospecção de clientes](#) abaixo? Tente pensar nelas antes de ler as minhas (que estão logo após as imagens):

## 6. Conversão por Etapa do Funil de Vendas



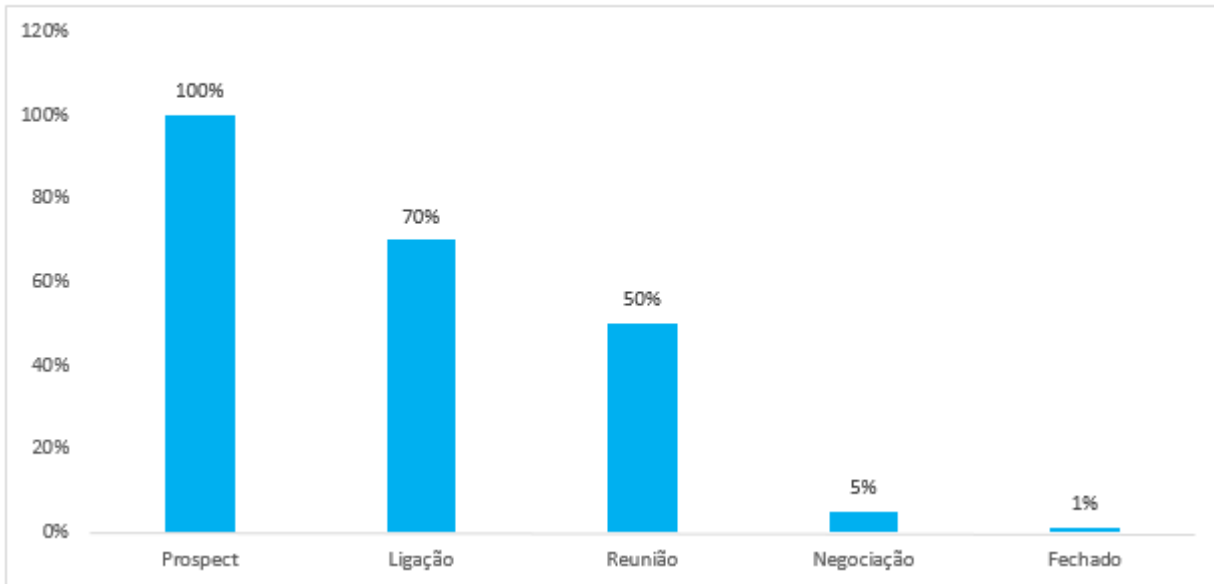
Nesse primeira caso, meu diagnóstico seria:

- Excesso de ligações sem filtro nenhum
- Excesso de reuniões agendadas (percebe isso pelo índice baixíssimo de quem passa para negociação)
- Quem negocia tem boa chance de fechar

Cheguei nessas observações por acreditar que ligar para 100% dos prospects que são captados um exagero. Imagine que terão indústrias nesse grupo que estão fora do alcance geográfico de atuação da empresa. Além disso, também notei um excesso de reuniões agendadas. Isso pode nos mostrar falta de entendimento do momento do cliente, já que poucos casos passaram para negociação, no caso de indústrias já com contratos fechados e que não poderão virar nossos clientes. Por fim, conseguimos ver uma conversão de mais de 30% da negociação para negócio fechado, indicando boas condições de venda (qualidade boa, preço bom, condição geral boa ou uma combinação desses itens).

Vamos ver uma outra análise dessa mesma empresa em um outro gráfico gerado pela nossa [planilha de prospecção de clientes](#):

## 6. Conversão por Etapa do Funil de Vendas



Nesse segundo caso, se eu estivesse fazendo essa consultoria em funil de vendas, levantaria os seguintes itens:

- Aparentemente está captando prospects mal
- Dos leads que ficam, boa parcela tem interesse em negociar
- Problema sério na reunião

Agora essas observações foram motivadas pela perda de 30% de prospects que não viram ligações. Isso pode nos mostrar um processo de captação muito aberto que não está trazendo pessoas com o perfil desejado (por exemplo, pode captar negócios que não necessitam de refrigeração). Por outro lado, o processo de pré venda parece estar sendo bem feito, já que boa parcela das empresas que recebem ligação desejam negociar e agendam uma reunião. Por fim, as reuniões estão com taxas péssimas, indicando vendedores, produto ou preço muito ruins.

Se você for capaz de fazer esse primeiro passo de análise e diagnóstico do funil de vendas, poderá seguir dois caminhos, reestruturar as etapas do funil ou otimizar as etapas. Como esses passos são muito específicos de negócio para negócio, vou focar abaixo em como otimizar o que pode não estar dando certo.

## Como fazer uma consultoria em funil de vendas

Se você já sabe quais são as etapas essenciais do funil de vendas, precisa pensar em como otimizar cada uma delas. De maneira geral, independentemente do tipo de negócio (online ou físico), você vai sempre passar por essas macro etapas:

- Captação de leads
- Pré venda
- Venda
- Pós venda

Então a partir de agora eu vou mostrar como melhorar cada uma delas, lembrando que nem todas as sugestões são aplicáveis a todos os negócios:

### 1. Captação de Leads

Normalmente existem dois problemas que podem ser identificados aqui:

- Poucos leads captados
- Muitos leads “ruins” captados

No primeiro caso, você precisará conseguir mais fontes de obtenção de pessoas interessadas no seu negócio e no segundo precisará ter ofertas mais específicas para conseguir leads mais específicos. De toda forma, existem duas formas que você pode utilizar para captar:

- **Inbound Marketing (o lead chega até você)** – landing pages com ofertas específicas para o seu público alvo (ebooks, vídeos, infográficos, etc), email marketing, otimização de SEO, blogs, redes sociais e automação de marketing.
- **Outbound Marketing (você vai até o lead)** – busca por grupos de interesse, agendamento de reuniões, flyers, outdoors, tele marketing, propagandas em TV, rádio ou revista, adwords e prospecção ativa.

### 2. Pré Venda (Filtro de Leads)

Você deve estar pensando que se no seu trabalho como consultor se conseguir aumentar a captação de leads que façam parte do público alvo do seu cliente está tudo certo, né? Não necessariamente!

Você precisa entender se esse potencial cliente está no momento de compra ou não, afinal de contas, pode ser que esse ainda não seja o momento ideal. A principal forma de uma consultoria em funil de vendas ajudar na pré venda é definindo características que precisam ser observadas para determinar o momento certo de atuar. Isso pode ser:

- **Explícito** - baseado no setor de atuação, tamanho da empresa, setor do interessado, etc
- **Implícito** - atividade realizada no seu site (download de material, navegação em páginas específicas, etc)
- **Nota** - ação realizada (pedido de reunião, entrada de novo contato, frequência de interações, etc)
- **Organograma** - nível hierárquico do lead e influência na tomada de decisão
- **Tempo** - quantidade de interações e qualidade delas desde o primeiro contato do lead

Se você entender o tipo de momento que mais gera venda, com certeza conseguirá melhorar as conversões do funil de vendas e otimizar suas vendas.

### 3. Venda

A venda propriamente dita é um dos fatores mais complexos de se analisar quando estamos falando de funis de vendas. Eu digo isso porque a venda nada mais é do que uma construção e existem diversos fatores que podem influenciar a decisão final do cliente:

- Qualidade do produto (ajuda muito!)
- Página do produto (no caso de negócios online)
- Vendedores (no caso de negócios físicos)
- Atendimento (chat online, facilidade de contato)
- Agilidade (de resposta, de envio de proposta, de entrega)
- Demonstração de uso (que faça o cliente gostar do produto ou serviço)

### 4. Pós Venda

Uma outra coisa bastante difícil de se fazer é fidelizar clientes e manter o nível de qualidade mesmo depois de entregar o produto. Só para você ter uma ideia, reter clientes pode custar até 5 vezes menos do que conseguir novos e além disso, clientes satisfeitos podem fazer indicações, enquanto os insatisfeitos com certeza vão falar mal do seu negócio quando puderem.

De maneira geral, em uma consultoria de funil de vendas essa etapa talvez nem existisse,

porque já é depois da venda propriamente dita, mas eu gosto de indicar algumas ações legais que podem ser feitas aqui como:

- Monitorar a satisfação do cliente em relação ao uso do produto/serviço vendido
- Garantir suporte de uso do seu produto
- Enviar mensagens personalizadas
- Estar disponível para o seu cliente sempre que ele precisar (canais de contato pós venda)
- Entre em contato entre 2 a 30 dias depois da compra para saber como está a experiência de uso

E obviamente não se esqueça de manter todo esse processo o mais tecnológico possível com ferramentas de email marketing, de controle de tickets de email e com análise da satisfação em pesquisas online.

## Ferramenta para análise de Funil de Vendas

Como eu falei no começo do post, se a empresa em que você estiver atuando não tiver seus processos de vendas bem organizados é bem provável que você precise organizar o funil de vendas com uma boa [planilha de prospecção de clientes](#), que já organize todos os dados em gráficos e relatórios, fazendo com que a sua consultoria seja mais voltada para o mais importante, que é a análise e sugestões.



**Planilha de Prospecção de Clientes**

por apenas R\$120

[CLIQUE AQUI](#)

