



LIMITAÇÕES

A DIVERGENTE RELAÇÃO ENTRE OS NATIVOS DIGITAIS E A TECNOLOGIA

▶▶ Leia na página 8

Prospecção: ponto-chave para ampliar carteira de clientes

Ampliar a carteira de clientes e alcançar as metas são desafios constantes para profissionais da área de vendas.

Entre as etapas mais importantes nesse processo está a prospecção, tarefa que envolve identificar potenciais clientes com maior probabilidade de concluir a jornada de compra.

No entanto, segundo o consultor empresarial e estrategista de negócios Roberto Vilela, essa é uma das fases mais sensíveis para quem trabalha com vendas e, por vezes, para as empresas conseguirem fazer com que seus vendedores entendam a importância dela.

"Costumo dizer que, sem a prospecção, não há como melhorar os resultados. O que percebo atualmente é uma certa acomodação, como se alguns vendedores esperassem que o cliente viesse até eles sem esforço. Esse comportamento é um grande equívoco. Não existe crescimento sem dedicação e busca ativa", ressalta Vilela.

A dificuldade em realizar uma prospecção assertiva pode prejudicar diretamente o desempenho de um vendedor, já que o sucesso está atrelado à habilidade de identificar e atrair aqueles que têm potencial de se tornarem clientes regulares, segundo o especialista.

Vilela destaca que a prospecção deve ser encarada como uma fase de construção de relacionamento. "A venda não ocorre no primeiro contato. A prioridade nesse momento é criar uma relação de confiança, demonstrando real interesse em resolver o problema do cliente. Essa conexão é o que pavimentam o caminho para uma futura conversão", afirma.



“A dificuldade em realizar uma prospecção assertiva pode prejudicar diretamente o desempenho de um vendedor.

Para facilitar esse processo e torná-lo mais eficiente, Vilela oferece dicas práticas que podem ajudar os vendedores a superar os desafios da prospecção:

Estude a fundo o cliente: conhecer bem o perfil do cliente, seja ele uma pessoa física ou uma empresa, é essencial para uma abordagem personalizada e eficaz;

Passe confiança: o vendedor deve ser transparente e dominar o que está oferecendo. Conhecer os detalhes do produto ou serviço é o mínimo para transmitir segurança ao prospect;

Ouçá e esteja atento aos sinais: durante o contato, é importante ouvir atentamente e interpretar os sinais dados pelo cliente em potencial, muitas vezes captando o que ele não diz diretamente;

Invista no relacionamento e nas conexões: mais do que vender, é necessário construir relacionamentos. Conexões

genuínas podem ser o diferencial em uma prospecção bem-sucedida;

Peça indicações: aproveite a rede de clientes ativos para solicitar indicações de novos contatos. Isso abre portas para oportunidades que talvez você não tenha acesso por conta própria;

Mantenha constância, mas sem ser insistente: o acompanhamento frequente é vital, mas deve ser feito com equilíbrio. Ser insistente pode afastar um cliente em potencial, então é importante encontrar o tom certo.

Seguindo essas orientações, a etapa de prospecção pode se tornar mais produtiva e gerar resultados consistentes, garante Vilela. "O cliente não surge do nada. É preciso investir tempo e estratégia para atraí-lo. A venda é fruto de um relacionamento construído com paciência e empenho", conclui. - Fonte e mais informações: (www. robertovilela.com.br).

Inteligência de mercado: como utilizar dados para tomar decisões estratégicas

A inteligência de mercado tem se consolidado como uma ferramenta importante para empresas que buscam estratégias baseadas em dados. ▶▶

Como a tecnologia pode contribuir para superar importantes desafios logísticos

Nos últimos anos, o setor de logística no Brasil tem experimentado um crescimento significativo. ▶▶

Descoberto golpe com pagamento falso para enganar lojistas

A pandemia teve um papel importante na adoção dos pagamentos digitais na América Latina e esse sucesso já chama atenção dos criminosos que estão desenvolvendo mecanismos para realizar fraudes explorando os novos métodos de pagamento em tempo real. ▶▶

Desafios e soluções para CISOs com a falta de talentos em segurança cibernética

Um dos maiores problemas que os CISOs (Chief Information Security Officer ou Diretor de Segurança da Informação, em tradução livre) enfrentam é a escassez de profissionais qualificados em cibersegurança. A falta de talentos especializados, combinada com o elevado custo de implementação e treinamento de plataformas de segurança, tem gerado preocupações profundas entre os líderes de segurança. ▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular



Negócios em Pauta

Foto: Cyano Chem/Divulgação



Proliferação de microrganismos que deixam a água verde

A coloração esverdeada das águas do rio Pinheiros, em São Paulo (foto), observada nos últimos dias, está relacionada com um fenômeno comum em vários lugares do mundo, causado principalmente pela poluição da água e que deve se tornar mais frequente com as mudanças climáticas: a floração de cianobactérias. "O grande problema são as atividades antrópicas, aquelas realizadas pelo homem, como o lançamento de esgoto in natura e lixiviados com produtos químicos em rios, reservatórios, lagos e lagoas", explica Kelly Fernandes, sócia-fundadora da startup CyanoChem Soluções Ambientais. "Isso fornece nutrientes para as cianobactérias e elas passam a se desenvolver de forma acelerada, o que causa aumento significativo desses organismos no ambiente". ▶▶ Leia a coluna completa na página 3

News@TI

Divulgação/DuPont



EPIs com foco em inovação e sustentabilidade na 24ª Fisp

A DuPont estará presente na 24ª Feira Internacional de Segurança e Proteção (Fisp), que ocorre de 22 a 24 de outubro, no São Paulo Expo. A multinacional líder em tecnologia de materiais levará ao evento seu amplo portfólio de vestimentas e acessórios de proteção química, biológica, térmica e proteção mecânica às mãos, com destaque para inovações que visam tanto a segurança quanto a sustentabilidade. No campo da sustentabilidade, a DuPont dará atenção aos produtos da linha Nomex®, que contribuem para reduzir a pegada de carbono e minimizar a geração de resíduos. "Levaremos o tecido Nomex® Ecoforce, uma inovação para proteção térmica e contra respingos químicos. Esse é o único material da categoria que não utiliza PFAs, reforçando o compromisso da empresa com soluções mais seguras para o meio ambiente", explica Paulo Pustiglione, líder de Personal Protection para América Latina e de Water & Protection Brasil (https://feirafisp.com.br/). ▶▶ Leia a coluna completa na página 2

Automóveis

Via Digital Motors

Por Lucia Camargo Nunes

▶▶ Leia na página 4

