MANUAL DE PROSPECÇÃO

de Novos Clientes

PROSPECTA

RELATÓRIO DE OBRAS

Parabéns,

você acaba de dar o primeiro passo em direção ao **sucesso da sua empresa!**

A partir de hoje sua empresa faz parte de um seleto grupo de empreendedores.

Em **10 anos de existência** a Prospecta Obras já ajudou milhares de empresas a triplicarem seu faturamento, se você também quer desfrutar de ótimos resultados, vender com qualidade, transformar sua equipe de vendas em verdadeiros geradores de negócios, tudo isso sem depender da estabilidade do mercado, este manual poderá te ajudar a trilhar este caminho.

Mas antes de começar, lembre-se, este é apenas o primeiro passo, todo processo de transformação e sucesso depende principalmente de disciplina, planejamento e foco.

O trabalho de Prospecção não nasce do dia para noite, assim como uma construção ele deve ter todas as etapas bem desenvolvidas, do alicerce ao acabamento.
Isso requer tempo e desenvolvimento continuo.
A recompensa é uma empresa organizada, altamente lucrativa e longe dos altos e baixos do mercado!

Segundo AARON ROSS, consultor, empreendedor, professor e autor do best-seller Receita Previsível, um trabalho de prospecção pode demorar de 2 a 12 meses para ser implantado efetivamente, o empreendedor gerou mais de 100 milhões de dólares apenas com o setor de prospecção na empresa americana Salesforce.com.

Apresentação

O que é Prospectar?

Segundo o dicionario, Prospector vem do latim: **prospectione.**
Que significa: **"Aquele que explora Jazidas de minerais."** ✨

Em outras palavras: é uma pessoa que explora uma região a procura pedras preciosas.
Nas vendas, um prospector é o responsável por buscar, filtrar e trabalhar "**clientes preciosos**".
Você se considera um Prospector?
Esta sempre garimpando as melhores oportunidades?

E o que a Prospecta Obras?
Desenvolvemos um sistema que chamamos de **Prospecção 360º**, essa característica se baseia na possibilidade de conseguir analisar e encontrar seus clientes em qualquer região de maneira ampla e direta.
Para empresas no ramo da construção civil criamos uma plataforma online que disponibiliza a seus parceiros e usuários uma gama de informações relevantes e confiáveis sobre obras em andamento em todo território nacional.
A partir de alguns filtros, você poderá buscar as obras que mais atendem o perfil da sua empresa!
Você saberá:
• Onde estão as obras em andamento na sua região.
• Perfil completo de cada obra em andamento.
• Quem são as pessoas (proprietário e profissionais) que estão construindo e como contatá-las.

Poderá saber ainda:
• Estágio e andamento das construções
• Quem é o responsável por compra em cada obra e o que estão precisando orçar
E ainda mais:
Receber um aviso em seu e-mail toda vez que uma nova oportunidade de orçamento surgir na plataforma.

“
Iniciando
”

Com um mercado cada vez mais competitivo e dinâmico, sua empresa precisa de um sistema eficiente de prospecção de novos clientes funcionando a todo vapor.
Vamos a algumas questões importantes:

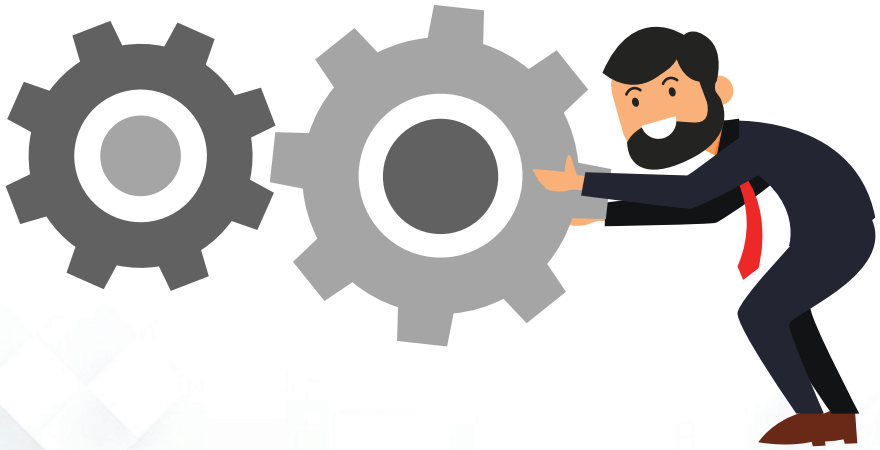
O que preciso saber?

Este manual se trata de prospecção outbound (prospecção ativa de novos clientes).

Este setor deve ser totalmente separado de:
Reativar clientes que já compraram na empresa
Indicação de clientes através de pessoas que já compraram na empresa
Clientes que visitam a empresa por conta própria
A importância deste setor é exatamente a busca por clientes que muito provavelmente não chegariam a sua empresa de outra forma.

Como começar?

A prospecção é como uma pequena engrenagem, cada peça deve estar alinhada e funcionando corretamente.



Conheça o passo a passo de como a prospecção levará sua empresa a atingir resultados surpreendentes de forma orgânica.

Entendendo o mecanismo:

Comece pelo planejamento, nesta etapa você deverá escolher quem será seu Prospector muitas empresas falham ao sobrecarregar seus vendedores com essa função.

É extremamente importante que você tenha em mente que:

Vendedor = Vendas

Quando este profissional acumula outras funções seu custo por hora trabalhada aumenta e a ineficiência da empresa também.

Exemplo: Se seu vendedor está fazendo outra função que não é vender, ele está deixando de fazer pelo que está sendo pago, muitas vezes assumindo atribuições de um profissional mais barato, ou seja, você esta gastando mais e produzindo menos.

Qual o maior erro que a empresa comete nesta hora?

Contrata mais vendedores, criando a falsa expectativa de que quantos mais vendedores, mais clientes serão atendidos.

Com esta receita o resultado vai ser uma inflação dos gastos e diminuição dos lucros, tudo que nós não queremos.

Outra avaliação importante desse aspecto é que vendedores na sua grande maioria não gostam de prospectar, ligar para clientes, criar feedback e todas aquelas etapas importantes do prospecto.

Assim como todas as empresas a sua também deve ter esse problema recorrente.

Não culpe seu vendedor, muitas vezes deixamos de conseguir a melhor performance de um profissional por não saber como melhor aproveitá-lo.

É a mesma coisa de escalar o Cristiano Ronaldo para ser Zagueiro!

Como já dissemos acima, trata-se de uma **engrenagem**, cada peça tem sua função e é importante no que faz.

O Prospector tem características específicas, são pessoas habituadas com ligações, atendimento personalizado, contorno de objeções, direcionamento de clientes e acompanhamento.

Se está pensando em contratar alguém para esta função, segue algumas dicas:
"Este profissional pode ter experiencias como secretária, telemarketing ou Call Center"

*Estamos falando de um cenário ideal, mas se sua empresa por enquanto possui um numero reduzido de funcionários, você pode direcionar a prospecção para um vendedor por exemplo ou para outro profissional que já faça outras funções na empresa, desde que ele respeite e organize bem seu tempo.

Exemplo: O vendedor irá prospectar toda quarta das 8:30 as 9:30 da manhã e toda quinta das 16:30 as 17:30 da tarde.

Isso mesmo, apenas uma hora por dia, mas neste período ele vai se concentrar em fazer somente a prospecção, desta forma ele usa a maior parte do seu tempo na semana se dedicando em vender, mas consegue dar início ao trabalho de prospecção da maneira correta e efetiva, ainda que mais lento, sua empresa **sentirá a enorme diferença de resultados nos lucros e na forma de obter clientes.**

Não culpe seu vendedor, muitas vezes deixamos de conseguir a melhor performance de um profissional por não saber como melhor aproveitá-lo.

Prospector

Se sua empresa está já tem condições de criar este setor focado somente em prospecção, ótimo, os resultados virão muito mais rápidos e concretos!

Este único profissional será capaz de munir seus vendedores com informações assertivas e diretas, aumentando em 200% as chances de sucessos nas vendas!

É claro que estamos falando de uma empresa de pequeno porte, para cada demanda é preciso fazer um planejamento de quantidade de prospectores diferente.

Fase de pré-filtro

A primeira tarefa do Prospector é analisar sua lista de possíveis clientes, ele deve estar bem amparado e ter uma ótima ferramenta nas mãos que possibilitará o sucesso do seu trabalho.
Use a plataforma da **Prospecta Obras** para ter acesso a todas as obras em andamento na sua região.
- Com esta lista de clientes nas mãos o prospector deverá se organizar e neste primeiro passo desenvolver o **pré-filtro.**
Nesta etapa é hora de identificar as melhores oportunidades, aquelas que mais se encaixam no perfil da sua empresa, na plataforma da Prospecta é possível verificar em cada obra:

Tamanho · Finalidade · Tipo · Região

Entre outras informações importantes
Algumas obras já possuem algumas informações adicionais, que foram indicadas pela equipe de prospectores da Prospecta Obras, neste caso você as encontrará na lista com o ícone "i" (informações adicionais), após uma análise você poderá julgar se esta obra já pode ser encaminhada aos vendedores ou se é preciso desenvolve-la um pouco mais.

Jamais saia atirando para todos os lados, sem fazer esse pré filtro.

Quando você sai ligando para todo mundo as conseqüências são:

• Dinheiro perdido com custo de ligações erradas

• Tempo (dinheiro novamente) perdido com ligações erradas

• Produtividade cai (dinheiro perdido), você poderia estar se dedicando a clientes que realmente se encaixam no perfil da sua empresa

• Irritação por parte dos clientes, por exemplo, você não fez o pré-filtro e saiu ligando para todo mundo, por esse motivo acabou perdendo a oportunidade de verificar antes as informações de cada obra, acabou ligando para clientes que não tinham nada a ver com o que você podia oferecer a ele.

Uma verdadeira catástrofe!

Entrando em contato com os clientes: Fase de **contato/apresentação**

Após ter encontrado os clientes que mais encaixam com o propósito da sua empresa é hora de fazer o primeiro contato e apresentação.

Não confunda entrar em contato com o cliente com Telemarketing.

Telemarketing geralmente são **cold calls** (Ligações Frias) você não sabe quem é o cliente, quais são suas reais necessidades, nem tem informações concretas para fluir uma conversa que possa ser interessante para ambos.

Não vamos entrar no mérito do telemarketing, eles são por natureza "chatos", são chatos justamente por não terem em suas mãos informações que os ajudam a **"criar interesse em quem está atendendo o telefone".**

Vamos chamar nossas ligações de **direct calls** (ligações diretas) você sabe quem é o cliente, tem informações suficientes para que a conversa flua naturalmente.

Cuidado para não ultrapassar a linha entre simpatia e intimidade, seja apenas simpático.

Antes de ligar para cada cliente se prepare, não use textos prontos, saiba por onde quer guiar sua conversa, que tal escrever tópicos personalizados em um bloco de papel e ao decorrer da conversa encaixa-los de forma natural?

Ex:

Esse são só alguns exemplos, mas esses tópicos podem te ajudar na hora da ligação, quantas vezes ligamos para alguém e ao desligar pensamos: esqueci de perguntar sobre...

Aproveite ao máximo o tempo de conversação.

Seja direto, objetivo e claro na finalidade da sua ligação, você terá aproximadamente 50 segundos na linha com cada cliente, mas os 10 primeiros segundos definirão se a conversa atingirá esse tempo, prolongará ou será interrompido acabando com sua apresentação.

Já ouviu aquela frase: a primeira impressão é a que fica?

Pois é, os primeiros 10 segundos irão definir o rumo da conversa.

Cada Prospector irá criar uma abordagem diferente, personalizada e que lhe deixe a vontade, mas algumas dicas poderão ajudar a compor sua introdução:

Sabe qual o som as pessoas mais gostam de ouvir segundo pesquisas?

O som do seu nome dito por outras pessoas.

• Então faça questão de sempre começar falando o nome do cliente, nunca esqueça o nome dele durante a conversa.

• Deixe muito claro sobre qual assunto quer tratar nesta ligação (veja bem o assunto principal é sempre a necessidade do seu cliente, qual solução você está prestes a trazer para ele, não ofereça produtos/serviços logo de cara)

• Não pule etapas, nem apresse a relação que você está prestes a desenvolver.

Veja um exemplo da forma errada e correta de iniciar uma ligação:

Errada:

"Olá Senhor João, meu nome é Maria, gostaria de saber se o senhor já comprou Móveis Planejados para sua casa."

Aqui se a resposta for **NÃO**, e provavelmente será, seu prospecto foi praticamente por água abaixo.

Certa:

"Olá Senhor João, tudo bem?
Meu nome é Maria, eu vi que o senhor está com uma obra "aqui" na rua Almeida de Carvalho, no Bairro Vila Nova.
Eu trabalho com móveis Planejados e atendo toda a cidade São Paulo e estou entrando em contato para saber se eu posso lhe enviar uma apresentação sem compromisso do meu trabalho."

• Repare que você se aproximou do cliente quando usou a palavra "aqui", como se estivesse no mesmo lugar que ele, isso se chama técnica de aproximação por localidade.
• Logo depois você citou o endereço, isso cria interesse no cliente, ele ouviu algo familiar, algo que já conhece e novamente se aproximou dele.
• Em seguida você deixou claro com o que trabalha e porque entrou em contato, direto e sem muitas perguntas insistentes.

Neste caso você aumentou em **70%** as chances de ter sucesso na sua prospecção.
Você abriu portas para conseguir o contato de e-mail do cliente e obter mais algumas respostas, veja o exemplo:

"Ok, já anotei seu e-mail e vou lhe enviar uma apresentação, em que fase está a obra?"

"Resposta do Cliente"

"Toda a parte de móveis e decoração o senhor ainda vai orçar, correto?"

• Você deu um grande salto na sua relação, você aproveitou para confirmar o envio do e-mail e saber a fase da obra e se realmente ele vai orçar seu produto.
Perguntas quando são feitas seguidas de uma confirmação acabam sendo bem recebidas, pois o seu ouvinte recebeu uma informação e está dando outra, como uma troca, neste momento nosso cérebro automaticamente processou o recebimento e retorna com a resposta.

Sabendo a fase da obra também é possível tomar algumas decisões rápidas durante a ligação. (saber qual vai ser o momento de orçar seu produto, como deve acompanhar esse cliente, que tipo de abordagem vai usar e etc).

Se o cliente disser que vai orçar os móveis, pronto, seu trabalho como prospector é deixar as portas abertas para o vendedor.

"Que ótimo, eu vou pedir para que nosso vendedor lhe envie uma apresentação mais completa."

Pronto, aqui o prospector elaborou mais uma fase do seu trabalho **o filtro.**

Fase de Direcionamento

Se você estiver usando o sistema Prospecta Obras, basta inserir o feedback que teve com o cliente e marcar essa obra como **Favorita** diretamente na plataforma.

Desta forma os vendedores poderão dar continuidade no atendimento e gerar ótimas vendas!

Fase de Acompanhamento

E se a resposta do cliente foi negativa?

Não encare esta ligação como perdida, agora é o momento de usar as informações a seu favor.

Se o cliente já comprou em outro lugar, procure saber onde ele comprou, para que você conheça melhor seu concorrente.
Procure saber ainda se ele conhecia sua empresa.

(Empresas famosas no mundo todo, gastam milhões em dinheiro elaborando pesquisas de posicionamento de mercado, analise de concorrência, se a marca da empresa é conhecida e como é vista pelos clientes).

Você acaba de ter a chance de fazer o mesmo, sem gastar nada, a partir da resposta desta pessoa que era um potencial cliente, você vai saber:

- **Se as pessoas que você gostaria de alcançar conhecem sua empresa**
- **Se conhecem o que acham dela.**
- **Quem são seus principais concorrentes**

Você não precisa fazer um questionário enorme ao cliente, veja o exemplo:

Cliente: *"Já comprei os móveis"*
Você: *"Poxa, que pena, cheguei um pouco tarde, o senhor fez os orçamentos conosco também?"*

• Pronto aqui você poderá saber se ele conhecia vocês e já incluir a pergunta sobre onde ele fechou a compra.

Termine agradecendo e deixando as portas abertas:

"Fico feliz em poder ter tido esse contato com o senhor e gostaria de parabeniza-lo pela construção e principalmente desejar muitas felicidades com a casa nova.
Obrigado pela atenção e me coloco a disposição para lhe atender com muita dedicação no futuro."

Reúna todas essas informações e use-as a favor do seu trabalho.

Isso vai lhe dar base para as próximas ligações e também vai te ajudar a elaborar um relatório aos diretores da empresa com todas as constatações que fez em cada negativa que recebeu.

A empresa usará essas informações para ganhar mercado e superar a concorrência, seu trabalho foi importantíssimo para o crescimento do grupo.

O sucesso da empresa depende de cada etapa do processo!

O acompanhamento também deve ser feito com os clientes que você ainda não conseguiu falar.

Falando com Profissionais das obras!

E os profissionais? Como devo agir?
Use as mesmas dicas que passamos anteriormente também para atender os profissionais. Mas este contato pode ser ainda melhor, pois os profissionais geralmente estão executando varias obras ao mesmo tempo e ele pode se tornar um grande parceiro da sua empresa.

Mais dicas sobre o profissional:

• Geralmente o contato com os profissionais são mais rápidos e diretos.
• Procure saber se o profissional é responsável por compras nas obras.
• No caso dele ter um escritório ou construtora, reúna informações de contato (e-mail e telefone) da pessoa responsável por compras na empresa dele.

Se conseguiu falar apenas com o profissional e não com o proprietário da obra, este também foi um ótimo contato, reúna as informações e passe aos vendedores para que eles estabeleçam uma parceria de sucesso.

Demais recomendações gerais:

Seja extremamente cuidadoso, ligações para clientes possuem regras comerciais que você deve respeitar.

Durante a semana nunca ligue antes das 8h da manhã e após as 18h.

Não faça ligações para os clientes nos finais de semana.

Quais os melhores dias para entrar em contato?

Respeitando os horários comerciais, qualquer dia é um bom dia para fazer prospecção.

Agora existe um estudo do MIT (Massachusetts Institute of Technology) onde indica que nas quartas-feiras e quintas-feiras as ligações obtém mais sucesso do que nos demais dias.
Segundo essa mesma pesquisa, os horários onde se obtém mais sucesso nas ligações são:
Das 8:30 as 9:30 da manhã e das 16:30 as 17:30 da tarde.

Todo prospector e vendedor, deve estar preparado para rejeições, objeções e negativas, faz parte do trabalho de busca por novos clientes.

Um garimpeiro não encontra ouro cada vez que sua enxada encosta na terra.

Este é um trabalho para poucos, se fosse fácil todos fariam, em uma corrida não existem vários vencedores, ***só os melhores!***

Algumas recomendações de estudo para o Prospector:

LIVROS:
COMO FAZER AMIGOS E INFLUENCIAR PESSOAS
Autor: Dale Carnegie

SITES:
www.outboundmarketing.com.br

Lembre-se este é apenas um resumo de informações da Prospecta Obras que não tem a intenção de ser um guia definitivo.

A Prospecta Obras pode te ajudar a terceirizar este processo do Prospector, disponibilizamos pacotes onde nossa empresa lhe entrega clientes direcionados prontos para que seu vendedor entre em contato.

Consulte seu consultor Prospecta ou entre em **www.prospectaobras.com**

Vendedor

Agora chegou a vez do vendedor, ele deve dar continuidade ao trabalho que foi muito bem desenvolvido pelo prospector. (mesmo que o próprio vendedor tenha feito a primeira etapa, como já dissemos antes, devemos sempre separar as etapas, são dois momentos diferentes).

Fase do Atendimento

Munido de informações extremamente importantes, o vendedor já está um passo a frente de qualquer pessoa.

Antes de qualquer contato, se prepare, analise todas as informações com extremo cuidado, trace planos de abordagens para cada tipo de cliente. Aproveite para ler com atenção quais foram os passos na fase de prospecto, você não esta iniciando um novo processo, esta dando continuidade, por isso é importante entender como este cliente foi desenvolvido.

O que você deve fazer primeiro?

Se você está usando a plataforma da Prospecta Obras, vá em favoritos e encontre todos os clientes que o prospector te indicou (se você mesmo fez a primeira parte como prospector, deve ter favoritado as melhores oportunidades para entrar em contato nesta fase)

Se junto com o acesso a plataforma sua empresa possui o prospector indicativo da Prospecta Obras, ao fazer uma busca na plataforma encontrará na lista o ícone "i" (informações adicionais) essas obras foram trabalhadas pela nossa equipe de prospecção para que você possa dar seguimento no atendimento.
Use as dicas que foram passadas anteriormente **para Prospector** para aproveitar ao máximos esses clientes.

Você poderá ainda receber em sua caixa de e-mail uma notificação toda vez que uma obra estiver solicitando orçamentos, fale com seu consultor Prospecta Obras.

Com a lista de todos os clientes nas mãos, existem duas situações que você deve separar agora:

1 Clientes prontos para contato telefônico.

Agora você irá entrar em contato com aqueles clientes que você analisou como sendo *"contatos imediatos".*

Você já possui muitos dados, isso facilitará sua abordagem, esses clientes indicaram na prospecção que estão interessados em orçar seu produto/ serviço.

Na etapa de prospecto foi feito um feedback completo do cliente armando a equipe de vendas com as melhores informações.
Seu trabalho aqui é dar continuidade e entrar na fase de **orçamentos e acompanhamento.**

2 Clientes que precisam ser mais trabalhados.

Após uma avaliação, separe aqueles clientes que ainda precisam ser mais trabalhados, você pode encaminhar um e-mail personalizado, não use textos prontos.

Enviando o primeiro e-mail:

No assunto do e-mail, evite colocar frases prontas e sem atrativos.

Ex: APRESENTAÇÃO EMPRESA DE ALUMÍNIO

Ao ivés disso coloque:

Ex: REF OBRA CONDOMÍNIO VILLAGE
ou
Ex: A/C JOÃO

Não mande e-mails com cópia oculta, nem e-mails em massa.
Isso funciona quando você está querendo atingir muitas pessoas, independente de quem ela seja.

Neste caso já sabemos quem é o cliente e exatamente o que queremos oferecer a ele.

Se tratar todos os clientes com indiferença, eles te tratarão da mesma forma.

Já pensou porque 90% dos e-mails marketing não são retornados?

Todos os dias recebemos mais 200 e-mails deste tipo e não vemos nada de novo em nenhum deles, porque as empresas tratam todos os seus clientes como iguais quando enviam o mesmo e-mail para pessoas diferentes.

No corpo do e-mail comece sempre com uma saudação pessoal!
Ex: Olá Senhor João,

Seja direto e objetivo, procure deixar claro que tipo de solução você está levando ao cliente e qual o motivo deste contato.
Procure abrir um canal para uma próxima comunicação via telefone.

Isso mesmo, simples e objetivo!

Fase de Acompanhamento

Acompanhe esses contatos, quais retornaram e você dará continuidade no atendimento e quais você tentará uma nova abordagem por telefone, whatsapp e etc.
Veja mais algumas dicas de abordagens em nosso site:
www.prospectaobras.com/workshop.html

Não esqueça de manter seu acompanhamento sempre organizado e fluente, na plataforma **Prospecta Obras** você pode definir uma fase de atendimento para cada cliente, além de criar agendas personalizadas.

Outras dicas:

• Crie relacionamento com profissionais, desenvolva um networking, aproveite para aumentar sua carteira de parceiros.

• A prospecção de clientes abre um mundo totalmente novo para sua empresa.

• *Pense em desenvolver algumas reuniões e encontros com profissionais que você encontrou em nossa base de dados, esses profissionais estão atuando fortemente em sua região e podem ser grandes geradores de negócios.*

Algumas recomendações de estudo para o vendedor:

LIVROS:
VOCÊ NASCEU PARA VENDER MUITO
Autor: Hélio Tatsuo

RECEITA PREVISIVEL
Autor: Aaron Ross & Marylou Tyler

Sistema de gerenciamento de vendas que recomendamos:

AGENDOR
www.agendor.com.br

CONCLUSÕES

Todos os setores sofreram grandes mudanças com a era da tecnologia, veja o que aconteceu com os taxistas quando a Uber chegou no mercado, outro exemplo é a participação que o corretor de imóveis perdeu depois que sites como o OLX e Airbnb foram lançados.

E a culpa é de quem?

De quem fez o novo ou de quem abriu espaço para outra pessoa fazer o novo?

O grande erro das empresas, principalmente em setores como o da construção civil é saber que o mercado está mudando e não acompanhar essas mudanças.

A forma como as pessoas consomem informações, compram, se relacionam e vivem também sofreu enormes mudanças, mas muitas empresas continuam insistindo na formato antigo de consumo e abordagem.
Você está vendendo e lucrando como gostaria?

Sua empresa consegue os melhores clientes sem ficar brigando por preços?

Você consegue fechar suas metas sem grandes preocupações?

A obtenção de novos clientes com ajuda da tecnologia é o grande avanço na área de vendas para qualquer setor.

Não foi à toa que todas as grandes empresas de sucesso no mundo todo desenvolveram um sistema eficaz de prospecção continuo.

Nós da Prospecta Obras acompanhamos milhares de empresas nesses ultimo 10 anos, empresas que saíram de R$0,00 para mais R$2 milhões de reais por ano, apenas com a prospecção de novos clientes.

Estamos muito orgulhosos em fazer parte deste processo com **você!**
Siga em direção ao sucesso!

WANDERSON LEITE

Criador das plataformas Prospecta Obras , Asas VR e euconstruindo.com

Começou sua carreira com 14 anos trabalhando em uma fabrica de lajes e treliças no interior de São Paulo.

Foi gerente de vendas em uma das maiores empresas de vestuário do Brasil
Se tornou especialista em prospecção de novos clientes

Apaixonado por soluções tecnológicas!
www.prospectaobras.com
E-mail: contato@prospectaobras.com

PROSPECTA
RELATÓRIO DE OBRAS