

**RD Station**

O software de Marketing e Vendas  
da **Resultados Digitais**

Webinar Parceiros

# Como negociar e fechar contratos lucrativos

Cauê Pedroza - Agosto/2017

- 1. Definição de Objetivos**
- 2. Stakeholders Envolvidos**
- 3. Apresentação e Ajustes na Proposta**
- 4. Concessões**
- 5. Success Fee**
- 6. Concluindo a negociação**
- 7. Follow Up**



# Contexto

**Relatórios do CRM**  
**Conversas com Parceiros**

**Muitas**  
**oportunidades**

**Poucas**  
**vendas**

# O comercial da agência...

- Cadastra o deal no CRM
- Faz o briefing comercial
- Conversa com equipe interna
- Levanta informações
- Monta a proposta
- Agenda a apresentação
- Apresenta a proposta

E no final da conversa - esperando o 'sim" do cliente - ele simplesmente responde:

“Obrigado.  
Vou analisar com meus sócios e aviso assim que  
tivermos uma posição”

# Funil de Vendas



**Como evitar  
este cenário?**



**Como evitar  
este cenário?**

Estando mais  
**preparado**

# Objetivos

## Primários e Secundários

O que **VOCÊ** quer?

O que **VOCÊ** precisa?

O que seu **cliente** quer?

O que seu **cliente** precisa?

# Objetivos

## Primários e Secundários

### O que **você** quer?

Que seu primeiro cliente seja um case e sua agência vire referência nacional.

### O que **você** precisa?

Um cliente para bancar sua operação.

### O que **seu cliente** quer?

Um site, um eBook e uma capa nova do facebook.

### O que **ele** precisa?

Vender mais.

# Comunicação

## negociar requer ouvir a outra parte

Adapte a linguagem ao interlocutor;

Pratique escuta ativa;

Equilibre firmeza X flexibilidade;

# Comunicação

## negociar requer ouvir a outra parte

Adapte a linguagem ao interlocutor;

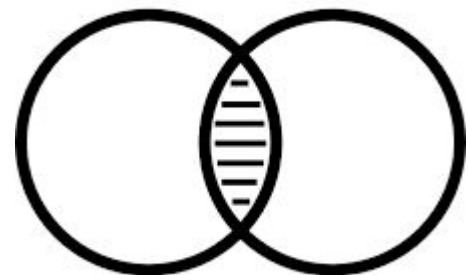
Pratique escuta ativa;

Equilibre firmeza X flexibilidade;

*“Bom dia Senhor Cliente, nosso objetivo é criar uma landing page BOFU com ads geolocalizado e retargeting no facebook para captação de leads seguidos por alguns fluxos de automação com prioridades configuradas para ativar o lead scoring e passar os deals para o Pipedrive - já que com RD Station integra nativo - e operar inside sales passando os KPIs pra gente ir calibrando e então **GERAR MAIS VENDAS PARA SUA EMPRESA ATRAVÉS DA INTERNET.**”*

# Busque o consenso

àrea de sobreposição



## Até onde vão seus limites absolutos?

Mapear **custo operacional** da agência.

## E do seu cliente?

Mapear **capacidade de investimento - e envolvimento -** do cliente.

# Como validar a negociação?

**Budget:**

**Autoridade:**

**Necessidade:**

**Timing:**

**BANT**



## **Budget:**

o prospect pode pagar pelo projeto?

## **Autoridade:**

tem autoridade para aprovar o projeto?

## **Necessidade:**

reconhece que precisa da solução?

## **Timing:**

quando pretende começar o projeto?

# BANT

Reconheça o perde/perde enquanto há tempo: alinhe expectativas, reconhecendo a negociação perde/perde e buscando saídas.

Sócio

Investidor

Consultor Externo

Equipe de Marketing

T.I.

Financeiro

Comercial

Cônjuge

# STAKEHOLDERS

## E O TOMADOR DE DECISÃO

# stakeholders e o tomador de decisão

- **Sócio:** Tem interesse em crescer o negócio;
- **Consultor Externo:** Busca crescer o negócio e ter participação no processo;
- **Marketing Interno:** Como o projeto vai atender às necessidades dos clientes e empresa? Pode ver sua agência como parceira ou concorrente.
- **Investidor:** Assim como os sócios, visa retorno da operação em um determinado prazo;
- **T.I.:** Responsáveis técnicos. Valor gerado pelo projeto e segurança das informações.
- **Financeiro:** Objeção os prazos e volume dos pagamentos. Flexibilizar a forma de pagamento;
- **Diretor Comercial:** Vê o funil de vendas. Foque nas metas dele.
- **Cônjuge:** Em empresas familiares, envolva-os na negociação.

**Tempo é um recurso escasso**  
**- logo -**  
**prazo é uma moeda de troca**

Faça uma **boa proposta** - **apresente** - e coloque um **prazo**

# Discuta as questões e ajuste a proposta

Pequenos ajustes antes de fechar

Quais objeções surgiram?

**Nem sempre  
dinheiro é  
problema**

**Planeje  
concessões**

**Use no  
momento  
certo**

# Exemplos:

- **Fee da agência:** um desconto de 5% o faria fechar agora?
- **Formas de pagamento:** e se cobrar pouco agora e compensar depois? Success fee?
- **Escopo do projeto:** e se começarmos com 1 persona ao invés de 4?
- **Mídia investida:** sensível e impacta diretamente o ROI
- **Condições especiais dos parceiros:** Desconto da RD no pagamento antecipado
- **Equipe envolvida:** Seniores X Juniores = credibilidade e sensação de baixo custo.

# Mais Exemplos:

- **Implementação grátis:** Configuramos de graça a ferramenta pra vocês;
- **Dar peças adicionais:** Horas de produção gráfica;
- **Primeiro mês grátis:** Planejamento macro e implementação;
- **Curso Escola RD:** Parceiros têm 50% OFF em qualquer curso ( sugiro Inside Sales)
- **Reuniões extra:** Alinhamento com marketing e vendas, treinamentos, etc.



# Comissionamento: e se fizermos success fee?

## Como fazer success fee? Seja conservador ao dividir o risco com o cliente

1. **Mapear** a dor do cliente e **desenhar a solução necessária**;
2. **Mapear** seu **custo operacional** para entregar o projeto;
3. **Mapear** seu **lucro esperado** neste projeto;
4. Substituir o **LUCRO** pela **COMISSÃO**, conforme as **projeções PESSIMISTAS**.
5. Ter clareza sobre como **validar os resultados atingidos**.

### **Converse com seu Farmer antes de fechar um projeto de success fee.**

Dica 1: Pegar projetos já rodando, focando em melhorar os resultados;

Dica 2: Começar com fee fixo e mudar para fee variável após a prova de canal.

Dica 3: O KPI pode ser 'oportunidades' e não VENDAS.

**Você não “vende” um acordo,  
você “faz” um acordo.**

Mostre para seu prospect que o acordo é **bom para ambos.**

# Conclua a negociação

- **Oferta conclusiva** quando perceber estar chegando no 'ganha-ganha';
- Sinalizar a conclusão sugerindo que **abandonará a negociação se eles não aceitarem um acordo próximo** ao que já foi decidido;
- Criar a impressão de que **você atingiu seu limite** e é por isso precisa concluir: **mantenha sua oferta final.**

# Use a oferta final como introdução à conclusão

1. Resuma todas as questões, argumentos e consensos de ambos os lados;
2. Enfatize:
  - a. pontos onde você está cedendo;
  - b. benefícios que o outro lado terá;
  - c. implicação negativa de ele não fechar o projeto;

# Próximos passos:

- **O que falta** para começarmos?
- **Datas** para tomada de decisão
- **Formalização** por e-mail
- Mapear o **processo de pagamento**

# Follow Up

## Sempre agende uma data para o próximo contato



- **Relembre o último contato** e o que deveria ter sido feito;
- **Utilize o histórico do CRM;**
- Mapeie as possíveis objeções ;
- Não sinta e nem demonstre insegurança;
- Seja direto e objetivo, sem esquecer o rapport;
- **Relembre os objetivos e problemas mapeados;**
- **Verifique as pendências ;**
- Faça perguntas e entenda o que está impedindo a negociação de evoluir;
- **Não saia com as mesmas informações que entrou;**
- Defina a tarefa que deve ser executada até o próximo passo;
- **Sugira um dia para o próximo passo e/ou início do projeto;**

# A CONTRATAÇÃO

Contrato da agência;

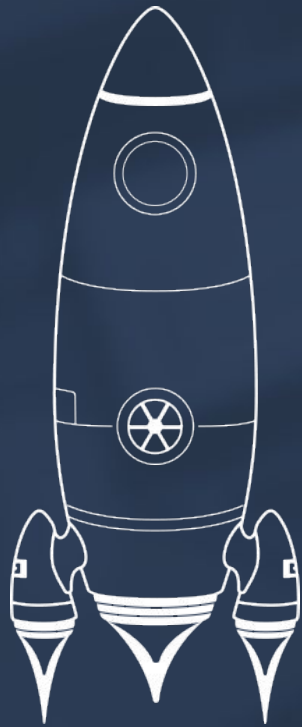
Licença do RD Station incluída no projeto;

Quantidade de contatos já existentes;

Data prevista para primeira ação;

Contatar seu atendimento de vendas da Resultados Digitais.







Entendi, Cauê! Então preciso me preparar melhor para fechar mais negócios.

E agora?

1. Selecione as negociações com **prioridade para este mês;**
2. Converse com o Farmer.

**Dúvidas?**  
**Estamos aqui para ajudar.**

**Acione seu atendimento agora!**

## Links úteis:

<http://materiais.resultadosdigitais.com.br/registro-de-oportunidades>

<https://resultadosdigitais.com.br/blog/principais-praticas-de-qualificacao-de-leads/>

<https://resultadosdigitais.com.br/agencias/como-descobrir-o-que-meu-cliente-realmente-quer/>

<https://resultadosdigitais.com.br/agencias/o-segredo-para-sua-agencia-montar-um-planejamento-consistente/>

<https://resultadosdigitais.com.br/agencias/como-estruturar-cronograma-inbound-marketing/>

<https://resultadosdigitais.com.br/agencias/como-construir-uma-proposta-comercial-de-sucesso-para-cliente/>

# Resultados Digitais

**Cauê Pedroza**

caue.pedroza@resultadosdigitais.com.br

**RD** Station