Engenharia de Vendas - Processo da Venda de Software na Venda Direta ao Cliente

Definição do posicionamento e público-alvo da empresa por produto ou serviço em função da análise de mercado/SWOT, benchmarking e pesquisas

INÍCIO

1. Geração de leads:

1.1. Coleta de dados de possíveis clientes potenciais através de fontes variadas: publicações, associações, Internet, referências pessoais, etc.

1.2. Importação de leads? (download ou digitação de bases de dados)

NÃO

SIM

1.3. Input dos dados em sistema: empresa, pessoas

2. Qualificação dos leads:

2.1. Levantamento inicial sobre cada lead: estudo do Web site da empresa e levantamento inicial de informações sobre a pessoa de poder

2.2. Lead está dentro do público-alvo e pode ser qualificado segundo [regra]?

NÃO → FIM

SIM

2.3. Input dos dados em sistema: empresa, pessoas, possíveis oportunidades

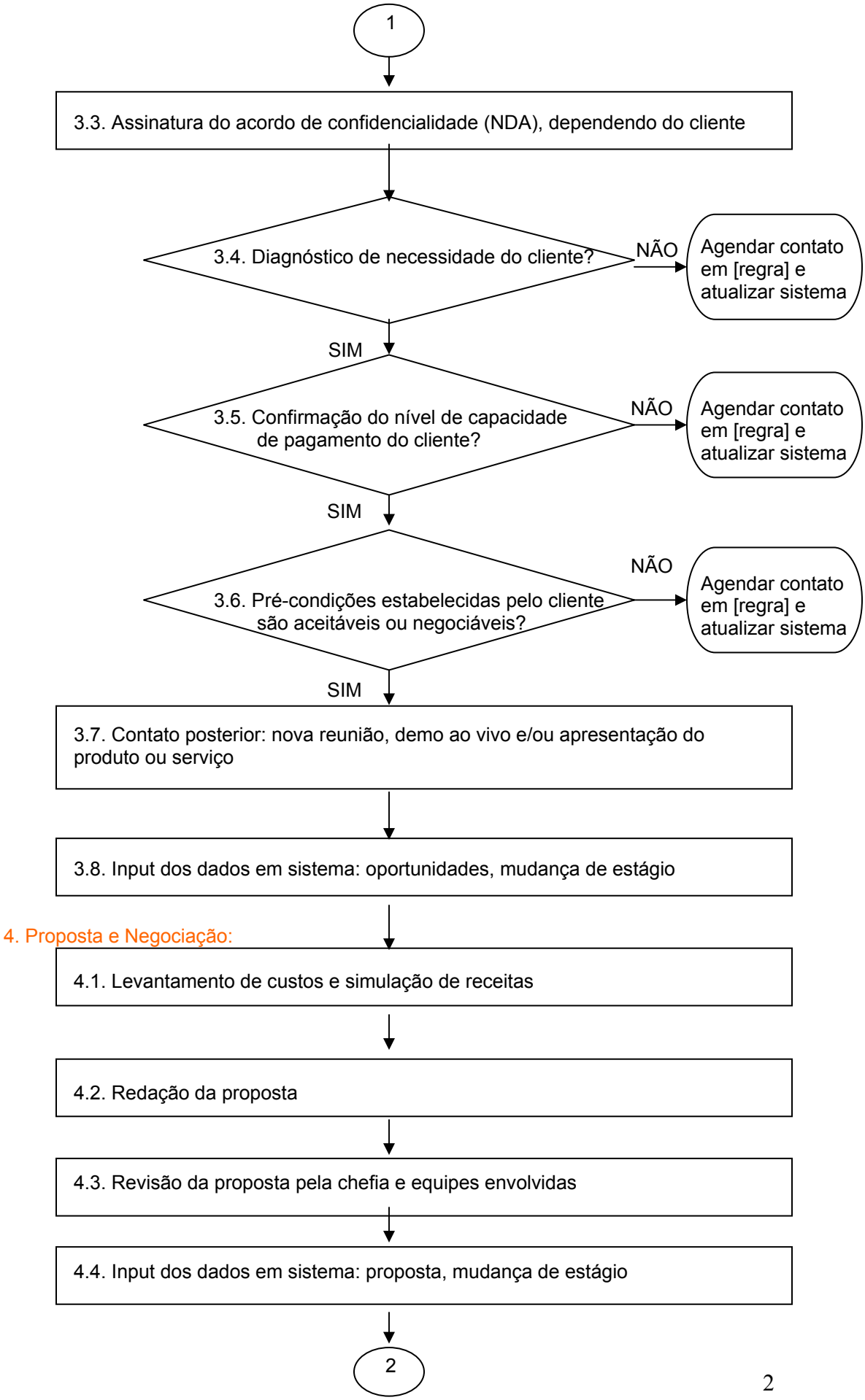
2.4. Formatação de proposição inicial de valor para o lead: definição do script inicial de venda

3. Contato com o cliente para a qualificação das oportunidades:

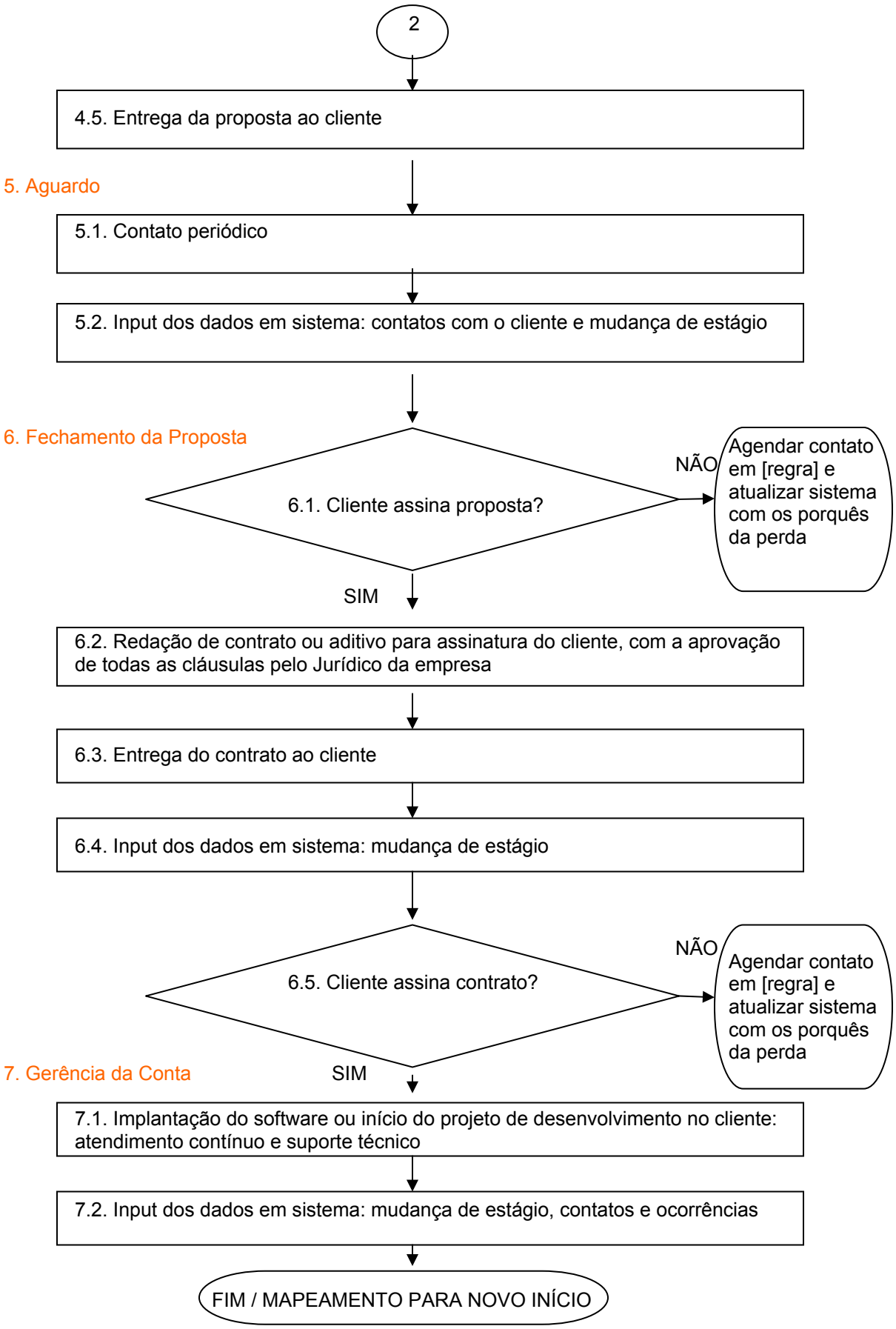
3.1. Contato inicial: e-mail e/ou telefonema de apresentação (ou contato iniciado pelo cliente potencial)

3.2. Contato posterior: visita ou novo contato com o cliente para diagnóstico

1



www.engenhariadevendas.com.br Copyright Engenharia de Vendas 2005



www.engenhariadevendas.com.br Copyright Engenharia de Vendas 2005