

e-Book

# Guia prático para criar um **processo de vendas** **na empresa**





|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| INTRODUÇÃO.....                                           | 03 |
| O QUE SÃO AS VENDAS INBOUND? .....                        | 05 |
| COMO ESTRUTURAR UMA ESTRATÉGIA DE VENDAS INBOUND?.....    | 12 |
| QUAIS SÃO AS FERRAMENTAS ESSENCIAIS PARA TER SUCESSO? ... | 16 |
| CONCLUSÃO .....                                           | 18 |
| SOBRE A VIA DIGITAL .....                                 | 20 |



---

# Introdução







A parte de [vendas](#) é uma das mais importantes para qualquer empreendimento. Ela é a principal **responsável por gerar a lucratividade** e por manter o negócio no mercado. Ao mesmo tempo, a competição é cada vez maior e há outros desafios. Para concluir as vendas com sucesso, o ideal é elaborar um processo bem estruturado.

**Com ele, é possível criar passos que devem ser seguidos pelos vendedores e que permitem aumentar os resultados. Construído do modo certo, faz toda a diferença para o negócio se posicionar no mercado e passar à frente dos [concorrentes](#).**

Quer descobrir os **segredos de um processo de vendas efetivo**? Confira tudo neste guia e comece a aplicar!



---

Por que é importante criar um  
processo de vendas na empresa?





Antes de pensar na elaboração, é essencial entender no que consiste um processo de vendas. Ele nada mais é que uma **sequência de etapas comerciais que devem ser executadas**, desde o princípio até o fechamento de uma venda.

Ele é especialmente útil porque, hoje, temos o fortalecimento do que é conhecido como **jornada de compra**. Em muitos casos, os clientes passam por um processo de estudo e consideração, antes de tomar a decisão. Com a criação de um processo, é possível estabelecer todos esses pontos e criar soluções para as principais barreiras e dificuldades.

Quando é elaborado corretamente, é capaz de ajudar o empreendimento em diversos aspectos. Por isso, veja por que é importante recorrer a essa alternativa e o que ela pode oferecer para o empreendimento.





## PERSONALIZAÇÃO PARA AS NECESSIDADES ESPECÍFICAS

Um dos pontos mais importantes é que o **processo de vendas é definido de acordo com as necessidades da empresa**. Um estabelecimento baseado em vendas complexas, por exemplo, tem a chance de criar um processo mais longo e especializado que um negócio com um ciclo menor.

Considere uma empresa que vende softwares para grandes indústrias. O processo de decisão é bem delicado, já que depende da aprovação de superiores e da demonstração de resultados positivos para o negócio. Então, dá para criar um processo de vendas que atende a todas essas características. Como se trata de uma **ferramenta customizável**, permite que todas as exigências e os objetivos empresariais sejam considerados.

## PADRONIZAÇÃO DE PROCESSOS INTERNOS

Outro aspecto essencial é que essa estrutura permite que a gestão **padronize etapas e preveja o que deve ser feito**. Com isso, dá para ter a certeza de que todos os profissionais terão a mesma postura e seguirão de acordo com as exigências do momento da empresa.

Isso é fundamental para estabelecer um padrão de qualidade e até para criar processos escaláveis. O time comercial não precisa se preocupar em criar os próprios métodos, pois as orientações claras já existem.

Inclusive, isso não é útil apenas para as vendas complexas. Pense em uma loja de shopping. Desde a abordagem até a finalização, os [vendedores](#) terão desempenhos melhores se souberem, exatamente, como agir.



## MAIOR CAPACITAÇÃO DO TIME COMERCIAL

Por falar nos profissionais, **a equipe fica muito mais preparada para as tarefas e para conseguir sucesso nas vendas.** Graças a esse processo, há argumentos adequados para vencer objeções e conquistar as metas desejadas, por exemplo.



Além disso, os colaboradores conseguem se adequar às melhores práticas, já que tudo é definido de maneira clara e transparente. Isso é importante para o negócio porque dá origem a um **time mais engajado, motivado e participativo.** Desse modo, é possível ter uma atuação interessante e diferenciada.



## MAIOR ENTENDIMENTO SOBRE O PRODUTO E A PROPOSTA DE VALOR

Um bom processo de vendas não é composto apenas por etapas mecânicas ou um script do que falar ou de como agir. Ele envolve, principalmente, as características específicas de cada empresa e de seus produtos.

Ao elaborar o próprio processo, o empreendimento consegue **destacar o valor agregado da solução oferecida**, qualquer que seja. Isso ajuda a consolidar o posicionamento de marca e a apresentar argumentos que atraem os consumidores a tomar uma decisão.

## OTIMIZAÇÃO DOS RESULTADOS

Além de tudo, não podemos ignorar o principal motivo para a elaboração de um processo de vendas: **a conquista de um desempenho melhor**. Basicamente, essa ferramenta permite que o negócio atraia e converta mais pessoas. Na prática, é um jeito de garantir mais vendas pelo aumento da taxa de conversão.

**Principalmente, as conversões se tornam previsíveis e, até mesmo, escaláveis. Com a implementação das etapas, dá para fazer com que os esforços do time comercial sejam mais efetivos.**

Assim, é possível alcançar os objetivos definidos no planejamento de vendas, além de ser viável **aumentar a participação de mercado**.



---

# Como criar um processo de vendas estruturado dentro da empresa?







Para aproveitar todos os pontos positivos desse processo, é preciso criá-lo de maneira estruturada. **O desenvolvimento de uma etapa de vendas deve seguir alguns critérios** para que seja funcional na prática.

Como visto, a possibilidade depende de cada negócio, então, é preciso reconhecer a situação e fazer as definições para tirá-lo do papel. Com a ajuda certa, fica mais fácil driblar os desafios e montar o passo a passo necessário para chegar ao sucesso.

Na sequência, descubra **como criar um processo de vendas estruturado** dentro da empresa e entenda o que é mais importante.



## TENHA CLAREZA SOBRE NECESSIDADES E POSSIBILIDADES

Antes de tomar qualquer decisão, um negócio deve usar algumas ferramentas para entender a situação. **Realizar um bom diagnóstico** permite compreender quais são as etapas necessárias e o que deve fazer parte de um processo de vendas.



Nesse reconhecimento de terreno, confira quais são as principais dificuldades do método de vendas atual e quais são as oportunidades desperdiçadas. Entenda onde estão as perdas de recursos e como o time pode ser mais aproveitado.

Em relação às possibilidades, **entenda qual é o volume de profissionais disponíveis e quais metas são viáveis** para o empreendimento. Desse jeito, é possível ter uma visibilidade melhor e entender quais são os aspectos essenciais para alcançar bons resultados com o procedimento.



## ILUSTRE AS FASES DO PROCESSO

Depois desse entendimento inicial, defina quais devem ser as fases dessa ferramenta. Ou seja, é nesse momento que são definidas as etapas, suas características e em qual ordem devem ser executadas. Dentro de uma **proposta de funil de vendas**, há quatro fases principais. São elas:

- [atração e captação](#);
- [nutrição e aprendizado](#); e
- [prospecção e qualificação](#);
- [abordagem e conversão](#).

Ao desenhar o processo de vendas, **estabeleça o que deve acontecer em cada período**. Defina onde gerar leads, como eles devem ser acompanhados e qual trajetória precisam seguir. Estabeleça gatilhos ou “milestones”, para indicar quando alguém passa de uma etapa para a outra. O apoio de uma [agência de marketing](#), inclusive, é interessante, ainda mais em uma [estratégia digital](#). Depois, determine como os profissionais devem abordar os clientes, o que devem apresentar e quais argumentos podem ser usados. Determine como contornar objeções e quantas vezes insistir até o fechamento, de modo a otimizar o uso dos recursos.





## CONTE COM A AJUDA DE QUEM ESTÁ ENVOLVIDO NA ÁREA

Para criar um processo realmente efetivo e que funcione na prática, não abra mão de contar com quem está envolvido com essa etapa. Portanto, é interessante ter o apoio do time comercial para alcançar um desenvolvimento consistente com a realidade dos profissionais.

**Compreenda quais são os maiores desafios dos profissionais de vendas** e o que os impede de conseguir mais conversões. Aproveite para colher sugestões e recomendações, pois isso permite otimizar a ilustração das fases. Não é necessário incorporar todas as ideias ou os pontos levantados, mas um **desenvolvimento colaborativo aumenta as probabilidades de sucesso**. Portanto, não deixe de abrir esse diálogo.

## COMUNIQUE E TREINE TODOS OS VENDEDORES

Depois que o processo de vendas estiver estruturado, será indispensável cuidar da transparência. Na prática, isso significa garantir que **todos sejam comunicados sobre as etapas e as regras previstas**.

O ideal é apresentar todas as informações para os vendedores e tirar quaisquer dúvidas que apareçam. Os profissionais precisam reconhecer a importância de seguir a estrutura e o que podem fazer para alcançar resultados melhores.

Além disso, é indispensável **executar um bom treinamento**. Todos devem passar por simulações e capacitações de aplicação do passo a passo de vendas. Na hora de abordar as oportunidades, os resultados ficam melhores.





## FAÇA O ACOMPANHAMENTO DA SUA IMPLEMENTAÇÃO

Tão importante quanto elaborar e colocar essa estrutura em funcionamento é garantir o seu acompanhamento. Talvez seja necessário **realizar algumas adaptações ou correções**, mas só é possível identificar tal situação ao verificar os resultados.

O melhor jeito de fazer isso é **estabelecendo metas e indicadores de desempenho**. Meça o desenvolvimento do time, veja se as oportunidades geradas são condizentes com as expectativas e entenda onde é possível melhorar. Com esse conhecimento sobre o que ocorre na prática, dá para ter uma boa ideia do que fazer para alcançar o máximo aproveitamento de cada prospect e consumidor.



---

Quais os benefícios de ter um  
processo de vendas na empresa?





A elaboração de um bom processo de vendas e sua correta implementação geram muitos benefícios para o negócio. Além do aumento das conversões, é possível **conquistar um desempenho muito superior** e que ajuda o empreendimento a chegar mais longe.

Depois de reconhecer essas vantagens, é possível se convencer de vez sobre a importância de adotar essa ferramenta. Quer ver? Confira quais são os principais pontos positivos!





## DIMINUIÇÃO DO CICLO DE VENDAS

Com a padronização de etapas e o aumento de capacitação dos profissionais, é possível atingir os resultados esperados com maior facilidade. A conversão chega mais cedo e faz com que o negócio fature mais. Para empreendimentos com vendas complexas, é um ponto importante, porque **diminui o tempo do ciclo** e, com isso, economiza recursos.

Esse impacto também é responsável por aumentar a previsibilidade, já que o acompanhamento permite ter uma ideia de quão efetivas são as estratégias. O resultado é que há um melhor fluxo de entrada financeira, o que ajuda o empreendimento a **ter mais equilíbrio**.

## ELEVAÇÃO DA SATISFAÇÃO DOS CLIENTES

Outro ponto importante é que a criação de um processo de vendas ajuda os profissionais a terem um contato melhor com o público. Assim, oportunidades e clientes recebem um atendimento melhor, o que **aumenta a satisfação das pessoas**.

Isso é essencial, primeiramente, para otimizar a imagem do negócio e posicioná-lo de modo atrativo. Também é algo que favorece a fidelização e até a obtenção de indicações de quem fechou negócio. O custo de aquisição do cliente (CAC) fica menor e, principalmente, **o negócio ocupa uma posição de destaque junto ao público**.





## AUMENTO DA LUCRATIVIDADE

Toda conversão gera despesas para o empreendimento, e isso afeta, inclusive, a precificação. Porém, com um passo a passo de vendas bem estruturado, é possível contornar o problema e **eleva a lucratividade obtida**.

Isso é possível, primeiramente, com a redução de custos. A padronização e a definição exata de quando agir faz com que o time perca menos tempo e gaste menos recursos. Além disso, há a obtenção orgânica de novos clientes e o retorno de atuais, o que reduz os gastos e aumenta o faturamento.

Além de tudo, os profissionais conseguem indicar melhorias de produto (upselling) e itens relacionados (cross-selling). Desse jeito, há um **aumento do ticket médio**, o que também amplia a margem obtida pelo negócio.



## DIFERENCIAÇÃO DE MERCADO

Muitos estabelecimentos ainda insistem em realizar vendas de maneira quase intuitiva. O problema é que, em um cenário tão dinâmico e exigente, essa já não é a melhor saída.

Quando o seu negócio decide criar uma estrutura de atuação comercial, o resultado é uma **abordagem muito criteriosa e eficiente**. Com isso, os resultados de venda se consolidam e há, até mesmo, mais dinheiro para investir em melhorias.

Além de tudo, o processo bem estruturado permite até captar oportunidades que são desperdiçadas pelos concorrentes. Com uma crescente participação de mercado e bons resultados, o efeito é o **destaque dos competidores**.

## AUMENTO DA CAPACIDADE DE CRESCIMENTO

Não menos importante, um bom processo de vendas sustenta o desenvolvimento do empreendimento. Basicamente, a melhoria no desempenho comercial faz com que **a marca fique mais conhecida e tenha um público mais engajado**. Isso também permite que haja mais recursos para investir em novas metas e interesses.

Com uma gestão adequada, o resultado é que os ganhos maiores e com maior qualidade **geram crescimento e expansão do estabelecimento**. É possível abrir filiais ou aumentar a participação no mercado e, assim, ter maior nível de consolidação e robustez.



---

# Conclusão





**Criar um bom processo de vendas é essencial** para que sua empresa conte com padronização e qualificação na atuação comercial. Com um bom planejamento, muita transparência e acompanhamento dos resultados, é possível aproveitar ao máximo essa ferramenta.

Com a utilização adequada, seu negócio terá novas oportunidades e vai se destacar, então, vale **considerar o uso para alcançar esses resultados**.







AGÊNCIA DIGITAL



Somos constantemente desafiados à superação e não baixamos a cabeça. Levantamos e mudamos constantemente, somos a Agência Digital mais camaleônica que você vai conhecer.

Nossa experiência conta e se valoriza mais porque entendemos o termo resiliência, porque buscamos sempre o melhor, nos adaptando, desde 1999, sem ilusão, com ação.

Mas não basta! O que nos satisfaz é levar isso aos nossos clientes. Por isso, criamos a Mentoria Estratégica. Através dela, conseguimos ajudar os clientes muito além da criação de um site, inbound marketing ou qualquer outro produto.