

7 Ideias para...

“Defender” prematuramente uma solução antes de um adequado diagnóstico de necessidades é um erro fatal numa situação de vendas.

Para realizar esse diagnóstico de necessidades com sucesso é necessário reunir, analisar e utilizar a informação do seu Cliente. Só depois poderá eficazmente defender e apoiar a solução mais apropriada. Desta forma, conseguirá que os seus Clientes sintam que está em sintonia com as preocupações que lhe verbalizaram, ao mesmo tempo, que procura oferecer a melhor solução.

Para mais informações, por favor contacte-nos através do e-mail marketing@wilsonlearning.com.pt

Analisar uma oportunidade e realizar um diagnóstico de necessidades eficaz

- 1. Propósito.** Definir as metas, objectivos, missão e visão da oportunidade e a situação do Cliente – actual e desejada. Faça perguntas como, “Quais são os objectivos que pretende alcançar com esta solução?”
- 2. Posicionamento.** Identificar o contexto de mercado e suas condicionantes internas e externas. Faça perguntas como, “Que condicionantes existem por detrás desta oportunidade?”
- 3. Planeamento.** Analisar a estrutura e a estratégia da organização Cliente. Faça perguntas como, “Qual é o âmbito deste projecto?” ou “Actualmente, o que é que está a ser desenvolvido ou implementado?”
- 4. Poder.** Identificar os recursos, níveis de energia e compromissos da organização Cliente. Faça perguntas como, “Quem está a apoiar/suportar internamente este projecto?” ou “Qual é o nível de empenho e compromisso da organização Cliente face a esta iniciativa?”
- 5. Processos.** Definir os sistemas e procedimentos de trabalho, bem como os canais de comunicação e sua eficácia. Faça perguntas como, “Que processos necessitam de alinhamento face à solução que apresentamos?”
- 6. Pessoas.** Identificar os interlocutores no processo de venda, os decisores-chave e possíveis influenciadores da decisão, bem como a equipa operacional. Faça perguntas como, “Quem estará envolvido na implementação desta solução ou iniciativa?”
- 7. Produto.** Conhecer os serviços e/ou produtos da organização Cliente, os resultados que tem vindo a obter e a forma como avalia a sua eficácia no mercado onde opera. Faça perguntas como, “Qual é o valor e impacto desta solução para a empresa Cliente?”