

UNIVERSIDADE METROPOLITANA DE SANTOS
TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

Plano de Vendas para a Empresa MELHORSONO Colchões

Evandro Aparecido da Silva

Juliana Rosa Trevizan

Telma Corrêa Leonello

Brasil

2021

SUMÁRIO

1	PLANO DE VENDAS.....	3
1.1	Objetivos da equipe de vendas.....	4
1.2	Estratégia da equipe de vendas.....	4
1.3	Estruturas da equipe de vendas.....	5
2	GERENCIAMENTO DE VENDAS.....	6
3	ATENDIMENTO E PASSOS DE VENDAS.....	7
3.1	- Como foi o atendimento do vendedor as duas senhoras.....	7
3.2	- A descrição do produto.....	8
3.3	- Fechamento do negócio.....	8
3.4	- Pós-Venda.....	8
4	PLANO DE FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES.....	9
4.1	- Planejamento.....	9
4.2	- Como conhecer o cliente.....	10
4.3	- Recursos utilizados.....	10

PLANO DE VENDAS

MELHORSONO COLCHÕES, trata-se de uma empresa de comércio varejista, que atua no ramo de vendas de colchões há 15 anos, possui um total de 12 (doze) funcionários, sendo o 1 (um) diretor-proprietário, 1 (um) gerente, 08 (oito) vendedores e 2 (dois) entregadores.

O principal produto da empresa, se trata de colchões de molas de aço temperado, com 2,2 mm, estofamento todo em espumas especiais, revestido com tecidos com tecnologia anti-alergênicos e termogênicos.

O público alvo para venda dos colchões vai desde casais que buscam um melhor qualidade de vida e de sono, ao público feminino, e jovens em ascensão profissional.

Por se tratar de um produto que prioriza a qualidade de vida, tem saída em qualquer época do ano.

A missão para se elaborar uma equipe de vendas na MELHORSONO COLCHÕES, é de ser referência no mercado varejista de colchões, com a venda de produtos de ponta para melhor atender às necessidades e o bem estar do cliente.

1.1 OBJETIVO DA EQUIPE VENDAS

- Ter como prioridade a qualidade do produto, o bom atendimento ao cliente e a pontualidade na entrega.
- Estar na disputa entre os melhores de vendas de colchões, competindo com o seu principal concorrente Colchões Ortobom, lojas de franquias, que conta com franqueados espalhados por todo o Brasil.
- A empresa espera ainda que a sua equipe trabalhe em conjunto, dando o melhor de si, focando no crescimento da empresa e crescimento pessoal.
- É necessário que a equipe de vendas conheça o produto que comercializamos, com todas suas informações técnicas, para isso iremos capacitar o quadro de funcionários da área de vendas, para que conheçam minuciosamente o produto que comercializamos.
- A empresa espera que a equipe de vendas tenha eficiência no atendimento ao cliente seja ele, dentro da loja, por telefone, redes sociais ou e-commerce.
- É necessário que os vendedores tenham informações técnicas sobre o produto comercializado, para isso a empresa irá explicar detalhadamente de que tipo de material são feitos nossos colchões e qual a função de cada material utilizado na fabricação dos mesmos.
- Investiremos também e capacitaremos os nossos colaboradores, através de cursos de técnicas de aprimoramento de vendas.
- Teremos reuniões semanais com toda equipe, para que todos possam expor suas ideias, sendo assim uma das formas de melhorarmos nossas vendas.
- É primordial a higiene e a limpeza na parte física da loja, como também é primordial organização na exposição dos colchões e afins, sendo que estarão expostos e distribuídos por toda a loja, com fácil acesso aos clientes.

1.2 ESTRATEGIA DA EQUIPE DE VENDAS

- As vendas se darão internamente, dentro do espaço físico da loja, através de abordagem direta dos vendedores aos clientes, logo que os mesmos entrarem dentro do estabelecimento.
- As vendas se darão também por telemarketing e via internet.
- É importante que toda a equipe esteja preparada e bem treinada para atuar nas diversas formas de vendas que a empresa exercita.

1.3 ESTRUTURA DA EQUIPE DE VENDAS

- A estrutura da equipe de vendas se dará da forma combinada, onde todos os colaboradores atenderão todos os tipos de clientes.
- A loja dará treinamentos contínuos aos funcionários, de técnicas de vendas, e de atendimento ao cliente.
- É imprescindível também que todos os vendedores conheçam profundamente o que estão vendendo, para que saibam atender com perfeição todas as necessidades dos clientes.
- O quadro de funcionários terá treinamentos contínuos, para atuarem nas vendas diretas e indiretas, tanto no corpo a corpo, como por telefone ou internet.
- Embora o estabelecimento venda todos os tipos de colchões, para diversas necessidades, e para vários nichos de clientes, o atendimento no espaço físico da loja se dará através do sistema de ponta, onde haverá um rodizio, com chances iguais de vendas por todos os vendedores.
- Já o modo de vendas via telefone ou internet, será feita da seguinte forma: será disponibilizado uma listagem por supostos compradores, onde o atendimento se dará sempre pelo mesmo vendedor, desde do primeiro contato, a apresentação do produto, a necessidade do cliente, a venda final, a entrega até o pós venda.

2. GERENCIAMENTO DE VENDAS

O responsável pelo setor de vendas irá acompanhar de perto a evolução dos seus vendedores, dando o suporte necessário, treinamentos e avaliação periodicamente.

Para que o gerente de vendas possa ter esse acompanhamento será implantado na loja a plataforma CRM, que ajudará no controle de gerenciamento das vendas, análises de interações entre vendedor e clientes, metas cumpridas ou a cumprir e a capacitação de novos clientes.

O gerenciamento de vendas será feito da seguinte forma:

- Terá um líder de vendas.
- Será estabelecido metas para toda a equipe de vendas.
- Os vendedores serão focados e treinados apenas para vender, não farão serviços externos.
- Além da venda direta do balcão, a loja vende também através da internet, por e-mail ou mala direta, para que aja o foco seja diretamente nas vendas e conquistas de novos clientes, será capacitado um profissional de SDR, que é o responsável por fazer o pré-venda na empresa, através desse profissional, será repassado para a equipe de vendas apenas os melhores contatos dos clientes, os que possivelmente compraram conosco, e os de melhor potencial, com isso esses vendedores não perderam tanto tempo, e a empresa tende a ganhar.
- Todos os vendedores terão que estar treinados para usarem o CRM, que é um grande aliado do vendedor, pois através do CRM se tem todo o histórico do cliente e suas necessidades.

É importante conquistar novos clientes para a loja, mas o mais importante e mais barato é fidelizar os já existentes.

3. ATENDIMENTO E PASSOS DE VENDAS

Após o líder da equipe de vendas presenciar a conversa de duas senhoras no ponto de ônibus onde uma relata para a outra que estava cansada de procurar nas lojas especializadas em colchões da região, um determinado colchão que atendesse a sua necessidade, e que não obteve sucesso em nenhuma, o líder convidou ambas a visitarem sua loja, pois tem o produto certo e que poderia ajudá-la, foi marcado então com a futura cliente que ela iria fazer uma visita a loja dentro de dois dias.

A partir daí o líder se preocupou em como seria feito o atendimento pelos seus vendedores, foi então que resolveu instruir sua equipe com técnicas de vendas para que consigam dar um bom atendimento, conquistar a cliente e finalizar a venda.

Quando chegou o dia marcado, e as senhoras entraram na loja pra serem atendidas, o líder confiou esse atendimento em um determinado vendedor que ele próprio capacitou, e ficou por perto observando e analisando como esse vendedor iria sair nessa venda, se iria atender as suas recomendações, e em qual ponto deveria melhorar.

O vendedor foi analisado nos seguintes itens:

3.1 Como foi o atendimento do vendedor as duas senhoras:

Depois de todo o treinamento, o vendedor abordou as duas senhoras com confiança, simpatia, com um sorriso de boas-vindas, se identificou, e perguntou o nome de ambas, sempre com postura ereta e olhos nos olhos.

A princípio o vendedor não entrou direto no assunto da venda do colchão, ele procurou quebrar o gelo falando do tempo que estava muito frio naquele dia, um dia propício para ficar em casa somente descansando, e elas ficaram mais à vontade com essa conversa, e concordaram que dias assim é propício para um bom descanso mesmo, disse ainda que para que se tenha um bom descanso é preciso ter um colchão de qualidade, para que a pessoa acorde sem dores nas costas, e que essa era a busca dela ali naquela loja.

Aproveitando desse momento, em que o vendedor já sabe o nome da cliente, já identificou sua necessidade, ele aproveitou para oferecer uma água ou café, e o mais interessante que ele não falou aceita uma água ou café, falou apenas “água ou café”, e enquanto degustavam o cafezinho fresquinho, ficavam cada vez mais à vontade no interior da loja, e assim foram demonstrando terem mais confiança no vendedor.

3.2 A descrição do produto:

Aproveitando que estavam mais à vontade e já sabia da necessidade da cliente, o vendedor começou a mostrar os colchões correspondentes que iriam ajudá-la a curar as dores nas costas e ter noites de bom sono.

Ele escolheu os colchões a serem mostrados para a cliente, de acordo com a necessidade da mesma, descrevendo com precisão qual material era feito cada colchão, e para que servia cada material, sempre usando da verdade em seu falar, com uma linguagem de fácil entendimento, sem termos técnicos, para que não aja dúvidas na escolha.

3.3 Fechamento do negócio

A cliente sentiu que o vendedor estava falando a verdade, passou confiança e segurança, e a deixou bem a vontade, e então o fechamento da compra do colchão adequado para as dores nas costas foi realizado ali mesmo no espaço interno da loja.

3.4 Pós-Venda

Embora a empresa tenha um setor de telemarketing treinados para realizar o pós-venda, nesse caso específico o próprio vendedor que efetuou a venda, se prontificou a realizar o pós-venda, e o fez com sabedoria, entrando em contato com a mesma, a princípio enviou um e-mail de agradecimento, dias depois efetuou uma simples ligação de cortesia, na qual aproveitou a ligação e a disponibilidade da mesma e fez uma pesquisa de satisfação, o retorno foi muito positivo, e assim conquistou ainda mais a cliente, na qual deu certeza que irá fazer outras compras na loja, pois está precisando trocar os colchões dos outros dormitórios.

4. PLANO DE FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES

Objetivo da ação de fidelização de clientes da **Melhorsono**, é de fidelizar o cliente, levando em conta a alta concorrência e grande oferta de mercado.

4.1 Planejamento

O plano de fidelização tem o objetivo de marcar na memória do cliente a empresa e induzir a novas compras, para que isso aconteça, será distribuída uma lista para cada vendedor contendo todos os clientes que efetuarão compras nos últimos 12 meses, agrupados por ticket médio em 3 níveis. Para que seja desenvolvido pelo mesmo vendedor um trabalho personalizado e mais íntimo com o seu cliente, onde serão ofertados produtos para estes clientes mantendo o nível de compra e sugerindo produtos similares a última compra.

Todos os clientes também receberão no ato da compra um voucher com 10% de desconto para ser utilizado na próxima compra ou presentear alguém que ele escolha .

Estes planos serão semanais, mensais e anuais:

Semanalmente através de e-mail e mensagens de whatsapp, os clientes receberão ofertas, informações relacionadas ao produto e benefícios de qualidade do sono para a saúde.

Mensalmente o cliente receberá um e-mail ou propagandas patrocinadas em redes sociais com a campanhas desenvolvidas pelo departamento de marketing .

Como exemplo:

- Mês de agosto campanha dia dos pais.
- Mês de setembro aniversário da empresa.

Anualmente serão enviados e-mails em datas comemorativas personalizados, como a data de aniversário do cliente.

4.2 Como conhecer o cliente

Através da ferramenta de agrupamento de dados da empresa SIG, assim será possível conhecer o perfil do cliente, faremos também o mapa da jornada do cliente. Conhecemos os clientes através de pesquisas de feedback, aplicação do business intelligence e análise de interações em mídias sociais.

4.3 Recursos utilizados

Foram utilizados para o projeto de fidelização :

- Informações fornecidas pelo Ti através da ferramenta SIG.
- Utilização de redes sociais.
- Campanhas de marketing.
- Material impresso.

Obs: Todo o custo da operação se utilizou de verba de 6% destinada a propaganda.

Referências:

Agendor blog. Plano de vendas de uma empresa: tudo o que você precisa saber para colocar em prática. Disponível em: <https://www.agendor.com.br/blog/como-elaborar-plano-vendas-empresa/> Acesso em: 25/03/2021.

CRM Piperun. Gerenciamento de Vendas. Disponível em: <https://crmpiperun.com/blog/gerenciamento-de-vendas/> Acesso em: 25/03/2021.

Portal Ciss. Seis dicas para fazer um planejamento de vendas de ponta a ponta. Disponível em: <https://blog.ciss.com.br/dicas-planejamento-de-vendas/> Acesso em: 25/03/2021.

SEBRAE Plano Vendas.pdf. Disponível em: https://campus20211.unimesvirtual.com.br/pluginfile.php/59201/mod_resource/content/1/SEBRAE%20Plano%20Vendas.pdf Acesso em: 25/03/2021.