

O que aprendemos?

Nesta aula aprendemos que existem várias razões do porque uma empresa tem/pode ter problemas de prospecção, são eles:

- O primeiro problema é a pouca atração de novos clientes.
- Se não há novos clientes, consequentemente a sua carteira irá diminuir cada vez mais.
- E quanto menos clientes novos, menos relevância no mercado você tem, causando uma perda de market share.
- E tudo isso, no fim, vai causar uma redução de faturamento da sua empresa.

É muito importante prospectar, ainda mais de forma estratégica, porque:

Além de atrair novos clientes, o objetivo também é atrair o cliente ideal. Com isso, quanto mais prospects tem a sua carteira de clientes, maior é a chance de vendas, melhorando os resultados e lucro da empresa.

Se não há planejamento ou estruturação na hora de fazer a prospecção de clientes, o sua conversão/vendas e rentabilidade podem diminuir, e os números de recompras e verticalização de clientes estarão cada vez mais baixos.

Algumas formas de aproveitar melhor os clientes que você já conquistou é utilizando o pós-vendas:

- Trabalhar com winback de clientes.
- Trabalhar com os clientes que estão inativos.
- Fazer um upsell ou crossell.

Também aprendemos sobre as diferentes dimensões da prospecção:

- Estratégica: porque prospectar? Que tipo de cliente prospectar? Quem vai fazer a prospecção? Quais são os indicadores que irão medir os resultados dessa prospecção?
- Tática: quais são os canais que eu vou prospectar? Quais serão os KPI's?
- Operacional: criação de script, roteiro e abordagem. Definir a qualificação de um lead. Como evoluir os passos da venda.