****

**UNIVERSIDADE METROPOLITANA DE SANTOS**

Núcleo de Educação a Distância

**Bruna Belini Espindola**

**Célia Regina de Almeida**

**Cristiano de Freitas Camargo**

**Dnara Taís Montalvão França**

**Tiago Alves Moraes**

**PROJETO INTEGRADO I (1482)**

SANTOS

2020

**Sumário**

[**1.** **Plano de Vendas** 4](#_Toc42616486)

[**1.1 O que é vender e como fazer para vender?** 4](#_Toc42616487)

[**1.2 O que a organização espera de mim e da minha equipe de vendedores?** 4](#_Toc42616488)

[**1.3 Quais as funções os vendedores da minha equipe devem desempenhar?** 5](#_Toc42616489)

[**1.4. Por que a empresa precisa da minha equipe de vendedores?** 5](#_Toc42616490)

[**2. Descrição do produto e empresa:** 5](#_Toc42616491)

[**3. Atendimento e passos de vendas** 6](#_Toc42616492)

[**3.1 Atendimento: Descreva como foi o atendimento e a abordagem as duas senhoras. Procure destacar a postura, se a mesma foi confiante ou mais cautelosa.** 6](#_Toc42616493)

[**3.2 Descreva o produto e como foi realizado a Demonstração do Produto, foi por meio de explicação verbal, foi utilizado panfletos, enfim, quais as ferramentas que foram utilizadas para demonstrar nosso produto.** 7](#_Toc42616494)

[**3.3. Descreva como foi fechado o negócio, foi fechado ali mesmo com suas explicações, ou foi fechado em outro momento em um convite a ir até a loja.** 7](#_Toc42616495)

[**3.4. Descreva como foi realizado o pós-venda. Diga se a loja dispõe de um setor específico e treinado ou se é realizado pelo próprio vendedor.** 7](#_Toc42616496)

[**4. Relacionamento com os clientes** 7](#_Toc42616497)

Resumo informativo: O presente Projeto Integrado I visa apresentar o plano de vendas da empresa de picolés “Picolés Estações” no qual mostrará o plano de vendas e as estratégias para que a empresa se torne a melhor sorveteria da cidade de Tiradentes – MG.

Palavras-chave: Vendas. Plano de vendas. Fidelização de clientes. Estratégias de vendas.

1. **Plano de Vendas**

**1.1 O que é vender e como fazer para vender?**

R.: Vender é a ação ou efeito de vender, ou seja, entregar algo a alguém através de um tipo de pagamento. Porém, definir a atividade de vendas não é apenas buscar uma definição em um dicionário. É buscar o espírito de quem exerce essa atividade; é resgatar os valores existe nesse trabalho. Para vender é necessário fazer um levantamento da forma como atingiremos o público alvo, é preciso promover um networking, ter um produto com um diferencial dos concorrentes, ter uma reputação e criar estratégias para sempre estar na mente do cliente, sejam com publicidades e propagandas nas cidades, redes sociais, etc.

 O termo "vendas" engloba todas as atividades envolvidas na venda de um produto ou serviço para um consumidor ou empresa.

**1.2 O que a organização espera de mim e da minha equipe de vendedores?**

R.: Espírito de liderança, simpatia, carisma, visão de empreendedor e o principal vestir a camisa da empresa e entregar resultados.

**1.3 Quais as funções os vendedores da minha equipe devem desempenhar?**

R.: Além do querer vender, é necessário ter atenção e carisma ao atender o cliente, uma vez que tais são essenciais para a satisfação do cliente.Os vendedores precisam conhecer o produto e suas características, saber qual o diferencial da concorrência para não só fazer a venda mais sim conquistar e fidelizar o cliente.

**1.4. Por que a empresa precisa da minha equipe de vendedores?**

R.: Porque é necessário ter pessoas com outras visões de mundo afim de opinar nas mais diversas decisões de modo a auxiliar em decisões com o mínimo de erro possível. Porque minha equipe está engajada para alcançar as metas estabelecidas e trabalhamos com foco na missão, valores e cultura da empresa.

**2. Descrição do produto e empresa:**

Empresa: Picolé Estações.

Produto: Picolés, diversos sabores.

Missão: Ser a melhor sorveteria da cidade de Tiradentes - MG.

Visão: Oferecer produtos de qualidade à população.

Cultura organizacional: 2 fabricantes, 2 vendedores.

Número de colaboradores: 4.

Descrição técnica do produto: Produtos feitos com frutas frescas, leite integral, emulsificante, gordura vegetal, aroma de sabores.

Público-alvo: Todas as idades.

Sazonalidade: Verão.

Preço: R$ 1,00.

O que se espera das vendas: É esperado que a população goste do produto a ponto de criar fidelidade na baixa temporada pois a cidade costuma ser quente em todas as estações

Como irá atuar a equipe de vendas: Os vendedores externos irão de casa em casa e teremos uma página no facebook para divulgação dos nossos produtos.

Incentivo dos vendedores em informações dos clientes: Os vendedores terão um formulário consigo que pegarão informações dos clientes e teremos um cartão fidelidade no qual a cada 10 picolés o 11º sai de graça

Estratégia de vendas: Vender os produtos de casa em casa em horários de pico de sol e nos fim de semana.

Vendas externas ou internas: Vendas externas.

Estrutura: Combinada.

Funções para a gestão de vendas: Organizar diariamente os dados das vendas diárias no excel para ter controle e fazer o pagamento diariamente da comissão dos vendedores.

Quotas: 300 picolés diariamente.

**3. Atendimento e passos de vendas**

**3.1 Atendimento: Descreva como foi o atendimento e a abordagem as duas senhoras. Procure destacar a postura, se a mesma foi confiante ou mais cautelosa.**

R.: O atendimento foi realizado de forma bem tranquila. Inicialmente, foi dado “bom dia” às senhoras e foi explicado que os produtos que ela procuravam haviam esgotados nas lojas devido o fato do fornecedor não ter entregado os ingredientes em tempo hábil. Nesse sentido, foi passado o número da empresa para que as moças entrem em contato para que possamos passar a relação dos produtos e as lojas autorizadas a fazerem a revenda.

**3.2 Descreva o produto e como foi realizado a Demonstração do Produto, foi por meio de explicação verbal, foi utilizado panfletos, enfim, quais as ferramentas que foram utilizadas para demonstrar nosso produto.**

R.: O produto foi mostrado através de panfletos e de imagens meramente ilustrativas no site da empresa. Foi explicado como é feita a produção, os benefícios e apresentado outras informações técnicas.

**3.3. Descreva como foi fechado o negócio, foi fechado ali mesmo com suas explicações, ou foi fechado em outro momento em um convite a ir até a loja.**

R.: O negócio foi fechado em um momento posterior à conversa com as moças. As atendidas foram convidadas à irem à empresa e participaram da produção do nosso produto, viram todos os cuidados necessários na produção, desde a compra dos materiais, preparação até a finalização para venda.

**3.4. Descreva como foi realizado o pós-venda. Diga se a loja dispõe de um setor específico e treinado ou se é realizado pelo próprio vendedor.**

R.: O pós venda foi marcado pelo momento no qual as atendidas efetuaram a compra. A entrega do produto às atendidas foi realizada por uma equipe altamente treinada no que tange ao transporte e houve a disponibilização de um profissional especializado em vendas para treinar os vendedores.

**4. Relacionamento com os clientes**

(Como conhecer o cliente? Como desenvolver relacionamento de longo prazo? Recursos utilizados no processo de fidelização do cliente).

- Estratégia para fidelizar clientes:

Diante da missão da empresa, que é se tornar a melhor sorveteria da cidade de Tiradentes – MG e diante da visão, que é oferecer serviços de qualidade à população, faz-se importante a aplicação desta estratégia de fidelização de clientes.

Inicialmente, para que conheçamos os nossos clientes, os vendedores, no ato de venda dos produtos tentarão levantar o máximo de informações possíveis juntamente ao cliente. Além disso, será registrado quais produtos cada cliente mais consome, criando então um acervo de registros de compras. Adicionalmente, através das redes sociais, será investido no aplicativo “Instagram” algumas enquetes que abordarão sobre as preferências de cada cliente, com isso, a partir do momento em que o cliente expõe seus gostos, é possível ter em mãos informações valiosas.

A partir do momento em que as informações forem levantadas e sabendo da preferência de cada cliente, quando este realizar uma compra, será dado um brinde, assim, o comprador tenderá a ser fiel à marca, pois terá consigo vantagens em ganhar um produto que ele gosta. Além disso, outra prática é o investimento em descontos progressivos, no qual, na compra de “x” produtos, o cliente ganhará “x” percentual de desconto na compra total.

Além disso, outra prática adotada será dar atenção ao comprador, perguntando o que ele achou do produto, oportunizar que o mesmo experimente outros produtos. Isso aproxima o cliente à empresa e consequentemente, fidelize o cliente.

Nesse sentido, serão utilizados o relacionamento pessoal (comunicação) entre o vendedor-cliente e as redes sociais para interação.