

Curso Máquina de Vendas com Inteligência Artificial

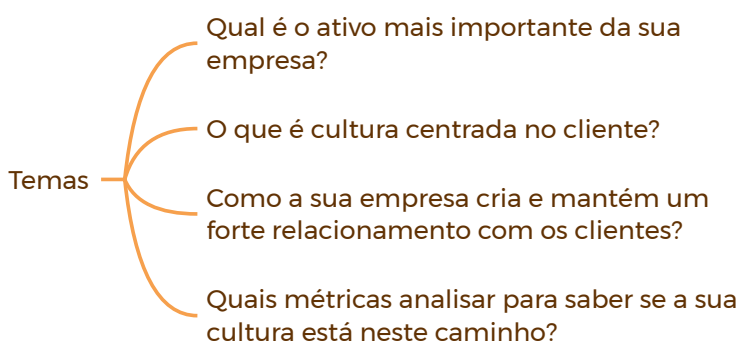
Módulo 1

Entender como a transformação digital está ocorrendo no mercado e avaliar como está a sua empresa nesta perspectiva

Inteligência Artificial



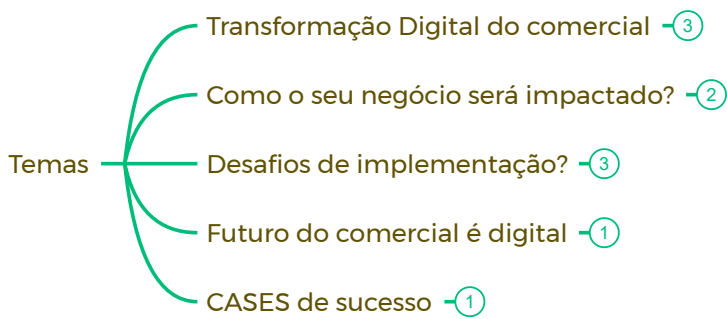
Cultura centrada no cliente



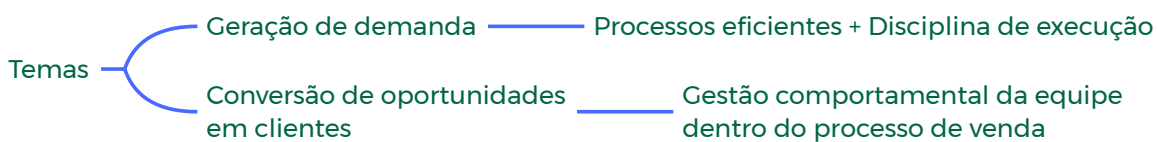
Desenvolvimento de negócios das empresas digitais



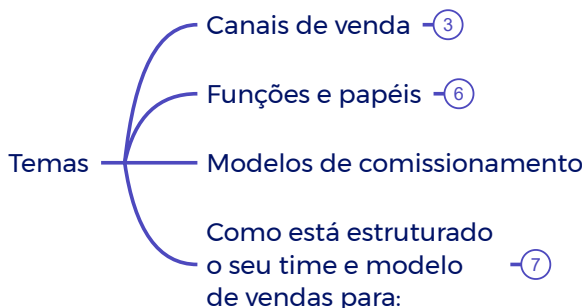
Transformação Digital



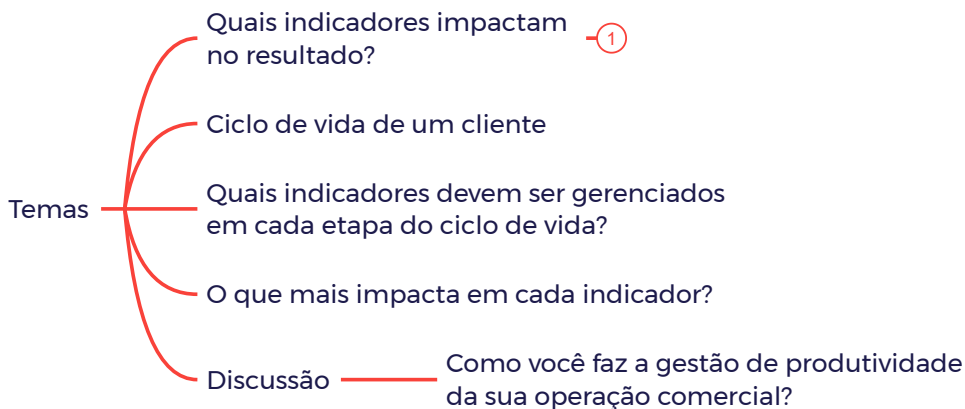
Máquina de Vendas



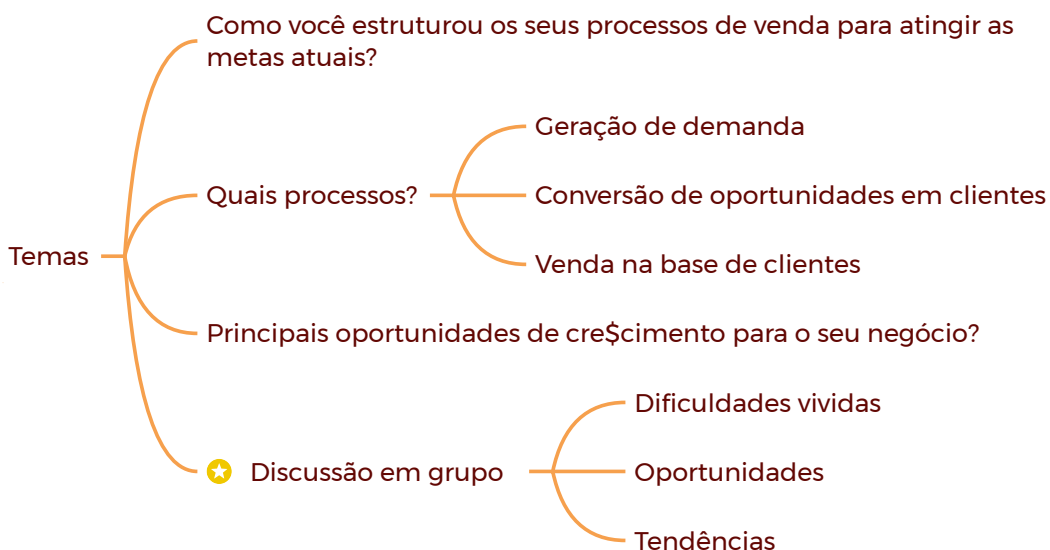
Canais de Venda e Equipe Comercial



Indicadores de Performance



Mapeamento da situação atual



Curso Máquina de Vendas com Inteligência Artificial	
Módulo 2	Boas práticas para a transformação digital do seu comercial
Carteira de clientes	<p>Temas</p> <ul style="list-style-type: none"> Carteira de clientes é o combustível do comercial -1 Como você mede a qualidade da carteira? Impacto de uma carteira inconsistente Manutenção contínua da carteira de clientes Potencial de venda da carteira de clientes de cada vendedor? -3 Como implementar as boas práticas?
Segmentação Inteligente Sua Inteligência Comercial na mão do vendedor	<p>Temas</p> <ul style="list-style-type: none"> O que é segmentação ou cohorts? Segmentação da carteira de clientes <ul style="list-style-type: none"> Perfil de Cliente Ideal para cada estratégia comercial -3 Segmentar é transformar sua Inteligência comercial num plano de ação para o vendedor executar Discussão <ul style="list-style-type: none"> Que tipo de segmentação da carteira de clientes você acredita que agregaria valor para o seu resultado? Que tipo de listas segmentadas você gostaria de entregar para os seus vendedores todo dia? Quanto atendimentos o seu vendedor consegue fazer por dia? Impacto no resultado em fazer segmentação da carteira de clientes para atingir os objetivos de negócio Como você faz hoje?
Capacidade de atendimento de um vendedor	<p>Temas</p> <ul style="list-style-type: none"> Capacidade produtiva do time comercial -2 Impacto <ul style="list-style-type: none"> Por que ela é importante? Vendedor ocioso OU sobrecarregado? Como influencia no CAC? Como isto impacta o seu resultado? Exercício — Estimar a capacidade de atendimento de um vendedor Benefícios <ul style="list-style-type: none"> Aumento de vendas Redução dos custos de venda
Venda é consequência do atendimento	<p>Temas</p> <ul style="list-style-type: none"> A receita está no relacionamento construído junto ao cliente Gestão do atendimento de clientes <ul style="list-style-type: none"> manual automatizada Como você faz? Impacto potencial no seu negócio ao gestão manual do atendimento O que fazer todo dia para gerar uma agenda de atendimento dos clientes? <ul style="list-style-type: none"> Regras da sua Inteligência comercial Priorização dos clientes do dia Resultado esperado: -1 Benefícios <ul style="list-style-type: none"> Aumentar vendas Maior retenção de clientes Entendimento da necessidade do mercado Evoluir sua Inteligência Comercial de forma mais rápida e ágil que seus concorrentes
Regras Comerciais de atendimento de clientes	<p>Temas</p> <ul style="list-style-type: none"> Quem vence não é necessariamente o mais forte, mas quem consegue se adaptar mais rapidamente as adversidades Como traduzir a sua regra comercial de atendimento em um plano de ação para cada vendedor executar? Regras <ul style="list-style-type: none"> Quem atender? Quando? Com que frequência? Que mix oferecer? Exemplos -11 Impacto no resultado se conseguir ajustar as regras comerciais com agilidade Exercícios -8
Priorização dos clientes	<p>Temas</p> <ul style="list-style-type: none"> Para bater as metas de cada dia, como o seu vendedor decide quais clientes devem ser contactados ou visitados? Por que isto é importante? Como a sua equipe faz hoje? Como pode ser melhorado? Qual seria o impacto no resultado? Exercícios -3
Integração dos canais de venda	<p>Temas</p> <ul style="list-style-type: none"> O que é? — Múltiplos canais de venda para atender o mesmo cliente de forma integrada Por que integrar os vendedor dos diferentes canais de venda? <ul style="list-style-type: none"> Clientes não visitados Clientes fora do fluxo de compra Clientes esquecidos Clientes não convertidos num canal de venda específico Vendedor de férias Vendedor - problemas de saúde REGRAS DE NEGÓCIO PARA CADA SITUAÇÃO Implicações <ul style="list-style-type: none"> Perda de receita Perder clientes para o concorrente Aumentar o número de clientes INATIVOS Necessidades <ul style="list-style-type: none"> Detectar o problema e gerar um plano de ação alternativo para alguma outra pessoa executar Visibilidade se houve ou não execução do cliente desassistido Acompanhar resultados e objeções Solução - Boas práticas <ul style="list-style-type: none"> Analisar ruptura diariamente -2 Priorizar clientes de maior potencial de compra gerar agenda dinamicamente, todo dia, com os clientes a serem atendidos Distribuir clientes em ruptura, priorizados pelo potencial de compra, para outros vendedores atenderem Fazer ruptura do atendimento dos clientes em ruptura -4 Clientes mal atendidos ou que não compraram devem ser redistribuídos para outro vendedor -1 Possibilidades Possibilidades de aplicação <ul style="list-style-type: none"> Vendedor Externo <-> Vendedor Interno Vendedor Int <-> Vendedor Int E-commerce <-> Vendedor Interno Vendedor Int/Ext <-> E-commerce Benefícios <ul style="list-style-type: none"> Cobrir férias do externo Cobrir clientes de vendedores ausentes Vendedor afastado por problema de saúde Recuperar clientes INATIVOS Aumentar venda para clientes que estão fora do fluxo de compra Aumentar faturamento em 10 a 15%
Expansão de carteira	<p>Temas</p> <ul style="list-style-type: none"> Resultado financeiro com novos clientes <ul style="list-style-type: none"> Quanto novos clientes você ativa por mês? Qual o ticket médio de um novo cliente ao final de 12 meses? Faturamento mensal gerado com novos clientes? Faturamento anual gerado com novos clientes? Como você faz atualmente? <ul style="list-style-type: none"> fonte de dados processos Quais são as implicações de não ter previsibilidade de crescimento com novos clientes? -5 Boas práticas <ul style="list-style-type: none"> Definir território de venda Segmentar o perfil de potenciais clientes Gerar leads ou prospects Analisar market share Analisar capacidade da equipe Pré-qualificar leads -4 Qualificar oportunidades -2 Distribuir oportunidades qualificadas de acordo com a capacidade de atendimento de cada vendedor Fazer acompanhamento do atendimento dos prospects -2 Refinar a Inteligência Comercial para melhorar resultado Benefícios <ul style="list-style-type: none"> Aumento de receita com novos clientes Aumentar market share Maior lucratividade operacional -1 Maior retorno da equipe de vendas
Acompanhamento	<p>Temas</p> <ul style="list-style-type: none"> Como está a sua prospecção de novos clientes? <ul style="list-style-type: none"> Quanto novos clientes você ativa por mês? qual o ticket médio de um novo cliente ao final de 12 meses comprando de vocês? Faturamento gerado atualmente com novos clientes? Tem previsibilidade de expansão de carteira com novos clientes? — O que fazer? Quais são as implicações de não ter previsibilidade de crescimento com novos clientes? -5 Qual o modelo de expansão de carteira adequado para um crescimento sustentável?
Sugestão de Mix de produto	<p>Temas</p> <ul style="list-style-type: none"> Sugestão de itens para cada cliente Modelar o comportamento de compra do MIX Itens em ruptura por fornecedor