



**FEIRA DO
EMPREENDEDOR**

GESTÃO DE VENDAS PARA REPRESENTANTE COMERCIAL

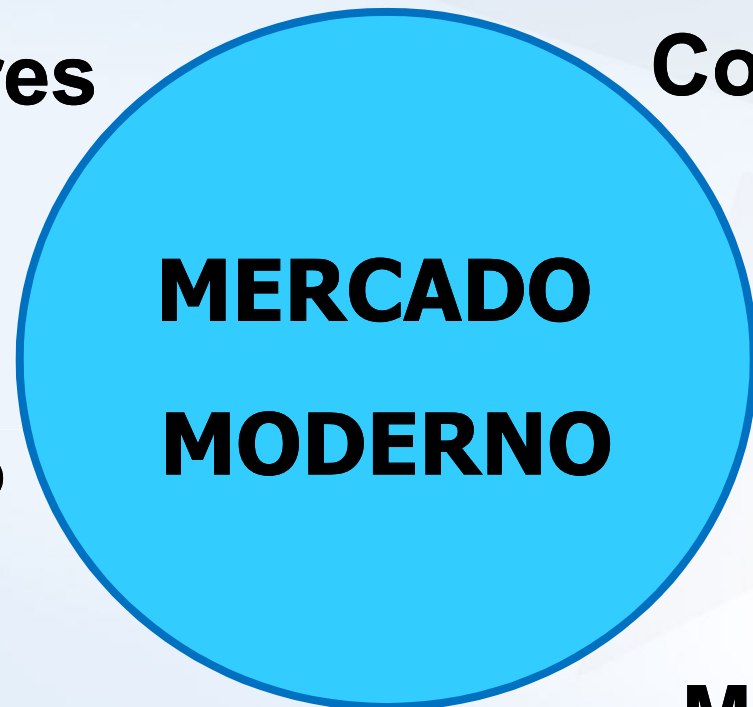
09 a 12 de novembro de 2016

Missão do Sebrae

- **Competitividade**
- **Perenidade**
- **Sobrevivência**
- **Evolução**

Orientar na implantação e no desenvolvimento de seu negócio de forma estratégica e inovadora.





Clientes

Concorrentes

Fornecedores

Marketing

Potencial

Demanda

Positivização

Market share

Ruptura

Lucro



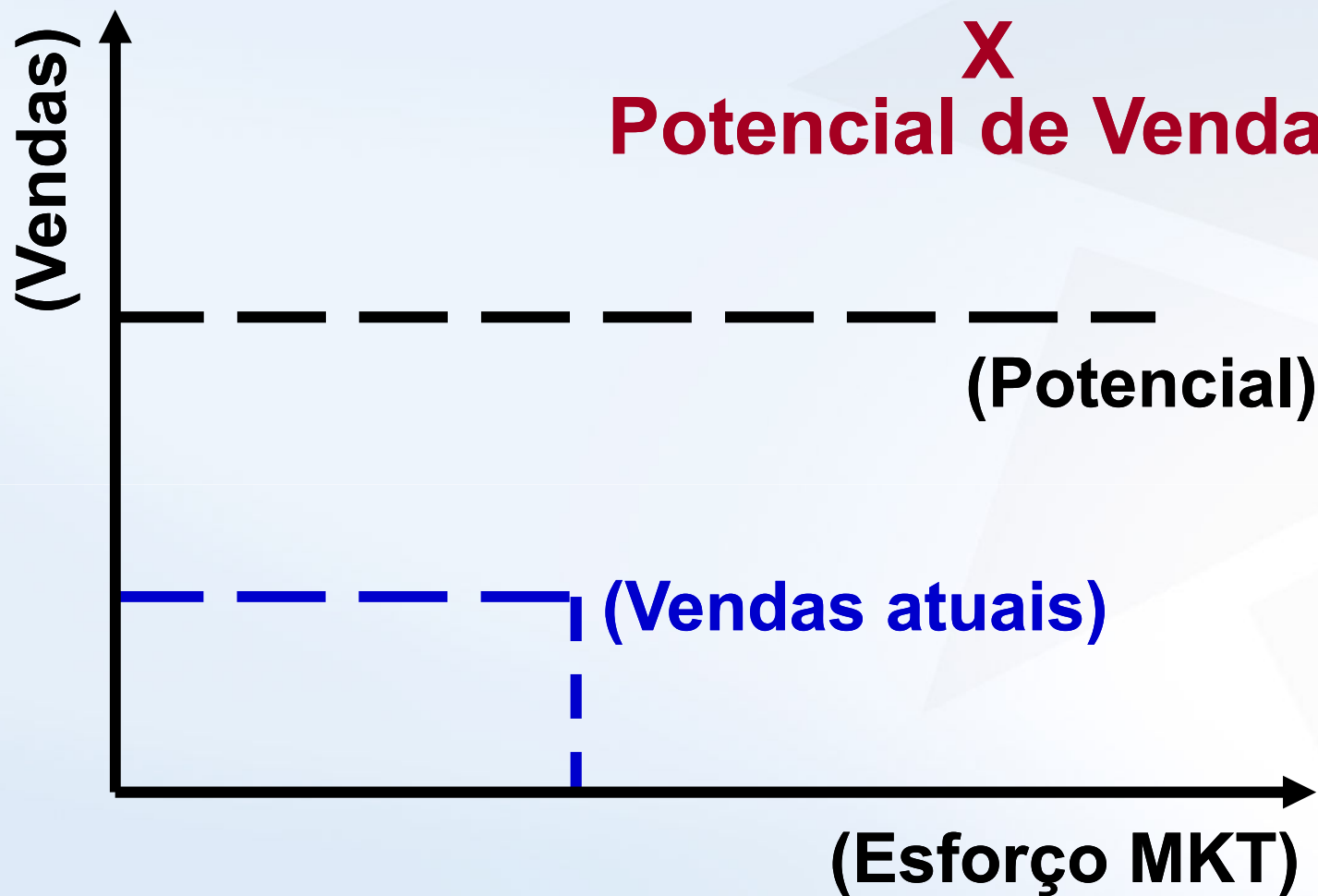
Potencial de Mercado

X

Potencial de Venda



Potencial de Mercado X Potencial de Vendas



“No mercado competitivo, o vendedor tem que explorar o máximo do Potencial de Mercado para obter um bom Market share”

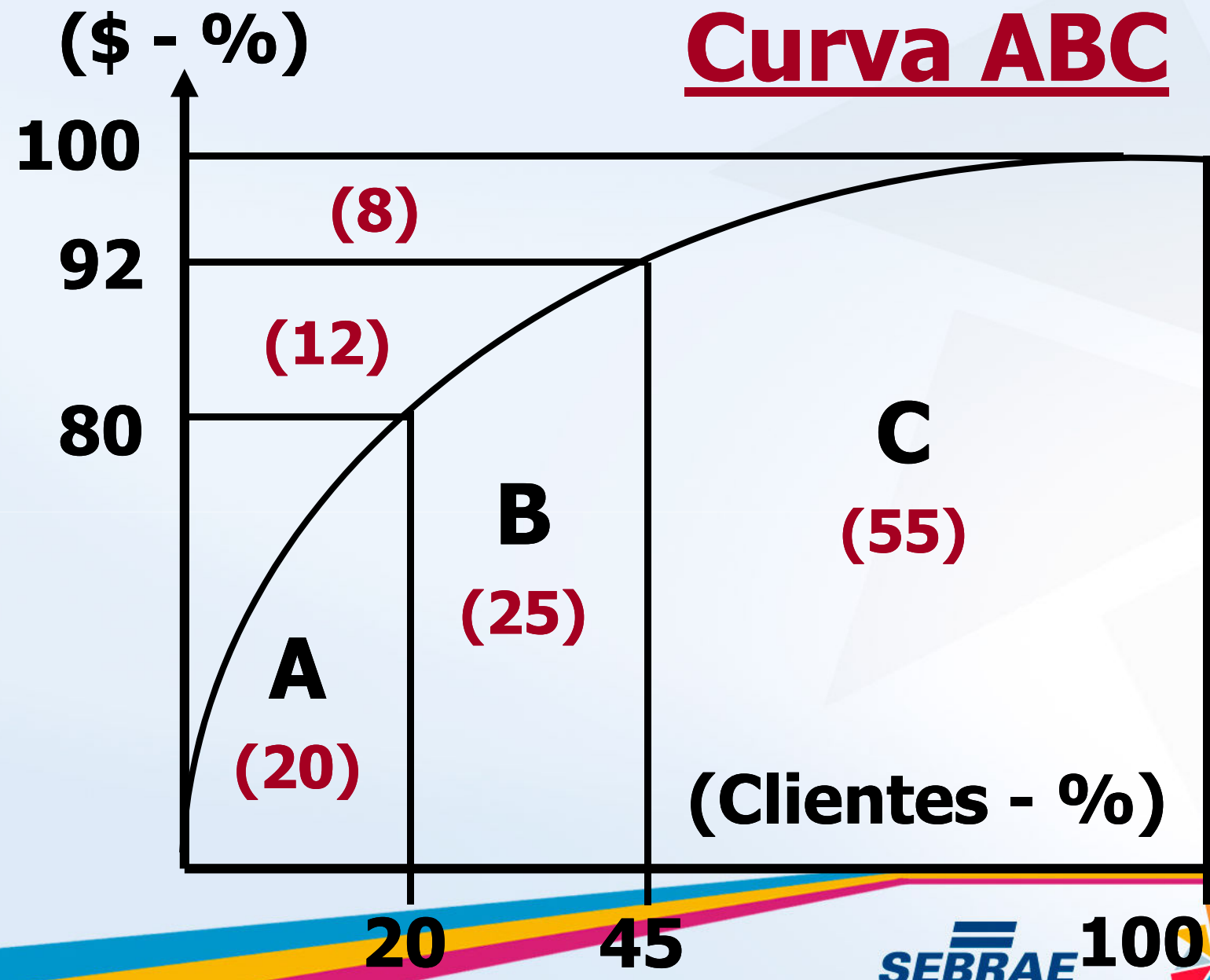


VENDEDOR GESTOR

- Carteira de clientes
- Linha de produtos
- Curva ABC (cliente/produto)
- Positivação de clientes
- Olho na concorrência
- Relacionamento com clientes



Curva ABC



MARKETING!

MERCARE

=

COMÉRCIO



MARKETING

“O processo através do qual a economia é integrada à sociedade para servir às necessidades humanas”.

Peter Drucker



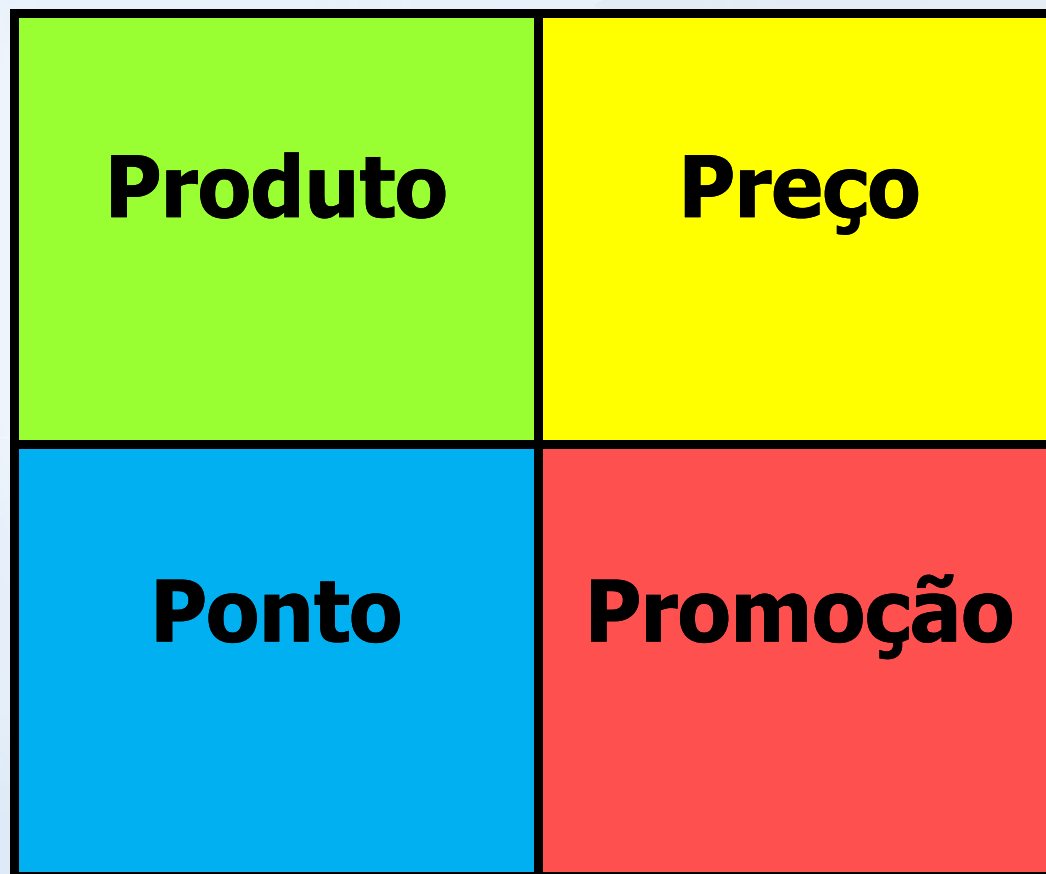
MARKETING

É um processo social e gerencial, pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros.

Philip Kotler



MIX DE MARKETING



PRODUTO

CARACTERÍSTICAS

(**É**)

VANTAGENS

(**Ganho**)

BENEFÍCIOS

(**Faz**)



PRODUTO

CARACTERÍSTICAS	VANTAGENS	BENEFÍCIOS

PREÇO

X

VALOR



Gerenciamento de categoria

É o processo que se dá entre o cliente e o fornecedor de um determinado produto para tratá-lo como uma unidade estratégica para o seu negócio.



Gerenciamento de categoria

Os clientes querem soluções de consumo;
os vendedores, soluções de lucro.



Matriz do sucesso:

É o conjunto de três matrizes de conhecimento:

- Conhecimento do Produto
- Conhecimento do Negócio
- Conhecimento do Marketing



META

S	e S pecífica
M	M ensurável
A	A tingível
R	R elevante
T	T emporal

ABORDAGEM CONSTRUTIVA

1. A roupa deve ser apropriada para a ocasião.
2. Quem não sabe sorrir, não sabe vender.
3. Torne-se verdadeiramente interessado na outra pessoa.
4. Lembre-se que o nome de uma pessoa é para ela o som mais importante que existe em qualquer idioma.



ABORDAGEM CONSTRUTIVA

4. Seja um bom ouvinte, incite os outros a falar sobre eles mesmos.
5. Fale de coisas que interessem às outras pessoas.
6. Faça, com sinceridade, a outra pessoa se sentir importante.



Vender é ajudar o cliente a comprar:

Foco em querer vender	Foco em querer ajudar
Resolver um problema seu	Resolver um problema do cliente
Sentimento de ansiedade	Sentimento de satisfação
Objetivo ganhar	Objetivo realizar
Falar	Ouvir
Mostrar o que o produto tem	Mostrar o que o produto faz
Fazer uma venda	Construir um relacionamento
O cliente não gosta que lhe vendam	O cliente gosta de comprar. Só basta ajudá-lo
Administrar pedidos	Gerir negócios
Olhar o cliente	Ver o mercado



Sinal de compra → Ações do vendedor

- **Reforçar o sinal de compra**
- **Fazer o fechamento**



Fechar vendas é abrir as portas para o cliente entrar:

- Técnicas



SEBRAE

**FEIRA DO
EMPREENDEDOR**