

RADDAAR

**VOCÊ NÃO
PRECISA
vender
MAIS**

**GUIA PRÁTICO PARA
OBTER MELHORES
RESULTADOS EM SUA
DIVULGAÇÃO E
AUMENTAR AS VENDAS!**

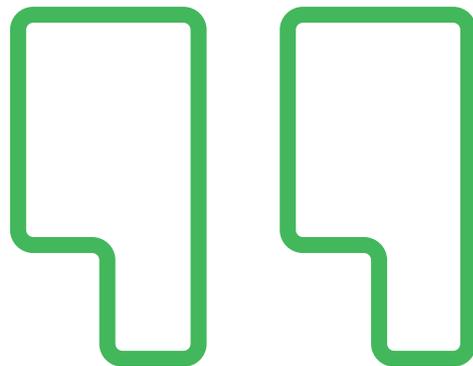
RADDAAR



NÃO LEIA ESSE E-BOOK...

Se você chegou até aqui e ainda está perdido no processo do Marketing Digital, primeiro você precisa entender que na Internet o Barato sai Caro, baixe nosso e-book 1, queremos ajudar você!

BAIXE AGORA



**MAS SE VOCÊ JÁ SABE SE
POSICIONAR NO MERCADO
E MESMO ASSIM PRECISA DA
NOSSA AJUDA EXISTEM
DOIS MOTIVOS:**

MOTIVO 1

Jogou dinheiro fora né? Já estruturou o Marketing Digital da sua empresa e mesmo assim não obteve resultados.

MOTIVO 2

Já tem um Site, Redes Sociais e Anúncios Patrocinados, mas quer crescer no mercado e aumentar o faturamento. Afinal, o que realmente importa é **VENDER!**

A resposta é simples, você **NÃO** precisa vender mais! O que você precisa é: evoluir nas suas campanhas e criar estratégias específicas para aumentar suas taxas de conversão e **FINALMENTE** ter faturamento através da divulgação do seu negócio.

CAPÍTULO 1



ENTENDA OS 5
MOTIVOS PELOS
QUAIS VOCÊ NÃO
CONSEGUE
VENDER MELHOR

5 MOTIVOS PELOS QUAIS VOCÊ NÃO CONSEGUE VENDER MELHOR

1

Seu processo de divulgação não está alinhado com as necessidades do mercado. Quer saber mais sobre isso? Confira nosso e-book O Barato sai Caro.

2

Você não está preparado para receber o lead que veio do digital. É necessário ter um atendimento específico para o público que faz contato pelo ambiente digital, o processo de receber esse lead e tratá-lo com qualidade.

3

Você não acompanha o processo de venda dos seus vendedores, deixa o processo correr solto, não estabelece ou não acompanha as metas e KPI's, não sabe como gerenciar suas métricas e acaba no final, desperdiçando todo o recurso investido na divulgação.

4

Não conhece as objeções dos clientes e os motivos de vendas perdidas, é preciso entender o motivo pelo qual você não consegue vender. Pergunte-se: Por que o cliente não tem comprado de mim? Se isso não estiver bem detalhado, você nunca vai entender onde corrigir sua estratégia de divulgação.

5

CRM - Você sabe o que é e qual a sua utilidade? Se você não conhece e não controla a jornada de compra dos seus clientes dentro do processo de venda, então é mais um motivo pelo qual você não consegue vender melhor. A Jornada de Compra do Cliente deve ser mapeada por quem busca evoluir no mercado. Quando você procura aumentar sua estratégia de divulgação e caminhar para o Marketing de Vendas, uma das primeiras e mais importantes etapas é entender como o seu cliente reage durante o seu processo de compra - desde o Nível Zero de Conscientização, quando ele nem sabe que existe aquele problema até a Recompra, em que ele comprou uma vez e aí ele vai voltar a comprar de você.

CAPÍTULO 2



COMO TER SUCESSO
NAS VENDAS
ATRAVÉS DO
MARKETING
DIGITAL?

A Resposta é simples: Tudo está na experiência do cliente! Conseguimos captar os gargalos ou problemas na jornada de compra, a partir do momento que mapeamos todas as etapas.

Para cada motivo listado no Capítulo anterior, deve-se construir uma estratégia, pois trata-se de uma evolução, é preciso criar uma estrutura em cima dos problemas apresentados para que você consiga captar os leads que estão sendo gerados na base e aumentar a taxa de conversão. Então a melhor estratégia é listar os itens acima e desenvolver uma solução para cada um e criar a melhor ação para combater essas atividades.

Mas então, qual é a solução? Pontos principais para Aumentar as Vendas e corrigir as etapas.

Vamos entender alguns conceitos e a importância deles para sua empresa.

– PONTOS PRINCIPAIS PARA AUMENTAR AS VENDAS:

▶ CRM – O QUE É?

De forma mais simples, CRM significa Sistema de Gestão de Controle de Vendas, ele é baseado em um Funil de Vendas, onde o lead / contato que chega na empresa (clientes novos), entram na primeira camada do Funil, portanto, ele ainda não foi recebido ainda pelo Executivo de Vendas ou Qualificador. A medida que ele vai avançando nas camadas do Funil, vai ganhando informações no sentido de explicar para o Gestor de Vendas quais os parâmetros de compra daquele lead e assim é gerado um perfil, alimenta informações sobre o lead, em que etapa do processo ele está, qual o seu momento de compra e assim é possível desenvolver estratégias específicas para convencê-lo a comprar. Entenda que, as pessoas são plurais, existem públicos diferentes, em momentos de compras diferentes.

Então, o CRM ajuda o gestor de vendas a entender o que está acontecendo com cada contato, e em qual etapa do processo de compra cada lead está, é uma ferramenta importante inclusive para gerenciar melhor cada contato ou oportunidade de venda que chega para sua empresa, se todos estão sendo atendidos ou descartados pelo time comercial, quais são suas objeções, as dificuldades em fechar a venda, entre outras questões.



Através dessa ferramenta é possível:

- ⇒ Medir ou metrificar quantos leads chegaram
- ⇒ Se a estratégia das campanhas tem gerado conversões e tem trazido contatos para seu time de vendas
- ⇒ Se essas oportunidades têm sido assertivas
- ⇒ Quais motivos de perdas
- ⇒ Quantas oportunidades de vendas realmente fecharam negócio
- ⇒ Quanto tempo de negociação
- ⇒ Quais as ações executadas pelo time comercial na hora de fechar a venda.

O CRM é uma ferramenta interessante para medir seus resultados em períodos mais curtos e ajuda a tomar decisões na hora de melhorar as estratégias que funcionem para sua empresa.

▶ DIVULGAÇÃO – O QUE É?

É a primeira etapa do Marketing Digital, ela é construída a partir de um estudo de mercado que encaixe o perfil da sua empresa e a partir daí são escolhidas as ferramentas corretas para apresentar seu produto/negócio. As ferramentas de divulgação utilizadas hoje no Marketing Digital são as Redes Sociais, os Sites e Estratégias de Anúncios Patrocinados. Para entender como funciona o processo de divulgação no ambiente digital, primeiro você precisa posicionar o seu negócio e escolher as ferramentas certas. Antes de entrar na guerra, é preciso escolher as armas certas e por isso, recomendamos que você conheça nosso E-book O Barato sai Caro, lá você entenderá todo o processo de divulgação.



▷ JORNADA DO CLIENTE – O QUE É?

É o processo dividido em etapas pelo qual um cliente passa, desde o despertar da necessidade ou desejo até efetivar uma compra ou contratar um serviço final, incluindo a recorrência, aquele que compra outras vezes. Essas etapas são possíveis de serem mapeadas e é através da metrificação desses dados que é possível diagnosticar erros no processo e assim, corrigi-los.

Vamos exemplificar o processo de compra para facilitar:

O cliente possui uma necessidade e ele vai buscar informações para chegar a uma solução. A principal ferramenta de busca hoje para solução em informação, produto ou serviço, é o Google. Caso seja despertado um desejo em seu cliente, a principal ferramenta de pesquisa utilizada será as Redes Sociais, mais especificamente, o Instagram. A partir desse primeiro contato, facilitado pelos mecanismos de busca ou aplicativos, o cliente é direcionado para o local que contenha a informação desejada, podendo ser um Site ou um perfil na Rede Social. É nesse momento que o seu ponto de contato com o cliente precisa estar bem estruturado para convencê-lo a realizar a próxima ação, é preciso construir gatilhos mentais que levem-no a realizar um contato, a principal missão neste momento é despertar interesse no cliente.

Assim que esse primeiro contato é realizado, o possível cliente, que aqui chamaremos de Oportunidade, entra no CRM e passa por uma Jornada de Compra que precisa ser orientada pelo seu time de vendas. Um bom time de vendas precisa estar munido de informações e ferramentas para quebrar as objeções dos clientes e guiá-los até a ação final de venda, é nesse momento que será útil para o time, um Material de Apoio. Essa técnica de tratamento do lead é o que chamamos de Fishing ou Pescaria, tratar o lead de maneira que você escolha o que mais se encaixa no perfil. Ele já foi atraído, está na sua base de dados e agora o vendedor precisa conduzi-lo pela Jornada de Compra.



RADAR

CAPÍTULO 3

POR QUE
PRECISO
DISSO?



Agora que você já sabe que precisa vender melhor, é hora de refletir sobre as mudanças em seu processo. Mas, por quê?

MOTIVOS:

- Apenas divulgar e criar Anúncios nas Redes não te fará vender mais, você precisa estruturar todo o processo de venda primeiro.
- Não adianta conseguir um lead qualificado e perder a venda.

O QUE É NECESSÁRIO MUDAR?

- Organize seus processos de venda;
- Alcance maiores resultados e vendas;
- Não desperdice seu dinheiro com anúncios que não convertem;
- Receba um lead qualificado e entenda qual o seu momento de compra;
- Facilite a ação de venda do seu time comercial;

Se você não consegue conectar todos esses processos dentro de uma estratégia, possivelmente o lead que será gerado por você, será perdido. Chega de jogar dinheiro fora né? É necessário estruturar melhor seus processos para obter mais resultados.

RADDAIR

CAPÍTULO 4



VOCÊ QUER
UM LEAD
QUALIFICADO?
NÓS TE
ENTREGAMOS!

VOCÊ EMPRESÁRIO OU GERENTE DE VENDAS

que já possui tempo de mercado e gostariam de ampliar suas vendas e sair na frente da concorrência, essa é uma ótima oportunidade para crescer no mercado digital. O foco das estratégias que elaboramos na Raddar é direcionado para empresas que querem vender melhor!

As estratégias e planos de ação que criamos tem um tipo de público específico que conseguem obter maior resultado a partir da aplicação das mesmas. Trabalhamos essa metodologia a 22 anos e desenvolvemos um processo que consegue ser mais assertivo na entrega de leads qualificados para empresas.



RADDAR

05

CAPÍTULO 5

CONHEÇA A
RADDAR E
APRENDA A
VENDER MELHOR!



RADDAR

A Raddar Digital é uma empresa de assessoria em Marketing Digital focada em entender a estratégia de negócio de cada empresa ou segmento dos nossos clientes. Criando estratégias e gerando oportunidades para que você consiga ter resultados de vendas através da Internet. Acompanhamos todo o processo de crescimento e migração das empresas no ambiente digital e estamos ativos no mercado desde o ano 2000, vimos a Internet nascer e ser construída. Quem melhor que nós para auxiliar você no crescimento da sua empresa?

O que você está esperando para vender melhor?

SOLICITE UMA CONSULTORIA

▷ MATERIAL DE APOIO – O QUE É?

O Material de Apoio contém uma série de informações que facilitam para o time de vendas a condução das oportunidades ao longo do funil. Todo o material disponível para ajudar o vendedor a fechar a compra com o cliente e convencê-lo de que você é a melhor opção e que ele deve comprar de você e não do concorrente.

Ter um material bem estruturado pode, inclusive, ajudar você a treinar novos membros do time de vendas e adequá-lo ao seu processo atual aplicado na empresa. Esse material pode ser descrito em formato de Script ou atividade utilizado pelo vendedor que oferecerá o suporte necessário no convencimento dessas oportunidades a escolher você como a melhor solução, contratar o seu serviço ou comprar o seu produto e não de seus concorrentes. O material de apoio também transmite confiança e organização durante o processo de venda, assim tanto clientes quanto vendedores não se perdem no processo e fica mais fácil realizar a conversão e finalizar a compra. Existem dois momentos importantes nos quais ter um material de apoio é importante, na primeira venda e no pós-venda.

Na primeira venda, entre os materiais também é possível desenvolver propostas semi-estruturadas, orçamentos, modelos de contratos, scripts, apresentações comerciais, que serão comparadas com as demais dos seus concorrentes, portanto é preciso que o material seja bem construído. O material de apoio é responsável por sustentar a venda e manter o cliente satisfeito para que ele tenha vontade de comprar de você mais de uma vez. Nesse momento entra o material de pós-venda, cortesias, brindes, combos para ajudar na negociação, descontos em compras futuras e etc. Assim que o cliente finaliza a compra e passa a ter uma compra recorrente, ele passa pelo ciclo novamente, porém de maneira mais rápida e se adequa no processo.

Exemplo de materiais: cartão virtual, vídeos institucionais, vídeos específicos de convencimento, provas sociais, depoimentos de outros clientes, assinatura de e-mail, ofertas, scripts de atendimento, de continuidade, com quebras de objeções ou de pós-venda, tudo pode ajudar sua equipe a realizar a venda.



▷ CONSULTORIA PERSONALIZADA E FREQUENTE (ACOMPANHAMENTO EM TEMPO REAL)

Você precisa manter uma relação entre Marketing e Vendas, eles não podem ser inimigos! Para isso, o Marketing deve construir as ações de divulgação junto com a sua equipe de vendas para que, os ajustes nas campanhas e nos processos da jornada do cliente sejam frequentes, sendo sempre aprimorados, corrigindo erros, constantemente e em tempo real, o que não permite a defasagem no processo e nem a queda nas vendas, obtendo melhores resultados.

