

Fazendo relacionamentos, não vendas

A forma pela qual você aborda o lead é muito importante. Caso você aborde o lead como qualquer vendedor faria, as chances de conversão serão extremamente baixas e talvez você não seja capaz de conduzi-lo além da fase inicial do funil de vendas.

No entanto, se você adotar uma abordagem mais sutil pode desenvolver um relacionamento com aquele lead. A diferença é que quando você se aproxima de uma pessoa para fazer uma venda, provavelmente essa é a única venda que fará. No entanto, caso você construa um relacionamento você terá aquele cliente para a vida.

Isso reflete inclusive em métricas que podem ser importantes para a sua organização, como o LTV, por exemplo. O LTV representa a expectativa de vida do cliente na sua base de clientes e, por isso, a possibilidade de recorrência ou novas oportunidades. Esses fatores, por sua vez, impactam no fluxo de caixa e aumento de receita da organização. [ver o texto: “Métricas”]

Pensando nisso, nunca iniciamos um relacionamento por interesse. No caso de uma venda deve ser o mesmo. Por mais que você deseje vender, você deve se aproximar do lead com uma postura genuína de tentar entendê-lo e oferecer soluções para os problemas que encontrar durante a sua interação com o lead.

Pensando nisso, a abordagem do SPIN Selling te traz essa possibilidade. [ver texto “SPIN Selling”].

Ofereça uma solução, ainda que não seja a sua

Como você possui informações sobre todo o contexto do lead e sabe que ele necessita de uma solução, você deve isso a ele.

Então, caso o seu produto ou serviço não seja capaz de suprir a necessidade que você desenvolveu no cliente, você deve pelo menos oferecer o serviço ou produto de outras pessoas ou empresas que podem auxiliá-lo. O importante é que você o ajude, afinal, agora vocês possuem um relacionamento.

Isso gera um gatilho de reciprocidade – esse lead ficará grato por sua ajuda e, no futuro, caso ele venha a precisar de algo ou surja alguma oportunidade, ele lembrará de você e retribuirá o favor.