

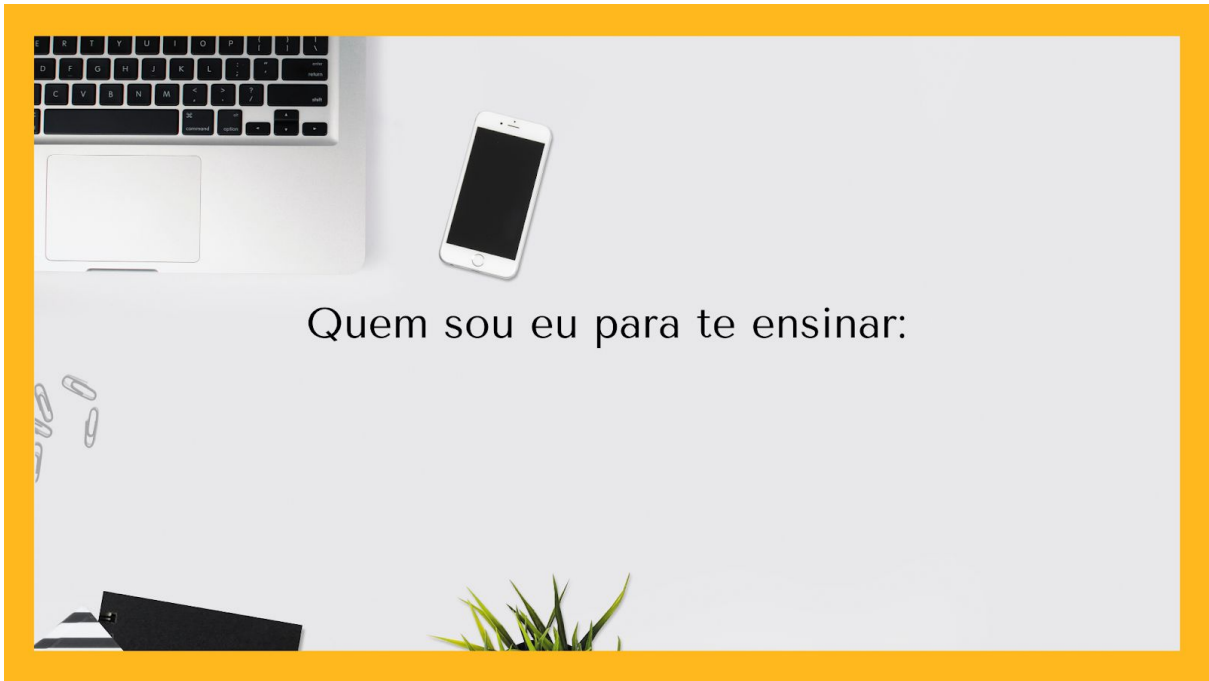
APRENDE
A VENDER ONLINE
DE UMA VEZ POR TODAS

e aumenta até 3x
mais as tuas vendas.



- ✓ **Importância da análise de métricas e o lucro.**
- ✓ **A importância da persuasão enquanto líder e como a dominar.**
- ✓ **8 Pré-requisitos para a venda.**
- ✓ **10 Regras da venda.**
- ✓ **Como a venda funciona na prática.**

Vamos começar?



Comecei o meu 1º projecto online em Agosto de 2018, queria ser livre!

Era vendedora de automóveis, ganhava relativamente bem, tinha carro da empresa, cartão de combustível mas não estava feliz. Sai e criei o meu Negócio online na área do coaching.

No entanto, eu tinha a ideia romântica do que era criar um Negócio no mundo Digital.

Á

Sei o quanto é desafiante criar um Negócio do zero, trabalhar, fazer e não correr da forma como ambicionamos ou sonhamos. Foi muito difícil ... Meti muitas vezes as mãos na cabeça a perguntar se estava a fazer a coisa certa.

Estagnei, estava com uma depressão, estava literalmente quase a desistir mas decidi não baixar os braços .. Eu tinha um sonho! Parei de “emprenhar pelos ouvidos”

Estudei, apliquei, pedi ajuda a um mentor e criei a minha metodologia que após ser aplicada, trouxe-me 20 clientes em 30 dias com produtos digitais.

Literalmente, o meu Negócio passou dos 0€ aos 1500€ em 2 meses.

Além das várias Empresárias que acompanho de forma individual em Setembro de 2020, criei e lancei a Mentoria BOOST na qual acompanho um grupo restrito de Empresárias que querem levar o seu Negócio a outro nível no mundo Digital.

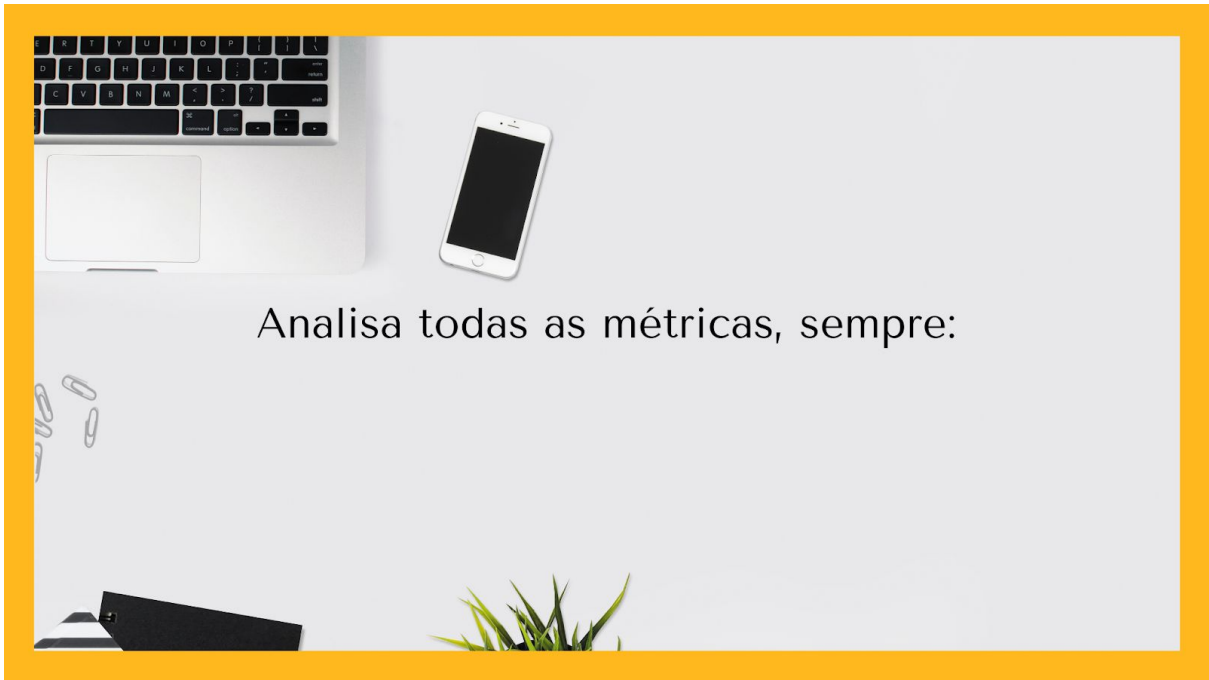
Em apenas 8h já tinha 60% da vagas preenchidas.



Vanessa Nunes

A minha missão é ajudar Empresárias a alcançarem os seus Negócios de Sonho.

Mentora e Business coach especialista em Estratégia Digital



Desde já quero ressaltar que deves ter em mente a importância de analisares tudo o que são métricas no teu Negócio, não só as vendas. As métricas permitem perceber o que está a resultar e o que não está a resultar nas acções que estás a implementar (ou a falta delas, mas adiante)...

Tens o hábito de fazer algum tipo de análise?

O teu Negócio vai crescer de forma consistente com base em análises feita de forma consistente, planeamento e estratégia.

Não tens de ser escrava do Negócio, claro que dá trabalho mas deves ter em mente que um dos princípios do Negócio deve ser o gerar lucro.

(Espero que não o faças mas nao vale a pena andares a arrastar problemas só porque consideras que deve ser normal... Não é normal teres um Negócio que só dê dores de cabeça).

O que é o lucro na prática?

O lucro é obtido quando fazes a relação entre as entradas e saídas de dinheiro, sendo que as entradas devem ser superiores. Essas entradas vêm de onde? Das vendas.

Vender, especialmente no mundo online, é algo que pode ser desafiante pois exige cada vez mais conhecimento do mercado mas não só também exige

além do conhecimento do mercado, um estudo do comportamento do consumidor.

A forma como se vendia há alguns anos não funciona porque a mentalidade e/ou o comportamento de compra do consumidor mudou.

E porquê mudou?

O mundo está cada vez mais dinâmico ...

- O mercado,
- o marketing,
- o local onde se compra,
- a forma como se compra.

Hoje, podes comprar tudo online basta que tenhas acesso à internet, uma forma de pagamento compatível e um sítio para receberes a tua encomenda.

Qual foi a última compra online que fizeste?

Hoje o marketing online pede soluções que sejam adaptáveis a qualquer browser de telemóvel, tablet, computador ou qualquer outra invenção que permita o acesso à internet.

Eu trabalhei praticamente 12 anos sempre ligada a empregos que estavam relacionados com a área das vendas (áreas variadas) e se fores pensar na experiência da venda nos Negócios Físicos, tens no mínimo 2 cenários. O atendimento personalizado ou o entrar na loja, pegar no produto, comprar e sair, certo?

Vamos ver o seguinte:

Vais a uma loja comprar algo e podes passar por duas experiências:

1º Cenário - Loja em que não tens atendimento, pegas no produto, pagas e vais à tua vida

2º Cenário - Loja na qual tens o atendimento personalizado, alguém que está ali contigo e ajuda-te no processo de escolha.

Em qual destes é provável gastares mais dinheiro ou ficares mais satisfeita com o processo de compra?

Quando passas por um processo de compra com atendimento humanizado, se for confuso, pouco claro, se fores menos bem atendida, deduzo que não fiques 100% satisfeita, certo?

Regra geral, o que acontece em muitos Negócios com presença digital é que as Empresárias “esquecem-se” de passar a experiência física para o mundo online, claro com algumas adaptações.

Precisas mesmo de começar a trabalhar a tua “cena” para conseguires mais clientes.

É preciso humanizar as marcas no digital para que os possíveis clientes se conectem senão vais estar a ser comparada pelo preço.

Precisas de criar uma diferenciação.

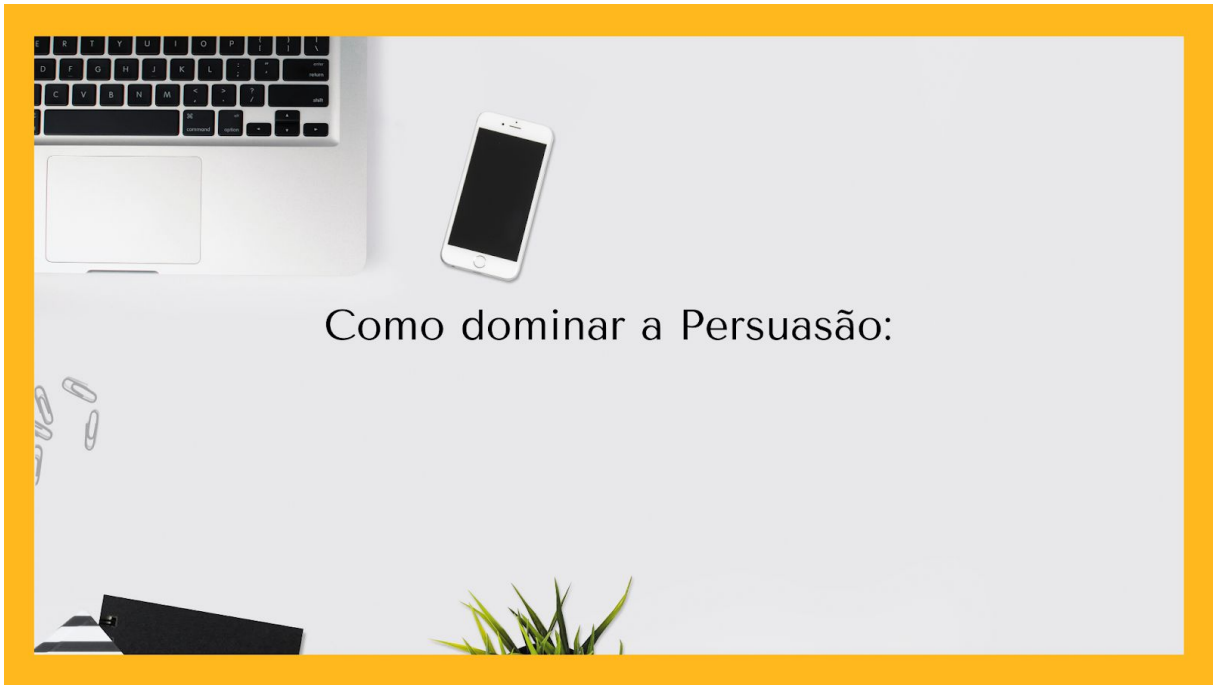
O que cria essa diferenciação é a comunicação, a presença, a imagem e a própria mensagem que vais passar no mundo online.

Existem vários estudos que indicam que 80% das compras são feitas com base em escolhas emocionais justificadas pelo racional.

Ao teres um bom atendimento, uma comunicação clara, uma oferta irresistível estás a aumentar a probabilidade de venderes mais porque a pessoa vê valor naquilo que tens a oferecer e não só no preço.

Pensa no teu próprio processo de escolha de compra de algo, como é que tomas a decisão?

Quantas vezes já compraste algo por impulso ou porque achavas que precisavas de aquilo por alguma razão?



Como a persuasão precisa de estar presente nos Negócios?

A persuasão é uma forma de comunicação estratégica que é feita através de conversa e argumentos lógicos. A capacidade de argumentação e a “arte” de te saberes expressar são essenciais para conseguires persuadir alguém.

Costumam dizer que quem tem muita lábia, é um excelente vendedor, certo?

Na prática, essas pessoas tem é um excelente poder de argumentação e persuasão.

O que é a persuasão:

A

.....

B

i

.....

> **2**

>

Z> CEÚA 'ú

Tens de ser uma líder e vais consegui-lo através da persuasão.

Porquê liderança e persuasão neste guia?

Um líder é alguém capaz de persuadir outras pessoas a seguirem um determinado caminho, alguém quem inspira ou dá instruções.

Tu, quando estás a construir a tua marca online estás a criar o teu caminho de liderança.

Agora estás a ler isto e podes estar a pensar ... *mas ò Vanessa, eu não quero “convencer” ninguém a comprar os meus produtos ou serviços* e tens toda a razão se realmente estás a pensar isso.... Mas, não precisas de convencer ninguém mas sim entender aquela pessoa.

Quando és “bem-atendida” numa loja física como é que te sentes?

Pensa num momento em que foste bem-atendida e outro em quem foste menos bem atendida e anota como te sentiste em cada um desses momentos.

Persuadir não é convencer mas sim entender, como já vimos até aqui.

Porquê?

Só vais comprar aquilo que te faz sentido.

O que deves juntar à persuasão?

Conexão, rapport, empatia, quem podem acontecer através de exemplos de coisas que aconteceram contigo ou que acontecem com os teus clientes, conteúdo que mostre que entendes a necessidade e dores do teu cliente.

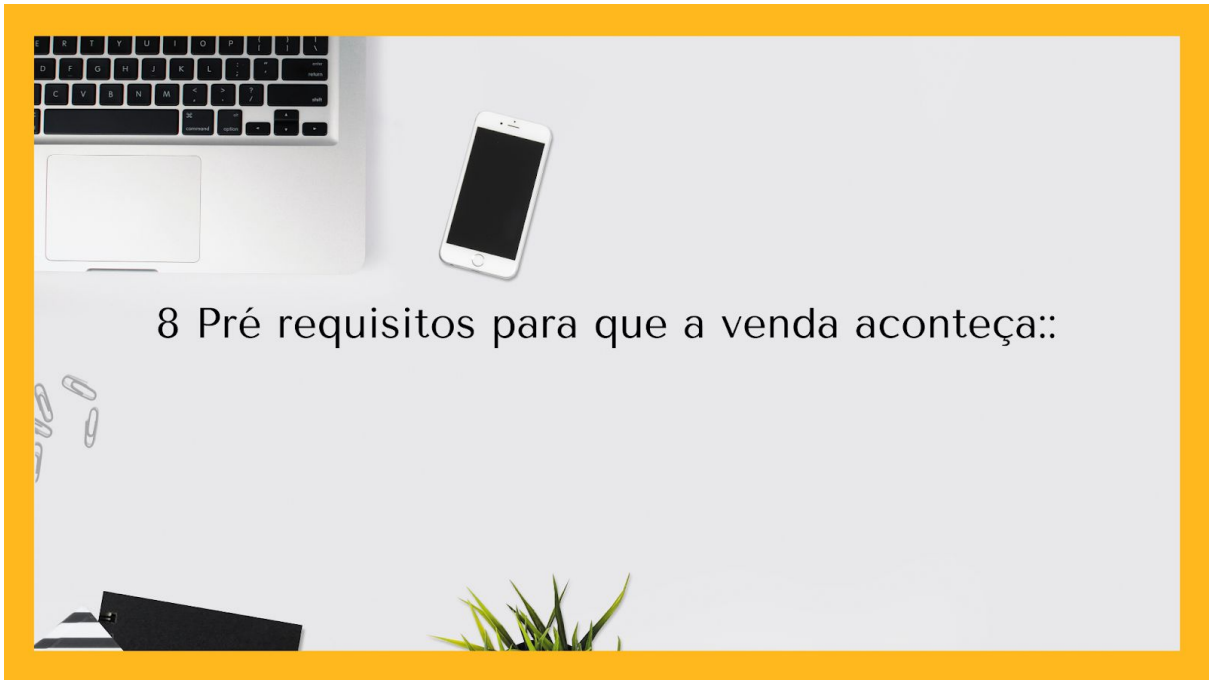
Da próxima vez que fores abordada por um possível cliente ou falares com alguém a tua preocupação deve ser perceber o que se passa com aquela pessoa, o que ela precisa e aí sim, vais arranjar uma solução dentro da tua oferta.

Não precisas de começar logo a “debitar” toda a informação sobre o teu produto ou serviço.

Porquê

Assim, o cliente vai começar a confiar em ti e quando apresentares a solução para o que ele precisa, vai comprar “com mais facilidade”.

É a venda da “venda da solução” do problema que vais resolver ao teu cliente



8 Pré requisitos para que a venda aconteça::

1 - O cliente tem que saber que existes.

Quem não é visto, não é lembrado. Não compras aquilo a quem não conheces e não confias. A pessoa entender o benefício do teu produto/serviço é o que traz credibilidade para que a venda aconteça.

2 - Precisas de fazer o cliente interessar-se pelo teu produto/serviço.

Percebe o seguinte, precisas atrair potenciais clientes, precisas vender a solução para um problema, precisas de ter um diferencial, senão não vais vender tanto quanto queres.

3 - Faz com que o cliente goste/confie em ti.

Sê empática, transmite segurança. Se a pessoa gostar de ti, tens maior probabilidade de vender pelo valor e não por preço.

4 - O cliente comprou de ti, boa!

Mas não acaba aí ... Tens de pedir testemunhos! O que os outros dizem de ti ou do teu produto/serviço tem muito mais impacto do que ser um "auto-elogio"

5 - Trabalha para a recomendação.

Quando te começarem a recomendar, podes ter a certeza de uma coisa: o que é recomendado já está fidelizado e quem ouviu vai ficar no mínimo curioso.

6 - Entrega mais.

Surpreende positivamente o teu cliente . Entrega algo mais, entrega um bônus. Pensa na experiência de compra do cliente e no que poderás agregar para gerar valor. Sê simpática, presta um bom serviço. Um cliente satisfeito volta e/ou recomenda.

7 - Uma venda bem-feita pode gerar muito mais.

Se esse cliente está fidelizado, vai continuar a comprar e a recomendar. Por isso, aplica todos estes passos e faz um trabalho extraordinário.

8 - Volta a vender a esse cliente

Gostou do produto/serviço? Oferece outro, trata outro problema/necessidade. O cliente já confia e gosta de ti.

Para venderes não te foques no produto ou serviço mas sim no que o cliente precisa.

Faz perguntas, mostra disponibilidade e arranja uma solução.

Sai mais barato venderes com frequência ao mesmo cliente do que estares constantemente à procura de clientes novos.



1 - Fideliza os teus clientes e procura clientes novos.

Óbvio que precisas de clientes novos mas debes vender mais aos teus clientes fidelizados.

2- Implementa um bom sistema de marketing online

Usa e abusa das tecnologias gratuitas que tens ao teu dispor para chegares a mais pessoas. Podes fazer marketing no feed de notícias, por exemplo ou faz anúncios para chegares a mais pessoas.

3 - Usa a tecnologia a teu favor

Está presente nas redes sociais. Quais? Todas aquelas onde sabes que está o teu público alvo.

4- Cria conteúdos para atração de leads

Faz iscas digitais para “captas leads”. Ebooks, checklist, aulas gratuitas, sê criativa.

5 - Maximiza o potencial do valor de cada venda.

Faz upsell no processo da venda. Potencia o contacto para aumentar o valor médio de compra.

6 - Ajusta os preços quando começares a fidelizar clientes.

Um produto/serviço bom e de qualidade pode ter o seu valor ajustado. Alguns clientes podem deixar de comprar mas o que ficarem irão compensar essa situação. Se cobras muito barato, algumas pessoas poderão considerar que o teu produto não é bom.

7 - Corre riscos, sai da bolha.

Fala com pessoas, aborda pessoas que poderão ter interesse na tua cena. Usa a técnica SDD - Se der, deu!
Tenta, mostra, oferece. Se a pessoa não conhece, não compra.

8 - Implementa um sistema de base de dados

O futuro do teu Negócio está na tua base de dados não nas redes sociais. Cria já um meio de captação de leads.

9 - Aplica os passos para o sucesso

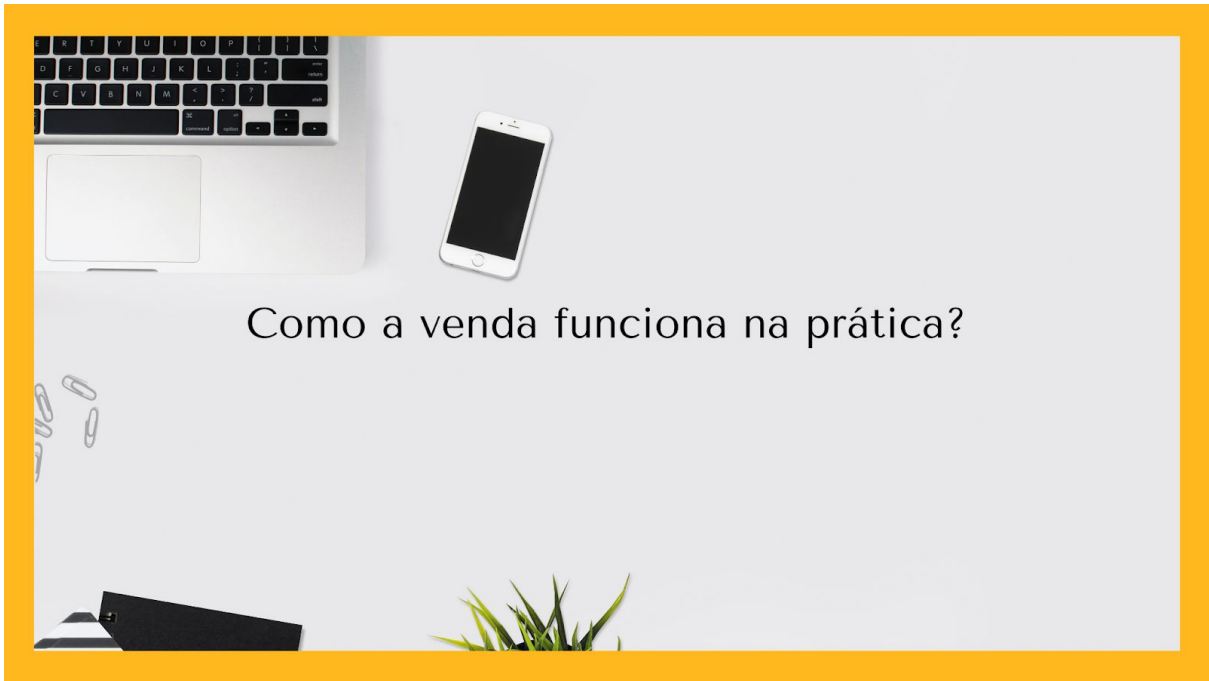
Atração, conversão, aumento do ticket médio de compra e retenção.

10 - Implementa um acompanhamento para o pós-venda

Agradece a compra, envia um email ou uma mensagem a agradecer e verifica a satisfação do cliente. Lembra-te o comprador é aquele que compra uma vez, o cliente fidelizado é o que volta a comprar.

Queres resultados ou queres continuar como estás?

O mercado não paga por potencial nem por qualificação mas sim desempenho e resultados.



O nosso cérebro é composto por dois subsistemas.

Sendo o sistema racional, o que pensa e o emocional o que lida com as emoções, com o inconsciente, o lado impulsivo e o intuitivo.

O que acontece é que 95% do que pensamos está no segundo sistema , no inconsciente.

Não te iludas! O facto de não venderes (ou não venderes o suficiente ou mais) não está relacionado contigo ou com o produto/ serviço em si mas sim com a forma como o comunicas e com a oferta que apresentas.

Esta é a realidade

Compramos por impulso, por isso é que as montras são tão importantes, por isso é que nas caixas de lojas e supermercados estão sempre produtos apelativos.

Compramos por emoção, por isso precisas de usar e adaptar gatilhos à tua oferta. (já te vou explicar o que são gatilhos)

Tu não vendes para o racional mas sim para o emocional, nós somos seres impulsivos e emocionais. O que acontece é que o cérebro racional vai encontrar uma justificação para a “decisão” que o inconsciente tomou.

Como assim?

Talvez, ele vá dizer que o vendedor era simpático, que o desconto era uma maravilha, que era uma excelente oportunidade ou até mesmo, que estavas mesmo a precisar daquilo. (que nunca, certo?!)



Este é um dos maiores segredos das vendas.

Pois, além de venderes mais, vais vender à mesma pessoa o que te vai permitir economizar recursos.

Š ù Œ 9 A

Ouçoo muito das minhas Empresárias que não têm jeito para vender, não são boas comunicadoras ou em casos mais “graves” que não conseguem cobrar...

Muitas, consideram que estão a prejudicar o cliente, que o produto/serviço não tem valor, que a pessoa não pode pagar ... Enfim, também “sofres” com isto?!

Tu podes ser uma excelente vendedora!

Entretanto, espero que já tenhas percebido que as pessoas interessam-se, gostam, confiam em ti e aí sim, elas vão comprar. Então, tu consegues vender sim.

Se trabalhares a tua comunicação online, fores consistente no que dizes, tiveres um produto/serviço que aparenta ser credível e bom, vais vender.

