

Dominando a Arte da Prospeção B2B:
Desvendando o Segredo do **Crescimento**
Exponencial de sua Empresa



Dominando a Arte
da Prospeção:
Desvendando o Segredo
do **Crescimento**
Exponencial de sua
Empresa



SUMÁRIO

Capítulo I

Importância da prospecção B2B

- Definindo o Caminho para o Sucesso: Prospectando Perfis Ideais com Base em seu ICP

Capítulo II

Vantagens da prospecção B2B

- Ter uma receita previsível
- Encontre os clientes que compram

Capítulo III

Saindo na frente da concorrência

Capítulo IV

Estratégias Poderosas para Alcançar Resultados Extraordinários

- A Prospecção de Clientes: O Caminho para o Sucesso nas Vendas

Capítulo V

Como definir seu ICP

- 1 - Mapeie seus clientes ativos:
- 2 - Identifique os padrões:
- 3 - Monte seu ICP:

Capítulo VI

Desvendando o Poder do ICP: como ele influencia na sua estratégia de buscar melhores resultados

Capítulo VII

Prospecção Ativa; passos que você precisa dar para impulsionar seus resultados agora!

Conclusão:

Conheça todas as soluções do método Sales Clube

Links Úteis

Outros conteúdos que podem te ajudar a conquistar resultados



INTRODUÇÃO

Dominando a Arte da Prospecção B2B: Desvendando o Segredo do Crescimento Exponencial de sua Empresa!

A prospecção B2B é um dos pontos mais batemos dentro do Sales Clube, principalmente quando a empresa tem um perfil inovador e oportunidade de crescimento com a exploração desse novo campo de vendas.

Um dos maiores empecilhos que os gestores colocam é: “Mas como será a prospecção? Vou precisar mudar muito minha estratégia, equipe e métodos?”. Bom suas respostas chegaram e estão todas nesse playbook que desvenda o que o marketing e prospecção B2B tem de melhor, veja.

Importância da prospecção B2B

Acelerar os resultados da empresa é o que qualquer empresário busca, contudo, poucos aceitam que o B2B é uma oportunidade e explorar novos mercados e evoluir exponencialmente.

Existe um processo para transformar a prospecção em uma oportunidade vantajosa de conquistar NOVOS clientes. Com uma estratégia bem organizada e dados de qualidade, você desvendará o segredo para alcançar um crescimento exponencial.

Atualmente a inovação dentro das estratégias e planos de negócios estão se expandindo e tornando cada vez mais descomplicada a comunicação entre empresas, favorecendo assim o mercado B2B.

No entanto, muitas empresas acreditam

erroneamente que apenas os leads Inbound são o suficiente para atender às demandas da equipe de vendas.

Entretanto, é importante ressaltar que esses leads, os quais são gerados por meio de conteúdos oferecidos no site, podem representar contatos de pessoas que ainda não estão prontas para realizar uma compra ou que não se encaixam no perfil ideal que as empresas esperam como seus futuros clientes.



Empresas que investem em prospecção ativa como principal estratégia no comercial tem grandes chances de atingir o perfil de cliente ideal

Definindo o Caminho para o Sucesso: Prospectando Perfis Ideais com Base em seu **ICP**

A chave para o sucesso está em traçar um perfil de cliente ideal, analisando seus clientes atuais como ponto de partida.

Essa análise pode ser realizada por meio de ligações ou aplicação de questionários estratégicos, que fornecerão informações valiosas para moldar o perfil do seu cliente.

Uma vez definido o cliente ideal, direcionar campanhas de outbound se torna uma tarefa fácil. Você saberá exatamente que tipo de empresa prospectar, quem são os influenciadores e os decisores, entre outros aspectos fundamentais.

Vantagens da prospecção B2B

Ter uma receita previsível

Aqui no Sales Clube boa parte dos nossos mentores, logo no primeiro contato, falam muito sobre a importância da previsibilidade. Inclusive o Leonardo Castelo tem uma frase bastante interessante sobre o assunto:

“Se a sua previsão deu errado para baixo, significa que você não soube aplicar as estratégias, se a empresa cresceu mais que o previsto é sinal que você tem um crescimento desestruturado e pode quebrar rápido.”

A previsibilidade é fator fundamental para o crescimento exponencial de uma empresa, ainda mais considerando que existem oportunidades de novos

negócios e você está explorando novas formas de vendas, como o B2B, por exemplo.

O investimento em prospecção ativa deve servir como um mapa para o seu sucesso, pois com ele você terá maior assertividade, contratos mais lucrativos e literalmente uma “máquina de vendas” implementada para sua empresa faturar mais em menos tempo.

Esse termômetro pode ser visto pelos ROIs(Retorno Sobre Investimento), ou seja, a taxa de respostas, a conversão, as melhores formas de fechamento e a abordagem que mais converte.

Todas essas métricas favorecem o seu método de prospecção, identificando mais rapidamente qual o perfil do seu cliente ideal e investindo cada vez mais em capacitar a sua equipe para atender esse perfil de cliente.

Não apenas sobre colocar um prospect em frente ao computador do dizer: “TRABALHA”. É sobre entender quais são as armadilhas que ele pode gerar usando as dores do seu cliente em potencial, isso é uma prospecção ativa que gera resultados, previsibilidade e

norte para os próximos atendimentos.

Com todos esses fatores alinhados, sua previsibilidade será o mais próximo possível do alvo, errando o mínimo e crescendo muito.



Nunca descarte a previsibilidade, pois empresas que crescem sem controle e estrutura, quebram exatamente pelos motivos que as fazem crescer.

Encontre os clientes que compram

Uma das distinções entre inbound e outbound é que, no inbound, não é possível escolher quais leads você deseja como futuros clientes.

O inbound é utilizado principalmente para atrair leads no topo do funil, que ainda não estão prontos para fazer uma compra, mas demonstraram interesse em um conteúdo do seu site.

Por outro lado, no outbound, na prospecção ativa de novos clientes, é possível, com base na definição do ICP (perfil de cliente ideal), pesquisar perfis semelhantes para criar listas com os contatos adequados e iniciar uma campanha de prospecção direcionada.

Além disso, as empresas que já são clientes podem se tornar canais ativos de parceria por meio de indicações. Isso significa que uma empresa “indica” outra por trabalharem no mesmo setor de negócios, criando uma sinergia benéfica para ambos.

Saindo na frente da concorrência

Imagine a cena: sua empresa (mais conservadora) não investe na prospecção ativa, mantendo-se naquilo que você sabe que “funciona”. Seu principal concorrente, investe neste perfil de prospecção B2B e ativo.

A empresa dele cresce 30% a mais nos últimos 3 meses, apenas por essa simples mudança e analisando os ROIs, o dele é muito lucrativo, quando comparado ao seu perfil de prospecção. O que você faria?

Aposto que você respondeu aí que provavelmente iria tentar entender o que ele está fazendo de diferente e como, certo?

O segredo da prospecção ativa está em valor, não preço, valor! Quando geramos necessidade no nosso cliente, valor ao nosso produto e direcionamos a atenção dele nas soluções que o nosso produto/serviço oferece, a prospecção ativa está estabelecida com sucesso no contato.

Esse é o diferencial entre o inbound marketing e o outbound marketing, no inbound os conteúdos que a sua empresa compartilham já agregam esse valor aos entregáveis do seu produto/serviço.

Agora no outbound, sua equipe de prospecção irá gerar esse valor e necessidade de solução de problemas com clientes que estão dentro do seu perfil de compra. Ou seja, são contatos potenciais, que pertencem ao seu perfil de cliente ideal, mas, não entendem ou não sabem das soluções que a sua empresa oferece.

As oportunidades B2B são intermináveis e a sua empresa pode sair na frente e começar a implementar esse método de prospecção um quanto antes, alinhando o sistema de testes e analisando os números para saber o que funciona e o que não funciona.



ANOTE

Antes de começar analise a concorrência, as empresas que estão no mesmo mercado e as estratégias que costumam aplicar durante o processo de prospecção, essa análise irá nortear seus próximos passos.

Estratégias Poderosas para Alcançar Resultados Extraordinários!

A Prospeção de Clientes: O Caminho para o Sucesso nas Vendas!

Esqueça as abordagens aleatórias e ultrapassadas, você precisa conhecer o seu cliente, as dores dele e oferta a solução, sendo exclusivamente nisso que a sua equipe precisa focar.

A prospecção é uma etapa estratégica do funil de vendas, onde o objetivo é estabelecer contato com potenciais clientes de forma eficaz.

Se você continua preso nas antigas práticas de pegar

uma lista genérica de contatos e fazer ligações sem direção, é provável estar perdendo oportunidades valiosas e muito (dando ênfase MUITO) dinheiro.

Profissionais experientes afirmam que uma prospecção de clientes bem-executada representa metade da venda. Afinal, é muito mais fácil vender um produto ou serviço para alguém que já está interessado do que atirar no escuro.

O sucesso do seu negócio está diretamente ligado a uma equipe de vendas altamente organizada e a um plano de prospecção de clientes estruturado. Antes de sair em busca de clientes, é essencial organizar o processo adequadamente.

Começaremos pelo passo mais lógico, porém muitas vezes deixado de lado: a definição do ICP (Perfil de Cliente Ideal).

Descrever o seu cliente ideal é fundamental para identificar quais tipos de empresas trazem maior receita, demandam menos esforço prévio de vendas e devem ser o foco principal do seu trabalho.



Cuidado para não confundir ICP com persona, pois esses perfis não estão necessariamente separados. Podem existir, por exemplo, várias personas em um único ICP.

Como definir seu ICP?

Para criar o Perfil de Cliente Ideal, siga estes passos simples:

1- Mapeie seus clientes ativos:

O primeiro passo, é mapear os tipos de empresas e segmentos que geralmente geram maior receita e adquirem seu produto/serviço com mais facilidade.

Faça uma análise minuciosa da sua base de clientes e selecione 5 clientes que se destacam, geralmente aqueles que pagam em dia com uma frequência de compra e valores significativos.

Veja abaixo o check list de perguntas que te mostram o melhor perfil de cliente:

- ☐ Em quais segmentos essas **empresas mais atuam?**
- ☐ Qual **produto/serviço** elas compraram?
- ☐ Quanto elas costumam investir em minha **solução?**
- ☐ Qual o **porte?**
- ☐ Em quais regiões minha empresa atua mais com **mais força?**
- ☐ Qual o ciclo de vida do nosso cliente **dentro da empresa?**
- ☐ Minha equipe atende melhor quais **tipos de clientes?**

Com essas perguntas você já consegue saber quais são os fatores decisivos para o seu público-alvo e quais segmentos empresariais mais estão ativos como clientes no seu mercado.

Identifique os padrões:

Ao analisar seus clientes atuais, é comum identificar características em comum entre as empresas ideais para o seu negócio.

Chegou a hora de questionar o que esses clientes valorizam mais em relação à sua empresa e identificar os pontos em comum em relação a:

- ☐ Setor de **atuação**;
- ☐ **Porte**;
- ☐ Tamanho da **equipe**;
- ☐ **Localização**;
- ☐ Ticket **médio**;
- ☐ Ciclo de vida do **cliente**.

Dessa forma, você já tem uma ideia das características que o seu ICP deve ter, preparando-se assim para o último passo.

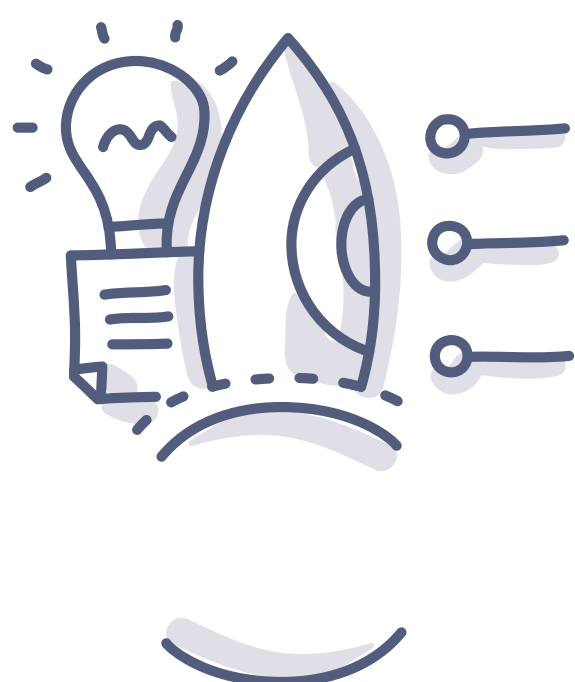
Monte seu ICP:

No último passo, é simplesmente uma questão de esboçar um primeiro modelo de ICP e compartilhá-lo com a sua equipe de vendas. A opinião de cada vendedor é extremamente valiosa na definição do perfil com o qual eles irão entrar em contato.

Com base nos insights e nas necessidades do seu negócio, ajuste o modelo e coloque-o em prática. Agora, com o seu ICP pronto, é hora de concentrar seus esforços e investimentos em segmentar e prospectar as empresas que se encaixam perfeitamente no perfil definido.

Desvendando o Poder do ICP: como ele influencia na sua estratégia de buscar melhores resultados.

Com o Perfil Ideal de Cliente definido, você poderá direcionar seus esforços em vendas e marketing de forma altamente assertiva, maximizando o impacto de suas ações.



O ICP costuma ser engajado e percebe o valor do produto mais facilmente, geram receita e lifetime value maior. Assim sendo, encurta o ciclo de vendas por ele estar mais preparado e ciente da própria necessidade e acaba reduzindo o CAC (Custo de Aquisição do Cliente).

Outra vantagem é que o processo de qualificação de leads se torna mais ágil e consome menos tempo e energia da equipe. Além disso, ao focar no cliente, você reduz a perda de leads durante o processo e torna sua prospecção ativa mais precisa e eficiente.

Um dos principais benefícios de ter um ICP bem definido é que ele ajuda a nivelar os investimentos estratégicos da sua empresa. Por exemplo, ao criar uma landing page para gerar leads qualificados, será mais vantajoso incluir campos de preenchimento com base no perfil do cliente ideal. Isso economiza tempo do seu SDR (Representante de Desenvolvimento de Vendas) durante a filtragem.

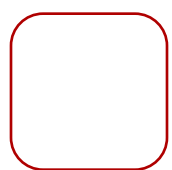
Em outra situação, imagine que sua empresa deseje prospectar em outro estado e precise realizar reuniões presenciais. Se o valor médio dos seus prospects é maior do que o custo das passagens e hospedagem necessárias para a visita dos seus representantes comerciais, o investimento vale a pena.

Portanto, ter um modelo detalhado do tipo de empresa a ser prospectada é essencial para manter o controle financeiro dos custos com prospecção e pré-venda. Isso permite tomar decisões mais inteligentes e estratégicas.



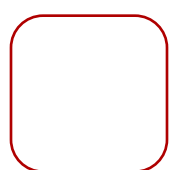
Prospecção

Ativa; passos que você precisa dar impulsionar seus resultados agora!



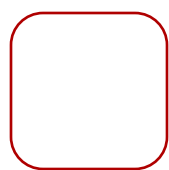
EQUIPE

Tenha uma equipe especializada e com funções bem definidas, assim sua prospecção ativa será um reflexo da sua organização interna.



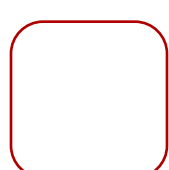
SCRIPT DE VENDAS

O script de vendas B2B deve conter uma breve descrição da sua empresa, isso vai ajudar a gerar conexão e o lead saber do que se trata esse contato.



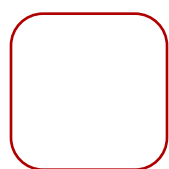
VERIFIQUE A DISPONIBILIDADE DO SEU CLIENTE

Vale lembrar que estamos falando com alguém que não sabe o motivo da ligação, portanto, sempre verifique a disponibilidade antes de sair recitando o script, como se estivesse lendo uma redação ou poema.



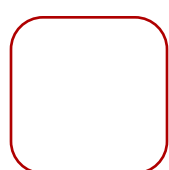
TENHA UMA VENDA ROTEIRIZADA

Crie um roteiro de vendas, onde fique bem claro para o seu time como será o ciclo desse cliente dentro da empresa, considerando os quadros decisórios mais comuns.



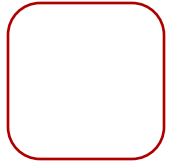
PRENDA A ATENÇÃO DO SEU PROSPECT

O segredo da prospecção está na geração de valor, lembra? Então, faça uma escuta ativa do seu cliente e verifique as soluções que a sua empresa oferta para conquistar a atenção e fidelidade desse lead.



INVISTA EM COLD CALL

Não, a ligação não morreu e esse é o melhor meio de comunicação para prospecção ativa, portanto, incentive os seus prospects a ligarem mais e escutarem o cliente, ok?



TENHA CAMPANHAS DIRECIONADAS PARA COLD MAILS

Os e-mails são uma excelente ferramenta de prospecção e atualização, por isso, investir e campanhas específicas para contatos frios, pode ajudar muito na prospecção ativa para públicos B2B.



RESUMO

Seguindo esses passos, com toda certeza sua empresa prospecta mais, fechando mais contratos e economizando em tráfego pago.

O outbound marketing ainda funciona como uma excelente ferramenta para empresas que não adentraram no mundo B2B, mas, querem essa fatia de mercado na receita mensal.

Nossos mentores da Imersão Sales Clube Marketing desvendam essa e outras formas de crescimento exponencial, baseando-se nas suas estratégias de marketing.

Não existe fórmula mágica, existem estratégias que quando aplicadas corretamente, trazem um crescimento superior a 30% em apenas 30 dias.

Nossa próxima imersão já está com data marcada e você pode garantir que a sua equipe de marketing tenha acesso ao método Sales Clube de estratégias que vendem.

**Acesse o link abaixo
e faça sua inscrição
agora, nas últimas
vagas!**

EU QUERO

**Conheça todas as
soluções do método
Sales Clube**

EU QUERO

Outros conteúdos que podem te ajudar a conquistar resultados

Saiba como ter uma matriz de objeções completa

CLIQUE AQUI

Time de vendas: Como treinar, motivar e estabelecer metas

CLIQUE AQUI

Tudo que você precisa saber sobre Growth Marketing

CLIQUE AQUI

**Dominando a Arte da
Prospecção:** Desvendando
o Segredo do **Crescimento
Exponencial** de sua
Empresa

 **SALESCLUBE**

www.salesclube.com.br