

TIME DE VENDAS

Como treinar, motivar e
estabelecer metas.

THIAGO CONCER

Time de vendas: como treinar, motivar e estabelecer metas.

Começar um bom time de vendas vai bem além de apenas contratarmos vendedores, tem relação com o processo de treinar, motivar e respeitar a individualidade para estabelecer metas.

Sendo assim, neste e-book abrirei todo o processo desde o treinamento até estabelecer metas para toda a sua equipe de vendas. Sabendo lidar com todas as particularidades e valorizando o propósito da empresa.

1

Como sei que este é profissional ideal?

Antes de qualquer coisa, vale dizer que você precisa saber qual será o perfil do vendedor ideal para sua empresa. Isso porque, a diferença entre os perfis de vendas externas ou vendas internas.

Estabelecendo isso, será importante saber as características do seu vendedor como: formato de abordagem, complexidade da venda e o processo de contato com o cliente.

O mais importante é entender o perfil de comunicação que o seu vendedor precisa ter e como será essa comunicação. Assim, você saberá qual o perfil de abordagem você espera para sua equipe de vendas

e como será a comunicação dele.

Segue abaixo algumas dicas para você saber como recrutar seus campeões:



TENTE CONHECER BEM OS CANDIDATOS

O primeiro passo é tentar conhecer os entrevistados: quais são os motivos de estar ali? Por que você quer sair do seu emprego atual? O que eles mais gostam neste trabalho? Quais são as possibilidades em relação ao espaço que você oferece?

Cada um tem suas próprias razões, mas é importante entender essas questões para avaliar o que motiva e inspira cada profissional e, então, considerar quais são as melhores para a função que você tem em aberto.

Devo lembrar que a entrevista é um momento nervoso para o candidato. Sabemos que na posição de vendas é importante ser emocionalmente

inteligente, porém, a ansiedade faz parte do processo.

Portanto, tente deixar o especialista o mais tranquilo possível, para que ele possa mostrar suas habilidades e habilidades da melhor maneira possível.



PROCURE POR HABILIDADES ESPECÍFICAS:

Quando você pensa no cargo que está conquistando, quais habilidades e habilidades são importantes para um profissional fazer o trabalho de forma admirável?

Se você já ouviu falar em soft skills e hard skills, sabe a importância de analisar essas questões na hora de contratar e selecionar vendedores. Afinal, é necessário um equilíbrio entre essas duas habilidades:

Hard skills: competências e capacitações técnicas facilmente mensuradas, como graduação e pós-graduação, proficiência em línguas estrangeiras, cursos técnicos;

Soft skills: habilidades interpessoais e comportamentais, que não podem ser comprovadas através de diplomas ou certificados, como resiliência, coachability, saber trabalhar em equipe, comunicação eficiente.

Entre muitos outros! Mas o que é importante entender é que você não deve contratar um vendedor devido a suas habilidades técnicas, mas é importante considerar também questões éticas.

Por isso, antes de iniciar a entrevista, vale conversar com a equipe de RH da sua empresa para que, juntos, definam quais dessas habilidades você deve buscar nos candidatos.



FAÇA SIMULAÇÕES DE VENDAS:

Uma boa maneira de verificar se o técnico à sua frente está pronto para o que a empresa precisa é testá-lo. E que melhor maneira de fazer isso ao contratar vendedores do que em uma simulação de vendas?

Crie um cenário de vendas, com propostas semelhantes ao seu negócio. Além disso, coloque as principais

objeções de vendas levantadas por seus clientes e analise o desempenho do candidato.

Algumas questões que podem ser exploradas durante a simulação são:

- **Quantos “nãos” um vendedor ouve antes de desistir;**
- **Até onde um profissional pode ir para convencer um cliente;**
- **O que era bom e ruim;**
- **Como lidar com objeções.**

Lembre-se que um bom vendedor não nasce pronto! Ou seja, como o candidato não concluiu a simulação por completo, você também deve verificar se os pontos negativos apresentados podem ser melhorados por meio de treinamento ao entrar na empresa.

2

Como posso treinar o meu time de vendas?

Para manter o time de vendas afiado no perfil do seu cliente, nos benefícios e soluções que seu produto oferece é necessário treinar e fornecer qualidade durante o treinamento.

Para que você tenha essa qualidade será necessário saber primeiro onde você está e ter certeza de onde você quer chegar. Neste caso, vale ressaltar que você precisa conhecer cada passo que vai dar.

Para te ajudar eu tenho um documento exclusivo para te ajudar, para você acessar basta clicar no link:

BAIXAR

Respondendo essas perguntas você conseguirá ter um norte de tudo que precisa para que a sua equipe de vendas seja completa. Além disso, saber quais são os principais desafios neste processo de treinamento é fundamental.

Por isso, ouça quem faz parte da sua equipe e valorize essas dicas, isso pode te ajudar a construir os temas para o seu treinamento e levantar as principais dúvidas que podem no dia a dia.

3

Por que eu devo treinar a minha equipe de vendas?

O bom gestor sabe que investir no conhecimento da sua equipe é a principal solução para que a venda seja feita com sucesso e sem dúvidas sobre a solução.

Mas, não pense que para resolver o processo de treinamento você precisa apenas de alguém que faça um treinamento qualquer para sua equipe. Para solucionar isso é necessário estratégia e temas que concordem com as dores da sua equipe.

Se o maior desafio da sua equipe hoje são as objeções, será necessário um treinamento sobre objeções, conhecimento de produto e oferta de soluções para o cliente.

A equipe de vendas precisará deste apoio de forma contínua e muito eficiente, por esse motivo, será necessário analisar quais são os pontos críticos e trabalhar em cima deles para terem uma solução efetiva.

Outro ponto importante é que o treinamento seja feito por quem conhece o processo de vendas e o produto. Então, busque um treinador com conhecimento sólido e que saiba passá-lo.

4

Faça treinamento sobre técnicas de vendas:

Com as mudanças no comportamento e processos de compra é necessário ter um treinamento sobre essas técnicas para que elas funcionam bem para toda a empresa.

Como o mercado está em constante evolução, será necessário que as técnicas de abordagem de vendas também evoluam. Portanto, o treinamento contínuo será importante e a inovação também.

Estudar estratégias do seu nicho de negócios e promover um processo vendas interativo que proporcione segurança ao cliente é fundamental. Então, foque na venda sem erros e com técnicas inovadoras e efetivas.

No treinamento técnico será interessante abordar o processo e técnicas de negociação e persuasão para garantir a qualidade da sua venda, gerando uma fidelidade entre o vendedor e o cliente.

5

Preciso treinar o líder?

Sabemos que um bom gestor é aquele que, além de ter uma formação diferenciada, tende a apontar seu conhecimento e experiênciaporondepassa. Quando falamos em liderança de vendas, isso não é diferente.

Um especialista em liderança de vendas é aquele quemotivaaequipe a seguir e buscar os melhores resultados, que não só usa o poder da fala, mas também treina e suja as mãos se necessário.

Além da motivação e prontidão, é responsável por identificar conflitos e gerenciar novas metas e planos de ação, a fim de melhorar o desempenho da equipe e melhorar

seu alinhamento com a proposta da empresa.

Por isso, muitos optam por fazer o treinamento de liderança, importante para você que deseja melhorar o desempenho de sua equipe e os resultados de vendas no final do mês.

Por isso, listei alguns benefícios de realizar treinamentos de liderança do mercado de vendas, confira:

Motivação: promover a motivação e melhorar o desempenho individual e coletivo;

União e harmonia: estabelecendo uma abordagem de grupo e proporcionando harmonia ao grupo;

Objetivos crescentes: é fácil atingir efeitos nocivos a longo prazo, o que possibilita aumentar os objetivos;

Produtividade da equipe;

Sucesso do cliente: a experiência aprimorada do cliente proporciona fidelidade e referências futuras;

Valorizar o produto e o produto ou serviço: é possível dar mais valor ao que a empresa vende.

6

Motivação no ambiente de trabalho:

A motivação e reconhecimento no local de trabalho já se revela um fator-chave na motivação dos colaboradores, pois permite a colaboração espontânea entre as equipas e um melhor desempenho nas tarefas individuais.

Embora distante da realidade de muitas empresas nacionais e internacionais, as estratégias motivacionais no trabalho são importantes, pois auxiliam muito na reconstrução e otimização dos grupos de trabalho, trazendo resultados positivos para gestores, colaboradores e empresa. Tudo isso simultaneamente.

Quando eles estiverem motivados,

seus funcionários começarão a ver sua empresa, você e os processos de vendas de forma diferente, com desejo de manter seus empregos e sentimento de pertencimento.

Portanto, promover a motivação no ambiente de trabalho é um fator muito importante na dinâmica da organização e uma decisão extremamente assertiva, a qualquer momento e por parte dos profissionais.

7

Como promover motivação no ambiente de trabalho:

Você sabia que esse tema é objeto de pesquisa de muitos estudiosos? Pois bem, a motivação corporativa tem feito parte do processo de pesquisa dos psicólogos e, nesses estudos, foi possível desenvolver algumas ideias que falarei detalhadamente a seguir.

Ao conhecer a si mesmo, você poderá entender como, onde e quando gerar motivação em sua equipe. Além disso, você também pode manter esse status em sua empresa.

8

Teoria dos 2 fatores:

Atribuída ao psicólogo Frederick Herzberg, a teoria do fator dual baseia-se na motivação por meio de dois mecanismos paralelos: o fator higiene e o fator incentivo.

Segundo Herzberg, em termos de higiene, o funcionário é motivado pelas condições estruturais da empresa, como: local de trabalho, horário de trabalho, salário, benefícios, distância de casa, equipamentos, etc. No aspecto da motivação, os incentivos são destacados por meio de elogios, reconhecimento, promoção, estabelecimento de metas com resultados, etc.

Portanto, podemos ver que, em tese, primeiro o gestor dá condições

de trabalho, que é o valor mínimo esperado e, posteriormente, realiza ações que realmente agregam valor ao dia do profissional.

Desta forma, vemos a necessidade de garantir as reais condições de trabalho, sendo necessário esclarecer que isso não incentiva as pessoas, apenas impede que elas sejam impotentes. Em seguida, ofereça recursos que realmente inspirem os profissionais.

9

Teoria das necessidades adquiridas:

David McClelland constatou, em seus estudos, que para estar motivado no ambiente de trabalho, os profissionais possuem três necessidades básicas, que quando atendidas, promovem uma sensação de satisfação no ambiente de trabalho. Conheça-os:

Sucesso: a necessidade de chegar aos lugares que sonharam sempre. Portanto, ele geralmente não assume grandes riscos e, assim, atinge os objetivos com facilidade. Tem paixão por cada tarefa e quer mais para alcançar os resultados esperados.

Afiliação: A necessidade de ser aceito e apreciado por muitos

colegas de trabalho. Assim, eles têm espaço para realizar atividades em grupo e estão satisfeitos com as seguintes conquistas.

Poder: a necessidade de poder expressa em pessoas que gostam de controlar e influenciar o grupo. Eles assumem riscos para alcançar resultados impactantes para atrair a atenção. Seu principal objetivo é a fama.

10

A Pirâmide de Maslow:

A partir da pirâmide de Maslow fica claro que entre as primeiras necessidades do funcionário está a questão financeira. Esses profissionais precisam ter uma renda mínima para poder pagar o custo mínimo de vida.

1º - NECESSIDADES FÍSICAS:

alimentação, poder dormir e descansar o suficiente, obter água e outras necessidades como essas.

2º - NECESSIDADES DE

SEGURANÇA: plano de saúde, casa, saúde, aposentadoria, segurança familiar, emprego, escola dos filhos e outros exemplos como esses.

3º- NECESSIDADES DE RELACIONAMENTO: família, amigos, namorados, etc.

4º - NECESSIDADES DE ESTIMA: pertencer a um grupo, autoestima, realização, respeito e autoconfiança.

5º - A NECESSIDADE DE SUCESSO: criatividade, natureza, iniciativa, capacidade de resolução de problemas, não discriminação com os outros.

A partir da pirâmide de Maslow fica claro que entre as primeiras necessidades do funcionário está a questão financeira. Esses profissionais precisam ter uma renda mínima para poder pagar o custo mínimo de vida.

Em seguida, você precisará de incentivos que possam incentivá-lo a se sair melhor em suas atividades, como oportunidades de emprego, cursos ou até estabilidade

profissional.

Alcançando as necessidades do topo da pirâmide, os participantes não só querem participar, mas também se sentem parte da organização e de seus resultados. Os que estão no topo querem estar diretamente envolvidos na estratégia da empresa e buscam status e reconhecimento.

E aí, você já percebeu a importância da motivação no ambiente de trabalho? Tenho certeza que ao utilizar todos esses recursos em sua empresa, sua equipe ficará mais motivada a produzir e explodir com metas de produtividade.

11

5 dica de como elaborar as metas para o seu plano de vendas:

O planejamento estratégico é definido como um processo que permite a determinação dos objetivos do negócio.

Durante esse processo, o gestor começa a identificar métodos, ferramentas e ações que possibilitarão alcançar os resultados esperados. Tudo isso na perspectiva de médio e longo prazo.

Eu desmembrei neste artigo algumas das etapas necessárias para planejar um plano de metas. Isso porque, essa estratégia de marketing é feita por meio de um processo e exigirá toda a atenção

e comprometimento da gestão. Aprenda agora como criar um plano de metas eficaz:



ANALISE A REALIDADE DA EMPRESA:

Antes de definir metas para sua equipe de vendas, o primeiro passo para desenvolver um plano de metas é analisar a realidade do seu negócio. Faça um estudo das atividades realizadas pela empresa, analise o desempenho de cada uma dessas ações e verifique quais delas alcançaram os resultados esperados.

Outro ponto importante para desenvolver com sucesso essa fase do programa é analisar e entender os pontos fortes e fracos da empresa e da equipe, bem como ações com oportunidades de melhoria.

Devido à complexidade desse processo, é apropriado envolver outras pessoas durante a análise geral do negócio. Uma boa ideia é convidar os gerentes de outros departamentos a participar e contribuir valorizando a autenticidade de seus campos.



ESTABELEÇA METAS ALCANÇÁVEIS:

Depois de coletar dados sobre as circunstâncias e fatos de sua empresa, definir cada objetivo que sua empresa deseja alcançar é o segundo passo no processo de preparação de um plano de metas.

Para fazer isso, observe a situação em que você espera criar um negócio, decida a data ou a hora que deseja alcançar, do curto ao longo prazo. Assim, será possível ter ideias claras sobre o percurso que terá de ser percorrido.

É bom lembrar que essas metas precisam se adequar à realidade da sua empresa e às circunstâncias da sua equipe. Portanto, não coloque algo fora de alcance. É pura perda de tempo e fonte de desânimo para sua equipe. Crie processos e viva da vitória.



ENVOLVA SEU TIME DE VENDAS:

Após ter criado as metas e todas as ações para alcançá-las, o quarto passo de como criar um plano de metas é colocar tudo o que você encontrou no coração da sua equipe para que essas estratégias de marketing possam ser implementadas no final.

Minha dica é apresentar objetivos gerais. Em seguida, passe cada uma das metas avaliando as circunstâncias e os pontos fortes de cada membro.

Para que todos os colaboradores possam desenvolver planos estratégicos, não se esqueça de investir na formação e desenvolvimento da sua equipa, bem como na respetiva comunicação interna.



ANALISE OS RESULTADOS:

Agora que você implementou todas as ações planejadas, é hora de avaliar os resultados obtidos.

Esta última etapa no processo de criação de um plano de metas é importante para que o plano de meta saia como planejado. Essa avaliação deve ser feita regularmente, desta forma, a empresa pode revisar o projeto e alterar alguma etapa, se necessário.

Isso acontece porque essa estratégia funciona como um mapa direcional, que mostra exatamente o que o vendedor deve fazer para ser assertivo. Durante a minha carreira como consultor de vendas pude analisar que vendedores improdutivos nem sempre são incapazes, às vezes eles só não sabem o que fazer e como fazer.

Essa dificuldade foi sanada quando apresentei a esses profissionais sendo plano de metas e tudo mudou, assim como mudará na sua empresa também.

12

Como atingir metas de vendas? 5 estratégias

Se você seguir essas dicas matadoras, tenho certeza de que conseguirá atingir suas metas de vendas de forma eficaz.

A

CONHEÇA E ACOMPANHE AS METAS DA EMPRESA:

O primeiro passo para atingir suas metas de vendas é entender exatamente o que elas significam. Aqui não estou falando apenas de valores, amigo do vendedor, mas também do valor dos produtos, atendimento e taxa de conversão de vendas para atingir o objetivo. Faça as contas e entenda exatamente quantas vendas você precisará fechar para atingir essa meta.

Seu produto tem ticket médio e você

só precisa de 20 vendas por mês? Ou você precisará fechar 200 negócios para atingir sua meta de vendas?

Veja se o número que sua empresa precisa realmente pode ser alcançado e converse com seus colegas para saber o que eles pensam sobre o objetivo de vendas, como alcançá-lo, etc. Após entender esses números, é hora de passar para a próxima etapa.



PLANEJE SUAS VENDAS:

Agora que você definiu o quanto de vendas será necessário e as metas são alcançáveis, é hora de planejar como atingir as metas de vendas.

Como você já deve saber, as vendas não acontecem por acaso, e é preciso estar preparado para lidar com possíveis objeções do seu cliente.

Use também esse tempo de planejamento para definir quais produtos vendem facilmente e quais são as principais características de cada um desses produtos. Essas informações são muito importantes para atingir as metas de vendas e vão te ajudar na próxima dica.



UPSELL:

Já ouviu falar em Upsell? Essa estratégia permite a utilização de diferentes estratégias para aumentar o ticket médio de vendas que será finalizado e ainda proporcionar uma melhor experiência para o seu cliente.

Existem diferentes formas de fazer isso: uma promoção onde o comprador leva dois produtos e paga menos que o preço dos dois combinados, sempre foi uma forma de aumentar o valor da sua venda, por exemplo.

Ofereça produtos que sejam naturalmente compatíveis com o que o cliente está comprando e não se esqueça de apresentar suas características únicas. Mas também fique atento para saber até onde avançar para uma venda ou upsell.

Se você identificar uma oportunidade de Upsell, converse com seu gerente e apresente sua ideia e quem sabe, mais do que isso é uma forma de atingir suas metas de vendas individuais, e não uma forma de ajudar as metas de vendas de todo o grupo?



SAIBA QUANDO INSISTIR E QUANDO DESISTIR:

Uma das maiores ferramentas para atingir suas metas de vendas é investir no cliente certo na hora certa. Entenda quais produtos seu cliente está procurando e impulsione a venda continuamente até o fechamento. Mas se surgir uma objeção que o impossibilite de ir, entenda o real motivo e perceba se você deve continuar persistindo ou não.

É importante que, mesmo que você pare de vender e abra uma linha de comunicação com esse cliente, certifique-se de continuar o trabalho assim que ele quiser. Se possível, encontre um contato de cliente em potencial e ligue para ele quando surgir um novo negócio ou um novo produto que melhor atenda às suas necessidades.

Essa dica de como atingir as metas de vendas é muito importante para o processo de fidelização de clientes que está diretamente ligada à nossa próxima dica.



NÃO ESQUEÇA OS CLIENTES ANTIGOS:

Quando se trata de fechar metas de vendas, é importante usar todos os recursos disponíveis. Por isso, é importante renovar seus clientes antigos, e sempre oferecer produtos relevantes relacionados a outras compras que eles já fizeram.

Saiba mais sobre como reativar clientes inativos e atingir metas de vendas.

E durante a nova venda, não se esqueça de usar técnicas de vendas para garantir que você leve mais alguns produtos, ou uma grande quantidade do produto que eles já compram normalmente.

Seguindo esses passos, meu amigo vendedor, garanto que você conseguirá atingir as metas de vendas, motivar e treinar a sua equipe de forma rápida e fácil.

Para você montar essa estratégia dentro do seu time de vendas, Thiago Concer, idealizou a Universidade OSV, que concentra todas essas dicas acima e muitas outras para otimizar o atendimento, aumentar seu volume de vendas e escalar resultados.

Esse é um aprendizado online destinado ao seu time de vendas, é um treinamento completo que envolve comportamento, desenvolvimento de habilidades técnicas e psicológicas de um vendedor.

Tornando seu time mais assertivo durante a conversa com o cliente, oferecendo soluções realmente relevantes para o negócio ser fechado logo no primeiro contato.

Acesse agora o link abaixo e saiba mais sobre essa capacitação revolucionária para ter um time de monstros na sua empresa.

**QUERO TER
UM TIME CAMPEÃO**

“Me mostre um vendedor que estudou tanto quanto um médico, que eu te mostro um milionário!”

Thiago Concer



Time de vendas: como treinar, motivar e estabelecer metas.

TIME DE **VENDAS**

THIAGO **CONCER**

 **SALESCLUBE**

www.salesclube.com.br