

Manual
de
Vendas
UNIT
Informática

NÓS VAMOS INOVAR O SEU NEGÓCIO

Definindo papéis:

Tarefas e Atribuições do Diretor de Marketing e Vendas

- ⇒ Dar o direcionamento de atuação do departamento comercial;
- ⇒ Ações no sentido de melhorar o posicionamento da **UNIT** na visão do mercado;
- ⇒ Focar em parcerias e negociações de maior monta visando mercados futuros;
- ⇒ Avaliar as metas e cobra-la dos vendedores;
- ⇒ Providenciar que não falte material de trabalho para a equipe de vendas
- ⇒ Cuidar da infra-estrutura da equipe de vendas
- ⇒ Munir a assessoria de imprensa com informações para ser colocada na mídia
- ⇒ Reuniões semanais, sempre às segundas-feiras para dar o ritmo da semana
- ⇒ Pesquisa de satisfação junto aos clientes UNIT;
- ⇒ Apoio / relacionamento com o pessoal da nossa assessoria de imprensa, para:
 - a. Muni-las com informações para eles enviarem para a imprensa
 - b. Idem, para nossa newsletter
 - c. Idem, para nossa home page
- ⇒ Divulgação da UNIT através da internet
 - d. Utilizar técnicas de SEO (Search Engine Optimizing) para melhorar o posicionamento do site da UNIT nas pesquisas
 - e. Gestão dos anúncios pagos: Adsense/outros
 - f. Cadastrar a UNIT e seus produtos em sites de busca
 - g. Cadastrar a UNIT e seus produtos em sites de anúncios gratuitos
 - h. Cadastrar os produtos UNIT nos sites de download
- ⇒ Cuidar para que não falem os seguintes materiais para Vendedor:
 - i. Fardamento, Cartões de visita, Newsletters impressas, Matérias em jornais / reprints
 - j. Folders, Descritivo dos softwares, Tabela de preços
 - k. Relação de clientes por produtos, Resultado de pesquisas de satisfação
 - l. Brindes, Casos de sucesso

Vendedor

Perfil

- ⇒ Ter postura condizente com a UNIT (ter experiência suficiente para conversar com um empresário e saber quais suas necessidades)
- ⇒ Aptidão para conhecer pessoas e entender suas necessidades (passar segurança para o empresário sobre sua atividade)
- ⇒ Ser uma pessoa que tenha bom relacionamento no mercado
- ⇒ Vontade de vencer
- ⇒ Capacidade de assimilar respostas negativas e transforma-las em oportunidades de comunicação

Recomenda-se

- ⇒ Seja sempre **Verdadeiro**: É melhor perder uma venda num momento e ser lembrado como uma pessoa honesta e competente para sempre, o cliente vira um parceiro e daí se cria mais negócios
- ⇒ Seja Criativo/**Inovador**: Não faça apenas o arroz com feijão. Ligações e visitas qualquer um faz. Pense grande! Procure a associação de classe do nicho que está atacando ou de um nicho próximo (por exemplo: para locadoras de equipamentos para construção, você pode procurar as construtoras primeiro), promova eventos com apresentações, crie oportunidades para exposição em eventos como feiras, congressos, etc.
- ⇒ Entenda os diversos tipos **nichos**: Veja como cada sistema e como cada nicho quer ser tratado. Cada nicho possui características únicas. Os comerciantes duram menos para fechar negocio, mas as negociações são mais duras. As escolas precisam geralmente de muitas apresentações antes de decidir. Cuidado para não tomar decisões precipitadas e “queimar” o processo, ou ainda atrasá-lo ou adianta-lo demais.

É obrigação do Vendedor UNIT

- ⇒ Conhecer profundamente a UNIT e realmente confiar em seus propósitos
- ⇒ Saber das principais qualidades (pontos fortes) dos nossos produtos e saber explorá-las
- ⇒ Conhecer o mercado e a concorrência para saber argumentar sobre o produto e o preço
- ⇒ Conhecer os PRODUTOS UNIT com profundidade;

O que se espera

- ⇒ Mínimo: Atingir a meta básica que geraria um comissionamento de 10% - ver parte referente ao comissionamento
- ⇒ Ideal: Superar meta básica e se posicionar em comissões em 15%

Tarefas e Atribuições do Vendedor:

- ⇒ Criar uma rede de relacionamentos para melhorar as vendas por indicações;
- ⇒ Participar da reunião semanal (segunda-feira), manhã

- ⇒ Cumprir a sua agenda de visitas semanais;
- ⇒ Fazer relatório de vendas para ser apresentado e discutido na reunião semanal que acontecerá às segundas-feiras;
- ⇒ Ter domínio total das ferramentas de vendas e sempre participar de cursos e treinamentos em vendas
- ⇒ Cadastro dos prospects (nomes, fones, emails, endereços)
- ⇒ Cadastro dos emails para a newsletter e para fazer email marketing
- ⇒ Benchmarking: Identificação de concorrentes e qualificação dos mesmos, através das seguintes atividades:
 - i. Telemarketing ativo
 - ii. Através dos anúncios nas páginas amarelas da Listel
 - iii. Através dos sites de busca (google, yahoo, etc)

Atividades quando de viagens de vendas

- 2) Despachar email marketing
- 3) Fazer fax marketing
- 4) Telemarketing ativo

Boas Vidas para Novos Funcionários UNIT (preparar SLIDE)

- 1) Apresentar e discutir Slogan, Missão, Valores, Core Business e Visão
- 2) Apresentar as atividades que a UNIT desenvolve (software, hardware, rede, internet)
- 3) Entregar formulário de cadastro de funcionários e pedir os documentos
- 4) Apresentar as regras internas da UNIT:
 - a. Datas de pagamento de salário
 - b. Fundo para os funcionários (ver parte das comissões)
 - c. Livros e revistas, como funcionam os empréstimos
 - d. Utilização de email, MSN, Orkut, etc.
- 5) Apresentar nosso planejamento estratégico e identificar onde o novo funcionário se encaixa
- 6) Apresentar organograma da UNIT
- 7) Falar das parcerias e vantagens que a UNIT oferece
- 8) Discutir outros assuntos

Específico para o Vendedor UNIT

- 1) Apresentar e discutir o **Processo de Vendas UNIT**
- 2) Apresentar rotinas padrões UNIT
 - a. Local onde ficam os documentos padrões
 - b. Sistema de controle do departamento comercial (Secretária2000)
- 3) Apresentar o sistema **LocPlus UNIT**
- 4) Apresentar o sistema **Coletor UNIT**
- 5) Apresentar o sistema **SAGEC Web UNIT**
- 6) Apresentar o sistema que o vendedor irá trabalhar (começar pela área que o vendedor já atuou)
- 7) Apresentar a política de preços da UNIT
 - a. Discutir uma proposta padrão UNIT

Específico para Setor Administrativo UNIT

Específico para Desenvolvedor UNIT

Específico para Suporte UNIT

Tabela de Comissionamentos UNIT

É preciso ter sempre em mente que o mais importante para a UNIT é aumentar a sua receita fixa mensal. O contrato de manutenção permite que se consiga ter uma infra-estrutura que possa ser usada para melhorar a qualidade dos nossos serviços e o bem estar dos funcionários.

Pensando na importância do contrato de manutenção, os percentuais de comissão dos vendedores serão de acordo com as faixas abaixo:

Aumento do Faturamento Mensal (Contratos de Manutenção de Software)	Percentual sobre Taxa Implantação (Venda)
Quando soma contratos for < 1.500,00	8%
Quando soma contratos for < 2.200,00	10%
Quando soma contratos for < 3.000,00	12%
Quando soma contratos >= 3.000,00	15%

Exemplificando: Digamos que no mês de março, o vendedor conseguiu fechar as seguintes vendas:

Dia	Sistema	Valor Venda	Valor Manutenção Mensal
05	LocPlus UNIT	3.500,00	460,00
09	AssisTools UNIT	2.500,00	520,00
27	Coletor UNIT	5.300,00	1.300,00
Total de Vendas no Mês e Março		11.300,00	2.380,00

Então, o total de contratos mensais gerados foi de R\$ 2.380,00. Levando para a tabela de comissionamento descobrimos que ficou na faixa entre 2.200,00 e 3.000,00, portanto 12% será o percentual a ser aplicado sobre o valor total das vendas no mês que é R\$ 11.300,00. Enfim, a comissão é de R\$ 1.356,00.

Destinação da Taxa de Implantação

- ⇒ Comissão do Vendedor (até 15%)
- ⇒ Fundo para os Funcionários* (5%)
- ⇒ Reserva para Departamento Comercial* (30%)
- ⇒ Restante para UNIT

* Fundo para os Funcionários

A idéia do fundo é para motivar todos os funcionários e colaboradores a ajudarem no crescimento das vendas da UNIT. Então, a cada venda fechada pela UNIT, da taxa de implantação será destinado 5% para uma poupança que nos meses de junho e dezembro serão resgatados os valores que lá estejam.

Algumas regras:

- ⇒ Será aberta uma conta conjunta por 2 funcionários na categoria "não solidários" (precisa da assinatura dos dois para sacar)
- ⇒ No mês que se for fazer a distribuição, deve-se ver o valor total e se a quantia for entendida como sendo interessante para ratear entre todos ou se vai sortear por 1, 2 ou mais os valores é algo que será discutido no momento
- ⇒ A diretoria da UNIT e o vendedor, também participarão do rateio/sorteio com cotas iguais aos dos funcionários e colaboradores
- ⇒ Colaboradores **virtuais** serão definidos pelo diretor técnico se deverão participar ou não do rateio/sorteio
- ⇒ Será repassado a cada mês o percentual do que efetivamente foi recebido, ou seja, caso a taxa de implantação tenha sido dividida em 3 vezes, será repassado os 5% no mês da entrada do dinheiro na conta da UNIT
- ⇒ A data que serão feitos os depósitos é até o dia 7 do mês imediatamente posterior. Após a apuração do total vendido e recebido.

* Reserva para Departamento Comercial

Este valor será também depositado numa conta poupança mantida em nome dos sócios e terá como principal destinação o investimentos na área de Marketing e Vendas da UNIT. Estão previstos para esta verba:

- ⇒ Investimento em novos releases de softwares UNIT
- ⇒ Brindes, Camisas
- ⇒ Anúncios
- ⇒ Cursos para pessoal da área de vendas
- ⇒ Malas Diretas
- ⇒ Gráfica para fazer material de publicidade (folders, cartões, adesivos, etc)
- ⇒ Participação em Congressos e Feiras, expondo
- ⇒

Questionário de Avaliação da Qualidade dos Serviços UNIT

Sobre o Cliente		
Nome :		Fone :
Email empresa:		
Atividade principal da empresa:		
Responsável p/Área de TI:		Cargo:
Email Área de TI:		
Sistemas e Serviços que São Usados/Contratados da UNIT		
Sistema	Pontos Fortes	Pontos Fracos
	O que você acha bom no sistema: Quais rotinas são mais usadas no sistema:	O que precisa ser melhorado no sistema:
	O que você acha bom no sistema: Quais rotinas são mais usadas no sistema:	O que precisa ser melhorado no sistema:
	O que você acha bom no sistema: Quais rotinas são mais usadas no sistema:	O que precisa ser melhorado no sistema:
Teria alguma sugestão de melhoria para ser feita nos sistemas:		

Questionário de Avaliação da Qualidade dos Serviços UNIT

Como você avalia a **HOME PAGE** da **UNIT**:

Ótima Boa Ruim

Você usa a home page da UNIT para algo:

() Sim. Descreva o que:

() Não, por que?

Como você avalia o **ATENDIMENTO/RECEPÇÃO** da **UNIT**:

Sou sempre bem atendido(a)

Nunca consigo falar

A atendente é mal educada, grossa, etc

() Outro:

Como você avalia o **SUORTE TÉCNICO PRESENCIAL** da **UNIT**:

Ótimo Bom Ruim

Quando o técnico atende seu chamado:

Resolve o problema sem muita dificuldade

Resolve mas com grandes dificuldades

Raramente resolve o problema

() Outro:

Como você avalia a **APRESENTAÇÃO DOS TÉCNICOS** da **UNIT**:

Todos sempre estão bem apresentados e fardados

O fardamento raramente é usado

Eu não gosto do fardamento da **UNIT**

() Outro:

Como você avalia o **SUORTE TÉCNICO VIRTUAL** da **UNIT**:

Acho um avanço e é bem melhor que o atendimento presencial

Nunca usei, mas acho um avanço

Nunca usei e nunca usarei

() Outro:

Você indicaria alguma empresa que você acha que os sistemas UNIT seriam interessantes?

Guia do Vendedor UNIT

É necessário que o vendedor aprenda novas coisas a cada dia. Leia sempre!

Não se deve ter foco direto no sistema a ser vendido, muito menos encará-lo como um “produto”. O foco das preocupações do vendedor deve estar nos processos do cliente, por exemplo: Numa escola, como se dá o processo da matrícula? do lançamento de notas, cálculo de médias e emissão do boletim? Quais as principais dificuldades encontradas por clientes deste nicho de negócio?

Respondendo a estas perguntas, você poderá criar uma afinidade com o cliente na hora da venda e ele terá certeza que você poderá lhe fornecer um produto que resolverá os problemas dele.

Desta forma, o treinamento deve ser exaustivo e o próprio vendedor deve procurar instalar o sistema em seu computador ou ir para um computador em que esteja instalado o sistema para navegá-lo, entende-lo, ver as nuances e os detalhes. Isto é muito importante, pois quando se fala com segurança sobre um assunto, se encanta o cliente e a venda está mais garantida. Além do entendimento do sistema, deve-se também se esforçar para entender as fases do serviço, como o mesmo é prestado. O que é manutenção? Como se dá o atendimento? Como ocorre a implantação?

Na venda de software, a compra por impulso (puramente emocional) quase nunca acontece. Um usuário nunca está comprando um sistema para sua empresa, ele está comprando :

- I. **Eficiência** para seu negócio.
- II. **Integridade dos seus dados**, o que refletirá na confiança dos relatórios obtidos.
- III. **Ganho de tempo/Produtividade**: melhor utilização do seu pessoal com agilidade de atendimento por exemplo, ou todos os dias poder fechar o caixa da empresa mais rápido.
- IV. **Segurança**: muitos informatizam por medo de serem roubados e alguns sistemas oferecem dispositivos de auditoria diária através de relatórios de conferência de caixa, “log” de ações de usuário, etc.
- V. **Obrigação fiscal**: pois há certos nichos em que é obrigado a emissão de cupom fiscal ou uso do TEF (Maitre e SAGEC por exemplo).

Algumas dicas importantes:

1) Pesquisa: Qual o seu ponto de partida? Você deverá procurar informação para poder começar a alçar vôo. A fase de pesquisa deve ser valorizada pois todo o processo partirá da qualidade dos dados que você obteve inicialmente. A lista telefônica de papel ou na web, catálogos empresariais dos nichos, sites de associações de classe, etc. são bons referenciais.

Vendedores de produtos para estes nichos também, se pode fazer uma parceria interessante, por exemplo, temos uma presença em alguns mercados em Recife que pode ser aumentado o leque se encontrássemos um vendedor de um produto para estes mercados, para que ele indicasse endereços e levasse nosso sistema junto.

2) Primeira aproximação: Através de contato telefônico ou visita pessoal, sendo cordial, sincero, tranquilo, simpático.

3) Segunda aproximação e sondagem: ***Ouçã mais, fale menos.*** Identifique necessidades e use-as a seu favor. Se o cliente for muito fechado, vá direto ao assunto, fazendo perguntas como *qual o processo que toma maior tempo na empresa, ou se ele acha que há prejuízos pela demora no atendimento* ou ainda *se ele sabe com precisão, quanto se fatura ou quanto se tem no imobilizado*, etc.

4) Na identificação de necessidades:

- i. Enquanto estiver esperando a reunião começar, **observe a estrutura da empresa**, se algum funcionário atendeu o telefone com algum problema e como o sistema poderia ajudá-lo. Se for uma empresa que necessita controle de estoque, **observe qual tipo de produto ele vende**, para poder usar isso na apresentação posteriormente, vá entrevistando sutilmente os funcionários antes, sempre determinando as necessidades.
- ii. Leve um bloquinho e **anote tudo** (de forma sucinta): além de você mostrar atenção ao que o seu interlocutor está falando, você estará ganhando com a experiência dele.
- iii. Veja **quais as dificuldades atuais do cliente**, o importante não é quanto custa para ele o sistema, mas **quanto custa para ele não ter o sistema!** – tenha argumentos para mostrar a vantagem de usar um sistema
- iv. Mencione que o que não está pronto **pode e será adaptado**.
- v. Apele para a imaginação do cliente. Isso é muito fácil, principalmente nos clientes que não tem apego ao computador, eles olham a tela mas não vêem nada. Faça ele imaginar o uso do sistema na empresa dele, **dê exemplos dos relatórios ou telas com dados reais dele**.

5) Negativas e como superá-las:

i. Já fui enganado muitas vezes!

– *Sr. Uma grande parte de nossos clientes passaram por problemas parecidos e hoje estão conosco há muito tempo, posso lhe passar uma relação para o Sr. Entrar em contato e conferir.*

– *Realmente, o importante na prestação deste tipo de serviço não é só a qualidade do sistema mas com certeza mais de 50% é a qualidade no atendimento. Ele deve ser atencioso, rápido e de resultados. Um sistema excelente sem um atendimento de acordo não funcionará a contento. Consulte nossos cliente sobre nosso atendimento.*

– *Existem regras de contrato que prevêem o tempo de implantação e manutenção, podemos encaminhar um cronograma de trabalho e amarrar as parcelas a entrega de cada fase descrita neste cronograma.*

ii. O tempo de implantação é grande, parece que nunca acaba! – tenho um amigo que a implantação do sistema já faz mais de um ano e ainda não acabou.

– *Será que este seu amigo, não tem necessidade de muitas adaptações no software que ele comprou? Veja quanto inicialmente o nosso sistema irá lhe atender e podemos anotar quais adaptações o Sr. irá necessitar. É claro que se houverem mais necessidades, precisaremos de mais tempo.*

– *É necessário um grande envolvimento do cliente nos levantamento dos dados e nos testes, sua equipe terá tempo para isso?*

– *Fale da estrutura da empresa, do nível de comprometimento dos funcionários, da quantidade de funcionários e das modalidades de atendimento físico e virtual.*

– *(Novamente) Existem regras de contrato que preveem o tempo de implantação e manutenção, podemos encaminhar um cronograma de trabalho e amarrar as parcelas a entrega de cada fase descrita neste cronograma.*

iii. Software DOS é ultrapassado!

- Eles são mais leves, e executam muito mais rápido que os windows. São muito mais seguros que os web.*
- Exigem menos investimentos em equipamentos.*
- Existem há mais tempo no mercado e por isso estão menos suscetíveis a falhas de operação, além de serem mais completos por terem mais know-how.*

iv. É muito caro !

- Quanto custa para o Sr. a sua empresa atualmente? Quanto custa a desinformação? Quanto custa um possível engano de um funcionário por conta de não terem as informações corretas na hora certa?*
- Estas profissões realmente não são regulamentadas, não existe um conselho que nivele as coisas. Existem soluções de todo tipo e preço. Existem “profissionais” de todo tipo e preço também. Existem estrutura de atendimento de todo tipo e preço e assim por diante. Por exemplo, existe uma grande diferença entre fazer este tipo de contrato com um programador autônomo e uma empresa, no primeiro caso, você ficará na mão de uma só pessoa que pode adoecer, não se recicla, pode ficar chateada com você em algum momento. No segundo exemplo não.*

v. Eu e minha equipe não conseguiremos usar!

- Cite exemplos sobre implantações bem sucedidas com treinamentos para funcionários em postos de gasolina, pequenos mercadinhos, funcionários de oficinas, etc.*
- Questione se a empresa anterior tinha experiência com o produto que foi implantado, aliás, veja muito mais se a empresa tinha experiência com o negócio da empresa-cliente. Isto é o mais importante sempre!*

Organize o seu Dia de Vendas

Tempo não é dinheiro, é VIDA! Preste atenção à maneira que você investe o seu tempo no seu dia-a-dia. A qualidade da sua organização diária será diretamente proporcional aos resultados que você terá como profissional.

Horas mal gastas hoje, podem ser necessárias amanhã.

Algumas idéias para você organizar o seu Dia de Vendas:

Tenha Horas de Produção de Vendas. Organize o seu dia para que você realmente tenha horas onde você interaja com os seus clientes. Atividades que não produzem vendas devem ser feitas fora desses horários.

Tenha Horas de Prospecção. Dedique uma certa quantidade de horas por dia ou semana para prospectar novos clientes ou novos negócios dentro de clientes atuais (Regra 80/20/30).

Tenha Horas de Follow-up. Tempo para dar continuidade as iniciativas já iniciadas e ainda não finalizadas. (Aprender sobre produtos, clientes, propostas, visitas etc).

Tenha Horas de Desenvolvimento Profissional. Agende horas para você desenvolver as suas habilidades como profissional de vendas, melhorar os seus conhecimentos sobre a indústria em que trabalha, e os produtos que vende.

Entenda o quanto vale o seu dia:

DIAS DE VENDAS. Saiba quantos dias de vendas tem no mês e no trimestre. Saiba onde você está e o quanto falta para atingir os seus objetivos.

ESTATÍSTICAS DE VENDAS. Entenda quais são as suas estatísticas de vendas e planeje a sua melhoria. Confira o número de contatos (ligações, visitas etc), o número de contatos qualificados, número de qualificados para contratos, contratos para clientes, clientes para clientes-de-novo, ligações por hora, follow-up nessas ligações etc

TEMPO EXTRA. 15 minutos a mais de trabalho por dia adiciona um dia a mais de trabalho no seu mês. 01 ligação a mais por dia são 250 ligações a mais por ano.

HORAS NÃO-PRODUTIVAS PRODUTIVAS. Tenha sempre algo à mão para ler – caso o seu computador ou outra ferramenta fique indisponível -, ou em filas, trânsito etc.

RESPEITO A SUA VIDA. Organize o seu DIA DE VENDAS!

Público Alvo

- 1) Empresas de coleta de entulho, metralha, etc.
- 2)

Script de Vendas Sistema Coletor UNIT

Olá boa tarde,

Meu nome é **Virgínia**, eu sou da UNIT Informática, uma empresa que possui sistemas voltados para empresas de coleta de entulhos.

Vocês já possuem algum sistema que trabalhe controlando o agendamento dos clientes, o faturamento, a cobrança?

Resposta SIM: **Tem.** (objetivos: descobrir concorrentes, marcar apresentação)

Vocês contrataram um programador ou é uma empresa que desenvolveu o sistema?

Resposta EMPRESA: Qual o nome da empresa? Ela é daí de **Salvador?**

Resposta NÃO: **Não tem.** (objetivo: marcar apresentação)

Eu gostaria de saber com quem eu falo para poder agendar uma apresentação do nosso sistema...

Tentar conseguir:

Email da empresa

Nome do Dono/Pessoa que é responsável pelas contratações de sistemas