

Fevereiro de 2022



# E-BOOK DE VENDAS



[www.odvix.com.br](http://www.odvix.com.br)

Endereço: Avenida: Barão do Rio Branco- 445, Centro  
Caçador – SC - Cep 89500.000

Fone: (49) 99135-2744 - Comercial Magdala  
Fone: (49) 99150-0232 - Comercial Edson



# ÍNDICE

|                                                                         |           |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>CHECK LIST ORÇAMENTO ODVIX/TROLL .....</b>                           | <b>02</b> |
| <b>SCRIPT .....</b>                                                     | <b>03</b> |
| 1- PARA PROSPECTS QUE BUSCAM > NOTA FISCAL OU GESTÃO                    |           |
| 2- PARA PROSPECTS QUE BUSCAM > NOTA FISCAL DE SERVIÇO                   |           |
| 3 - PARA MEI                                                            |           |
| 4 - PARA CONTABILIDADES                                                 |           |
| 5 - PARA REPRESENTANTES / PESSOAS QUE QUEIRAM INDICAR                   |           |
| <b>ETAPAS DE VENDA DE SOFTWARE .....</b>                                | <b>08</b> |
| 1 - ENTENDA O MERCADO                                                   |           |
| 2 - IDENTIFIQUE QUEM SÃO OS AGENTES DECISORES DO PROCESSO DE COMPRA     |           |
| 3 - ENTENDA A DOR                                                       |           |
| 4 - COMPREENDA SEU SOFTWARE                                             |           |
| 5 - NÃO ABANDONE A RELAÇÃO                                              |           |
| 6 - MARQUE PRESENÇA NA WEB                                              |           |
| <b>6 DICAS QUE FUNCIONAM: COMO VENDER SOFTWARE PELA INTERNET: .....</b> | <b>14</b> |
| 1 - IDENTIFIQUE SEU PÚBLICO-ALVO                                        |           |
| 2 - UTILIZE O MARKETING DE CONTEÚDO                                     |           |
| 3 - UTILIZE OS RECURSOS DE ANÚNCIOS NO GOOGLE                           |           |
| 4 - INDIQUE "DEGUSTAÇÕES" DOS NOSSOS PRODUTOS                           |           |
| 5 - PERMITIMOS PERSONALIZAR AS NOSSAS SOLUÇÕES                          |           |
| 6 - AUTOMAÇÃO DE REMARKETING                                            |           |
| <b>6 DICAS QUE FUNCIONAM: VENDA/PROSPECÇÃO POR TELEMARKETING .....</b>  | <b>18</b> |
| 1 - CRIE UM SCRIPT PARA A PROSPECÇÃO                                    |           |
| 2 - COLOQUE-SE NO MESMO NÍVEL DO SEU PROSPECT                           |           |
| 3 - TRABALHE NA SUA SEGURANÇA                                           |           |
| 4 - TREINE, TREINE E TREINE                                             |           |
| 5 - BUSQUE A NATURALIDADE E FIRMEZA                                     |           |
| 6 - PROCURE CONHECER SEU PROSPECT                                       |           |
| <b>4 DICAS PARA VENDER SOFTWARE SEM CONTAR COM A SORTE .....</b>        | <b>22</b> |
| 1 - COMECE SUAS PROSPECÇÕES FAZENDO PERGUNTAS                           |           |
| 2 - REVEJA SUAS PROPOSTAS INATIVAS E FAÇA UM FOLLOW-UP                  |           |
| 3 - USE DE FORMA EFETIVA O SEU CRM                                      |           |
| 4 - MONTE UMA MATRIZ DE CLIENTES E OFERTE NA BASE                       |           |



# CHECK LIST ORÇAMENTO ODVIX/TROLL

| ORDEM DA CONVERSA                                                                    | RESPOSTA / OBSERVAÇÃO                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| NOME DA EMPRESA:                                                                     |                                               |
| CNPJ                                                                                 |                                               |
| ENDEREÇO DA MATRIZ                                                                   |                                               |
| Nº FILIAIS                                                                           |                                               |
| DATA DE ABERTURA DA EMPRESA                                                          |                                               |
| PRESTADORA DE SERVIÇO <b>OU</b><br>VENDA DE PRODUTO?                                 |                                               |
| NÚMERO DE USUÁRIOS                                                                   |                                               |
| Nº NOTAS FISCAIS EMITIDAS NO ÚLTIMO MÊS B2B?                                         |                                               |
| Nº NOTAS FISCAIS EMITIDAS NO ÚLTIMO MÊS B2C?                                         |                                               |
| TICKET MÉDIO DAS NOTAS EMITIDAS NO ÚLTIMO MÊS?                                       |                                               |
| TEM E-COMMERCE?                                                                      |                                               |
| É SIMPLES NACIONAL/ MEI / LUCRO REAL?                                                |                                               |
| QUAIS OS PROBLEMAS QUE A EMPRESA PRECISA<br>QUE SEJA RESOLVIDA COM O NOSSO SOFTWARE? |                                               |
| QUANDO QUE PODEMOS MARCAR O TREINAMENTO<br>(OU DEMONSTRAÇÃO)?                        | DATA DO TREINAMENTO:<br>DATA DA DEMONSTRAÇÃO: |
| Observações que o cliente comentou:                                                  |                                               |
| RESPONSÁVEL PELA CONTRATAÇÃO DO SOFTWARE<br>NOME:<br>FUNÇÃO/cargo:<br>CELULAR:       |                                               |

**OBS:** Com essas informações, teremos a noção de tamanho da empresa, como: faturamento e necessidades (dores), para poder realizar a formação do preço.

## LEMBRE-SE:

- Se conecte na conversa, quanto mais informação, mais solução poderá entregar.
- Gerar valor mostrando que somos a melhor solução para aquilo que o cliente está buscando.
- Quanto mais funcionalidade e praticidade para o cliente, melhor será a sua conversão e valor agregado.

O objetivo de um vendedor de software deve ser demonstrar aos prospects e clientes como: aumentar faturamento, ampliar a receita e diminuir custos.



# SCRIPT

Estes Scripts são sugestões e podem ser enviados via direct do instagram ou messenger no facebook para os clientes, assim como pelo whatsapp.

→ Verificar qual o tipo de cliente (para cada tipo de cliente tem um script)  
Caso esse script seja enviado via whatsapp, colocar o seu link e não o seu número de whatsapp)

## 1- PARA PROSPECTS QUE BUSCAM > NOTA FISCAL OU GESTÃO

Olá, sou (nome do vendedor), do software ODVIX - PARA GESTÃO DE EMPRESAS. Estamos há 29 anos levando tecnologia para as empresas e atuamos em todos os estados do Brasil.

Nosso software é o MAIS BARATO DO BRASIL, de fácil utilização, com planos a partir de R\$ 19,90 mensais para emissão de notas fiscais e para planos de gestão financeira + emissão de notas fiscais a partir de R\$ 59,00 mensais. Entre no site e “EXPERIMENTE GRÁTIS”.

Conheça: [www.odvix.com.br](http://www.odvix.com.br)

Se preferir, solicite uma demonstração, whatsapp (seu número ou o SEU link).

Estou á disposição



## 2- PARA PROSPECT QUE BUSCAM > NOTA FISCAL DE SERVIÇO

Olá, sou **(nome do vendedor)**, do software ODVIX - PARA GESTÃO DE EMPRESAS. Estamos há 29 anos levando tecnologia para as empresas e atuamos em todos os estados do Brasil.

Nosso software é o MAIS BARATO DO BRASIL, de fácil utilização, com planos a partir de **R\$ 89,90 mensais** para emissão de notas fiscais de Serviço e para planos de gestão financeira. Entre no site e “EXPERIMENTE GRÁTIS”.

Conheça: [www.odvix.com.br](http://www.odvix.com.br)

Se preferir, solicite uma demonstração, whatsapp **(seu número ou o SEU link)**.

Estou á disposição



### 3 - PARA MEI

Olá, sou (nome do vendedor), do software ODVIX - PARA GESTÃO DE EMPRESAS. Estamos há 29 anos levando tecnologia para as empresas e atuamos em todos os estados do Brasil.

Nosso software é o MAIS BARATO DO BRASIL, de fácil utilização, com planos a partir de R\$ 19,90 mensais para emissão de notas fiscais e planos de gestão financeira + emissão de notas fiscais a partir de R\$ 59,00 mensais. Entre no site e “EXPERIMENTE GRÁTIS”.

Conheça: [www.odvix.com.br](http://www.odvix.com.br)

Se preferir, solicite uma demonstração, whatsapp (seu número ou o SEU link).

Estou á disposição



## 4 - PARA CONTABILIDADES

Olá, sou (nome do vendedor), do software ODVIX - PARA GESTÃO DE EMPRESAS. Estamos há 29 anos levando tecnologia para as empresas e atuamos em todos os estados do Brasil.

Neste momento estamos abrindo parceria com pessoas que queiram revender nosso sistema. Você não precisa de experiência, nós te treinamos e damos todo o apoio necessário para te preparar para fazer a venda.

Gostaria de receber mais informações?

Conheça: [www.odvix.com.br](http://www.odvix.com.br)

Se preferir, solicite uma demonstração, whatsapp (seu número ou o SEU link).

Estou á disposição



## 5 - PARA REPRESENTANTES / PESSOAS QUE QUEIRAM INDICAR

Olá, sou (nome do vendedor), do software ODVIX - PARA GESTÃO DE EMPRESAS. Estamos há 29 anos levando tecnologia para as empresas e atuamos em todos os estados do Brasil.

Neste momento estamos abrindo parceria com pessoas que queiram revender nosso sistema. Você não precisa de experiência, nós te treinamos e damos todo o apoio necessário para te preparar para fazer a venda.

Gostaria de receber mais informações?

Conheça: [www.odvix.com.br](http://www.odvix.com.br)

Se preferir, solicite uma demonstração, whatsapp (seu número ou o SEU link).

Estou á disposição



# ETAPAS DE VENDA DE SOFTWARE

Nós, da Equipe de vendas ODVIX, compilamos este material, de forma resumida, para ajudar você a encontrar os clientes em alguns canais de vendas, que facilitam o seu trabalho.

**Como descobrir o momento dos meus prospects?**

Basicamente, é possível fazer apenas uma pergunta para incentivá-lo a trocar de software. No processo de venda de software, essa é uma estratégia para que o vendedor não precise assumir totalmente a responsabilidade pela compra.

Então, ao invés de perguntar:

- “O que eu preciso fazer para mudarem o seu parceiro atual de tecnologia?”

Inverta a pergunta:

- “O que precisa acontecer na sua empresa para decidirem mudar de solução?”

Caso a pessoa que você esteja negociando seja o decisor ou quem está diretamente envolvido com o projeto, a resposta será de alto valor. Provavelmente, ela vai estabelecer exatamente onde a empresa precisará de apoio para decidir trocar o software atual.

Por exemplo, a resposta pode envolver outras pessoas: “Preciso convencer o dono da empresa” ou então “Preciso envolver o TI”. Aqui, pode-se fazer o levantamento detalhado dos papéis de decisão de compra.



## E se as respostas forem positivas?

Caso o empresário afirme que está decidido a fazer a troca do parceiro atual, tome cuidado para não se precipitar. Neste momento, levante qual é a idéia de tempo e senso de urgência pela sua solução. Faça isso por meio da pergunta:

- “Quando querem o novo software rodando e um suporte de alta performance dando apoio no crescimento da sua empresa?”

Caso a resposta seja um prazo de meses, ou seja, muito longo, minha sugestão é que você recue. Não adianta incentivar a compra antes do que já foi definido. Então não faz sentido fazer promoções e continuar oferecendo seu software.

Frequentemente, a justificativa envolve questões que estão além do vendedor de software. Por exemplo, a prioridade de resolver problemas internos. Nesse momento, o vendedor não deve trabalhar na ansiedade do fechamento. Inclusive, se fizer isso, atrapalhará todo o processo de venda.

Muitos vendedores de software não entendem o **ciclo de venda**, e por isso mesmo, queixam-se do que pode ser uma longa fase de amadurecimento do *prospect*.

De fato, vender uma solução “pronta” pode ser mais rápido do que uma customizada. Atualmente, muitos negócios estão focando no desenvolvimento de aplicativos e soluções paralelas, as quais ERPs não atendem. A questão é que, muitas vezes, nem o próprio cliente sabe o que quer, dificultando a agilidade no ciclo de venda.



Dessa forma, montar um fluxo do comportamento de compra e seus envolvidos é essencial. Para ajuda com isso, separei 2 pontos, que se bem trabalhados, podem acelerar o ciclo de venda da sua solução:

## 1 - ENTENDA O MERCADO

Antes mesmo de iniciar a prospecção, deve-se ter muito claro qual é o seu tipo ideal de cliente, ou seja, quais são os critérios que definem FIT com a solução. Esse tipo de definição passa por questões como o próprio tamanho da empresa que irá prospectar.

Basicamente, os critérios que diferem grandes e pequenos negócios que possuem uma demanda para o seu software são:

- Volume de vendas;
- Tamanho da marca (investimento em marketing);
- Número de lojas/franquias

Geralmente, o processo de compras de grandes empresas começa com o responsável por uma determinada franqueada. Prospectar o gerente da marca ou da unidade pode ser uma ótima estratégia de entrada para acelerar seu ciclo de venda. Porém, nesse processo é importante envolver a pessoa responsável pelo setor de TI também.

Independente do seu mercado, certamente não serão muitas as empresas que se encaixarão neste perfil maior. Assim, é possível fazer uma lista de 100 ou 200 empresas que o vendedor de software pode trabalhar durante todo o ano.

Novamente, é preciso ter em mente que o ciclo de venda é, de fato, mais longo. Por isso que, quando já possuímos uma carteira de clientes bem



definida, fica mais fácil fazer a separação entre empresas de grande e pequeno porte.

## 2 - IDENTIFIQUE QUEM SÃO OS AGENTES DECISORES DO PROCESSO DE COMPRA

Quando vendemos projetos customizados, o ciclo de venda realmente demora mais. Isso acontece porque são envolvidas muitas pessoas antes do diretor “bater o martelo”. As pessoas que participam do processo de decisão de compra podem ser separadas em 3 categorias:

1. *Decisor* – A pessoa que efetivamente vai tomar a decisão
2. *Influenciador* – São as pessoas as quais a opinião tem peso na decisão final
3. *Patrocinador* – Pessoas que podem não estar envolvidas diretamente no processo, mas que de certa forma são impactadas pela compra da solução

Assim, em grandes contas, é provável que haja o envolvimento com a pessoa responsável pelo TI da empresa. Então o atendimento precisa ser personalizado, e, conseqüentemente mais próximo.

Entretanto, em empresas menores, as quais muitas vezes a prospecção é feita pelo *inbound*, o vendedor de software não vai conseguir falar com a TI. É provável que consiga contato com funcionários do marketing ou o gerente financeiro, por exemplo.

Conseqüentemente, a abordagem a ser trabalhada deve ser outra. Caso uma pessoa do TI se envolva no meio do processo, atente-se a ela. É possível que diga não há necessidade da compra de um software. Já que determinada tarefa é controlada com uma plataforma gratuita, “resolvendo o problema”.



E as empresas de médio porte?

Marcas regionais podem ser identificadas analisando a atual carteira de clientes e definindo um FIT entre eles. Aqui, deve-se avaliar tamanho, onde justamente encontra-se o maior desafio destas empresas menores: Fazer a franquia crescer de forma sustentável.

É uma preocupação diferente das contas grandes e pequenas. Então se for feita a mesma abordagem nestes dois portes de empresas, não vai fazer sentido. Caso o TI seja envolvido, dificilmente o ciclo de venda se tornará mais lento, já que a preocupação é outra.

*O objetivo de um vendedor de software deve ser demonstrar a os prospects e clientes como aumentar faturamento, ampliar a receita e diminuir custos.*

**Concluindo:** Se a mesma abordagem comercial de um projeto grande for usada para vender um projeto menor, o sucesso é improvável. Cada cliente e negócio são únicos. Assim, devemos trabalhar o ciclo de venda de acordo com as especificidades do prospect.

### 3 - ENTENDA A DOR

Assim como cada cliente é único, cada um deles enfrenta uma dificuldade distinta. Qual é a dor do seu consumidor? O que pode ser feito para amenizá-la? Entender o problema do negócio é um dos pontos mais importantes para concretizar uma venda. Portanto, coloque o dedo na ferida!



#### 4 - COMPREENDA SEU SOFTWARE

De nada adianta você saber tudo sobre o cliente e não conhecer o seu produto a fundo. Esteja a par das funcionalidades disponíveis, das adaptações que podem ser feitas, dos custos, das vantagens e das desvantagens. Dessa forma, você poderá contornar eventuais situações onde o cliente puxa o freio na contratação.

#### 5 - NÃO ABANDONE A RELAÇÃO

Vendeu? Que maravilha! Agora, a ideia é colocar-se à disposição do cliente para quaisquer dúvidas ou dificuldades que possam surgir. Um software de gestão pode ser complicado em muitos casos. Além de envolver diversos colaboradores para funcionar de acordo com os objetivos de cada negócio. Por isso, não abandone a relação com o cliente no pós-venda.

#### 6 - MARQUE PRESENÇA NA WEB

Com o boom tecnológico, aquele que não tem seu negócio na Internet não é visto e nem lembrado. Como vendedor, marque presença online. Aplique Inbound Marketing, invista na divulgação de serviços e na qualidade do produto. Lute pelo seu espaço na web.

#### 7 - NÃO SUBSTIME AS PEQUENAS EMPRESAS

Vender um sistema de gestão a empresas de grande porte é uma alegria. Mas, você sabia que as micro empresas são responsáveis por 27% do PIB brasileiro? Em 10 anos, os valores da produção gerada pelos pequenos negócios passaram de R\$ 144 bilhões para R\$ 599 bilhões, segundo uma pesquisa do **Sebrae**.



Pequenos empresários respondem por mais de 1/4 do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil, e o número continua em ascensão. Em 2021, com a desburocratização do governo federal, a abertura das empresas bateu recorde, por isso estamos no melhor momento da venda de softwares e o ramo de tecnologia teve o maior crescimento de todos os setores do país, com aumento de 61%.

## **6 DICAS QUE FUNCIONAM: COMO VENDER SOFTWARE PELA INTERNET**

### **1 – IDENTIFIQUE SEU PÚBLICO-ALVO**

Para tanto, é importante realizar uma **pesquisa de mercado** para avaliar as carências e oportunidades do setor, e também para esboçar o perfil do seu público — tecnicamente conhecido como buyer persona.

Esse tipo de pesquisa pode ser feita, inclusive, online, em sites como **MindMiners**, **Typeform**, **Google Forms** e outros.

O exercício, além de apontar o perfil e preferências pessoais dos seus clientes em potencial na internet, também ajuda a avaliar as demandas, necessidades e problemas que esse consumidor enfrenta — informações que podem se revelar em excelentes oportunidades de negócio para você conciliar com as suas soluções.

Agora, para entender como vender software pela internet a partir dessas informações, confira o tópico seguinte!



## 2 – UTILIZE O MARKETING DE CONTEÚDO

A base de toda ação de **marketing digital**, hoje em dia, passa pela identificação do seu consumidor ideal. Afinal, é por meio dessa tarefa que você compreende, entre outras coisas, os hábitos de consumo dos seus clientes em potencial.

E isso pode se traduzir em um esforço constante em atrair esses usuários até o seu site, blog ou redes sociais. Basta gerar um conteúdo otimizado com as palavras-chave que eles mais digitam, em suas pesquisas on-line, promovendo a divulgação de postagens relevantes para eles.

Com o tempo, mais usuários são atraídos até as suas páginas e, dependendo do valor que os conteúdos ofereçam a eles, durante a leitura, mais eles vão associar a sua marca como uma autoridade no assunto.

Abaixo, alguns dos materiais mais utilizados para atrair novos clientes até você:

- Blog posts
- Produção de conteúdo nas redes sociais (atenção: utilize um número variado e diversificado de redes sociais - como texto, imagens e vídeos - mas explore principalmente aquelas que o seu público mais utiliza).
- Vídeos
- Webinars
- Infográficos

Entre outros tipos de conteúdo multimídia que solucionem as principais dúvidas do consumidor e ajudem a despertar, reter e atrair mais interessados em suas soluções.



A dica é incluir em seu blog e site formulários para que seu cliente preencha com seus dados e receba essas materiais, permitindo assim que você crie uma lista de leads, para entrar em contato ou enviar mais conteúdo, no futuro.

*Você pode sugerir aos prospects para visualizar semanalmente nosso blog do site [www.odvix.com.br](http://www.odvix.com.br), sempre estamos atualizando com dicas e matérias úteis para os gestores de empresas.*

### 3 – UTILIZE OS RECURSOS DE ANÚNCIOS NO GOOGLE

Outra solução prática e ágil, mas que demanda um investimento e atenção constantes, é o uso dos canais de **publicidade paga do Google**.

Por meio dessa plataforma, você consegue segmentar e direcionar ainda mais os conteúdos produzidos, o que facilita a visualização de suas postagens. Consequentemente, mais interessados em suas soluções vão conhecer o que você tem a oferecer.

### 4 – INDIQUE “DEGUSTAÇÕES” DOS NOSSOS PRODUTOS

Cada usuário se encontra em um momento diferente de sua jornada de compra. No entanto, dos curiosos ainda incertos sobre a solução para o seu problema àqueles que já estão em negociação com você, existe algo em comum: o apreço por um período de “degustação”, o famoso trial.

Neste caso, para quem deseja saber como vender software sendo ou não pela internet, a idéia consiste em indicar um período de utilização gratuita do software (nosso **TESTE GRÁTIS**). No nosso site o prospect tem direito a alguns dias para conhecer o software.



Assim, os usuários sentem, na prática, todas as vantagens, funcionalidade e benefícios de sua solução. Nada melhor que um “test drive”, no caso o ODVIX FORNECE UM TESTE GRÁTIS POR 7 DIAS, PODENDO SER EXTENDIDO, para tirar as próprias conclusões e certificar-se de que as suas promessas estão sendo cumpridas, influenciando na decisão de compra.

## 5 – PERMITIMOS PERSONALIZAR AS NOSSAS SOLUÇÕES

Muitos empreendedores que já exploraram o mercado para aprender como vender software, devem entrar em consenso quanto a uma coisa: soluções personalizadas cativam o consumidor imediatamente.

Isso porque, ainda que o seu produto não esteja completamente alinhado com as necessidades daquele consumidor em especial, você pode mostrar como o seu software é flexível, maleável e fácil de adaptar às exigências daquele cliente, devido às diferentes funcionalidades que ele oferece, conforme o plano de utilização escolhido.

Para tornar o conceito ainda mais claro, evidencie essas facilidades em seu site ou postagens, e encontre **leads** que toquem o período gratuito de experiência que mencionamos anteriormente.

## 6 – AUTOMAÇÃO DE REMARKETING

Sabe aqueles conteúdo criados para atrair os clientes, que citamos anteriormente? Pois bem, existem softwares que analisam como os seus potenciais clientes estão interagindo com eles, quais posts leram, se assinaram sua newsletter, baixaram um infográfico e assim por diante.



A partir desses parâmetros, você pode criar automações e enviar novos conteúdos customizados, via e-mail marketing, impactando cada segmento de clientes com a mensagem mais adequada.

A grande sacada é que esses softwares de automação permitem que você se concentre no aspecto estratégico de suas campanhas, enquanto eles direcionam automaticamente as suas principais postagens para leads qualificados.

No fim das contas, saber como vender software é um conhecimento que se acumula em diversas ações integradas, e não apenas em uma.

## **6 DICAS QUE FUNCIONAM: VENDA/PROSPECÇÃO POR TELEMARKETING**

### **1 - CRIE UM SCRIPT PARA A PROSPECÇÃO**

Criar um roteiro de abordagem para sua prospecção por telefone, por mais simples que seja, contribui para aumentar sua segurança durante a ligação. Ao redigir esse documento, caso a sua empresa de TI não forneça um modelo, inclua no roteiro sua apresentação inicial, os tópicos importantes para a conversa, os objetivos da ligação, quais dados você não pode deixar de levantar antes do contato com o prospect/cliente e outras informações que você julgue necessárias para a continuidade do processo comercial.

Lembrando sempre que o objetivo do script não é engessar o seu discurso, e sim proporcionar um guia para te ajudar a conduzir a conversa. Com o passar do tempo esse script vai se tornando mais automático e natural,



porém, se você está começando sua carreira como um vendedor de software, essa ferramenta será valiosa para te ajudar a “conduzir a conversa”<sup>1</sup> com a outra pessoa, levando o diálogo para o caminho que você espera e deseja que aconteça.

> Você conduz: essa é a sua meta para saber se você está indo bem.

## 2 - COLOQUE-SE NO MESMO NÍVEL DO SEU PROSPECT

Gestores, vendedores de software e empresários de TI desejam conversar com pessoas que estão no mesmo nível cultural e intelectual que eles. É isso que fazem o dia todo. Gostam de conversar com outros empresários e pessoas interessantes para eles. Por isso, procure se posicionar dessa forma.

Um ponto importante aqui é que nem sempre conseguimos ou podemos nos colocar dessa forma. Nesse caso, corra atrás do seu desenvolvimento pessoal além das suas capacidades profissionais. Você pode fazer isso de várias formas. Através da leitura, do estudo, conversas, cursos, palestras, eventos, networking e pesquisa de informações do nicho de mercado que você atende!

### Uma sugestão de ouro

Particularmente sempre nos ajudou muito. Ocupe posições importantes da sociedade. Seja membro de associações empresariais, esteja presente em eventos onde seu público está e seja presente. E se você está começando agora e está na faculdade, envolva-se com os centros acadêmicos, relacione-se com os professores e participe como organizador dos eventos promovidos pela própria instituição.



Lembre-se que o seu desenvolvimento e evolução profissional dependerão única e exclusivamente do seu esforço! Consequentemente, seu comportamento perante o mercado e segurança ao falar com o prospect serão sempre melhores. Por isso, a próxima dica.

### 3 - TRABALHE NA SUA SEGURANÇA

Para conseguir se colocar no mesmo nível do prospect você deve estar seguro(a). Por isso, sugiro que você procure desenvolver a sua auto-estima. Essa capacidade lhe trará muitos benefícios na sua carreira como vendedor de software. Seja para a prospecção ao telefone, na negociação, fechamento, ou demais pontos de contato e relacionamentos que você precise manter.

### 4 - TREINE, TREINE E TREINE

Nenhum campeão olímpico ganhar medalha se não treinar. Seja com amigos, colegas de trabalho ou familiares, treine muito! O treino leva à perfeição e proporciona naturalidade no seu discurso. Por isso, pratique seu script de abordagem e preste muita atenção no seu tom de voz. Nas palavras que você usa.

E não é só na fala e no script que você deve prestar atenção. A pessoa do outro lado da linha precisa se sentir sua segura, mas ninguém gosta de falar com pessoas que respiram no fone, falam auto, fazem ruídos com o nariz, muito barulho no fundo como se fosse um ambiente de telemarketing e pior, quando ela não escuta você por falar baixo ou por ter problemas na telefonia.



Só tem uma coisa a fazer... Lembre-se de uma frase do Ayrton Senna:

*“Se você quer ser bem sucedido, precisa ter dedicação total,  
buscar seu último limite e dar o melhor de si.”*

*Ayrton Senna*

## 5 - BUSQUE A NATURALIDADE E FIRMEZA

Estamos ainda nos acostumando a conversar com robôs nas redes sociais e nos atendimentos a clientes e isso não tem sido um problema para muitas pessoas. Só que o que ninguém gosta é de conversar com pessoas que falam como robôs! A naturalidade ao telefone é uma característica essencial se você quer conquistar o respeito e atenção do seu ouvinte. Por isso, utilize seu treino e pratique bastante para alcançar essa naturalidade.

Junto com a naturalidade, você precisa desenvolver seu conhecimento sobre o que você está vendendo e o objetivo da sua ligação, no sentido de descobrir uma necessidade que seu prospect possa ter com relação ao software que você vende.

Só assim você consegue essa naturalidade que falo no processo de prospecção por telefone para vender software. Ser firme no seu discurso e postura te ajudará a se colocar no mesmo nível do prospect.

Por isso procure também conquistar a firmeza nos seus contatos, mas lembre-se de manter o equilíbrio e a simpatia em toda a sua comunicação. Ser firme e controlar a conversa é muito positivo, ser arrogante e intromissor não!



## 6 - PROCURE CONHECER SEU PROSPECT

Na prospecção por telefone, poderia dizer que em 99% dos casos, você não conhece pessoalmente o prospect com quem irá conversar. Por isso minha sugestão é a seguinte: procure a pessoa na internet. Através das redes sociais você conseguirá traçar um perfil metal dela. Conhecer um pouco do perfil do seu contato lhe permite compreender melhor como a conversa, possivelmente, poderá ser conduzida por você.

A questão que deve ser levantada é definir com antecedência, qual o tom de comunicação que você deve usar com a pessoa, mais formal e polido? Sua voz deve ser mais enérgica, ou tranquila? A descontração será bem vinda? Essas são perguntas que podem ser respondidas se você separar algum tempo para pesquisar e conhecer o prospect antes mesmo do contato!

# 4 DICAS PARA VENDER SOFTWARE SEM CONTAR COM A SORTE

A gestão comercial em empresas de TI não é algo simples. Seguindo alguns passos podemos perceber que também não é complicado.

Já estamos na "reta final" do período. Você já bateu a meta do ano? Está pelo menos com 45% da meta alcançada? Se você não tem essa resposta, pode ser um forte indício de que as coisas não vão bem. O que pode ajudar



muito na gestão comercial é antecipar o não batimento das metas. Para ajudar seu time a alcançar metas e apoiá-lo a ter previsão nos próximos meses, separei 4 dicas práticas:

## 1 – COMECE SUAS PROSPEÇÕES FAZENDO PERGUNTAS

*Seus vendedores sabem fazer perguntas de CAUSA e EFEITO?*

Use 70% da sua prospecção fazendo perguntas, 15% ouvindo e 15% observando. Faça sempre perguntas fechadas para validar uma hipótese de problemas que geralmente clientes seus, do mesmo perfil do prospect, possuem ao não usar um software como o seu. Use perguntas abertas para entender e investigar mais problemas do seu prospect. O mais importante é descobrir se sabem que tem algo errado. É a velha ideia de “torcer a toalha” até sair a última gota.

Perguntas simples terão respostas simples. As perguntas de causa e efeitos são aplicadas para impactar o prospect e fazê-lo pensar para responder. Geralmente percebem que podem ter um problema ainda maior na empresa e começam a confiar no seu vendedor simplesmente por terem perguntado algo relacionado. Igual ao médico quando pergunta: “Se a sua dor de cabeça não passa, já pensou em fazer uma tomografia?”

Tão importante quanto fazer questionamentos, é fazê-los para as pessoas certas: procure conversar com pessoas que influenciam diretamente no negócio e busque formar aliados na empresa. Depois, pule para o decisor já sabendo de algumas informações importantes para você. No seu discurso, é importante despertar neles a necessidade do seu produto sem ser invasivo.



## 2 – REVEJA SUAS PROPOSTAS INATIVAS E FAÇA UM FOLLOW-UP

- *Quantas propostas estão sem ação comercial nos últimos 3 meses?*
- *Quantas propostas colocadas não possuem ação programada para os próximos 3 meses?*

Se a venda não foi fechada com um prospect antigo, tente retomar o contato. Volte a conversar com ele e entenda o que saiu errado, qual parte do processo falhou ou ficou faltando. Muitas vezes o prospect tem conhecimento sobre o assunto, porém ainda não percebeu a relação ganho-benefício.

**Cuidado aqui!** O cenário que vai encontrar pode não ser dos melhores. Avalie o motivo pelo qual o empresário busca trocar de software. Se já possuem problemas demais com o parceiro atual, preço será a principal moeda de troca. Inicie mostrando cases de clientes recentes. Revise o projeto apresentado e seja agressivo na sua retomada. Jamais altere seu preço!

## 3 – USE DE FORMA EFETIVA O SEU CRM

Quanto tempo você perde lendo históricos no CRM para no final, não conseguir decidir e ajudar seu vendedor sobre o que fazer? Nem sempre quem mais vende é o gestor que tem seu CRM em dia. O mais importante é saber o que colocar lá dentro. E vai ajudá-lo a tomar decisões importantes. Como gestor, o seu resultado é fazer os outros terem resultado. Busque não cobrar por atualização do seu CRM. Incentive a inserção de informações estratégicas e de qualidade.

Defina o que é informação estratégica para tomada de decisão. Cada contato é necessário conseguir ancorar com o este, o que será feito como



próximo passo. Algo que você consiga saber se seu vendedor está conduzindo a conta através de um processo ou está sendo conduzido pelo “vento”.

#### 4 – MONTE UMA MATRIZ DE CLIENTES E OFERTE NA BASE

Já pensou em ser o melhor aliado do seu cliente para decidir com ele como e onde investir em novas tecnologias? Já, eu sei! Avalie na sua carteira quais clientes são chaves para o seu negócio e procure investigar se eles possuem problemas que a sua solução não resolve. Programe uma atividade periódica com eles e mostre que podem performar melhor se investirem em tecnologia.

Encontrando uma demanda você poderá desenvolver um novo produto, vender um módulo adicional, treinamento ou até formar um novo parceiro de negócios sendo o indicador da oportunidade.

Aproveitando esse gancho, sabemos que um bom profissional de vendas deve buscar por parcerias de valor para ampliar a sua oferta. Essa postura proativa antecede uma necessidade de seu mercado e pode até melhorar sua abordagem inicial com potenciais clientes.



Se você quiser saber mais sobre como vender mais em época de crise, leia este post no meu blog.

Agora é com você...

Arregace as mangas e mãos à obra para não perder a meta. E não se esqueça: a regra principal de todo gestor de empresas de software, do pré-venda ao CEO é: **construir e cultivar relacionamentos!**

➡ Coloque os clientes no instagram e telegram para que eles recebam informações sobre as atualizações realizadas no sistema e legislações fiscais, assim como novas integrações e novidades do segmento. Empreender é a experiência mais rica de conhecimento que uma pessoa possa ter na vida.

 Nosso instagram: @odvix.sistema

 Nosso telegram: ODVIX

➡ Oportunidades costumam passar poucas vezes quando não estamos focados e essa pode ser uma delas!

➡ Número de empresas abertas no Brasil em 2021 é a maior dos últimos 20 anos, a oportunidade de venda de software é imensa.

Ótimas vendas e estamos à disposição para lhe ajuda a atender da melhor forma possível!

“A venda de software pode ser comparada a uma lavoura, onde você semeia hoje e colhe em alguns meses. Mas a colheita é certa se você cuidar da sementeira.”

(Anderson Binotto)