

7 Ideias para...

Muitas vezes, a prospecção é vista como o acto de manter uma grande lista de contactos. Contudo, a ideia que qualquer pessoa é um prospecto está errada, pois nem todos os *leads* são de facto prospectos. Indicadores de mercado sugerem que este conceito resulta apenas numa venda entre cada 30 prospectos.

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

Aperfeiçoar as suas técnicas de contacto

1. O que é Prospecção? Acto de descobrir e obter eficientemente clientes que preencham duas características: “Nós somos bons para eles” e “Eles são bons para nós”. Um bom negócio não se obtém apenas com uma outra destas premissas, ambas devem ser satisfeitas. Um mau negócio surge quando uma tem prioridade sobre a outra.

2. O desafio da Prospecção, o que fazer? Existem três passos cruciais para uma prospecção de sucesso: descobrir, aceder e vender. Comece por identificar os melhores suspeitos num dado mercado. Aceda a esses suspeitos, criando mensagens de acesso e demonstrando comportamentos de venda. Por fim, influencie a decisão do seu potencial cliente.

3. Descobrir bons prospectos. Transformar suspeitos em prospectos e depois em clientes requer tempo e energia. O seu tempo e energia são tudo o que tem para trabalhar. A questão para manter em mente é: “Como posso fazer um melhor uso do meu tempo e energia?”. Aplique estes dois factores onde é mais provável conseguir resultados. Deverá fazê-lo filtrando e classificando o mercado que está a prospectar.

4. Como filtrar os seus suspeitos? Para identificar os suspeitos mais fortes deve responder à questão: “Eles são bons para nós?”. Para tal, identifique critérios de pesquisa, filtre o mercado com base nesses critérios e classifique a sua lista de suspeitos fortes.

5. Como filtrar os seus prospectos? A partir da sua lista de suspeitos, classifique os seus prospectos, respondendo à pergunta: “Nós somos bons para eles?” Consegue-o, definindo o seu próprio valor para os seus potenciais clientes, descobrindo o que eles mais valorizam e fazendo a correspondência entre ambos.

6. Aceder aos seus prospectos. Para aceder à sua lista de prospectos, já definida, deverá começar por identificar os benefícios do contacto, criar mensagens de acesso eficazes e explorar e desenvolver as suas campanhas de contacto. Lembre-se que a mensagem certa garante o acesso à pessoa certa.

7. Auto-motivação. A sua auto-motivação define o seu sucesso na prospecção. Pratique o seguinte: Pare/Desafie/Foque. Pense nos seus sentimentos face a um determinado evento de prospecção e como estão a influenciar as suas interações (PARAR). Questione esses sentimentos e compreenda como podem intensificar ou limitar os seus esforços (DESAFIAR). Por fim, compreenda como pode utilizar as suas percepções para reforçar esforços de contacto (FOCAR). Eventos geram percepções, que implicam sentimentos traduzidos em comportamentos.