

## A cold calling ainda funciona?

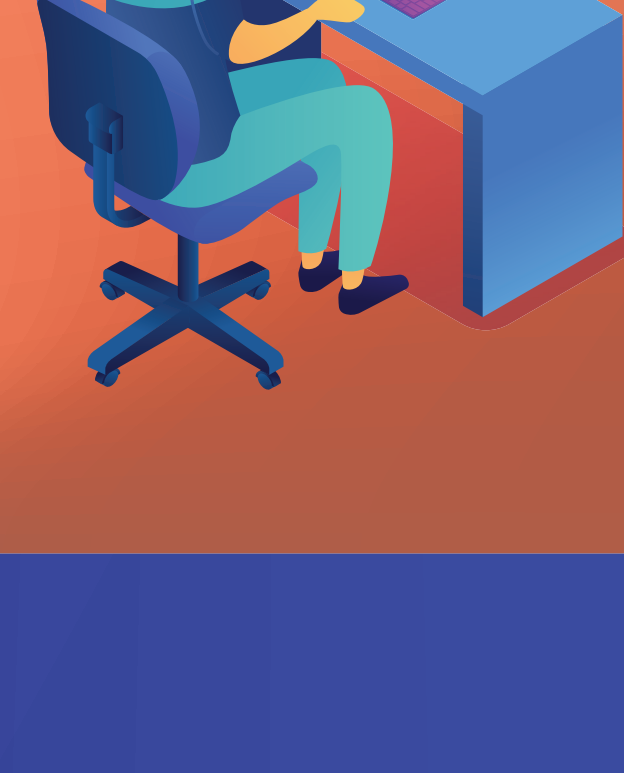
Desenhamos o passo a passo da ligação fria eficiente de verdade



Essa é uma ação comercial polêmica. Aqui na **Exact Sales**, nós também prospectamos pelo telefone. Mas podemos dizer que nossa **LIGAÇÃO FRIA não é tão fria assim** - estratégia essa que já garantiu alguns de nossos principais cases de sucesso.

Baseado em nossas **melhores práticas**, compilamos **O que funciona x O que não funciona** em ações de cold calling em uma lista de tópicos. Veja:

## Objetivo do telefonema



### Funciona:

- mapear principais dores e necessidades do lead,
- apresentar rapidamente a empresa que você representa,
- contextualizar **RAPIDAMENTE** o que você vende,
- engajar o lead por meio de **gatilhos mentais**,
- mostrar para o lead que sua empresa **pode ser útil** para ele,
- vender **A REUNIÃO DE VENDA**.

**DICA:** saiba que é muito difícil o pré-vendedor conseguir falar com o decisor da compra logo no primeiro telefonema (aqui na **Exact Sales**, nós sabemos muito bem disso). O segredo é **engajar o gatekeeper**, também.



### Não funciona:

- forçar o fechamento da venda pelo telefone,
- esmiuçar as funcionalidades da solução,
- dar instruções técnicas da ferramenta para tentar vender,
- insistir sem qualquer evidência de **fit**.

## Alvo do telefonema



### Funciona:

- sua empresa tem **cases de sucesso no segmento** de atuação do lead,
- sua **equipe compreende** o contexto de mercado em que o lead atua,
- o lead **se encaixa no ICP** da empresa,

**DICA:** se quer vender aspirina, pelo menos telefone para quem tem dor na cabeça. Portanto, **leve o ICP a sério**. Algumas features do **Exact Spotter**, como o **lead scoring** e a inteligência artificial podem ajudar sua empresa com essa missão. Sem respeitar o ICP, você estará reforçando o seu **churn rate** - impactando negativamente no **Monthly Recurring Revenue (MRR)** e acabando com qualquer perspectiva de **previsibilidade**.



### Não funciona:

- telefonar para um lead **sem compatibilidade**,
- usar **lista fria** sem trabalho prévio de **qualificação**,

## Técnicas de abordagem



### Funciona:

"Oi, Antônio. Tudo bem? Meu nome é Júlio, eu trabalho na **Exact Sales** - uma empresa de Florianópolis - e represento..."

- Mostrar que você **entende do segmento**,
- Engajar o lead em **5 minutos** no máximo,
- Citar **cases no segmento**,
- Trabalhar com **escuta ativa**.

**DICA:** ofereça **capacitação** para que o **time de vendas** (pré-vendedores e vendedores) **confie na solução** que estão oferecendo. Se eles não acreditam nela, não vão conseguir **engajar o lead** e a frase seguinte será: "**Cara, eu tô um pouco ocupado agora. Você pode me ligar amanhã?**" - e nunca mais ele vai atender você.



### Não funciona:

"Olá! Com eu falo? Antônio, eu estou ligando hoje para oferecer uma oferta incrível dZZzZzzzzzzZz"

- **Não deixar claro** como pode **ajudar**,
- **Não** saber **escutar**,
- Demorar para **engajar o lead**.

## Discurso



### Funciona:

- se for **honesto** (e **demonstrar isso**),
- se o vendedor tiver um **tom de voz firme**,
- se o vendedor conhecer **gatilhos mentais**,
- mostrar a **urgência da reunião** fazendo **perguntas de implicação**,
- se **tiver algumas informações** sobre o lead,
- se for direcionado para **diagnosticar dores**,
- se **apontar os impactos** de não sanar essas dores.

**DICA:** aqui na **Exact Sales**, o discurso é todo direcionado para **ganhar a confiança** do lead para que ele aceite falar de sua empresa. Assim, saberemos se aquele contato faz sentido (ou não) para nós. Fazemos isso com **escuta ativa**, **Rapport**, raciocínio lógico, **prova social** e **gatilhos mentais de autoridade**. Uma vez que ele aceitou conversar, os filtros do **Exact SPOTTER** entram em ação. Nossos pré-vendedores fazem as perguntas determinadas pelo sistema que vão aparecendo de acordo com as respostas do lead.



### Não funciona:

- se for um discurso **desonesto**,
- se **tentar forçar qualquer ação** do seu lead.
- se **faltar confiança** na solução que oferece,
- se **faltar conhecimento** sobre o segmento do lead,

## Reunião foi marcada, mas o LEAD não apareceu!



Você fez todo o trabalho certinho e conseguiu marcar uma reunião de vendas. Mas o seu lead não apareceu. Infelizmente, isso acontece muito quando a empresa trabalha com **Inside Sales**. Mas há algumas maneiras de contornar essa objeção...

## Bônus: como fazemos na Exact Sales?



Aqui na **Exact Sales**, nós estudamos as taxas de **no show** (não comparecimento do lead) e desenvolvemos um método para burlar esse obstáculo.

- 1) nós usamos o **Workflow Inteligente** - uma **feature** de nosso próprio sistema, o **Exact SPOTTER** - para automatizar a geração de demandas. Isso ajuda o pré-vendedor e o próprio vendedor na hora de estabelecer com a agência de contatos apropriada para cumprir o protocolo de **follow up do agendamento**. Isso ajuda a manter o lead engajado com a reunião de vendas.
- 2) nós usamos o **gatilho de coerência**. A psicologia diz que **ninguém gosta de perceber que contou uma mentira** e, com isso, sentir que é incoerente. Por isso, nós partimos desse pressuposto e, já na cold calling, **nós fazemos o lead firmar compromisso** de comparecimento falando: "**se eu marcar a reunião para o dia X e você não puder ir, você vai me avisar?**". A consciência dele vai se certificar de que ele vai estar lá na data e horário combinados (ou, vai avisar, se não puder ir).
- 3) nós também coletamos **feedback dos vendedores** sobre as **reuniões** de venda, para saber se o **lead agendado** realmente estava **pronto** para receber a **proposta comercial**. Com isso, conseguimos **monitorar** a eficiência do **processo** e aprimorar o **treinamento dos pré-vendedores**.

Em nosso método - baseado no **cold calling 2.0**, mas com adaptações -, os telefonemas são feitas pelos pré-vendedores, os **BDR**. Já no treinamento, eles entendem que a ligação de **Pré-vendas** tem 4 etapas, que são:

- 1) Apresentação
- 2) Investigação
- 3) Demonstração de capacidade
- 4) Obtenção de compromisso

É em torno desse roteiro que nossos telefonemas de prospecção são feitos. É assim que nós alcançamos uma **taxa de conversão de 30%**, enquanto a **média do mercado brasileiro é de 6%**.

Agora que você já conhece nosso método, pode concluir: **a cold calling funciona ou não funciona?**