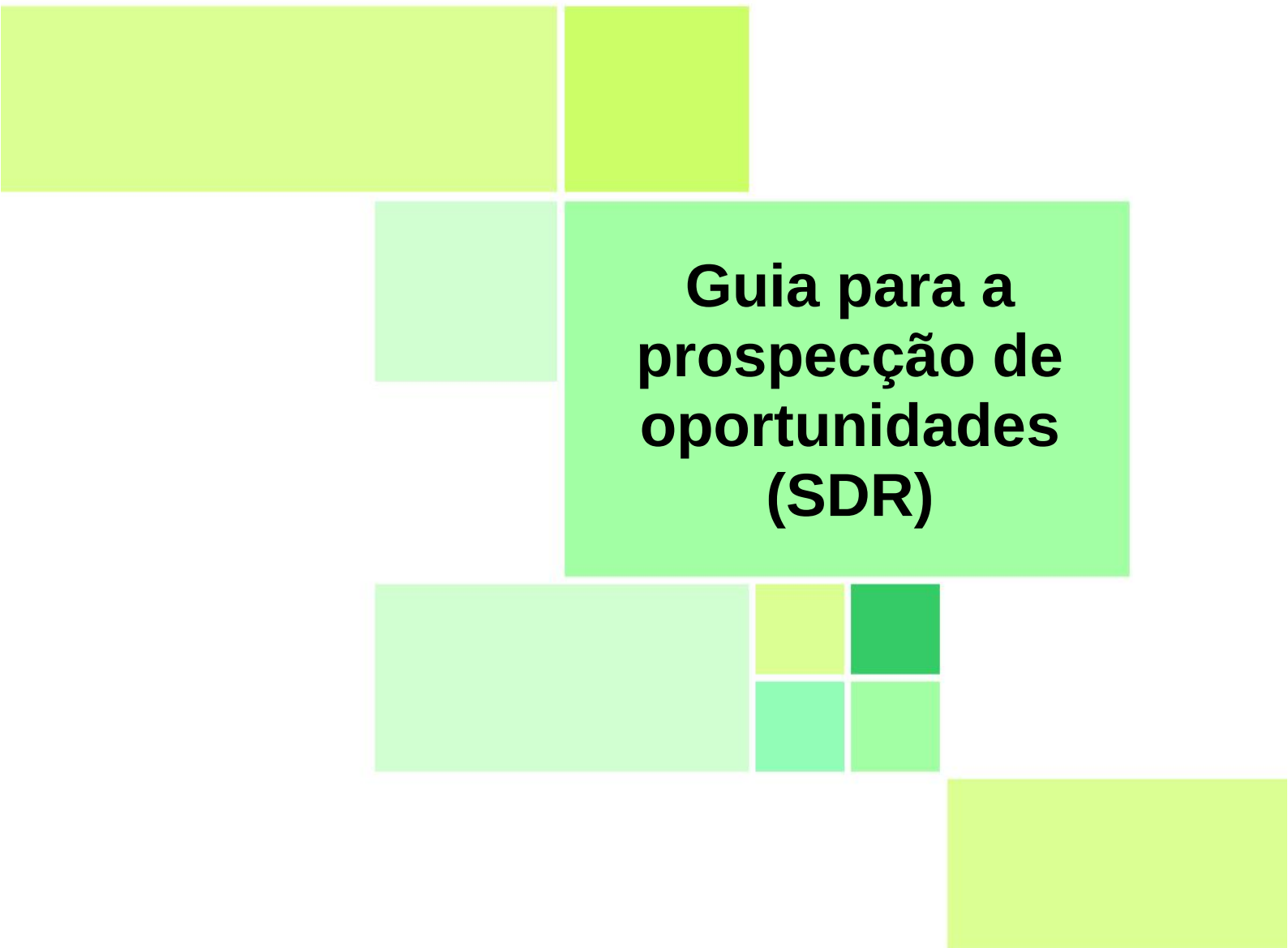




Guia para a prospecção de oportunidades (SDR)

Guia para a prospecção de oportunidades (SDR)

Este guia foi desenvolvido para facilitar que o profissional de vendas ou SDR use os conhecimentos, metodologias e melhores práticas prospecção de oportunidades no seu dia-a-dia. Ele foi elaborado de maneira completa e abrangente para servir a diversos portes de empresas, e empresas de diversos segmentos de mercado.

Você deverá utilizar somente as informações que julgar pertinente para a sua empresa e para as suas necessidades.

Em caso de dúvidas sobre o uso deste guia, peça ajuda para o instrutor ou para os consultores da ADVANCE através do e-mail advance@advanceconsulting.com.br ou do telefone (11) 3044-0867

Com mais de 2.500 clientes, 500 projetos de consultoria e 20.000 profissionais treinados, a ADVANCE é uma empresa de consultoria e treinamento em vendas. Temos orgulho de ter em nossa lista de clientes algumas das maiores empresas do Brasil como AWS, Benner, Cisco, Cogra, Consinco, DELL, DIMEP, Ellevo, FWC, Google, IBM, IDTrust, Intelidata, IUGU, Lenovo, Linx, Lumen (CenturyLink), Mega Sistemas, Neogrid, Neoway, Panasonic, Praxio, Propay, Quality, Salesforce, SAP, Sebrae, Semantix, Senior, Siagri, SkyOne, Softex, Synnex, Techne, Thomson Reuters, Totvs, Vivo, WDG (IBM), WK Sistemas, Zebra e Zendesk.

Formulários do guia para prospecção de oportunidades (SDR)

Planejamento do trabalho do SDR - formulário	3
Planejamento do trabalho do SDR - check-list	4
Preparando o trabalho do SDR - roteiro de abordagem	5
Preparando o trabalho do SDR - roteiro de what-if (e se...)	6
Preparando o trabalho do SDR - elaborando o discurso de elevador	7
Preparando o trabalho do SDR - check-list	8
O que passar para os vendedores - formulário de prospecção	9
O que passar para os vendedores - formulário de pré-qualificação	10
Indicadores de desempenho - ficha de avaliação do SDR	11

ADVANCE Consulting
Razão Social: ADVANCE Marketing Ltda.
R. Afonso Bras 473 - 1 andar
04511-011 Vila Nova Conceição
São Paulo / SP - Brasil

Telefone: +55-11-3044-0867
Email: advance@advanceconsulting.com.br
Web-site: www.advanceconsulting.com.br



QR Code ADVANCE

© 2002-2021, ADVANCE Marketing Ltda.

Todos os direitos reservados e protegidos pela Lei 9.610 de 19/02/98.

Nenhuma parte deste livro, sem autorização prévia e por escrito da ADVANCE marketing, poderá ser reproduzido ou transmitido sejam quais forem os meios empregados: eletrônicos, mecânicos, fotográficos, gravação ou quaisquer outros.

20210312

Planejamento do trabalho do SDR - formulário

Mercado-alvo

Segmento, porte e região

Análise de mercado

Número de potenciais clientes, atuação da concorrência e satisfação dos clientes com a solução atual

Base de dados para a prospecção

Onde vamos conseguir dados dos potenciais clientes e contatos?

Como vamos priorizar os potenciais clientes para que o SDR possa ligar?

Material de apoio para o SDR

Que material vamos disponibilizar para o SDR?

O que precisa ser feito de material, quem fará e quando?

Preparação da equipe de vendas

Como vamos preparar e engajar a equipe de vendas?

Planejamento do trabalho do SDR - check-list

A empresa deverá usar este check-list para saber se os elementos essenciais do planejamento foram feitos.

Check-list do planejamento do trabalho do SDR		Sim/Não
Definição de foco de atuação		
Foi definido o mercado-alvo, por exemplo, código CNAE, faixa de faturamento, região geográfica, ou outros		
Foram definidos clientes-alvo, por exemplo, nome ou características de clientes que temos interesse em prospectar		
Análise do mercado		
Foi feito um levantamento para saber se há número de potenciais clientes suficientes		
Foi feito um mapeamento da atuação da concorrência e nível de satisfação dos clientes potenciais		
Lista de contatos para ligar e registrar		
Existe uma lista de contatos para ligar, de tal maneira que o SDR possa apenas executar		
Existe informação adicional sobre os contatos para que o SDR tenha algum "gancho" na ligação		
Existem elementos para elaborar uma lista de contatos a ligar?		
A lista está alinhada com o mercado-alvo desejado		
Existem contatos suficientes para atender os objetivos de venda do período		
Existe alguma forma de priorizar estes contatos		
Existe uma ferramenta para registrar os resultados dos telefonemas		
Existe uma forma de conseguir informações adicionais dos clientes antes do telefonema		
Material de marketing para apoiar SDR		
E-mail padrão para envio antes do telefonema		
E-mail padrão para envio depois do telefonema		
E-mail padrão com informações detalhadas		
Material adicional sobre a empresa		
Material adicional sobre as ofertas		
Material adicional sobre preços		
Material adicional contra concorrentes		
Material adicional com credenciais e casos de sucesso		
Equipe de vendas preparada		
Existem vendedores em número suficiente para conduzir os leads que serão gerados pelo SDR		
Os vendedores sabem como serão passados os leads gerados pelo SDR, por exemplo, e-mail, formulário, web, CRM		
Existe um sistema de controle para verificar se os vendedores atuaram em cima dos leads dentro do prazo acordado		

Preparando o trabalho do SDR - roteiro de abordagem

Frases e situações de quebra-gelo

Perguntas de alto-impacto ou de exploração do problema

Discurso de elevador

Discurso sobre a solução

Perguntas de filtro

Perguntas de aprovação para continuar

Preparando o trabalho do SDR - roteiro de what-if (e se...)

Situações colocadas pelo cliente	Como tratar ou resolver

Objeções colocadas pelo cliente	Como tratar ou resolver

Situações competitivas colocadas pelo cliente	Como tratar ou resolver

Preparando o trabalho do SDR - elaborando o discurso de elevador

O **discurso de elevador** é uma descrição concisa, cuidadosamente planejada e bem ensaiada sobre a sua empresa de tal maneira que você possa falar em menos de 1 minuto e que qualquer um possa entender. Deve conter uma frase inicial de alto impacto que possa capturar a atenção do interlocutor. Depois deve falar sobre o que é a sua empresa, qual o seu negócio e seu mercado-alvo, sua competência e seus diferenciais, seus principais produtos e serviços, seus principais clientes ou casos de sucesso.

Vou dar um exemplo:

Frase de impacto	Com mais de 2.500 clientes, 500 projetos de consultoria e 20.000 profissionais treinados, a ADVANCE é uma empresa de consultoria e treinamento em negócios para as áreas de gestão, marketing, vendas e canais.
Empresa	
Produtos e serviços	
Credenciais e diferenciais (posicionamento da empresa) Referências e casos de sucesso	Temos orgulho de ter em nossa lista de clientes algumas das maiores empresas do Brasil como AWS, CenturyLink, Cisco, Consinco/Totvs, DELL, Equinix, Google, IBM, Lenovo, Neogrid, ODATA, Panasonic, Salesforce, SAP, Sebrae, Senior, Softex, Vivo, WK Sistemas e Zendesk.
Benefícios (VALOR) para o cliente	Nossos clientes dizem que somos excelentes em resolver situações complexas e aumentar as vendas.

Frase de impacto	
Empresa	
Produtos e serviços	
Credenciais e diferenciais (posicionamento da empresa) Referências e casos de sucesso	
Benefícios (VALOR) para o cliente	

Preparando o trabalho do SDR - check-list

Check-list da preparação do trabalho do SDR	Sim/Não
Discurso de elevador	
O discurso de elevador está adequado, com:	
• Frase de impacto • Empresa • Produtos e serviços • Credenciais e diferenciais (posicionamento da empresa) • Referências e casos de sucesso • Benefícios (VALOR) para o cliente	
O discurso de elevador está ESCRITO	
O discurso de elevador é de conhecimento dos envolvidos em vendas	
Existem elementos para elaborar um discurso de elevador?	
Frase de impacto	
Empresa	
Produtos e serviços	
Credenciais e diferenciais (posicionamento da empresa)	
Referências e casos de sucesso	
Benefícios (VALOR) para o cliente	
Roteiro de abordagem	
Tem sugestões de frases e situações de quebra-gelo	
Tem sugestões de perguntas de alto-impacto	
Tem sugestões de perguntas de filtro	
Tem sugestões de perguntas de aprovação para continuar	
O roteiro está ESCRITO	
O roteiro é de conhecimento dos envolvidos em vendas	
Existem elementos para elaborar o roteiro de abordagem?	
Frases e situações de quebra-gelo	
Perguntas de alto-impacto	
Perguntas de filtro	
Perguntas de aprovação para continuar	
Roteiro de WHAT-IF	
Tem lista de situações colocadas pelo cliente e como tratar ou resolver	
Tem lista de objeções colocadas pelo cliente e como tratar ou resolver	
Tem lista de situações competitivas colocadas pelo cliente e como tratar ou resolver	
Existem elementos para elaborar o roteiro What-if?	
Lista de situações colocadas pelo cliente e como tratar ou resolver	
Lista de objeções colocadas pelo cliente e como tratar ou resolver	
Lista de situações competitivas colocadas pelo cliente e como tratar ou resolver	

O que passar para os vendedores - formulário de prospecção

Classificação do LEAD:	☐ verde	☐ amarelo	☐ vermelho
------------------------	--------------------------------	----------------------------------	-----------------------------------

Empresa	
Contato	
Telefone	
E-mail	

Qual foi a história, caso de sucesso ou caso de uso contado para o potencial cliente que gerou interesse?

Qual foi o ponto que mais chamou a atenção do cliente?

--

Por que você acha que chamou a atenção dele?

--

PERGUNTAS DE FILTRO

Qual a solução atual que ele usa?	
Qual o nível de satisfação da situação atual? Nota de 0 a 10	

INFORMAÇÕES ENVIADAS PARA O CLIENTE

O cliente pediu informações adicionais	☐ sim	☐ não
Quais informações foram enviadas para o cliente?		

Relate brevemente as interações feitas com este cliente

1	
2	
3	
4	
5	

O que levou você a colocar este código de cor neste cliente (verde, amarelo ou vermelho)?

--

Anotações adicionais

--

O que passar para os vendedores - formulário de pré-qualificação

Classificação do LEAD:	☐ verde	☐ amarelo	☐ vermelho
------------------------	--------------------------------	----------------------------------	-----------------------------------

Empresa	
Contato	
Telefone	
E-mail	

Pré-qualificação FS(BANT)CC

Filtragem	Qual a solução atual que ele usa? Qual o nível de satisfação da situação atual? Nota de 0 a 10
Situação	Número de filiais, números de caixas, número de servidores, etc.
Orçamento	Quanto ele investe hoje na solução atual? Ele estaria disposto a pagar 30% a mais para ter novas funcionalidades na ferramenta?
Autoridade	Quem serão as pessoas envolvidas em: Decisão: Aprovação:
Necessidade	O que está levando este cliente a considerar a aquisição de uma nova solução? O que ele espera resolver de problema? Quais as necessidades não atendidas?
Tempo	Qual a urgência que o cliente tem para que a nova solução esteja funcionando? 30, 60, 90 dias? 6 meses? 1 ano?
Concorrentes	Ele já está conversando com outros concorrentes? Quais?
Critérios de seleção	Quais os 3 principais critérios que ele vai usar para selecionar a nova solução? Citar: qualidade do produto, tecnologia utilizada, suporte, atendimento, tempo de entrega e preço.

O que levou você a colocar este código de cor neste cliente (verde, amarelo ou vermelho)?

--

Anotações adicionais

--

Indicadores de desempenho - ficha de avaliação do SDR

Avaliação do SDR	Sim/Não
O SDR se preparou, corretamente, para o telefonema: • Pesquisou o cliente antes do telefonema • Montou um roteiro para o telefonema (o que e quando falar, o que e quando perguntar)	
O SDR começou, corretamente, o telefonema: • Se apresentou • Criou algum "gancho" para ganhar a atenção do cliente	
O SDR aplicou o FS(BANT)CC, ou seja, identificou: • (F) Se vale a pena continuar com este cliente • (S) Qual a infraestrutura e situação do cliente • (B) Se o investimento está dentro do aceitável pelo cliente, se ele tem orçamento ou se tem condições de obter o orçamento • (A) Se está falando com a pessoa certa • (N) Se o cliente tem uma dor, problema ou necessidade que pode ser resolvido com a solução oferecida • (T) Se o cliente tem interesse ou perspectiva de fechar a negociação "rápido" • (C) Quais os concorrentes que estão abordando o cliente • (C) Quais os critérios de seleção que usará para tomar a decisão de compra	
O SDR usou corretamente o discurso de elevador	
O SDR usou " causos " para que o cliente se identificasse com a situação	
O SDR fez perguntas abertas para levar o cliente a expor seus problemas, criar relacionamento, credibilidade e conforto no cliente	
O SDR fez perguntas fechadas para confirmar o entendimento do que o cliente está dizendo	
O SDR usou corretamente o " poder da voz ", passando firmeza e evitando barreiras verbais	
O SDR identificou corretamente o perfil comportamental do comprador	
O SDR usou o perfil comportamental do comprador e MOTIVADORES para escolher a estratégia e argumentação mais adequada	
O SDR falou sobre produtos, ofertas e preços	
O SDR apresentou de maneira convincente os benefícios e diferenciais	
O SDR conseguiu " criar a mágica " deixando o cliente entusiasmado com a solução	
O SDR encerrou corretamente o telefonema: • Resumo dos pontos cobertos • Próximos passos	
O SDR passou CONFIANÇA e SEGURANÇA , deixando o cliente confortável	