

Processo de Vendas

Modelo de processo de vendas Modal Mídia Sign.



TÓPICOS

■ Inside Sales Prospecção Ativa

■ Processo de Prospecção

■ Processo de Venda

■ Consumer Success

Apague e delete este aviso ao editar este slide.

Prospecção Ativa

A principal finalidade da prospecção ativa é apresentar o cliente uma solução a qual ele desconhece.

Nos próximos Slides estará escrito como será o novo modelo do Processo de vendas da Modal Mídia Sign.

Prospecção/Qualificação

O objetivo principal da prospecção é transformar um prospect em lead.

Para isso a estratégia adotada será a de prospecção por Blocos.

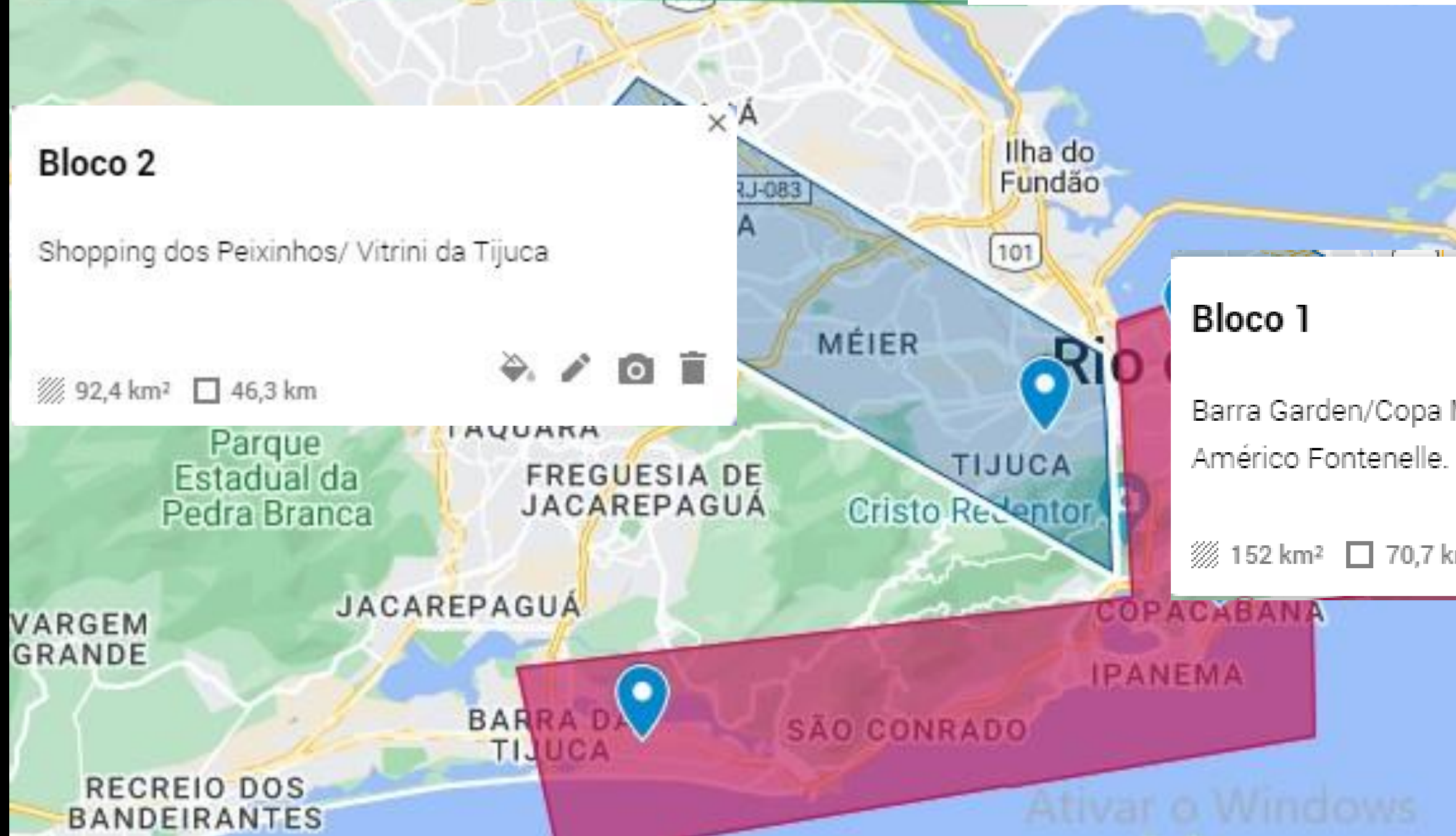
Iremos Adotar uma doutrina de prospecção por blocos, juntando algumas praças que tenham público sinérgico.

Fontes de Prospects: EmpresAqui, Economapas, Pesquisa de mercado primário

Estratégia de Prospeção

Nossa Estratégia Consistirá em alguns pilares de balizamento sendo eles:

- 30 Ligações por bloco diariamente, totalizando 90 ligações por dia.
- Todos os contatos feitos no mesmo dia serão do mesmo segmento de atuação.
- Cadência de ligação caso não consiga falar com o decisor:
Dia 1: Ligação > Dia 4: Ligação > Dia 7: ligação > Dia 14: Ligação
- Caso tenha o E-mail e/ou whatsapp do decisor :
Dia 1: Ligação > Dia 3: Wpp e e-mail > Dia 5: e-mail ou Wpp > Dia 7: ligação >
Dia 10: e-mail ouWpp .



Estratégia de fechamento

Nossa Estratégia Consistirá em alguns pilares de balizamento sendo eles:

O Executivo de contas é o responsável pela apresentação, envio de proposta, fechamento e acompanhamento do Lead.

Preparação para a visita:

- Planejamento
- Pesquisa / Histórico

Levantamento de informações:

- Obter Informações do Lead
- Necessidade/sondagem
- Descobrir o Iceberg.
- Levar a Solução para o Cliente

