

**UNIVERSIDADE METROPOLITANA DE SANTOS**

Mariângela Lopes Moreira Pepe

Wagner da Cruz Aguiar

PROJETO INTEGRADO I – Plano de vendas W.M Fretes Logísticos

**Santos  
2021**

# UNIVERSIDADE METROPOLITANA DE SANTOS

PROJETO INTEGRADO I – Plano de vendas W.M Fretes Logísticos

Trabalho apresentado ao curso de tecnologia em Gestão Comercial do Núcleo de Educação à Distância da Universidade Metropolitana de Santos.

Orientador:  
Prof. Dr. Paulo Vidigal

**Santos**  
**2021**

## SUMÁRIO

<b>1 Elaborar as metas de vendas</b> .....	04
<b>2 Contextualizar uma empresa fictícia</b> .....	04
<b>3 Produto ou Serviço a ser comercializado</b> .....	04
<b>4 Apresentar Missão, Visão e Cultura Organizacional</b> .....	05
4.1 Visão .....	05
4.2 Missão .....	05
4.3 Valores .....	05
<b>5 Estrutura da diretoria</b> .....	05
<b>6 Quantos colaboradores a empresa possui</b> .....	05
<b>7 Especificação técnica do produto/serviço com detalhes</b> .....	05
<b>8 Indicar qual o principal cliente (público-alvo)</b> .....	06
<b>9 Indicar se o produto/serviço depende de sazonalidade</b> .....	06
<b>10 Indicar preço</b> .....	06
<b>11 Apresentar principais concorrentes</b> .....	06
<b>12 Atendimento e passos de vendas</b> .....	06
12.1 Atendimento .....	06
12.2 Demonstração do Produto .....	07
12.3 Fechamento da venda .....	07
12.4 Pós-venda .....	07
<b>13. Relacionamento com clientes</b> .....	08
13.1 Como conhecer o cliente .....	08
13.2 Como desenvolver um relacionamento a longo prazo .....	08
13.3 Recursos utilizados na fidelização de clientes .....	08
13.4 Como desenvolver um relacionamento a longo prazo .....	09
13.5 Recursos utilizados na fidelização de clientes .....	09
<b>Referências</b> .....	11

## **1 Elaborar as metas de vendas**

A W.M Fretes Logísticos tem por objetivo prestar serviço logístico aos embarcadores de todo o território brasileiro. Para que isso ocorra, a empresa conta com a expertise de seus vendedores e aposta na capacitação com informações técnicas de mercado para prospectar clientes e assegurar um atendimento personalizado na expectativa de aumento de volume em decorrência da experiência obtida em operar com a nossa empresa.

Nossos vendedores estão aptos a fornecerem informações técnicas que permitem nossos clientes a tomarem decisões logísticas favoráveis aos seus negócios e desta forma confiar uma participação maior de nossa empresa em suas movimentações.

Nosso objetivo é superar as expectativas dos seus clientes através de uma logística inteligente.

## **2 Contextualizar uma empresa fictícia**

Atuando desde 2020 no comércio Exterior, a W.M Fretes Logísticos investe em eficiência operacional e aposta no atendimento próximo ao cliente para transportar seja por mar, terra ou ar, com segurança, suporte integral e provendo informação em tempo real (*Door to Door*)

Somos uma empresa especializada no mercado logístico com a missão de oferecer um pacote completo de serviços, através de profissionais capacitados e com ampla experiência no mercado Internacional, buscando reduzir o custo logístico do cliente, utilizando uma política de frete diferenciada e trazendo benefícios operacionais com agilidade na resolução dos processos de importação e exportação.

## **3 Produto ou Serviço a ser comercializado**

A W.M Fretes Logísticos desenvolve atendimento nos seguintes serviços:

- Frete Marítimo
- Frete Aéreo
- Frete Rodoviário
- Armazenagem
- Marítimo LCL e FCL
- Desembarço Aduaneiro
- Desenvolvimento de Carga Projeto
- Operação Porta a Porta (*Door to Door*)

## **4 Apresentar Missão, Visão e Cultura Organizacional**

### 4.1 Visão

Ser reconhecida por dez bons clientes como a melhor empresa do ramo de logística e transportes até 2022, atendendo clientes do ramo frigorífico, alimentício, partes e peças, carga seca.

### 4.2 Missão

Oferecer soluções em logística e transportes, através da prestação de serviços adaptando-se às necessidades dos clientes buscando melhoria contínua em nossos processos e aprimoramento dos nossos colaboradores.

Atuar com pontualidade, informação, segurança, inovação, sustentabilidade e um valor justo, traduzidos em resultados de satisfação para todos *Stakeholders*.

### 4.3 Valores

Atuar de forma ética e conforme termos acordados com os clientes.

Manter uma equipe comprometida com a qualidade e agilidade sobre os serviços prestados.

Priorizar pela integridade e segurança da carga transportada.

Buscar constante aprimoramento de nossos colaboradores para que atuem de forma empática no atendimento ao cliente e na busca de soluções.

Transparência e honestidade nas ações.

## **5 Estrutura da diretoria**

A alta gestão da empresa é composta por 02 sócios investidores.

## **6 Quantos colaboradores a empresa possui**

Nossa empresa conta com 02 vendedores e 02 operacionais.

## **7 Especificação técnica do produto/serviço com detalhes**

TRANSPORTE MARÍTIMO: Através das negociações com várias linhas e contando com profissionais altamente qualificados e com vivência junto aos armadores, conseguimos oferecer o melhor custo-benefício, agregando informação e acompanhamento dos processos de Importação e Exportação, até a conclusão (*Door to door*) nos serviços de FULL CONTAINER e CARGA CONSOLIDADA.

**TRANSPORTE RODOVIÁRIO:** Transportando com segurança temos o compromisso de entregar ou coletar a carga em qualquer parte do Brasil, assim como selecionar fornecedores qualificados no Exterior, contando com um processo de acompanhamento que permite sua localização a qualquer momento, via EDI com veículos equipados com dispositivos de segurança e monitorados por satélite.

**TRANSPORTE AÉREO:** Oferecemos um serviço de transporte aéreo de carga para quem busca agilidade, pontualidade e rapidez na entrega. Trabalhamos com os principais aeroportos brasileiros e com um serviço de acompanhamento passo a passo, desde a coleta até a entrega no destino final.

### **8 Indicar qual o principal cliente (público-alvo)**

Nosso público-alvo são exportadores e importadores de carga seca e carga refrigerada em todo o mundo.

### **9 Indicar se o produto/serviço depende de sazonalidade**

Nosso serviço não depende da sazonalidade pois atendemos nichos diversificados.

### **10 Indicar preço**

Nossos preços acompanham o mercado global, taxas do Dolar e Euro.

### **11 Apresentar principais concorrentes**

Nossos principais concorrentes são os diversos Agentes de cargas que existem no mercado logístico.

### **12 Atendimento e passos de vendas**

#### **12.1 Atendimento**

Na hora de abordar o cliente é fundamental transmitir empatia e simpatia. Certamente, trata-se de um dos maiores desafios do vendedor de serviços logísticos. Cada cliente possui uma característica e uma necessidade diferente, por isso, o vendedor de serviços logísticos precisa estar sensível a percepção dessas necessidades a fim de adaptar a sua experiência às dores do cliente.

O cliente vem em busca do serviço logístico para sua empresa, o vendedor deve abordar com educação, procurando compreender os interesses e necessidades do cliente.

Utilizando de uma linguagem formal, permeada de respeito, evidenciando as características do serviço, bem como como o mesmo será desenvolvido, passando assim credibilidade.

### 12.2 Demonstração do Produto

É necessário conhecer os motivos que despertaram o interesse do seu potencial cliente e suas expectativas para o serviço. Para oferecer a solução, você precisa conhecer o problema. Por isso, estudar e conhecer a fundo seu público-alvo é fundamental para o sucesso do seu negócio. Estimular o desejo do cliente em adquirir o seu serviço.

Conversar sobre como será o serviço, a qualidade dos recursos disponíveis para andamento da sua operação logística, assegurar a rastreabilidade de suas cargas por meios de sistemas específicos, onde ele terá informações em tempo real bem como pontuar quais benefícios ele terá utilizando os serviços da W.M Fretes Logísticos além de toda segurança que a empresa pode oferecer.

### 12.3 Fechamento da venda

É importante entender como é o processo de compra da empresa, para sempre acompanhar o cliente.

Após a demonstração do serviço, foram discutidas as formas de pagamento (parcelamentos, boletos, prazos), seguro, estratégias de acompanhamento e viabilização dos serviços.

### 12.4 Pós-venda.

É necessário que o cliente tenha segurança e a garantia de um acompanhamento após adquirir o serviço da W.M Fretes Logísticos. Alguns dias após a venda, o vendedor da W.M Fretes Logísticos deve entrar em contato com o cliente e perguntar ao cliente se está tudo bem, se tem alguma dúvida ou se está gostando do serviço. Inegavelmente, manter esse relacionamento de confiança com o cliente permite que você seja a primeira opção na hora que cliente desejar negociar um novo frete, projeto.

Após a efetivação das vendas, o colaborador que realizou as devidas procedências e inserção da operação do cliente na grade de atendimento da empresa, deve analisar e acompanhar a viabilidade do serviço, bem como, interesse em novos contatos.

### **13. Relacionamento com clientes**

#### 13.1 Como conhecer o cliente.

A fim de se conhecer o cliente, pode-se lançar mão da pesquisa de mercado, de perfil e intenção, que implica em conhecer o cliente no aspecto qualitativo (hábitos de consumo, comportamento, entre outros) e quantitativo (potencial, participação). É uma ferramenta essencial para manter a organização informada sobre as variáveis ambientais, variáveis essas imprescindíveis para a vida saudável de um negócio, seja ele de pequeno, médio ou grande porte, em processo de idealização, implementação ou expansão.

Segundo o IBOPE (2007, p. 1): a pesquisa de mercado é a melhor e mais confiável ferramenta para obtenção de informações representativas sobre determinado público-alvo. Além de permitir o teste de novas hipóteses, conceitos ou produtos, a pesquisa de mercado auxilia na identificação de problemas e oportunidades e ajuda a traçar perfis de consumidores e mercados.

#### 13.2 Como desenvolver um relacionamento a longo prazo.

Para se manter um bom relacionamento, durável é necessário investir na construção de vínculos emocionais com os clientes, o estudo do comportamento de consumo (na tentativa conhecer o consumidor profundamente) e o desenvolvimento de confiança e comprometimento entre as partes.

Além de um bom atendimento inicial, é de extrema importância se manter uma conservação das relações, a comunicação é necessária. É interessante se apresentar uma experiência de vida, além do produto ou serviço.

#### 13.3 Recursos utilizados na fidelização de clientes.

Para manter a continuidade e a expansão dos negócios, bens e serviços, é essencial se conhecer o público-alvo, bem como, qual tipo de experiência pretendem.

- descubra quais são os principais conteúdos ligados ao perfil de seu público-alvo;
- ofereça brindes;
- dê cupons de desconto progressivos, ou seja, quanto mais a pessoa compra, maiores serão os descontos em suas próximas aquisições;

- alie-se a organizações parceiras, de ramos semelhantes para traçar estratégias de fidelização em conjunto e criar projetos de impacto.

#### 13.4 Como desenvolver um relacionamento a longo prazo.

Para se manter um bom relacionamento, durável é necessário investir na construção de vínculos emocionais com os clientes, o estudo do comportamento de consumo (na tentativa conhecer o consumidor profundamente) e o desenvolvimento de confiança e comprometimento entre as partes.

Além de um bom atendimento inicial, é de extrema importância se manter uma conservação das relações, a comunicação é necessária

#### 13.5 Recursos utilizados na fidelização de clientes.

Com relação aos recursos utilizados na fidelização de clientes pode-se citar: Atender o cliente como ele gostaria de ser atendido- esse é o diferencial uma vez que cada empresa tem sua própria forma de atendimento. Neste item deve se conhecer as preferências e necessidades do cliente. O vendedor precisa oferecer a ele o que realmente ele deseja.

Foco para cliente certo: Realizar trabalhos direcionado a traçar perfil do público-alvo para não perder tempo com pessoas que não estão interessada no produto ou serviço oferecido.

Atendimento único co experiência inesquecível: É preciso fazer diferente dos concorrentes e desta forma fazer um atendimento humanizado dando ao cliente a sensação de ser um cliente exclusivo.

Neste caso é preciso investir em capacitação e treinamento de todos os funcionários que trabalham com vendas.

Fidelidade através de programas: Oferecer ao cliente descontos e vantagens de ser seu cliente.

Para que isso dê certo se faz necessário: regulamento de fácil compreensão, dá brindes como recompensas que realmente o cliente queira ganhar, responsabilidade e ética com relação ao cliente e sempre estar incentivando a participação no programa.

Tratamento Vip: Para aqueles clientes que são fiéis além de oferecer o programa de fidelização também ofertar descontos exclusivos, planos individuais personalizados, antecipação a lançamentos.

Monitorar: Essa é a forma de conseguir saber o que está dando certo ou não e em seguida fazer o reajuste necessários para que aconteça uma melhora no desempenho.

Presença no pós venda: É muito importante demonstrar para o cliente o seu interesse para em saber se ele ficou satisfeito com a compra que fez. Isso pode ser feito através de telefonema, email ou até mesmo uma visita dependendo do caso.

Agradecer o cliente: Mostre para ele que você reconhece a importância do mesmo enviando um cartão de aniversário, natal ou até mesmo um brinde.

Sempre ouvir o cliente: Sempre escutar o cliente independentemente do canal que o mesmo use para falar do produto ou serviço, pois este pode oferecer detalhes que passaram despercebido e que podem afetar a conquista de novos clientes por exemplo.

**Referências**

COBRA, Marcos. Administração de vendas. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de Vendas. 8ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MOREIRA, Júlio César Tavares; GOBE, Antonio Carlos; FISCHER, César Henrique; SOUZA, José Júlio de; PASQUALE, Perrotti Pietrangelo. Administração de vendas. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.