

Mapa de Oportunidades

(fonte: Livro Sucesso em Vendas – Marcelo Ortega – Ed. Saraiva –2006)

Vendedores normalmente não gostam de apegarem-se a controles, registros e qualquer tipo de trabalho burocrático. Em geral, eles consideram que viver de improviso pode ser uma forma de controle desordenado, ou pior, um controle sem preparo.

As etapas importantes que você deve realizar no seu trabalho como vendedor, e que devem ser sempre registradas e organizadas, são:

- ✓ Estudar o cliente
- ✓ Planejar o que dizer
- ✓ Preparar apresentações
- ✓ Escrever cartas, e-mails, malas diretas
- ✓ Organizar o cronograma de visitas para cada dia

“Posso contratar Homens para fazer tudo, menos duas coisas, Pensar e Fazer as coisas na devida ordem de importância” Frank Bettger

Para auxiliá-lo na realização destas etapas, sugiro a utilização das seguintes ferramentas para registrar seu trabalho, que explicarei detalhadamente a seguir.

- ✓ Mapa de oportunidades
- ✓ Quadro de horário semanal
- ✓ Registro de visitas, entrevistas e Resultados

Mapa de Oportunidades

Para utilizar esta ferramenta, você deverá cumprir os seguintes passos, utilizando a planilha abaixo:

- ✓ Listar seus clientes ou *prospects*;
- ✓ Listar os melhores produtos/serviços que você oferece;

- ✓ Cruzar a lista de produtos com a de empresas que você listou, assinalando aqueles que já compraram em cor verde;
- ✓ Cruzar a lista de produtos/serviços com a de empresas que você listou, assinalando aqueles que poderiam comprar em cor amarela;
- ✓ Nos clientes – cor verde – você pode efetuar novas vendas. Por exemplo, de serviços – isto é venda vertical;
- ✓ Nos prospects – cor amarela – você deve oferecer os produtos/serviços que considera adequados, basta saber despertar interesse;
- ✓ Nas empresas sem cor nenhuma, responda: Como posso oferecer o que vendo de forma que isto possa ajudá-las ou interessar a elas? Se conseguir responder você as torna *prospects*.

Modelo / Exemplo de Mapa de Oportunidades

Produtos / Serviços

Produto A									
Produto B									
Produto C									
Empresas / Clientes	C l i e n t e 1	C l i e n t e 2	C l i n e t e 3						

No exemplo acima, temos três clientes e três produtos principais. O Cliente 1 foi considerado um *prospect* para os produtos A e B, você deve buscar despertar o interesse deste cliente para esses produtos. O cliente 3 já é um comprador dos três produtos vendidos pela empresa, parabéns! Você deve desenvolver novas vendas para este cliente, e estabelecer um bom relacionamento com ele. O cliente 2, entretanto, está em branco. Pergunte-se: Como posso oferecer o que vendo de forma que isto possa ajudá-lo ou interessar a ele? Assim, você poderá transformar este cliente em *prospect*.

FAÇA O SEU PRÓPRIO MAPA DE OPORTUNIDADES

Produtos / Serviços

Companhia / Localizações