

SCRIPT PARA FECHAR COM O CLIENTE

Script de negociação

Existem várias formas de se negociar com um cliente, mas esse roteiro inicial pode te ajudar, e ao longo do tempo você pode ir adaptando ele como achar melhor.

A negociação pode acontecer por ligação ou videoconferência (Meet, Zoom, FaceTime, etc), sendo preferível aquela que você se sentir mais à vontade. Independente da sua escolha, o roteiro para você seguir funciona nas duas modalidades de consultoria.

Além disso, você também pode fazer essa negociação de forma presencial, mas nesse caso você não poderá ter o roteiro em mãos, necessitando um estudo e preparação muito mais forte para esse caso. A dica é: evite reuniões presenciais nesse primeiro momento, para diminuir a chance de erros.

Além disso, ao longo da conversa, repita o máximo que puder o nome do empresário. O motivo é por que, dessa forma, você acabará criando uma conexão muito forte com ele.

O primeiro passo na reunião é você, novamente, se apresentar para o empresário. Você dirá:

- Olá (nome do empresário), é uma honra poderte conhecer. Fiquei muito feliz de você topar passar por essa consultoria. Espero que eu consiga gerar

impacto e ideias no seu negócio que nenhuma outra pessoa poderia gerar. Eu vou falar com você aqui sobre alguns assuntos, e no final dessa conversa eu vou te dizer exatamente o que eu acho, como especialista, o que você tem que fazer para gerar resultados acima da média que nenhum concorrente seu pode fazer.

Essa primeira parte do roteiro você pode adaptar? Até pode, mas o final, que você salienta sobre o resultado acima dos concorrentes, é indispensável. Lembre-se que o empresário não tem medo de não vender, e sim do concorrente conseguir vender mais do que ele.

Logo em seguida, continue:

● (nome do empresário), para que eu possa criar essa estratégia, eu preciso entender um pouco mais sobre o seu negócio. Hoje eu vi aqui que o seu processo de vendas tem um probleminha (exponha o problema, por exemplo, “quando eu tento comprar, eu travo, e se a gente melhorar isso, você já vai ter um fluxo de vendas melhor”), e esse é o motivo pelo qual você está perdendo vendas para o seu concorrente. Ficou claro?

É necessário, antes de consultoria, estudar o negócio do cliente na internet. Para fazer esse estudo você vai precisar de duas ferramentas. A primeira delas é o Instagram do cliente, e a segunda osite do cliente.

Esse estudo consiste em ver o processo de vendas do cliente na internet, e se ele já existe de fato. Basicamente, é ver se as pessoas conseguem encontrar a empresa fácil na internet. Além disso, se as informações lá estão corretas e de fácil acesso, como o nome, contato e se o site e instagram aparece em primeiro lugar na busca do Google.

Lembrando que isso precisa ser feito antes da reunião, devido ao fato de aquilo que for encontrado, será estudado e passado ao empresário.

Você também irá usar a Biblioteca de Anúncios do Facebook para fazer essa análise. Na ferramenta, você irá buscar o Instagram do cliente e clicar, e você terá acesso a quais anúncios a empresa tem ativos.

Na maioria dos casos, não haverá anúncios. Se tiver, você irá anotar os pontos fortes e fracos deste anúncio. Para isso, analise se o layout é forte, o texto usado nesses anúncios. Em resumo, analise tudo relacionado aos anúncios para passar ao cliente, e se ele está otimizado ao máximo.

Em resumo, da sua análise você irá montar um relatório, que dirá:

- Qual o processo de vendas do cliente na internet;
- Como ele funciona;
- Pontos fortes e fracos do processo de vendas;
- Quais os anúncios do cliente;
- Quais são os pontos fortes e fracos do anúncio.

Essa análise tem como objetivo final, mostrar ao seu cliente os furos no processo de vendas na internet dele, sendo esse o motivo dele estar perdendo vendas para o concorrente.

Ao expor essas falhas, tenha cuidado para não soar arrogante. Sempre mostre como ele pode melhorar, e não só aponte o dedo dizendo que ele está errando.

Ao mostrar os resultados da sua análise para o cliente, ele dificilmente irá conseguir te comparar com profissionais que sobem anúncios para empresas, uma vez que você foi além dos anúncios, e sim consegue pensar e montar o processo de vendas para ele.

Agora, chegou um momento importante da sua negociação: fazer boas perguntas!

Você já falou e expôs tudo que é necessário, agora você precisa escutá-lo. Diga o seguinte:

- (Nome do cliente), isso foi uma análise externa que eu fiz, e posso estar totalmente errado. Talvez você nem use esse site para vender. Então eu queria ouvir um pouco mais sobre o seu negócio, que tipo de estratégia você usa para vender, para saber como sugerir uma melhoria para você. Então, antes de tudo, me conta um pouco mais sobre a sua empresa, como ela surgiu, como você faz para vender.

Isso é importante porque o empresário, assim como qualquer pessoa, ama falar sobre si mesmo.

Enquanto ele estiver falando, sempre estimule cada vez mais, perguntando sempre, para ele falar muito. Deixe ele falar no mínimo por dez minutos.

Depois dele falar, pergunte:

- Qual foi a melhor estratégia de marketing que você já teve?

Se ele falar uma estratégia boa, diga que vocês devem fazer ela de novo, de uma forma melhor. Se ele não fez nenhuma estratégia, diga que esse é o problema e que é preciso criar uma para conseguir resultados.

Nesse exato momento, começa a falar pra ele qual estratégia vocês devem usar na empresa dele.

Esse é um ponto importante, após fazer a análise do cliente na internet, crie uma estratégia para ele. Isso antes da reunião, para você apresentar essa estratégia.

Após a estratégia, pergunte se ficou claro. O cliente precisa entender a estratégia que você está apresentando.

Apresente o número que ele irá precisar gastar com lead, e o retorno que ele irá ganhar com isso. Mostre os números, ou seja, os gastos e o lucro. Ele precisa entender que o lucro será sempre maior que o investimento, e que o lead sairá barato frente aos clientes que ele irá ganhar.

Dito isso, diga:

● (Nome do cliente), ficou claro? Então podemos marcar uma reunião dia X, hora Y, para que eu possa apresentar uma proposta concreta de trabalho para você? Essa reunião precisa ser por vídeo, para te apresentar tudo, e o valor que isso ficará. Essa especificação será feita baseada no valor investido em lead, e no meu tempo de trabalho. Mas se você achar que fica muito caro, podemos negociar, podendo até diminuir o número de horas trabalhadas.

Pode ser assim?

Ao terminar a reunião, mande para ele por whatsapp todos os pontos abordados na conversa. Como um relatório da conversa e da sua análise feita. Por isso é importante anotar tudo que foi conversado na reunião.

Antes da reunião de apresentação, mande o link da reunião, confirmando a reunião.

Se ele não te responder, espere 24 horas e mande no Whatsapp:

● (Nome do cliente), na última reunião, abordamos (temas abordados), e coloquei você como prioridade, mas na reunião de apresentação você não compareceu. Sua prioridade mudou?

Lembre-se de mandar essas mensagens picadas.

Se ele não responder, parte para o próximo cliente.