

e-book



Os passos para a venda B2B

SEBRAE

O processo de venda de empresa para empresa requer atenção a muitos procedimentos. Acompanhe estes passos e encontre mais facilidade para fechar negócio.

Sumário

Definição	03
Passo 1: Faça a sua pesquisa	05
Passo 2: Encontre seus clientes	06
Passo 3: Conduza a sua abordagem inicial	07
· Algumas dicas para uma abordagem inicial	07
Passo 4: Faça um pitch direcionado a seus leads	08
· O que é um pitch de vendas	08
· Vamos falar do pitch de vendas, que é o mais comum	09
· Quando (e com quem) utilizar o seu pitch de vendas	10
· Apresentação curta e direta ao ponto	11
· Proposta de valor	11
· Conhecimento sobre o consumidor	11
· Uma história a contar	12
· Modelo de pitch de vendas	12
Passo 5: Acompanhe a jornada do cliente	14
Passo 6: Feche a venda.....	15
· Algumas dicas práticas	16
· Seja criativo	16
· Esteja disponível para seu cliente.....	17
· Invista em treinamento	17
· Bons treinamentos devem incluir	18



O modelo de negócio B2B é aquele pelo qual uma empresa fornece produtos ou serviços a outras empresas.

B2B é a sigla para “business-to-business”, ou “negócios entre empresas”. É quando as empresas compram e vendem produtos ou serviços entre si, em vez de lidar com o consumidor final.

É o caso, por exemplo, de uma empresa que compra matéria-prima de um fornecedor e vende produtos prontos para outra empresa. Ou produz software e fornece para outras empresas e não para o consumidor final.

Quando a empresa vende ao cliente final, ou seja, a uma pessoa física, é o modelo B2C, “business do consumer”.

A venda B2B naturalmente funciona de forma diferente da venda B2C.

Empresas que vendem a outras empresas têm os próprios desafios. Conquistar um cliente B2B é fruto de esforços diferentes do que as empresas B2C fazem para chegar ao consumidor final.

No modelo B2B, as vendas podem ser mais complexas, as decisões de compra mais demoradas e a abordagem requer táticas próprias.

Veja, a seguir, como acelerar o **processo de vendas B2B da sua empresa**, com sugestões para estruturar e acelerar as vendas do seu negócio.

Embora as vendas B2B sejam mais complexas, muitos processos utilizados no modelo B2C também são utilizados. Para ser um bom vendedor, você precisa iniciar e finalizar o ciclo de vendas com a mesma qualidade.

Os passos da venda B2B

Passo 1:

Faça a sua pesquisa

Um bom vendedor B2B precisa conhecer seu mercado, seus concorrentes e clientes ideais. Deve também saber como seu produto ou serviço se encaixa no mercado e qual será sua proposta de valor.



Passo 2:

Encontre seus clientes

Hora de encontrar seus potenciais clientes! O cliente X necessita do seu produto ou serviço? Tem interesse? Tem orçamento suficiente?



É importante avaliar e qualificar sua base, garantindo que ela seja adequada.

Além disso, participar de feiras e eventos do segmento do seu negócio pode ser um bom benchmark para ampliar a sua carteira de clientes.

Passo 3:

Conduza a sua abordagem inicial

Agora que você mapeou o seu mercado, sua concorrência e seus clientes ideais, é hora de chegar até eles. Existem diferentes maneiras de fazer isso nesse modelo de vendas.

Algumas dicas para uma abordagem inicial:

- Criar espaços digitais com conteúdo atraente para transformar os leitores em clientes;
- Enviar um folheto informativo ou marcar uma reunião pessoal;
- Incluir e-mails e WhatsApp de acompanhamento na estratégia de marketing direto;
- Ferramentas de e-mail marketing podem ser usadas para agrupar, agendar e enviar mensagens a clientes em potencial, além de fornecer análises sobre as taxas de abertura e resposta.

Passo 4

Faça um pitch direcionado a seus leads

Chega o momento em que o vendedor B2B precisa ficar frente a frente com seu cliente em potencial e mostrar como seu produto ou serviço oferecerá soluções.

Nesta etapa do processo, o pitching deve receber mais tempo de preparo. E cada pitch de vendas deve ser adaptado individualmente para os leads.

O que é um pitch de vendas

O termo pitch representa o “discurso” que as empresas utilizam para diversos fins. O pitch certo pode ser usado na divulgação de produtos, posicionamento no mercado ou para vender.



Vamos falar do pitch de vendas, que é o mais comum

O pitch de vendas é uma tentativa do vendedor convencer o público a comprar ou acreditar no que você está oferecendo. Trata-se de um contato estabelecido com o consumidor para iniciar uma conversa e oferecer algo.

Essa oferta pode ser a chance de marcar uma reunião, dar informações sobre seu produto ou serviço ou iniciar um discurso pessoal sobre você e seu negócio.

É uma abordagem ativa e com propósito, que poderá ser feita por telefone, presencialmente em uma reunião ou até por e-mail. Pode ser transformada em um texto, apresentação, vídeo ou bate-papo informal.

O importante, em qualquer formato, é que ela transmita valor e as informações certas sobre o que será vendido.





Quando (e com quem) utilizar o seu pitch de vendas

O pitch de vendas é o primeiro ou um dos primeiros contatos do cliente com o seu negócio.

O objetivo é estabelecer uma conversa. É também o momento em que você faz perguntas, escuta o cliente em potencial e oferece a ele uma solução para um problema.

O discurso deve ser voltado para o consumidor ideal da empresa, que já tenha demonstrado algum tipo de interesse em você ou que tenha o perfil para comprar sua solução.

Apresentação curta e direta ao ponto

Quem é você e por que está abordando alguém? O seu pitch de vendas deve mostrar com clareza quem quer vender e o que está sendo vendido. O cliente valoriza transparência.

Proposta de valor

O cliente detém cada vez mais o poder de decisão sobre a compra. Por isso, ele só quer saber de quem oferece valor de verdade no que está vendendo. Transmita claramente a forma como seu produto ou serviço podem mudar a vida do cliente para melhor e informe porque sua solução é a melhor para ele.

Conhecimento sobre o consumidor

Em todo negócio, você precisa saber exatamente com quem está falando e para quem vende. No pitch de vendas, não será diferente.

Ao abordar um cliente, o conhecimento sobre ele e seu comportamento é fundamental. Também é recomendável que você mostre a ele que o conhece. Seja por e-mail, presencialmente ou por telefone, deixe claro que você pesquisou sobre ele e sabe exatamente como sua solução pode ajudá-lo.



Uma história a contar

Contar uma boa história sempre ajuda no discurso. Contextualize e exemplifique as vantagens que você tem a oferecer com uma história envolvente. Os resultados podem ser os melhores possíveis caso a história consiga prender o cliente.

Modelo de pitch de vendas

Um bom modelo pode ajudá-lo a escrever o seu pitch. Para se adequar melhor ao modelo mais comum de venda consultiva e ilustrar melhor o artigo, utilize um modelo de e-mail inicial para prospects.

Essa primeira mensagem é uma forma de abordar quem ainda não o conhece ou sabe muito pouco sobre seu negócio. Confira como esse simples e-mail pode ser um bom pitch de vendas:

Assunto:

Acredito que posso te ajudar no seu negócio, **[Nome]**

Olá **[Nome]**,

Meu nome é **[Vendedor]** e falo em nome da **[Empresa que está vendendo]**.

Andei acompanhando a **[empresa onde o cliente trabalha]** e acredito que posso te ajudar a crescer. Nossa empresa atua na **[área de atuação]** há [X] anos e conta com mais de [X] clientes, que se tornaram verdadeiros cases de sucesso no mercado. Com nossas soluções, conseguimos resolver as dores de nossos clientes por meio de:

- **Solução 1**
- **Solução 2**
- **Solução 3**

Gostaria de saber se você tem disponibilidade para que possamos conversar melhor sobre essa possibilidade de trabalharmos juntos. O que me diz? É só me falar a melhor forma, o dia e o horário para conversarmos.

Um abraço e fico à disposição.

Um bom pitch de vendas pode ter todas ou a maioria dessas informações. Além disso, elas podem ser adaptadas em formatos diferentes, alinhadas ao discurso da empresa. Um pitch de vendas é – e sempre deve ser – extremamente customizável de empresa para empresa e para cada objetivo.



Passo 5:

Acompanhe a jornada do cliente

Depois da reunião de apresentação, é muito importante enviar ao cliente uma proposta comercial ou declaração de trabalho, formalizando no papel o que foi discutido entre as empresas.

Dê um tempo para que seu cliente avalie a proposta e discuta seus termos internamente. Caso não receba uma resposta, vale planejar um trabalho de acompanhamento visando entender qual é o impedimento para o avanço da negociação e retomar esse contato.

Passo 6:

Feche a venda

Parabéns por chegar ao último passo! Isso significa que o cliente quer comprar seu produto ou serviço e está na hora de você formalizar a venda.

Se houver alguma hesitação em fechar o negócio, é indispensável descobrir quais são as preocupações de seu cliente, buscando encontrar uma solução para tranquilizá-lo. Uma reunião adicional ou uma demonstração do produto pode ser boa prática para fechar o negócio.





Algumas dicas práticas

Clientes B2B são mais propensos a fechar negócio quando sabem que poderão contar com um atendimento de qualidade e acreditam no valor do produto ou serviço. Destacar esse valor é determinante!

Seja criativo

A concorrência está sempre trabalhando para convencer o seu cliente de que ele tem a melhor proposta de negócio. Se destacar no mercado é fundamental! Seja criativo e procure chamar a atenção para sua empresa. Patrocinar um podcast ou adotar o marketing de vídeo são algumas dicas.



Esteja disponível para seu cliente

Seu cliente certamente não gosta de esperar. Esteja disponível e responda a ele o mais rápido possível, diminuindo o tempo de espera. Um atendimento lento abre uma brecha para seu concorrente chegar primeiro.

Invista em treinamento

Pessoas compram de pessoas! Ofereça as ferramentas que seu colaborador ou parceiro precisa e invista em treinamento. Pessoas capacitadas estão um passo à frente no mercado.

Bons treinamentos devem incluir:

- Scripts que seus vendedores podem recorrer quando necessário;
- Informações sobre como lidar com clientes relutantes e suas objeções;
- Estratégias para qualificar leads e melhorar a qualidade de um lead existente.

Este e-book é inspirado no infográfico [Passo a passo para vendas B2B](#), publicado pelo site Inovação, do Sebrae Minas.

