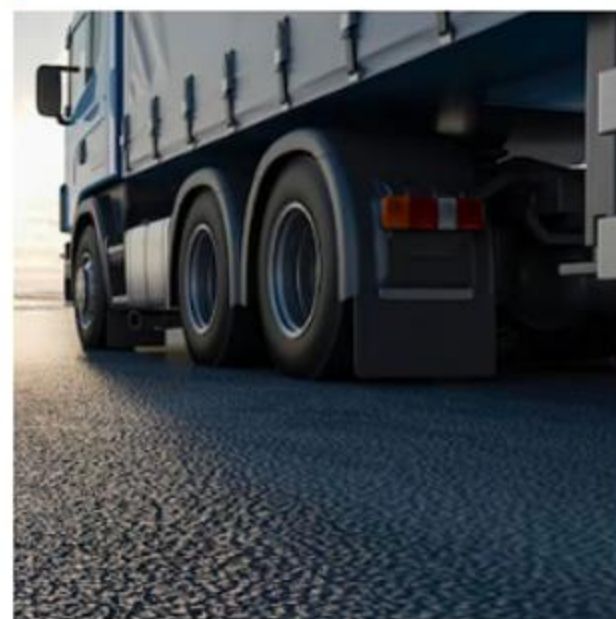


Declaração de Propriedade Intelectual

Declaramos para os devidos fins, que todo o conteúdo exposto nos slides a seguir, são únicos e exclusivamente de **Propriedade Intelectual** da **Novigi Consultoria e Treinamentos**.

Os alunos participantes do curso, '**Da Prospeção ao Pós-Venda e Fidelização de Clientes no Transporte de Carga e Logística**', estão cientes que todo o material do curso não poderá ser comercializado, reproduzido ou distribuído a terceiros em nenhuma hipótese sem a prévia autorização da NOVIGI.

‘Curso Completo de Vendas para o Transporte de Carga e Logística’



Laine Oliveira

 @novigiconsultoria

- Graduada em Comunicação Social, Pós-Graduada em Adm. de Empresas e MBA em Gestão de Projetos
- 36 anos na área comercial e no atendimento e relacionamento com o cliente
- 25 anos no Transporte de Carga e Logística

- ❖ Jamef Encomendas Urgentes – 11 anos
- ❖ Cinco Estrelas Transportes – 2 anos
- ❖ Rodoair Intermodal – 6 anos
- ❖ DHL Express Nacional e Internacional – 6 anos

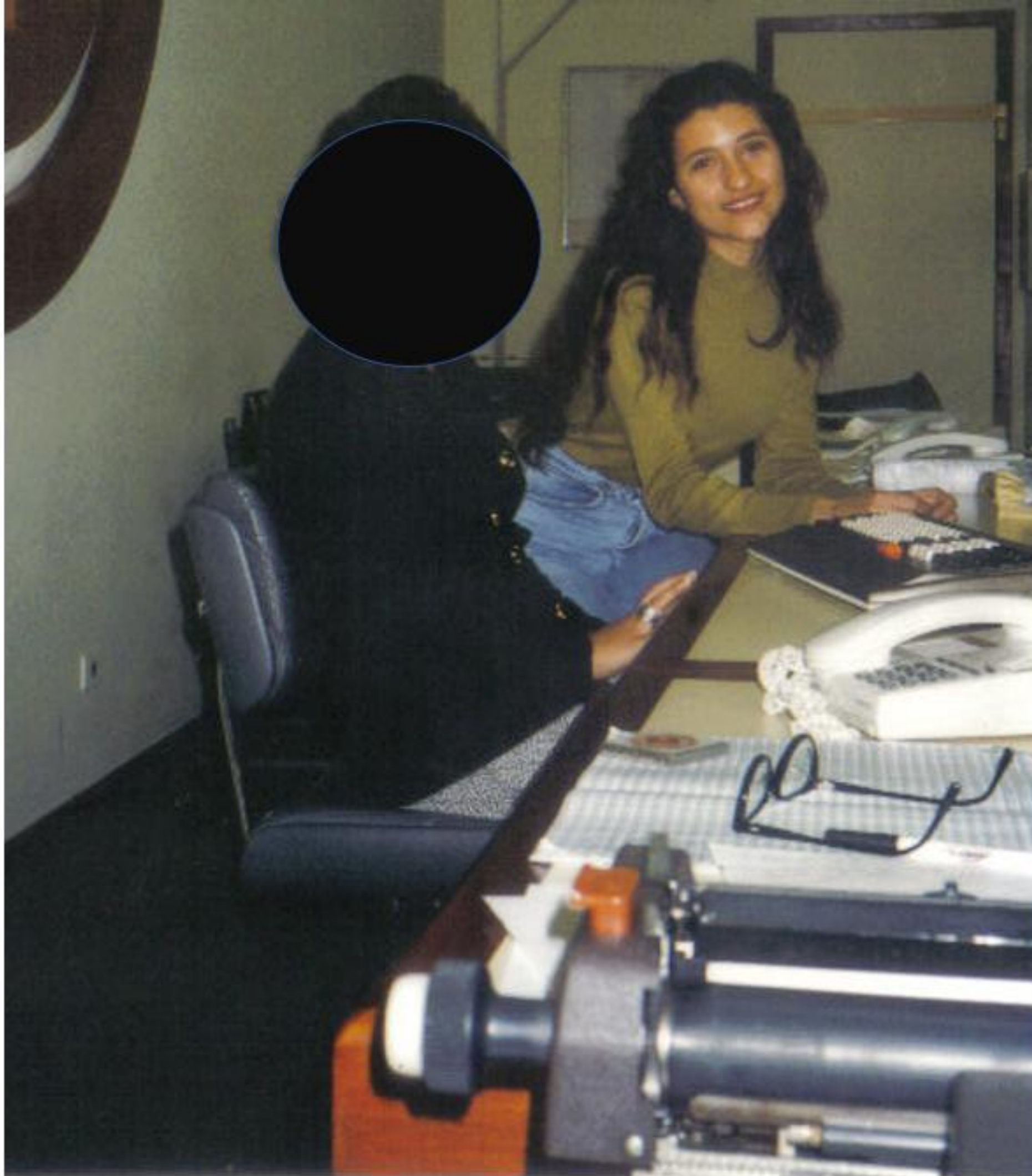


Novigi Consultoria e Treinamentos





novigi



**ANO
1990**



novigi



Segredo do sucesso em vendas...



Excelência



Motivação



Propósito

novigi



**Uma breve analogia para aquecer
nosso início de curso...**

novigi

Quais suas **PRINCIPAIS** dificuldades ou desafios atuais **para venderem mais?**



- Já temos parcerias , está muito caro. Mande por email
- Retorno dos contatos
- Preços baixos
- Os clientes que abordo normalmente já tem seus parceiros e não dão chance de mostrar o nosso trabalho.
- Preço da tabela é a maior objeção.
- Resposta dos clientes
- A forma de conduzir uma conversa ao meu favor em uma negociação
- Prazo de entrega e Segurança da carga
- Demanda, Reajuste semestral e preço
- Envia a apresentação por e-mail e nunca mais respondem.
- Chegar no decisor
- Falta de retorno das propostas apresentadas





“Cliente não é obrigado a nada. Ele deve ser conquistado.”

“O vendedor pode ser ambicioso, mas se o gerente não for, não adianta”

O gerente/diretor pode ser ambicioso, mas se o dono da empresa não for, não adianta.”

“As técnicas de vendas existem para aumentar suas probabilidades do sim.”

“A venda no transporte deve ser consultiva”

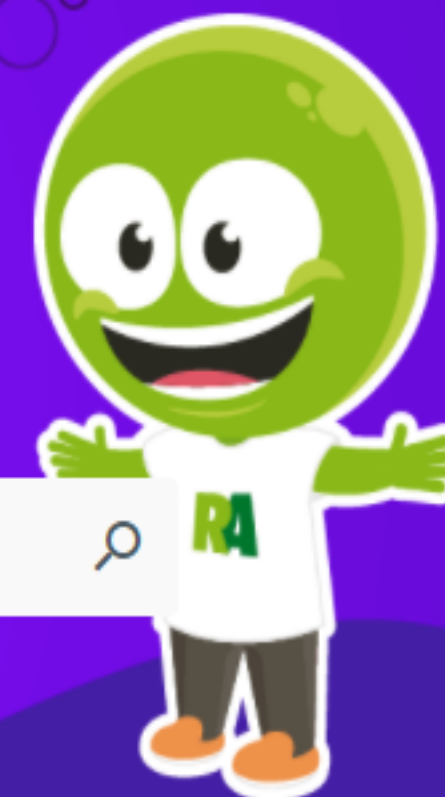
“As pessoas não compram produtos e serviços. Compram os resultados gerados por eles.”

“Preço é o argumento mais plausível e aceitável que o cliente tem para lhe dispensar.”

ReclameAQUI

Pesquise sobre as reputações das marcas ou faça uma reclamação!

Busque por uma empresa, produto ou serviço



Seu site não está 100% visível



Pesquisa realizada pela Novigi em 2025...

- Falta de preparo e objetividade
- Ansiedade e imediatismo
- Falta de conhecimento sobre a própria empresa
- Querer falar com o decisor no primeiro contato
- **Não ouvir o cliente (escuta ativa) (teste)**
- **Ignorar sinais emitidos pela linguagem corporal do cliente (não verbal) (teste)**
- **Não saber negociar**
- **São mais informativos do que consultivos**



**Fatores que
contribuem
para o **insucesso**
durante a abordagem
de vendas**



Vamos fazer nosso 1º Exercício?



Quem vende, vende qualquer coisa?

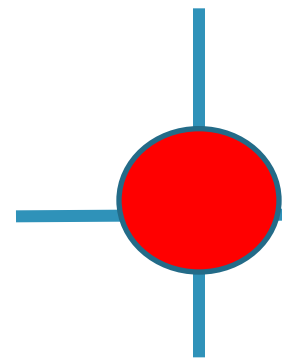
Por que os vendedores de soluções logísticas precisam **estar cada vez mais preparados para vender?**

- Concorrência*
- Clientes* mais exigentes, analíticos, preparados e que estão buscando experiências positivas
- Precisam aproveitar as oportunidades que existem no mercado
- Precisam gerar valor e competitividade para que o cliente **enxergue diferenciais...**



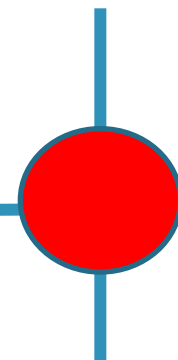
Pilares do nosso curso

Cenário



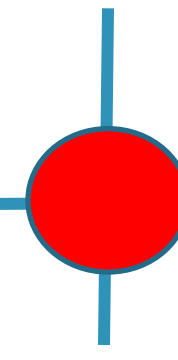
- Nosso cliente
- Comunicação
- Concorrência
- Mercado
- Oportunidades
- Diferenciais
- Equipe comercial

Prospecção e Venda



- Tipos e canais de prospecção
- Abordagem
- Sondagem
- Funil de vendas
- Persuasão
- Negociação

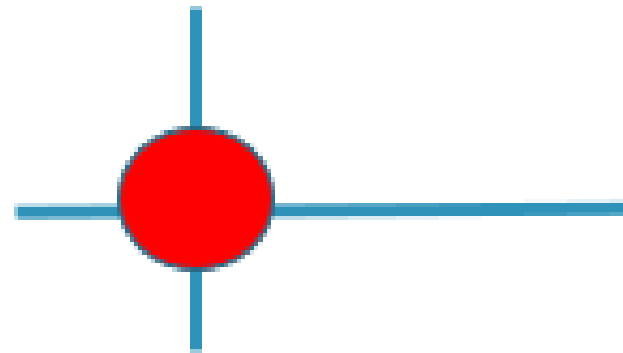
Pós-venda Fidelização



Atendimento
Satisfação
Acompanhamento
Novos serviços
Cross selling
Up selling

Pilares do nosso curso

Cenário



- Nosso cliente
- Comunicação
- Concorrência
- Mercado
- Oportunidades
- Diferenciais
- Equipe comercial

Quem é o **nosso cliente**?

PREFERÊNCIAS

NECESSIDADES

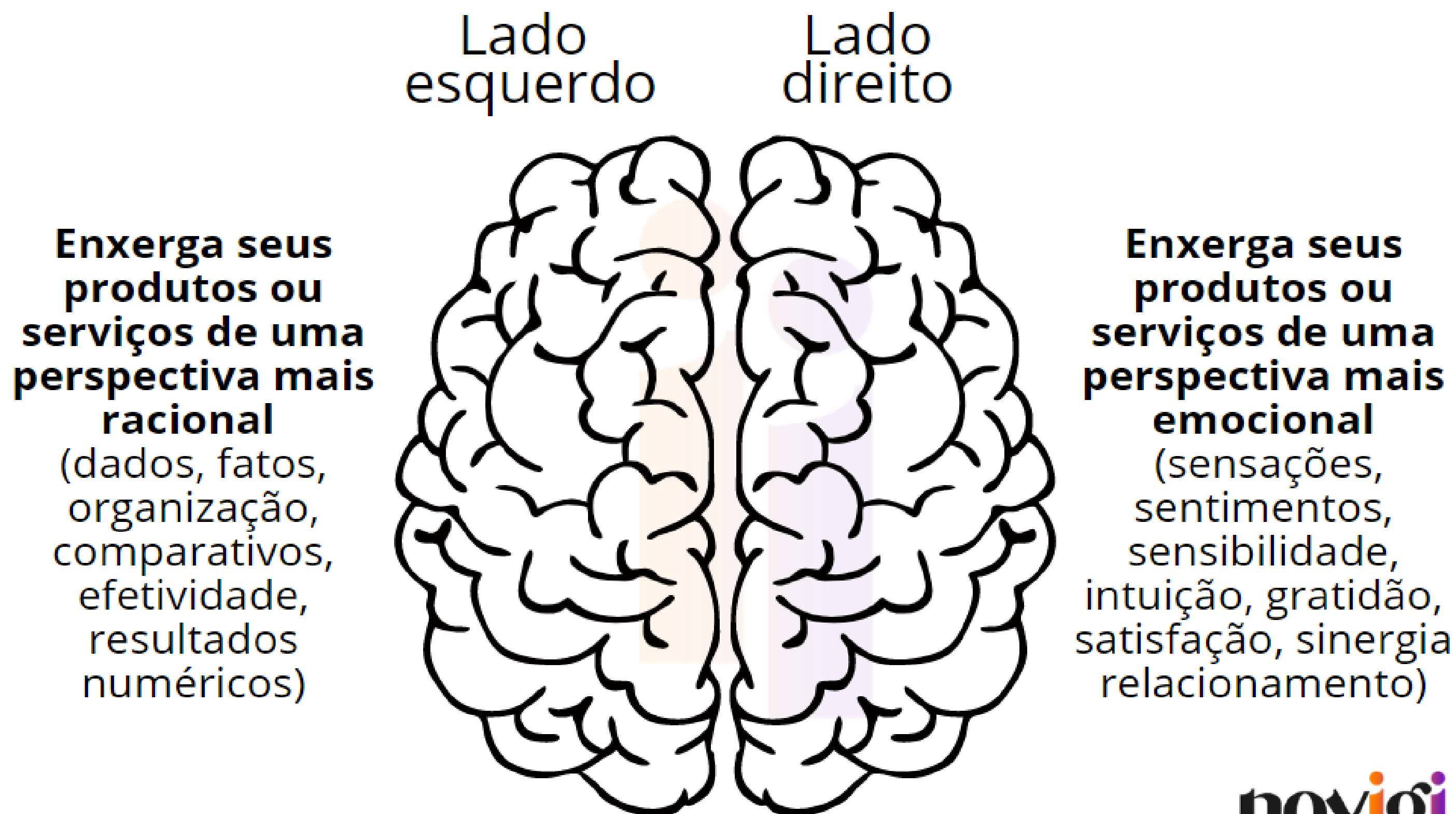
MEDOS

EXPECTATIVAS

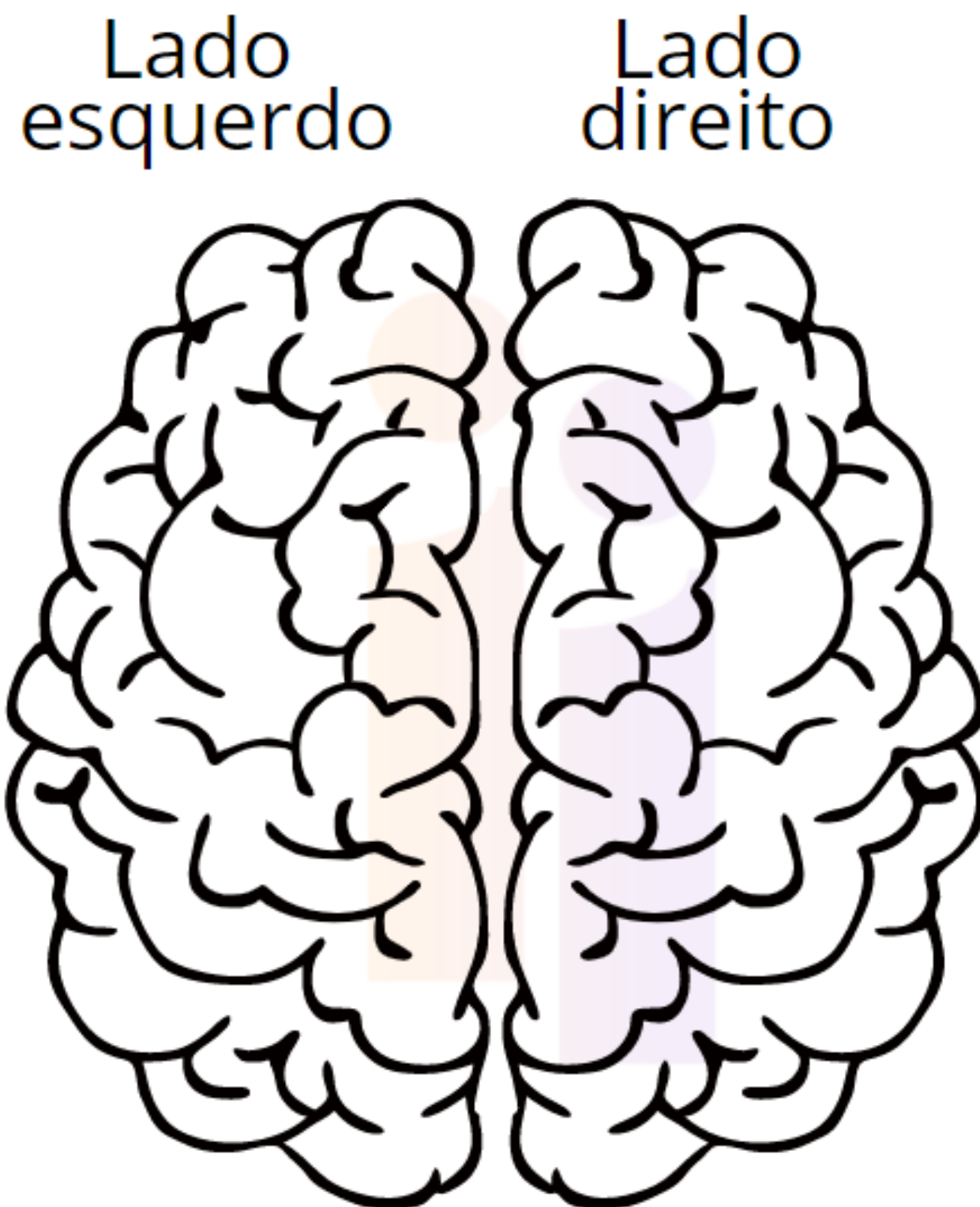
REFERÊNCIAS

novigi

E como **funciona a mente** dessa pessoa?



E como **funciona a mente** dessa pessoa?



Que prazo de entrega você tem para Goiânia?

E quando esses prazos não são cumpridos, como isso impacta você e sua equipe?



Apenas **15%** das razões pelas quais conquistamos um cliente, estão ligados **aos requisitos técnicos do produto ou serviço.**

85% estão ligados à habilidade de se **comunicar** e se **relacionar** com o seu cliente.

É essa “pessoa” que pode...

novigi



- Enxergar ou não os diferenciais da sua transportadora
- Criar objeções
- Dar ou não uma oportunidade
- Ouvir ou não com atenção o que você tem a dizer
- Ter/criar afinidade ou não com o vendedor
- Desempenhar papéis no ciclo da venda
(influenciador/decisor/aprovador)

E ainda **desempenham alguns papéis** durante o processo de venda.



INFLUENCIADOR

QUALQUER PESSOA
QUE INFLUENCIA NA
CONTRATAÇÃO DA
TRANSPORTADORA



DECISOR

QUEM DECIDE
PELA CONTRATAÇÃO
“BATE O MARTELO”



APROVADORES

QUEM APROVA
FINANCEIRA E
TECNICAMENTE



GATEKEEPER

**Além do Sr., quem mais
participa das decisões
de compra dessa
solução?**

novigi
treinamentos



Perguntas para descobrir se o contato é decisor ou influenciador.

- Sr. João, além do Sr. quem mais decide sobre a contratação de transportes de carga?
- Sr. João, além do Sr. quem mais decide sobre a escolha do transporte internacional para exportação / importação?
- Quais áreas, além da sua, decidem sobre o transportador ?
- Como se dá o processo de aprovação da transportadora? Quem mais aprova além do Sr?
- Quais são as etapas comuns para aprovação da transportadora, além da sua análise ?

Tipos de contratantes (pessoas)

Leiloeiro

Compra o produto de menor custo com um mínimo aceitável de qualidade.

Contratante Profissional

Compra a melhor proporção entre preço e qualidade



Contratante de conveniência

Compra o que é fácil

Especulador

Pede sua proposta ou cotação para saber se o que ele paga está dentro de prática do mercado

Contratante com carta marcada

Ele já tem uma carta marcada, mas precisa apresentar 3 propostas

Contratante patrão

Ele é quem define seu frete.

Contratante boleiro

Só compra se levar um “dindin” por fora.



Marítimo



Rodoviário



Aéreo



Coleta



Entrega

Há dois tipos de vendas:



Normativa

Consultiva



novigi

Concorrência

Categoria	Tipo de Registro	Estimativa de Transportadores
ETC	Empresa de Transporte de Cargas	
TAC	Transportador Autônomo de Cargas	
CTC	Cooperativa de Transporte de Cargas	

**Mas o Brasil tem
oportunidades para
tantas transportadoras?**



Mercado e oportunidades...

Ranking das Maiores Economias em 2025 (Top 10)

1. **Estados Unidos:** ~US\$ 30,5 - 30,6 trilhões
2. **China:** ~US\$ 19,2 - 19,4 trilhões
3. **Alemanha:** ~US\$ 4,7 - 5,0 trilhões
4. **Japão:** ~US\$ 4,2 - 4,3 trilhões
5. **Índia:** ~US\$ 4,1 - 4,2 trilhões
6. **Reino Unido:** ~US\$ 3,8 trilhões
7. **França:** ~US\$ 3,2 trilhões
8. **Itália:** ~US\$ 2,4 trilhões
9. **Rússia:** ~US\$ 2,5 trilhões (superou o Brasil)
10. **Canadá:** ~US\$ 2,28 trilhões (superou o Brasil) 

Destaques:

- **Queda do Brasil:** O Brasil deixou o Top 10, ficando na 11ª posição, devido à valorização de moedas de outros países (como o Rublo) e desaceleração do crescimento, conforme análise da [Austin Rating](#).

O Brasil ocupa a 11ª posição entre as maiores economias do mundo.

Fonte: Austin Rating.

Que **mercado** podem prospectar?

novigi

Agroindústria



Tecnologia



Moda



Automotivo



Metalúrgicas



Alimentos e bebidas



Telecomunicações



Construção





- Automação industrial
- Cosméticos (indústrias)
- **Editoras**
- Elétrico e eletrônico
- Energia e água
- **Entretenimento**
- **Emissoras de TV**
- Farmacêutico
- Financeiro e investimento
- **Igrejas e centros religiosos**
- Máquinas e equipamentos
- Metalurgia e siderurgia
- **Minério**
- Papel e celulose
- Plásticos
- Promocional
- Universo PET/animal
- Produtos hospitalares
- Químico
- Siderúrgicas

**Outros nichos
de mercado**

Onde encontrar esses clientes e novas oportunidades para a **sua transportadora?**



- Pesquisar associações comerciais
- Pesquisar sindicatos patronais
- Pesquisar sites de Câmaras de Comércio
- Pesquisar site de organizadores de eventos
- Cadastrar a transportadora em sites de pesquisa
- Pedir indicações aos clientes
- Visitar feiras e eventos
- Explorar mais os clientes existentes, **inativos e perdidos** (mapeamento da cadeia produtiva dos clientes)
- Contratar banco de dados pago

Vamos fazer nosso 2º EXERCÍCIO?



Em grupo, liste todas as oportunidades de transporte/soluções logísticas que vocês podem encontrar em um único cliente.

O Ecossistema Logístico do Cliente: Mapeamento de Oportunidades

Explore as diversas portas de entrada em uma indústria para serviços de transporte. A logística vai além da entrega, permeando do marketing ao comércio exterior para uma visão holística.

Importação e Exportação

Foco no transporte local para conexão com portos, aeroportos e zonas primárias.

Compras e Garantia

Gestão de entrada de insumos (compras) e logística reversa para assistência técnica ou trocas (garantia).



novigi

Distribuição

Foco no escoamento de produtos acabados para o mercado consumidor ou centros de distribuição.

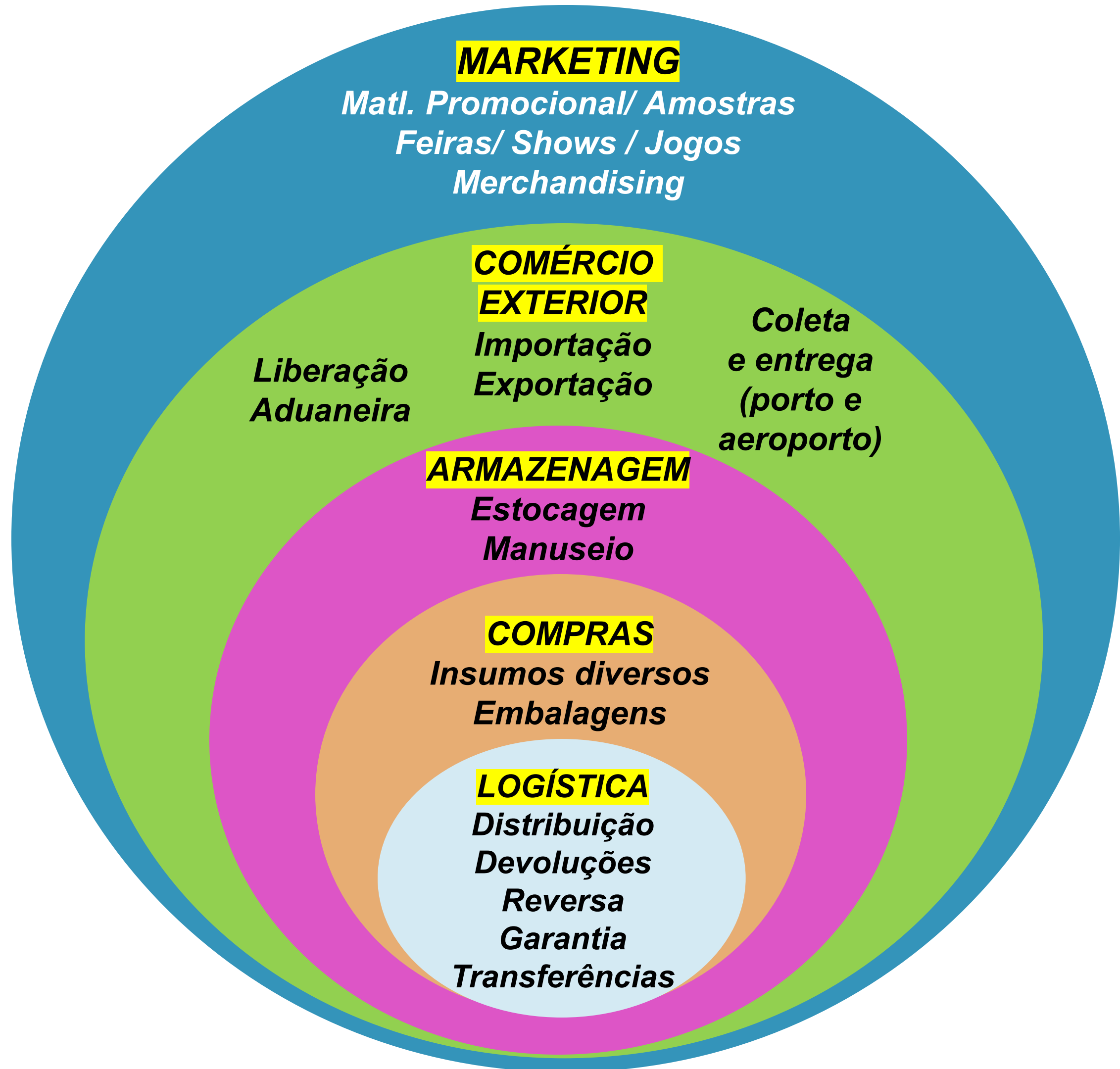
Armazenagem, Picking e Packing

Necessidade de movimentação de materiais durante o estoque, manuseio e preparação de pedidos (embalagem).

Marketing, Promoções e Eventos

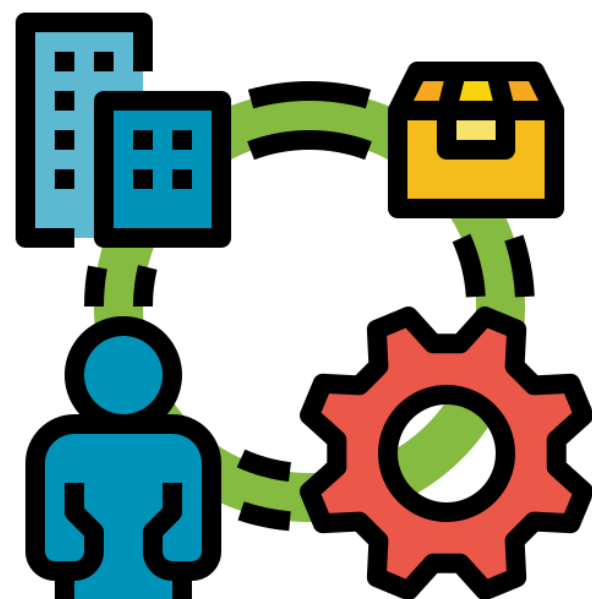
Transporte de materiais para pontos de venda (PDV), brindes e montagem de stands em feiras.

Indústria de cosméticos



Indústria de cosméticos

Cliente Supply Chain Map
Mapeamento da Cadeia de Suprimentos



novigi



Mas, Laine, como qualificar essas empresas para para saber se é O PERFIL DE CLIENTE IDEAL (potencial lead) antes de fazer a prospecção para ofertar nossa solução e aumentar nossas chances de vendas?

- **O que precisamos descobrir?**
- **Como vou descobrir tudo isso antes de prospectar?**
- **Quem deve fazer essa pesquisa?**

Eu sei qual é nosso cliente ideal?

P - Perfil

I - Ideal

I - Ideal de

C – Customer

C - Cliente

P - Profile

QUALIFICAÇÃO

O PCI/ICP se refere a um perfil de empresas com mais chance fechar negócio com sua empresa e time de vendas.

- Empresas que tenham interesse no seu modelo de serviços
- Faturamento mensal / valor ALTO de nota fiscal
- Tipos de produtos transportados
- Região de vendas
- Perfil dos clientes
- Que pagam ou não frete
- Localização do ponto de coleta
- Empresas suscetíveis a falhas de operação logística (dores)



Por que é importante definir o ICP?

- Diminui o ciclo de vendas – o cliente ideal enxerga valor na sua solução muito mais rápido.
- Possibilita ao time de venda uma atuação mais assertiva.

Que informações podemos descobrir antes de entrar em contato com o Prospect/Lead?

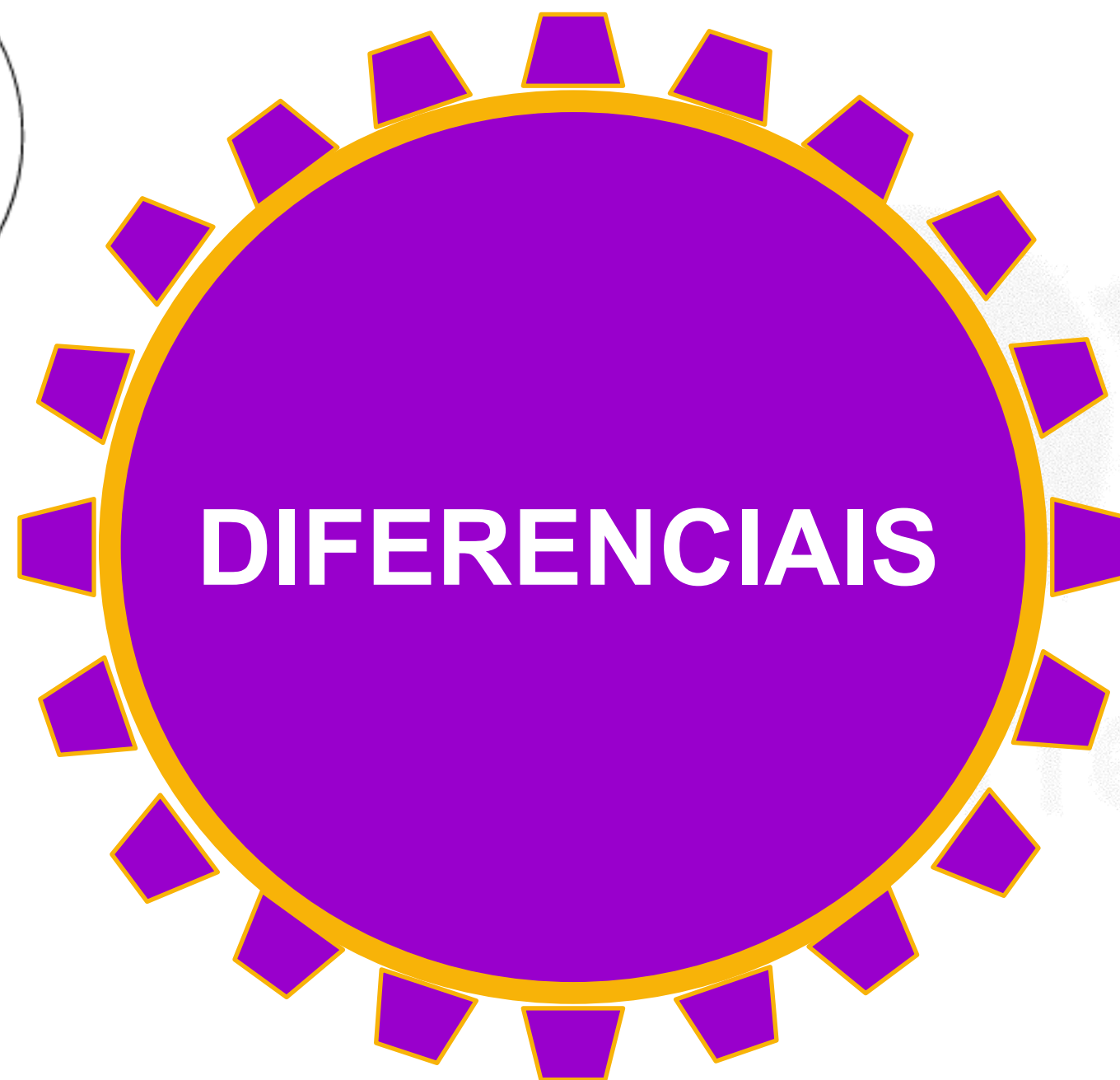
- Pesquisar o site do cliente
- O que fabricam ou vendem
- Para onde vendem
- Perfil dos seus clientes
- Valor médio das mercadorias
- Com quais transportadoras atuam (concorrência)
- Prazos de entrega dos produtos
- Média de peso de cada mercadoria
- Transportam aéreo, rodoviário, imp. exp.
- Pagam ou não frete
- Onde as coletas são feitas
- Que diferenciais nós temos para conquista-lo?

Vamos fazer nosso 3º EXERCÍCIO?



Cite um diferencial da sua transportadora...

Quais são os DIFERENCIAIS da sua transportadora?



Diferencial é aquilo
que **eu tenho** e que
meu concorrente
não tem.



Vocês
vendem
frete ou
soluções?

novigi

**"FRETE não é despesa.
É investimento."**

Laine Oliveira

@novigiconsultoria

Que **tipo** de
vendedor(a)
você é, eu sou,
nós somos?



Os tipos de **vendedores** consultores...



Vendedor *Hunter* **(caçador)**

É motivado pelo desafio da conquista.



Vendedor *Closer* **(fechador)**

É motivado pelo desafio da negociação e fechamento.



Vendedor *Farmer* **(fazendeiro)**

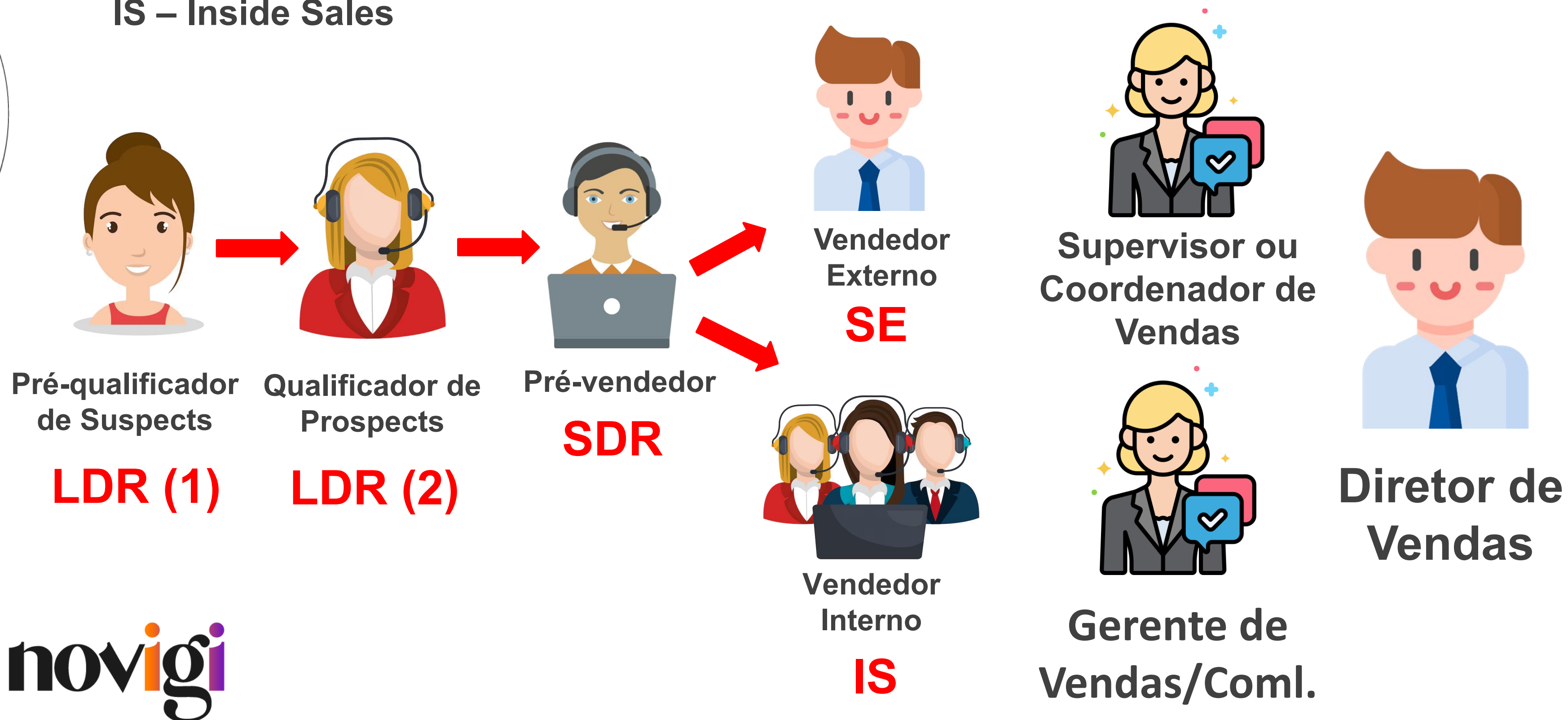
É motivado pelo desafio da manutenção.

Um vendedor pode reunir os três perfis...

Qual é a **configuração**
ideal da equipe de
vendas para
transportadoras?



LDR – Lead Development Representative
SDR – Sales Development Representative
SE – Sales Executive
IS – Inside Sales



BDM – Business Development Manager KAM – Key Account Manager



BDM

**Desenvolvedor de
Novos Negócios**

- Responsável por desenvolver o mercado, com ações estratégicas de expansão.



KAM

**Gerente de
Contas-Chave**

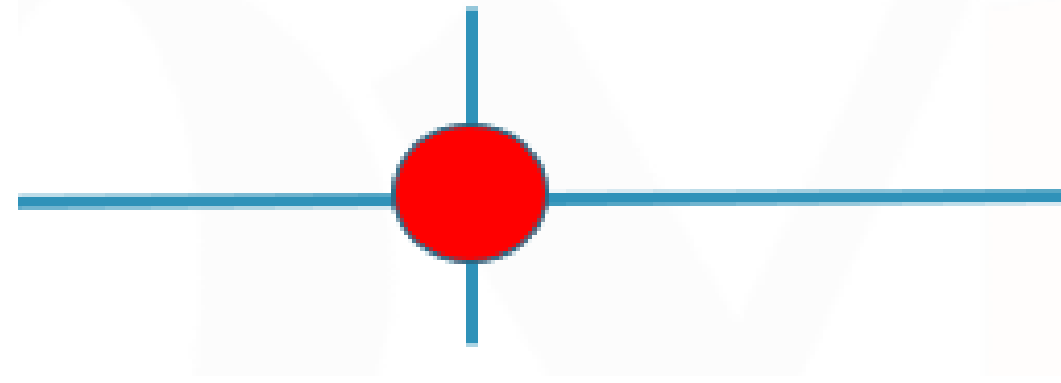
- Contas nacionais (atende a conta nível Brasil) e com representatividade para a empresa.

SDR – Sales Development Representative
SE – Sales Executive
IS – Inside Sales

Configuração enxuta...



Prospecção e Venda



- Tipos e canais de prospecção
- Abordagem
- Sondagem
- Funil de vendas
- Persuasão
- Negociação

Resultados – Teste Perfil de Comunicação (teste sensorial)

Sou visual, auditivo ou cinestésico?



Auditivo



Visual



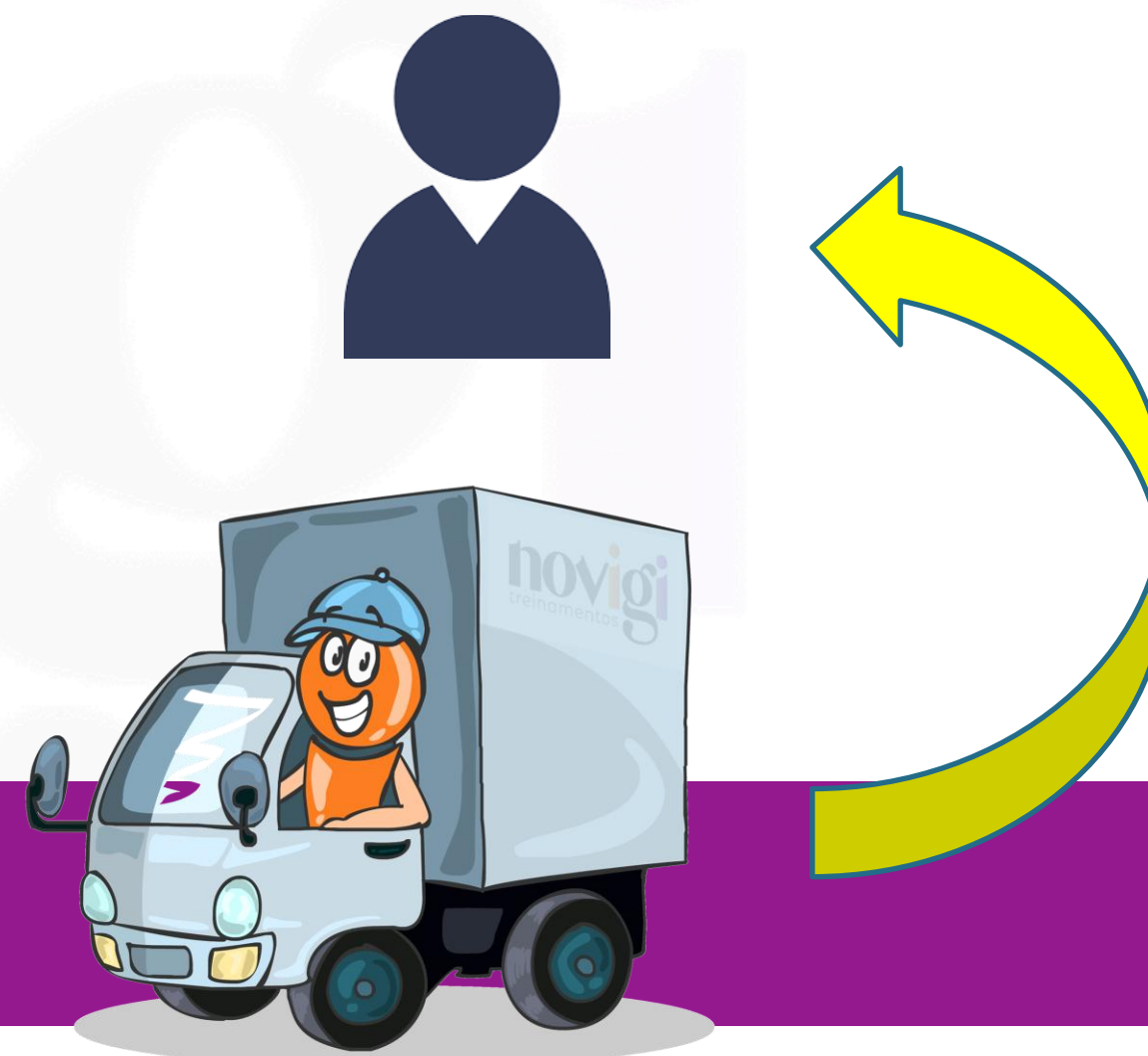
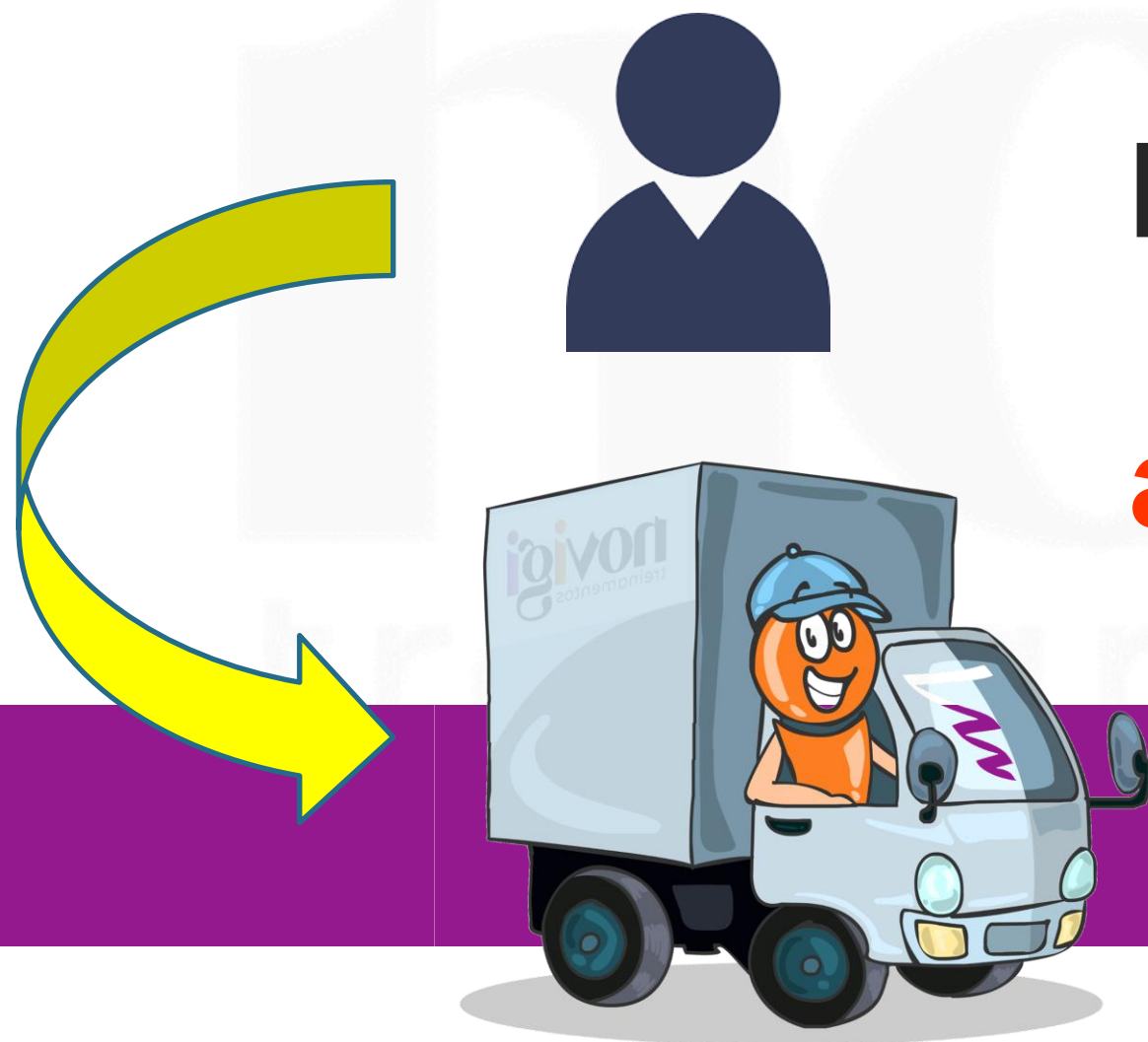
Cinestésico

Tipos de prospecção

Prospecção passiva

Prospecção ativa

Em ambas,
precisamos nos
comunicar
adequadamente.

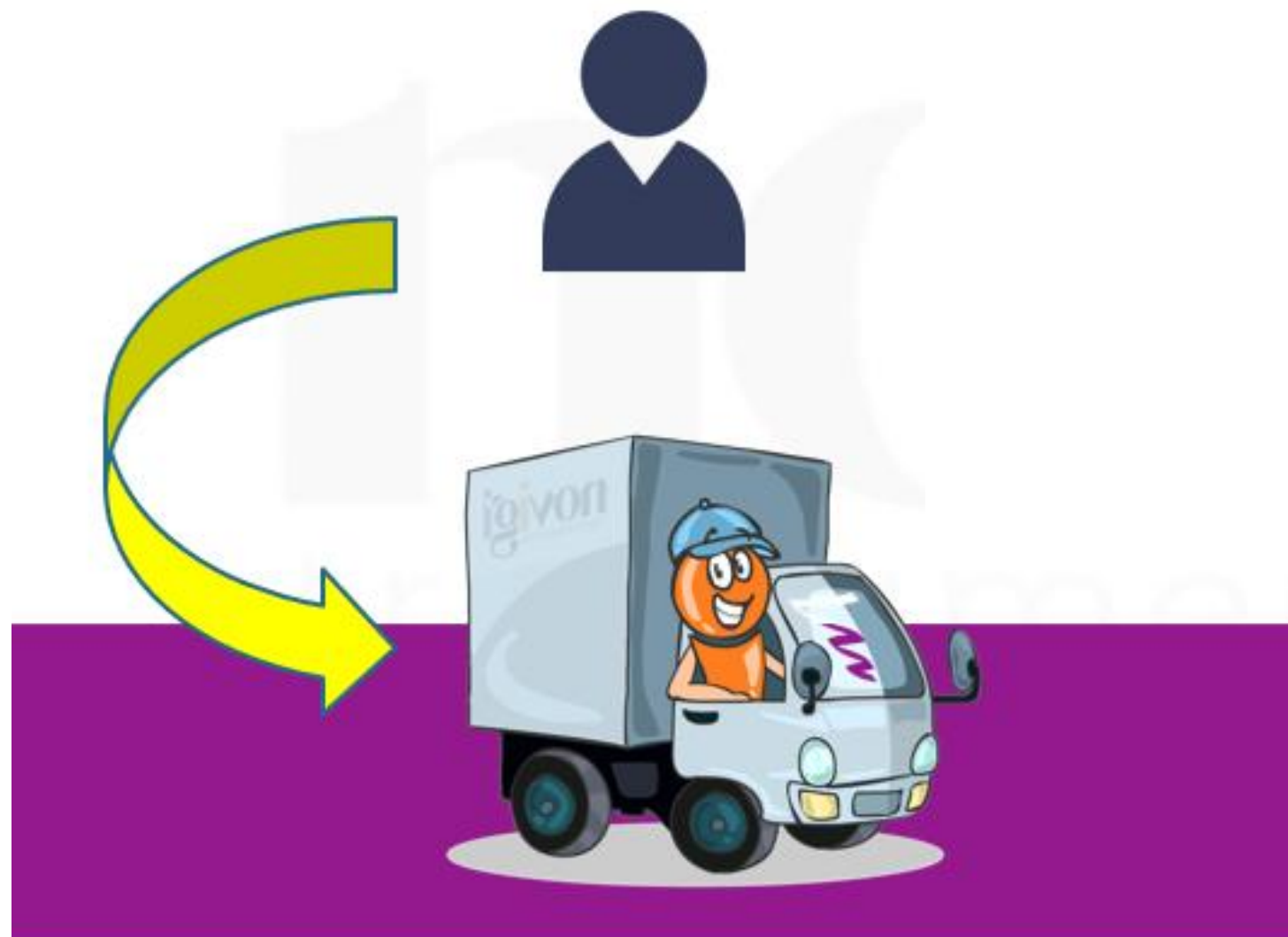


Estratégia Multicanal de Prospecção Ativa e Passiva

novigi

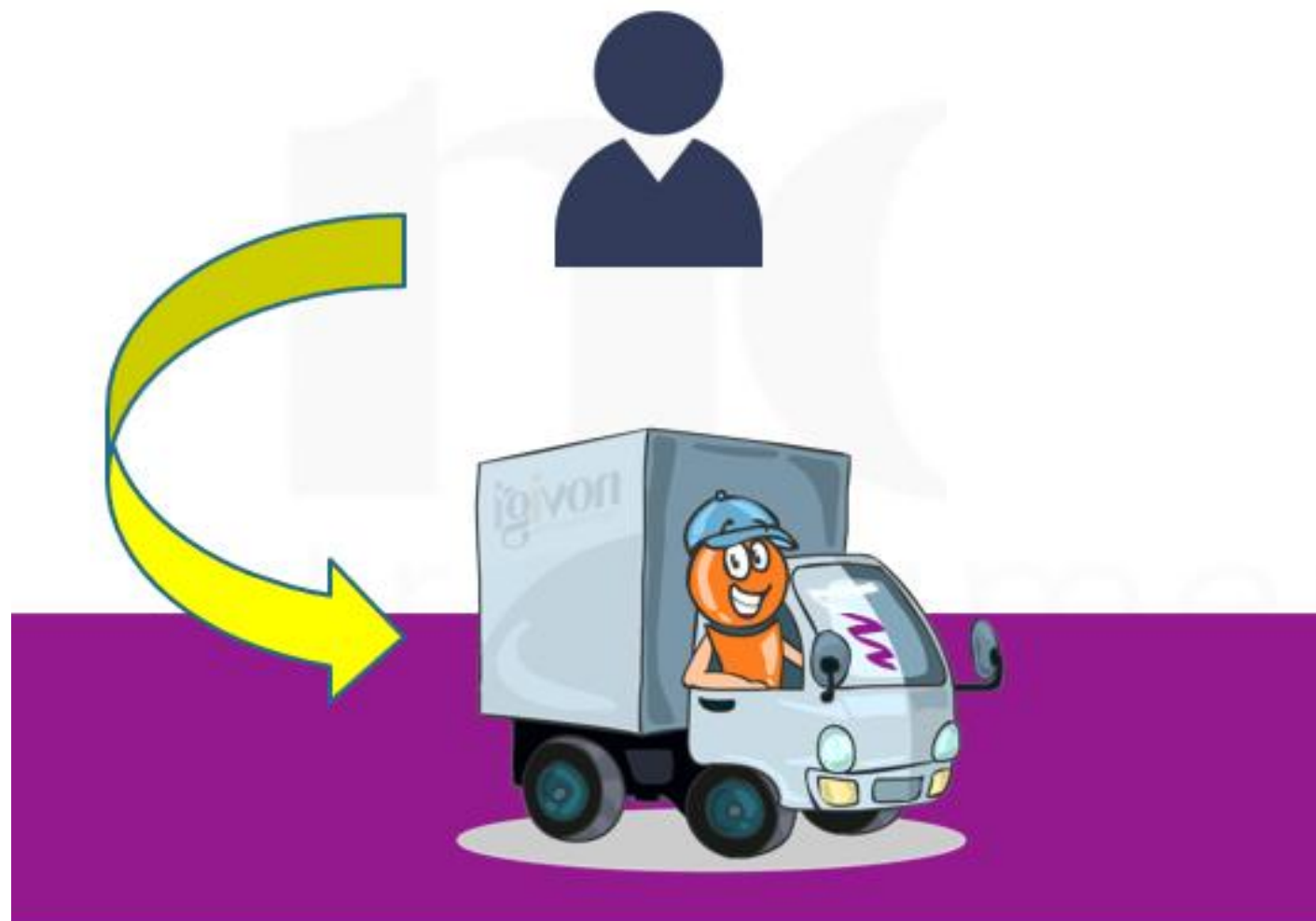


Prospecção passiva



É aquela em que o
cliente **vem ao**
nosso encontro.

Prospecção passiva



É aquela em que o cliente **vem ao nosso encontro.**
Quando o cliente procura pela transportadora.

- Procurou no Google
- Viu o caminhão
- Indicação de alguém
- Transvias
- Iniciativas de marketing digital
- Publicações tuas no LinkedIn

Vamos fazer nosso 4º EXERCÍCIO?



“Olá! Gostaria de saber se vocês atendem todo o Brasil e quais modais de transportes vocês têm.”



Olá! Boa tarde! Tudo bem?

Meu nome é Laine Oliveira e sou da área comercial.

Obrigada pelo contato! 😊

Sobre sua necessidade, quais modais você procura ou tem interesse?

20:08 ↴



A técnica do vendedor de bananas

Um homem foi à feira com a intenção de comprar laranjas porque estava com dor de cabeça e queria vitamina C.

Parou na barraca de um feirante e pediu um quilo de laranjas, mas o feirante disse:

- Eu não tenho laranjas, somente bananas. Ao ver o homem virar as costas para ir embora, perguntou:

— **Por que** você só quer laranjas?

— Porque estou doente, sinto dores de cabeça... Preciso da vitamina C da laranja.

— Entendi, a vitamina C da laranja ajuda a fortalecer o sistema imunológico, mas para fazer passar a dor de cabeça, você precisa de potássio que tem nas bananas!

— Olha só! Não sabia disso... então eu quero um cacho de bananas, por favor.

***“As prospecções
passivas podem ser
ótimas oportunidades
de **grandes negócios.**”***

Laine Oliveira

novigi





**As duas formas de prospecção
passam pelo **FUNIL DE VENDAS**,
mas as transportadoras **só dão a
devida importância** para a
PROSPECÇÃO ATIVA.**

novigi

**Contados
realizados**

**Oportunidades
identificadas**

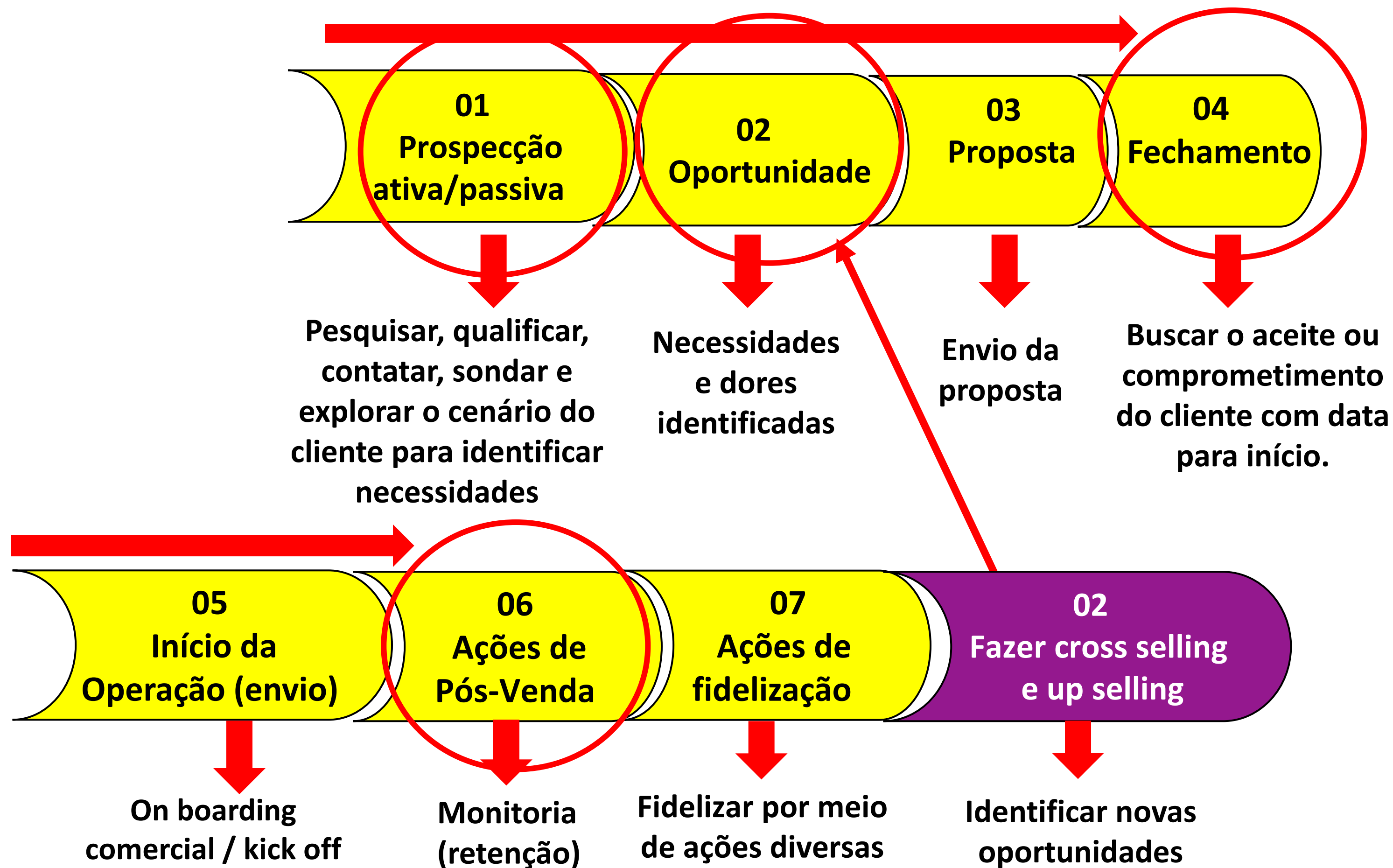
**Reuniões
agendadas**

**Propostas
emitidas**

**Envios/
Embarques**

**Funil de
Vendas/
Prospecção**

Etapas do Funil de Vendas...Visão Estratégica



Prospecção ativa



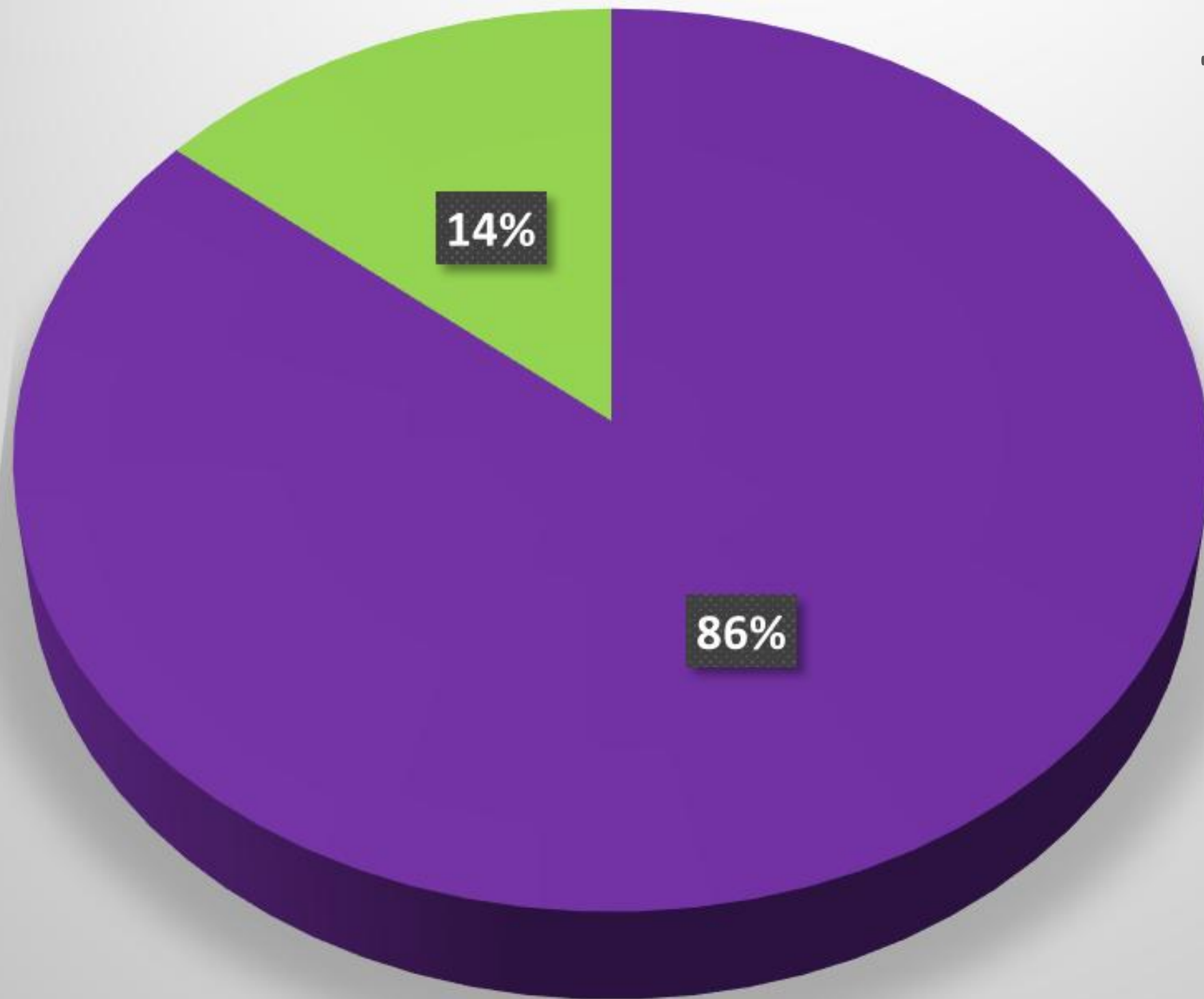
Quando a transportadora
vai **em busca** do cliente

- Ligações
- E-mails
- LinkedIn
- WhatsApp

Nossa comunicação por...



Telefone



■ Tom de voz

■ Palavras



E como fazer isso? Comece pelo seu planejamento pessoal...

- Quantos contatos farei por mês, semana, dia? Monte uma lista com 50. contatos/empresas que você queira prospectar.
- Quantas reuniões quero agendar? Estipule uma meta de reuniões...
- Quantas propostas quero gerar / fechar?
- Quantos e-mails quero que sejam lidos / respondidos?
- **Qual será minha taxa de conversão?**
- **Que canais vou utilizar num primeiro momento para prospectar no dia a dia?**

- ✓ E-mail
- ✓ Ligação
- ✓ LinkedIn
- ✓ WhatsApp

- Qual será minha taxa de conversão no **funil de vendas.**



Vamos fazer nosso 4º EXERCÍCIO?



Duas pessoas interpretarão cliente e vendedor em
uma abordagem de prospecção por telefone.



Cliente – Novigi Ind. Com. De Auto Peças
(fabricante de autopeças)

Vendedor – XXX Transportes e Logística
(empresa especializada em autopeças)

- **Será duas simulações**
- **Forma de contato – telefone**
- **Primeiro contato**
- **Você encontrou essa empresa na lista de expositores da FEIRA XYZ**

**A principal razão para o
insucesso do vendedor
é não saber ouvir.**

treinamentos

Canais de prospecção

Prospecção ativa



WhatsApp

Linked 

Checklist - antes de fazer contato com um cliente novo



- O que eu já sei sobre o contato para quem vou ligar/mandar mensagens
- O que eu já sei sobre a empresa dele
- Tem realmente o perfil para minha transportadora
- O que eu sei sobre o mercado do cliente
- O que eu sei sobre minha transportadora

Primeira impressão...

Você só tem
10 segundos
para causar
uma boa
primeira
impressão.

10



Prospectando **ativamente** por telefone...

- O segredo é a abordagem inicial

Há duas formas de conseguir falar com o seu contato por telefone...



“Gostaria de falar com a pessoa responsável pela contratação/área de transportes de carga/logística? Poderia me transferir por gentileza?”

“Gostaria de falar com o João Medeiros do transporte de carga?”

Como conseguir passar pela Telefonista?





Dicas

No momento da prospecção/contato por telefone deixe o site do cliente aberto.

Dicas



**Aguardo retorno.
Fico à disposição.
Se precisar, me procure.
Aguardo uma oportunidade.
Espero você me procurar.
Aguardo sua resposta.**



Laine Oliveira
@novigiconsultoria

QUANDO UM **PROSPECTADO**
DÁ A CHANCE PARA LHE
OUVIR, TENHA CERTEZA:

ele não está **100% satisfeito**
com o fornecedor atual.

PORTANTO,
APROVEITE
ESSA CHANCE.

Laine Oliveira
@novigiconsultoria



Resistências comuns do cliente no momento da abordagem.

Resistências e objeções comuns no momento da abordagem telefônica

É rápido ou vai demorar?

1 - “Simone, é o tempo necessário para conhecer um pouco sobre como você distribui seus produtos atualmente no Brasil e lhe falar sobre nossas soluções de entregas para algumas regiões do país. ?”

2 – “Se for um contato rápido, não será possível mostrar como nós da DFT Logística temos diminuído consideravelmente o prazo de entrega das empresas do seu segmento para o estado de Minas Gerais. Você prefere que eu ligue em um momento que você tenha mais tempo ou podemos falar agora?”

Resistências e objeções comuns no momento da abordagem telefônica

Já tenho 2 ou 3 transportadoras que me atende ou é meu despachante que cuida disso

“Eu já imagina que uma empresa com a sua estrutura já tivesse parceiros de transportes ou despachante. E até fico feliz com isso porque mostra que vocês dão oportunidades para as empresas mostrarem seus serviços.

Gostaria muito de contar com essa oportunidade também e lhe mostrar nossa solução completa que envolve o transporte e desembaraço aduaneiro. Atualmente, de onde vocês importam?”

Resistências e objeções comuns no momento da abordagem telefônica

No momento não é viável, mas entrarei em contato quando for possível.

“Agradeço cliente pela sua atenção ao meu contato e aproveito para lhe perguntar... quais seriam as situações viáveis que normalmente vocês procuram empresas como a nossa?”

Resistências e objeções comuns no momento da abordagem telefônica

Me envie sua apresentação por e-mail para eu analisar...

1 - Claro, Sr. João, posso enviar sim. Só para eu entender, você quer receber nossa apresentação, porque quer saber mais sobre o assunto ou porque não é interessante neste momento?

2 – Claro, posso enviar! A propósito, enviando agora por e-mail, vamos marcar então para eu ligar para o Sr. amanhã às 14h para saber o que o Sr. achou sobre a nossa apresentação?

3 - O Sr. me permite uma sugestão? Nossa apresentação requer alguns detalhes verbalmente. Então, sugiro uma apresentação virtualmente. Eu envio o link para o Sr. e podemos agendar para amanhã. O que acha?

Resistências e objeções comuns no momento da abordagem telefônica

Me envie sua apresentação por e-mail para eu analisar...

4 – João, claro, posso enviar sim nossa apresentação. Até para que eu envie uma apresentação que seja assertiva, como vocês distribuem os produtos da sua empresa atualmente em termos de modais, localizações e volumetria mês?

Resistências e objeções comuns no momento da abordagem telefônica

Me envie sua apresentação por e-mail e se eu precisar procuro vocês...

1 - Claro, Claudia, posso enviar sim. Você disse que irá nos procurar quando precisar. Em quais situações normalmente você procura transportadoras?

2 – Claudia, posso esclarecer uma dúvida? Considerando que atuamos com exportação para a Costa Rica no aéreo e marítimo com uma certa experiência no seu segmento, qual a probabilidade de nos procurar em breve?

Resistências e objeções comuns no momento da abordagem telefônica

Vocês só atendem uma região e eu preciso para todas as demais também...

1 – Carlos, como sabemos, nenhuma empresa atende o Brasil 100% com carro e filiais próprias. Ou seja, existem muitos redespachos ou terceirizações. Nossa opção por atendermos somente a região Sudeste é justamente para garantirmos a qualidade do nosso atendimento, controle 100% desde a coleta até a entrega, cumprimentos de prazos, etc.

2 – Cliente, compreendo sua necessidade. Mas esclareça uma curiosidade... O que o faria utilizar nossos serviços para a região Sul, mesmo sabendo que não atendemos as demais regiões do país?

Resistências e objeções comuns no momento da abordagem telefônica

Não tenho interesse...

*1 - Entendo Claudia. Me permita uma pergunta? Qual seria a razão do não-interesse? Pergunto, porque assim você vai **me ajudar** a entender como podemos ser mais ainda assertivos no seu segmento. Se puder **me ajudar** com essa informação, ficarei muito grata(o).*

2 – Claudia você disse que já utiliza outra empresa. Suponhamos que precise mudar de transportadora hoje, o que seria determinante para a sua escolha?”

3 - Considerando o que sua transportadora já te oferece, o que faria você aumentar (criar) seu interesse por outra empresa em termos de inovação ou diferente do que você tem hoje?

Resistências e objeções comuns no momento da abordagem telefônica

Continuação...

*“Claudia, entendo a sua falta de interesse, porque os serviços de transportes são aparentemente muito parecidos. É por isso que gostaria de ouvir de você... o que a faria despertar interesse por outra transportadora? Essa sua informação **vai me ajudar muito a entender como seu segmento tem priorizado as transportadoras.***

Resistências e objeções comuns no momento da abordagem telefônica

Eu já tenho hoje uma transportadora que me atende.

1 – “Cintia, imagino que esteja sendo atendido em 100% da sua necessidade, mas como vocês fazem quando seu provedor não consegue lhe atender para alguma região ou projeto específico de distribuição?”

2 – “Muitas empresas, hoje clientes nossos, também tinham outras transportadoras e ao conhecerem nosso trabalho passaram a transportar conosco em razão dos nossos prazos e condições diferenciadas de negociação. Por exemplo, eu vi no seu site que vocês vendem para o Pará. Como estão suas entregas atualmente para essa região em termos de prazos?”

Resistências e objeções comuns no momento da abordagem telefônica

Eu já tenho contrato com outra transportadora.

É mesmo Silvia! Interessante. Não é tão comum as empresas terem contratos firmados, porque costumam testar várias transportadoras. No seu caso específico Silvia, como você procede quando precisa de algum serviço que seu contrato não cobre?

Eu não pago frete.

Entendo. É muito comum empresas não pagarem frete na origem, mas tenho percebido que sempre há algumas exceções. A propósito, Carla, você já ouviu falar de FOB dirigido?

Resistências e objeções comuns no momento da abordagem telefônica

Eu não pago frete. O frete é pago pelo meu cliente...

Ah realmente é muito comum os destinatários pagarem o frete e até indicarem a transportadora. Mas, além do FOB, que situações vocês indicam a transportadora e pagam frete?

Resistências e objeções comuns no momento da abordagem telefônica

Só atuamos com BID

1 - Olha só que interessante Laine! E como funciona seu BID normalmente em termos de periodicidade?

2 – E quando você precisa de alguma operação que seu BID não cobre atualmente, como você faz?

4 formas de se apresentar no início do contato

"Meu nome é Oneiase sou a responsável aqui na IdealMex pelo desenvolvimento de novos negócios com as empresas de rolamentos."

"Me chamo Thatiane , e sou gestora de contas aqui na Transdesign e estou em contato..."

"Meu nome é Pedro e falo da Brasil Transportes. Eu sou o Executivo Comercial responsável pela parceria estratégica com fabricantes de grande porte de painel de vidro.

"Sou Maria da TPN – Transportadora Primeira do Nordeste e sou o Consultora Comercial responsável pelos projetos de transporte nacional de material promocional de várias empresas como a sua..."

Perguntas para descobrir **quem cuida** da contratação de transportes

- Poderia me transferir, **por gentileza**, para o responsável pela importação?
- Gostaria de contar com **sua ajuda**. Quem seria o contato responsável pelo COMEX da sua empresa?
- Eu tenho tentado falar com o analista de exportação de vocês, mas não tenho conseguido. Você poderia me ajudar?
- Por favor, quem você me indicaria na sua empresa para falar sobre contratação transporte internacional de importação e exportação? Se puder me ajudar vou ficar muito agradecida(o).
- Olá! Eu tenho o nome de Marcelo como sendo o responsável pela área de exportação. Ele continua com vocês?

Como pedir para falar com as áreas?



- ➡ Me transfira, **por gentileza**, para a pessoa responsável pela área de transportes de carga?
- ➡ **Gentileza** me transferir para o responsável pela contratação de transporte marítimo e aéreo internacional?
- ➡ Quem é a pessoa na área de logística responsável pelo relacionamento com transportadoras?
- ➡ Posso contar **com sua ajuda e atenção**? Poderia me passar com o gerente de transportes de vocês?
- ➡ **Por gentileza**, me transfira com o José Mauro da distribuição...

Ao fazer uma pergunta aberta não dê as respostas...

- “Como que é sua operação? **Você trabalha com aéreo, rodoviário?**
- Como é sua rota? **É 100% São Paulo?**
- Como vocês gerenciam os fretes? **São pagos por vocês, pelos clientes?**

Bom dia Sr. João,
Tudo bem com o Sr. ?



Meu nome é Laine Oliveira, da NOVIGI Transportes e Logística

Fui informada que o Sr. é a pessoa responsável pela contratação de transportes na ABC Tecnologia. É isso mesmo?

Estou muito feliz por ter conseguido falar com o Sr. Que bom que consegui falar com o Sr.

A razão do meu contato se dá porque sabemos que algumas empresas do segmento de energia solar têm enfrentado dificuldades **para encontrar bons transportadores de carga.**

Por isso estou em contato para saber se a sua empresa tem passado pelo mesmo problema, e dizer como temos atuado com nossas soluções de entrega nesse segmento.

Como vocês tem sido sua operação logística de distribuição no Brasil?

Pergunta aberta - CALL TO ACTION – chamar para a ação

Bom dia Sr. João,
Tudo bem com o Sr. ?

novigi



Meu nome é Laine Oliveira, da NOVIGI Transportes e Logística.
Que bom que consegui falar com o Sr. Já havia tentado antes e fico feliz que agora consegui.

Estou em contato, Sr. João, porque vi no seu site que sua empresa distribui produtos para as cidades de XX, XX e XX - regiões carentes de bons transportadores e para onde temos envios diários para remessas fracionadas e carro dedicado. Ou seja, uma ótima oportunidade para atendê-los.

Em virtude disso, quero muito colocar nossa empresa à sua disposição, mas para isso gostaria de entender melhor sobre sua operação e necessidades... **De que forma vocês contratam serviços de transportes de carga atualmente?**

Pergunta aberta - CALL TO ACTION – chamar para a ação



Bom dia Sr. João,
Tudo bem com o Sr. ?

Meu nome é Laine Oliveira, da NOVIGI Transportes e Logística

Estou em contato com você porque atendemos as regiões do Rio de Janeiro, São Paulo e Espírito Santo (ou todo o Brasil) no transporte dedicado e fracionado de carga e quero muito colocar nossa empresa à sua disposição para essas regiões.

Como vocês contratam serviços de transportes para esses estados?

Pergunta aberta - CALL TO ACTION – chamar para a ação

Bom dia Sr. João,
Tudo bem com o Sr. ?

novigi



Meu nome é **Laine** e sou da **Novigi Transportes**.

Estou em contato com o Sr. porque nós atuamos em todo o Brasil com transporte fracionado e dedicado, e temos carros diariamente efetuando coleta perto do seu endereço – ou seja, carros diariamente nas proximidades da sua empresa.

Como está estruturada sua parceria de transportes para suas entregas?

Pergunta aberta - CALL TO ACTION – chamar para a ação

Bom dia Sr. João,
Tudo bem com o Sr. ?



Meu nome é **Laine** e sou da **Novigi Transportes**.

Estou em contato com o Sr. porque nós atuamos com transporte fracionado e dedicado saindo de São Paulo e destino ao estado de Minas Gerais e outros estados, e temos carros diariamente efetuando coleta perto do seu endereço – ou seja, uma ótima oportunidade para atendê-los também.

Atualmente, como o Sr. realiza suas entregas para MG?

Pergunta aberta - CALL TO ACTION – chamar para a ação



***Follow up da apresentação
enviada.***



“Bom dia Sr. Roberto! Tudo bem?

Primeiramente, agradeço pela atenção dada ao meu contato nessa manhã.

A apresentação está no anexo, conforme sua solicitação.

Aproveito para reforçar que temos carros diariamente na sua região.

Volto a falar com o Sr. na sexta-feira para saber o que achou da nossa empresa e soluções.

Atenciosamente, “

Por que as perguntas abertas **são importantes** no início da abordagem?



- Induzem o cliente a discorrer de forma mais ampla sobre o cenário dele (sondagem)
- Não permitem respostas como SIM ou NÃO
- Clientes não gostam de interrogatórios



*Outros exemplos de **perguntas abertas** de exploração/sondagem...*

- **Como vocês** escolhem os provedores/parceiros de transportes de carga atualmente?
- **Como** está estruturada sua operação de distribuição/entregas atualmente?
- **Qual** seria o passo inicial para fazermos parte do seu quadro de parceria?
- **Como** vocês realizam as entregas no estado de São Paulo?

Ambas passam pelo
Funil de Vendas



Funil de vendas para o transporte de carga e logística

Modelo **novigi**
treinamentos



Vamos fazer um exercício nosso

5º EXERCÍCIO?

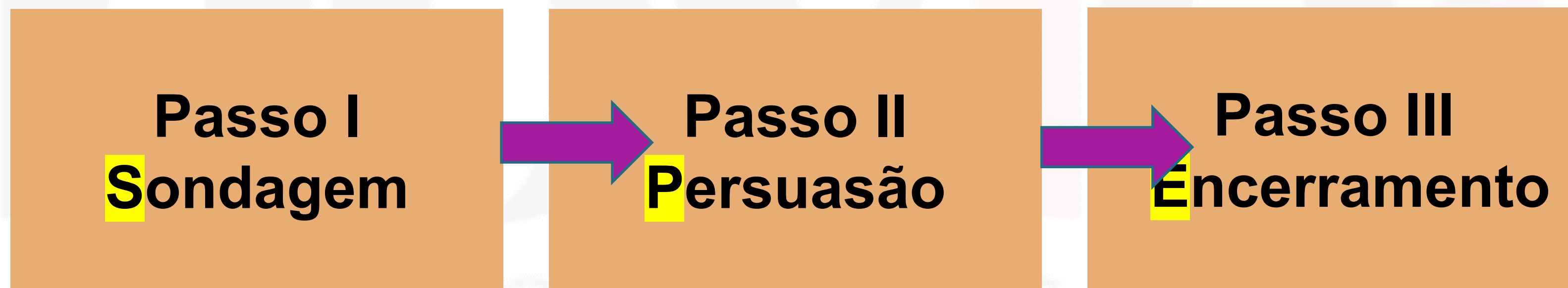


novigi

CASE REAL

Você descobriu que a empresa RODA IND. DE TELESCÓPIOS transporta muito para várias regiões do Brasil e com frete CIF.
Na sua segunda tentativa de prospecção a telefonista lhe transfere para o João da logística.

Ciclo da abordagem de prospecção – modelo Novigi - SPE

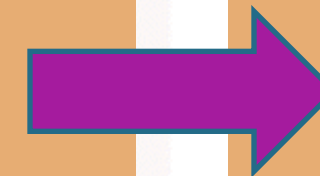


Ciclo da abordagem de prospecção – modelo Novigi - SPE

**Passo I
Sondagem**



**Passo II
Persuasão**



**Passo III
Encerramento**

**SPIN
SELLING**

SPIN SELLING para Sondagem e Exploração?



Perguntas de Situação



Perguntas de Problemas



Perguntas de Implicação



Perguntas de Necessidade de solução

**Passo I
Sondagem**

Bom dia! É o Sr. João?

Isso mesmo.

Sr. João, a Karina, telefonista, informou que o Sr. é pessoa responsável pela logística. É isso mesmo?

Sim, sou eu!

Que bom que consegui falar com o Sr. Meu nome é Laine da Novigi Transportes e Logística e quero muito apresentar nossa empresa para vocês, e para isso gostaria de saber **como o Sr. contrata serviços de transportes de carga atualmente?** (S)



Eu trabalho com várias transportadoras.

novigi

Interessante! Fico empolgada com isso porque vejo que podemos ter uma oportunidade com vocês também. E como o Sr. define a transportadora para cada região?

(S)

O Sr. falou que precisa de retorno rápido do SAC. Por que? O que tem acontecido exatamente? (P)



novigi

Defino de acordo com o prazo e se a empresa tem atendimento no SAC para informações de entrega, porque isso para mim é importante.

Eu envio para universidades e as entregas ficam perdidas lá dentro e eles sempre alegam que não receberam e é sempre difícil conseguir os dados das entregas com as transportadoras. A gente leva muito tempo para provar que entregamos.

Nossa João, imagino o tamanho do transtorno com isso.

Quantas vezes isso acontece na semana? (P)

Como isso impacta sua operação e seus clientes? (I)

Eu só não entendi porque eles jogam a responsabilidade em vocês se a mercadoria ficou perdida lá dentro da universidade. (P)

Sim. É bem desgastante.



De 10 entregas, diria que em 5 eu sempre tenho esse problema.

Isso atrasa minha operação aqui e o cliente se recusa a pagar a fatura dentro do prazo, porque alegam que não receberam a mercadoria na data vendida.

A entrega é feita na portaria, mas o porteiro não pode assinar, porque compras de professores eles não assinam e o professor nunca está lá na hora para receber. Só podemos deixar lá e o próprio motorista assina e coloca a data. Eles não aceitam isso. A portaria só manda para a área dois dias depois e eles não ficam sabendo que a mercadoria chegou antes. Às vezes, até esquecem de avisar que chegou material, porque eles recebem muitas coisas todos os dias.

Hummm entendi. E como o Sr. acredita que esse problema poderia ser solucionado? (N)

E se eu lhe disser que conseguimos resolver essa questão crítica para você e seus clientes universidades? (N)



Não sei, porque nenhuma transportadora conseguiu resolver isso até agora. A transportadora não consegue acessar a pessoa que está esperando o material. Somente a portaria.

Ahh duvido.

Ciclo da abordagem de prospecção – modelo Novigi - SPE

**Passo I
Sondagem**



**Passo II
Persuasão**



**Passo III
Encerramento**



PERSUASÃO – Então, vou lhe explicar como minha transportadora e eu podemos lhe ajudar. Nós atuamos nas regiões norte e nordeste também e estamos no mercado rodoviário há mais de 15 anos.

Sobre o seu problema em questão, nós temos um sistema de imagem que é gerada e enviada para o Sr. e para o e-mail do seu cliente no momento da entrega (comprovante de entrega com foto do local, horário da entrega). Isso tem ajudado muitos clientes com entregas críticas como as suas e conseguimos diminuir 80% dos problemas dessa natureza. Esse é um grande diferencial que temos. Ou seja, não tem como seu cliente alegar que não recebeu porque tiramos uma foto na hora e já enviamos para os e-mails cadastrados em nossa ferramenta.”

“Ah, mas eu não posso pagar mais caro de frete do que eu já pago hoje.”

Ciclo da abordagem de prospecção – modelo Novigi – SPE

**Passo I
Sondagem**



**Passo II
Persuasão**



**Passo III
Encerramento**

Por que o Sr. tem essa impressão de que o frete deve ser caro? **(S)**

(ENCERRAMENTO)

Eu percebi que o Sr. ficou bastante interessado no nosso serviço. Se me disser qual é sua volumetria eu posso elaborar uma proposta para que você faça um teste conosco, nem que seja para uma única entrega num primeiro momento . Assim poderá conhecer o nosso trabalho. O que acha?



Eu acho que dever ser sim já que vocês tem um sistema diferente.

Para essas regiões temos aprox. 30 entregas por mês no total. O valor da NF é de 5 a 10.000,00 e o peso de cada caixa varia de 3 a 5 kgs. Cada entrega tem 2 caixas aprox.

OK.

Perfeito. Envio a proposta para o Sr. até às 18h hoje. Tudo bem?

Enviando hoje, ligo para o Sr. Na sexta-feira para saber o que achou. Qual é o seu e-mail? Vou enviar a proposta e o convite do outlook para nossa conversa na sexta-feira.

SPIN SELLING



Perguntas de Situação

Como vocês contratam serviços de transportes para essas regiões? (S)

Por que o Sr. tem essa impressão de que o frete deve ser caro? (S)

Interessante! E como o Sr. define a transportadora para cada região? (S)

SPIN SELLING para Sondagem e Exploração?



Perguntas de Problemas

O Sr. falou que precisa de retorno rápido do SAC. O que o Sr. quer dizer? (P)

Por que precisa de retorno rápido? O que tem acontecido exatamente? (P)

Eu só não entendi porque eles jogam a responsabilidade em vocês por algo que aconteceu lá dentro. (P)

SPIN SELLING para Sondagem e Exploração?



Perguntas de Implicação

Como isso impacta
sua operação e seus
clientes? (I)

SPIN SELLING para Sondagem e Exploração?



Perguntas de Necessidade de solução

Ah entendi. Sr. João, o que acredita que solucionaria este problema que o Sr. tem atualmente? (N)

E se eu lhe disser que conseguimos resolver essa questão crítica para você e seus clientes universidades? (N)

Gatilhos **investigativos**

Como?

Por que?

Onde?

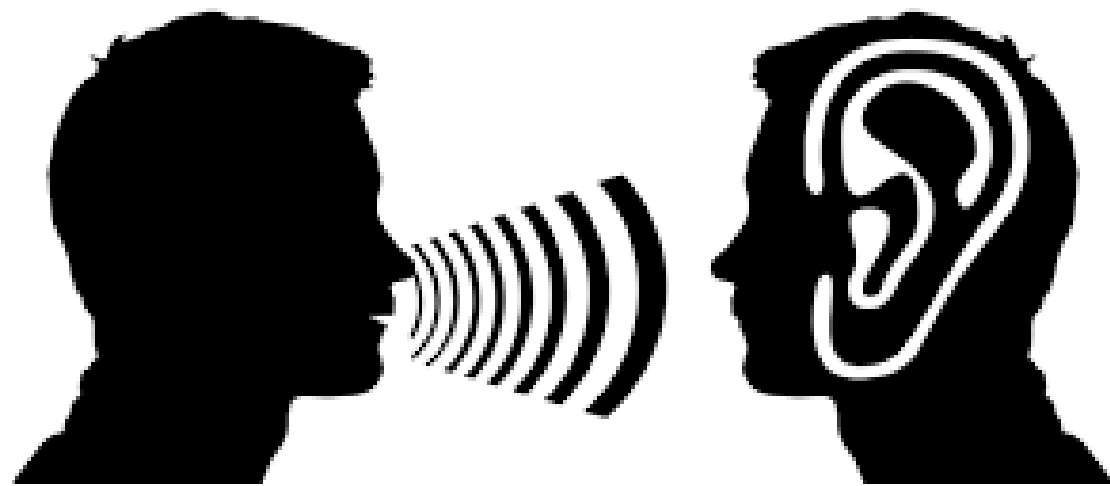
Quem?

Quando?

Qual?

Com que?

Escuta Ativa



novigi

Deixe o cliente falar, sem interromper...

Faça anotações dos pontos importantes da fala do cliente...

Esteja 100% conectado com o cliente

Evite qualquer forma de distração.

Perguntas fechadas



- As respostas são SIM ou NÃO
 - Ajudam a confirmar um cenário específico
 - Podem ser usadas em momentos estratégicos
-
- Que prazo de entrega o Sr. necessita para a região para Curitiba?
 - O Sr. eventualmente necessita de carro dedicado? “
 - O Sr. atualmente trabalha com quantas transportadoras?”

Dicas

novigi

**Tenha
diversos
scripts de
abordagem**

**Crie o hábito
de usar a
palavra
parceria e
parceiros**

**Sempre
mencione o
nome do
cliente.**

**Sempre
alinhe um
próximo
passo com
o cliente.**

**Ouça
seus
áudios.**

**Crie
proximidade
com a
telefonista.**

**Liste as
principais
resistências**

Vamos fazer um exercício nosso

6º EXERCÍCIO?



Reunião presencial....

Depois de 3 meses em contato com um cliente, você finalmente conseguiu agendar uma reunião de 1 hora. Ele vai lhe receber.

CASE:

A empresa que você vai visitar é de vidros – utensílios de vidro para cozinha. Ele fabrica e vende para lojas e distribuidores em vários estados.

A sua empresa é a Transportadora Novigi que está há 20 anos no mercado e atende rodoviário os estados do Paraná, Rio de Janeiro, Santa Catarina e Minas Gerais. Você já tinha conversado com esse cliente e descobriu essas informações por telefone, mas ele sempre dizia que estava satisfeito. Depois de muito insistir, você cavou uma visita.

Sua empresa tem experiência no transporte de vidros, e é por essa razão que você se dedicou tanto para agendar essa reunião. É a sua CHANCE!

Apresentação da proposta



**OS TEMPOS
MUDARAM**

**Textual
Visual**



*Prospectando **pelo LinkedIn...***

- O LinkedIn é a maior rede social para empresas e profissionais
- É primariamente uma rede de networking e recolocação
- A venda é a consequência desse networking
- A venda pelo LinkedIn deve ser estratégica

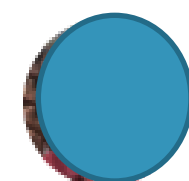


🔍 Gerente de logística

LinkedIn

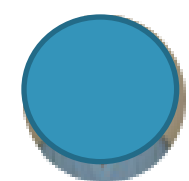
About 968,000 results

ANÍSIO SILVA



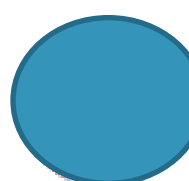
Connect

ANÍSIO SILVA



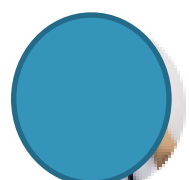
Connect

ANÍSIO SILVA



Connect

BRUNA SILVA



Connect



Como escrever uma mensagem de prospecção (Linkedin e e-mail)

- A mensagem deve ter início, meio e fim
- Não mais do que três parágrafos
- Deve-se ter cuidado com os erros de português
- Deve mencionar o nome do cliente ou da empresa dele
- Deve ter o objetivo do seu contato e como tomou conhecimento da empresa
- Deve sempre encerrar com uma pergunta aberta ou fechada

Bom dia Laine! Tudo bem?

Sou Laine da empresa Novigi Logística. Tomei a liberdade de contatá-la por aqui do que incomodá-la com ligação.

Vi que vocês importam por Santos, onde temos serviços de transporte rodoviário de contêiners para carga soltas das remessas que chegam.

Como somos também experientes no transporte de produtos químicos do seu segmento, podemos ajudá-la com as entregas das suas importações.

Como podemos falar mais sobre o assunto?

Atenciosamente,

Olá Carla, tudo bem?

Sou Laine da Novigi Transportes e faço parte da sua rede aqui no LinkedIn. Achei interessante lhe escrever porque vi que você é da área de logística e distribuição.

Gostaria de contar com sua ajuda e saber se pode me indicar na sua empresa a pessoa que cuida da contratação de transportes rodoviário de cargas.

Ficarei muito grata.

Como poderia me ajudar com essa informação?

****Transporte de medicamentos****



Olá Laine, tudo bem contigo?

Meu nome é Ruth e sou do comercial da Novigi Log, uma empresa com experiência logística na área de medicamentos e insumos farmacêuticos.

Já tem algum tempo que venho tentando contato com vocês, e como você faz parte do meu LinkedIn, imagino que talvez possa contar com sua gentileza.

O que você me sugere para que eu possa apresentar nossas soluções e empresa para sua área logística? Ficarei muito agradecida pela ajuda.



Olá Laine, tudo bem contigo?

Meu nome é Ruth e sou do comercial da Novigi Log. Atuamos com transporte dedicado e lotação para a região centro-oeste e norte. Fizemos algumas pesquisas de mercado e identificamos que vocês também vendem para essas regiões e podemos ser parceiro logístico para suas entregas.

Como podemos iniciar algumas cotações com vocês para essas regiões?



Prospectando **ativamente** pelo E-mail...

- O assunto do e-mail é a chave para abertura da sua mensagem.
- O texto do e-mail é a porta de entrada.



Assuntos de e-mails que devemos evitar...

- Apresentação
- Transportadora XXXXXX





Sugestões de assuntos de e-mails

Assunto: Sua exportação para o Mercosul

Assunto: Seu material promocional com rapidez

Assunto: Confeccções são a nossa especialidade

Assunto: Entregas rápidas e sem burocracias

Assunto: Entregamos no Pará no prazo certo...

Assunto: Nós planejamos suas entregas

Assunto: O estado de Minas Gerais é nosso...

Assunto: Rapidez na entrega conquista clientes

Assunto: Suas entregas dos dias da criança

Assunto: Sua mercadoria antes da concorrência

Assunto: Sua mercadoria foi entregue?

Assunto: Entregas no nordeste com a melhor

Assunto: Referência de entregas no nordeste

Assunto: Experientes no Transporte de Vidros

Assunto: Coletamos no seu endereço...

Assunto: Nível de performance para suas entregas



Sugestões de assuntos de e-mails

Assunto: Não é somente sobre contêiners...

Assunto: Sua exportação chegou?

Assunto: Seus importadores merecem a melhor opção

Assunto: Pode ser LCL , 20HC ou 40 HC

Assunto: Liberação de contêiners vazios

Assunto: Temos o melhor free time

Assunto: Free time competitivo

Assunto: Assessoria 24 horas porto a porto

Assunto: Liberação da carga da XXXX

Assunto: Quando sua importação vai chegar?



Assunto – Nível de performance para suas entregas...

Olá João,
Bom dia! Tudo bem? Sou Nice da Novigi Transportes e Logística.
Desde já agradeço pela sua atenção.

Tomei conhecimento sobre sua empresa por meio do site do SINDUSFARMA, onde há, também, alguns dos nossos clientes.

Estou em contato porque atuamos muito no **segmento FARMACÊUTICO** por meio das nossas soluções logísticas de entrega. Por essa razão, conversar com você seria muito interessante para falar sobre nossa atuação nas regiões nordeste e centro-oeste **porta a porta** com carro dedicado e com alto nível de performance na entrega de medicamentos.

Como posso contatá-lo para falarmos mais sobre o assunto?

Assunto – Sua carga desembaraçada com quem entende...



“Prezado João,
Bom dia! Tudo bem? Sou Manoela, Gerente Comercial da Idealmex Soluções Logísticas.

Fui informada que você é a pessoa responsável pelas importações e exportações da (nome da empresa).

Escrevo, porque estamos em Santos e somos agentes aduaneiros com forte presença no seu segmento para liberação aduaneira e transporte rodoviário da sua carga já nacionalizada.

Pensando nisso, João, queremos muito tê-lo como nosso cliente!
O que seria necessário para que tenhamos uma oportunidade com você e sua equipe?

Ficarei muito grata pelo seu retorno.
Atenciosamente,





Assunto – O Nordeste é nosso...

Olá João,
Bom dia! Tudo bem? Sou Gabriel da Novigi Transportes e Logística.
Prazer em falar contigo e desde já agradeço pela sua atenção!

Nós atuamos em todo o estado do nordeste, por meio do nosso transporte rodoviário porta a porta fracionado e dedicado e vejo aderência para uma parceria conosco.

Como podemos participar das suas cotações para esses destinos e modalidades?



Assunto – BID distribuição [nome da empresa]

Olá João,
Bom dia! Tudo bem? Sou Laine da Novigi Transportes e Logística.
Desde já agradeço pela sua atenção.

Nós atuamos nas regiões sul e sudeste, por meio do nosso transporte rodoviário e aéreo para todo o Brasil porta a porta fracionado e dedicado.

Fiquei sabendo que vocês estão com um BID para a distribuição fracionada no Brasil.
90% da nossa atuação é justamente na entrega de ar condicionado.

Como podemos participar do seu BID também?



Assunto – Transporte de contêiner com quem entende...

Olá João,
Bom dia! Tudo bem? Sou Laine da Novigi Transportes e Logística.
Desde já agradeço pela sua atenção.

Estamos localizados aqui em Santos e atuamos diariamente com o transporte de contêiners.

Um dos nossos diferenciais é a rapidez no nosso processo operacional uma vez que sua carga esteja liberada para transporte.

Atualmente como você tem contratado essa operação para suas importações.



Follow up do email enviado.

- O segredo é mudar o título do assunto...
- O texto precisa remeter ao email anterior...
- Destacar mais um diferencial...



Assunto inicial – O estado da Bahia é nosso...

Assunto do follow up – Olá Roberto!

“Bom dia Sr. Roberto! Tudo bem?

Gentilmente, gostaria de saber se o Sr. teve a oportunidade de ver meu e-mail enviado abaixo e o que achou.

Aproveito para reforçar que nossas entregas na capital são 24 horas.

Ficarei muito FELIZ (grata) por um retorno seu.

Atenciosamente, “

Prospectando por Whatsapp...





**Quem sou + como + razão + referência =
*abordagem adequada***

Abordagem adequada...

Olá Amanda! Tudo bem?

Meu nome é Carlos da **Alguma Coisa Transportes** e consegui seu contato ligando na sua empresa.

Fui informada que você é a pessoa responsável pela logística, é isso mesmo?

Estou em contato contigo, porque atendemos todo o estado do Espírito Santo para cargas fracionadas e dedicadas porta a porta 🚚 e tenho muito interesse em ser um dos seus parceiros logísticos.

O que seria preciso para que possa incluir nossa empresa nas suas cotações?

Carlos Sales

Alguma Coisa Transportes

E-mail:

22:09 ✓

22:26 ✓✓

Abordagem adequada...

Olá Laine! Boa tarde! Tudo bem?

Sou a Regiane da **(TRANSPORTADORA)** e consegui seu contato ao ligar na sua empresa. Fui informada que você é a pessoa responsável pela contratação de transporte de carga. É isso mesmo?

Vi no seu site que vocês vendem para a região sul do país, onde atuamos com transporte rodoviário de cargas fracionadas para seu segmento. Uma ótima oportunidade para atendê-los também.

Como podemos falar um pouco mais sobre esse assunto? 😊

23:17 ✓✓

Abordagem adequada...

Olá Laine! Bom dia! Tudo bem?

Eu sou a Patricia da TPN - Transportadora Primeira do Nordeste , uma empresa com mais de 60 anos de atuação **100% no Nordeste do Brasil.**

É você a pessoa responsável pela contratação de transportes das suas cargas fracionadas e dedicadas para o Nordeste?

07:54 ✓✓

Follow up

 **Olá Laine! Tudo bem? Boa tarde!**

O que você achou da minha mensagem acima?

Como podemos dar um próximo passo a partir dessa nossa abordagem?

20:58 ✓✓

Follow up

Bom dia Cicero! Tudo bem? 🚚

Escrevo para saber se você teve a chance de ler ver minha mensagem acima.

Aproveito para destacar que temos saídas diárias dos nossos carros para a região centro-oeste onde temos parceiras com empresas do agronegócio também.

O que achou?

21:04 ✓

Follow up estratégico...

 **Laine, final de ano está chegando...**

Como estão programando suas entregas?

Nossa dica:

-  antecipe suas tratativas de manuseio e operação logística para suas entregas de fim de ano
-  verifique se vai precisar de embalagens
-  atualize os dados cadastrais de entrega dos seus clientes
-  a escolha do operador logístico fará toda a diferença

Conte com a **(TRANSPORTADORA)** 

Caio

Comercial

Follow up estratégico...

Estamos em todo o Brasil

Olá Sandro, tudo bem?

Passando por aqui para lembrá-lo que estamos atuando em todo o Brasil no modal rodoviário dedicado (lotação) porta a porta e fracionado para o transporte de confecções.

- ◆ Temos unidades próprias: PR -Matriz, SC, SP, RJ, ES
- ◆ Postos avançados: RS, MG, GO, MT, MS, BA, SE, AL, PE, PB, RN CE, PI, MA

Como podemos participar das suas cotações?

Paola
Comercial



WhatsApp

**Como aumentar as chances
de fechamento da cotação por
WhatsApp?**



WhatsApp



Olá Sr. Aldo, boa tarde.

Conforme conversamos por telefone, segue o valor da frete de São Paulo para Salvador. R\$ 850,00.

Fico no aguardo para darmos sequência.

18:00

 **Cotação de frete** --- (nome da transportadora)

Olá Claudia,

Conforme conversamos há pouco, seguem nossas condições comerciais:

O **INVESTIMENTO** para essa entrega inclui:

- ✓ Coleta e entrega
- ✓ Seguro porta a porta
- ✓ Monitoramento 24 horas
- ✓ Devidas licenças e autorizações
- ✓ Prazo de faturamento - 20 dias
- ✓ Liberação fiscal no destino
- ✓ Prazo de entrega - 48 horas

 Valor -- **Investimento total** --- R\$ 500,00

 Para qual horário podemos agendar a coleta, Claudia?

13:10 ✓✓

Até *quantas vezes*
devo persistir com
um *prospect*?

novigi
treinamentos

3 vezes

novigi

A woman with long brown hair, wearing a white t-shirt, is looking down at a smartphone she is holding in her hands. The background is a bright, slightly blurred indoor setting.

quem

decide qual é o melhor
momento para a
compra é o CLIENTE

novigi
treinamentos

Evite marginalizar sua atuação, sua
solução e empresa.

novigi

Ciclo da abordagem de prospecção – modelo Novigi – SPE



**Passo I
Sondagem**

**Passo II
Persuasão**

**Passo III
Encerramento**

ETAPA II – PERSUASÃO

Técnica CVB

Características físicas e técnicas dos serviços da transportadora
Local, sistemas, frota, seguro, prazos de entrega e coleta, rastreamento, prazo de faturamento, unidades, nº de profissionais.

Características

Facilidades que as características físicas proporcionam

Vantagens

Confiança, agilidade, flexibilidade, segurança, qualidade, desempenho...

Resultados e ganhos que as vantagens proporcionam

Benefícios

Economia, redução de prazo, ganho de produtividade, diminuição de avarias, redução de custo, aumento do nível de satisfação dos clientes do cliente.



Somos experientes no transporte de fracionados nos modais aéreo, rodoviário e carga fechada para todo Brasil e com uma **equipe de atendimento interno e externo muito bem preparada e treinada para os mais variados cenários e necessidades no seu segmento. Temos unidades nas principais capitais do país.** (CARACTERÍSTICAS)

Com toda essa nossa estrutura de pessoal, Sr. João, capacitação e capilaridade, o Sr. terá a vantagem da **agilidade na coleta, entrega e no atendimento que o Sr. precisa.** Algo essencial para empresas do seu segmento. Há outras empresas desse setor que nos procuram por causa da nossa agilidade. (VANTAGEM)

Com nossa agilidade na operação e no atendimento, o Sr. terá um ganho no prazo de entrega que o Sr. precisa. Além disso, o Sr. terá um ganho também significativo do nível de satisfação dos seus clientes. (BENEFÍCIOS).



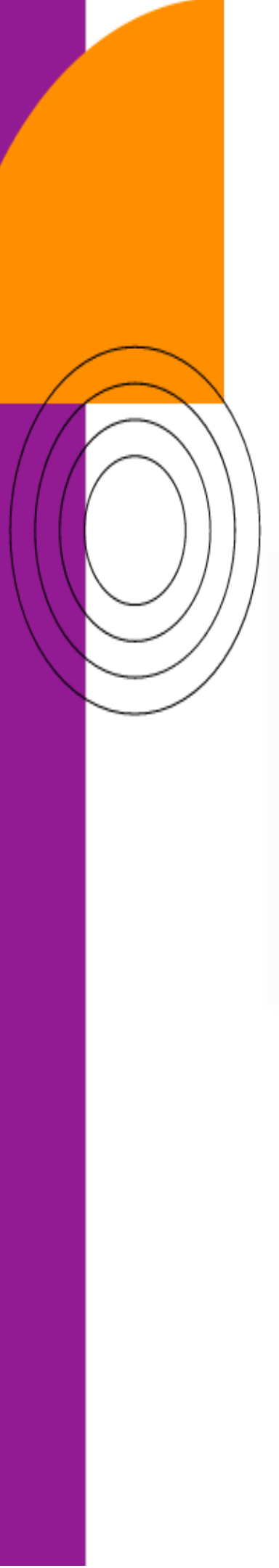
Somos fortes na atuação aduaneira de importações em Santos e outros portos do país com uma *equipe de atendimento dedicada para operações complexas como a sua e dentro do tempo de performance de 98%. Um percentual alto para esse tipo de solução.*

(CARACTERÍSTICAS)

Com toda essa nossa estrutura de pessoal, Sr. João, capacitação e capilaridade, o Sr. terá a vantagem da *agilidade na nacionalização das suas importações com nossos despachantes, transferência e devolução dos contêiner.* Inclusive, fazemos descargas noturnas. *VANTAGEM)*

Com nossa agilidade na operação e no atendimento, o Sr. terá um ganho no prazo de entrega que o Sr. precisa. Além disso, o Sr. terá um ganho também significativo do nível de satisfação dos seus clientes. *(BENEFÍCIOS).*

Ciclo da abordagem de prospecção – modelo Novigi – SPE



**Passo I
Sondagem**

**Passo II
Persuasão**

**Passo II
Encerramento**

Perguntas *para fechamento* ao final da reunião...

“Agora que eu pude entender seu cenário e desafios e expliquei um pouco sobre nosso trabalho, eu tenho uma proposta para você. O que você acha de fazer teste conosco para você constatar tudo o que lhe disse e para que possa conhecer o nosso atendimento?”

Se o Sr. precisar de alguma referência sobre nossa atuação no transporte de vidros, posso lhe passar os contatos de alguns dos nossos cliente, para que você se sinta seguro e faça uma experiência conosco.

Perguntas *para fechamento* ao final da reunião...

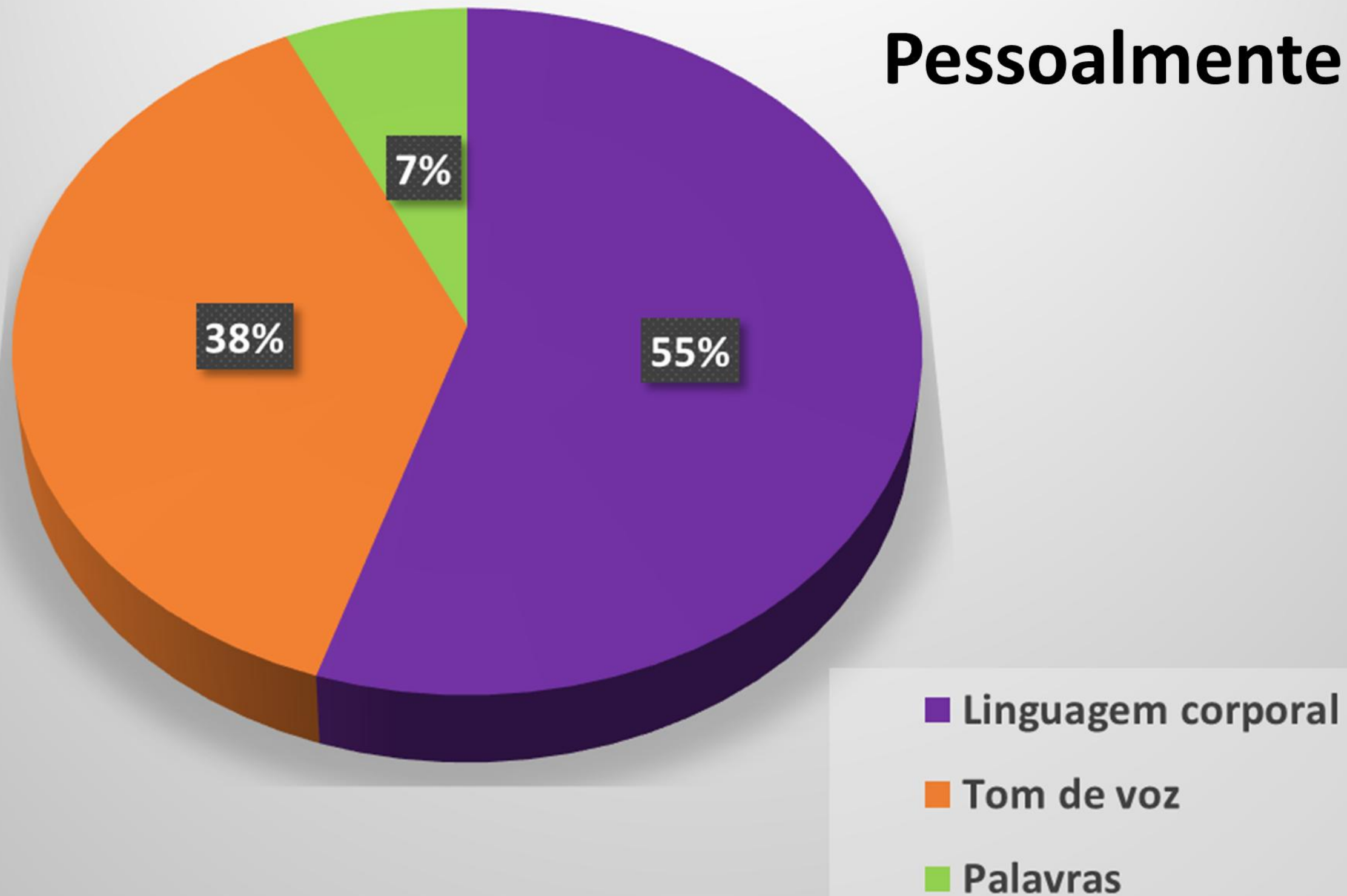
Você terá remessa semana que vem? Então, vou fazer o seguinte: eu ligo para você na segunda-feira pego os dados da sua remessa e fazemos um comparativo. O que acha?

“Eu percebi que você gostou de tudo o que eu lhe disse sobre nossa empresa, serviços. O que o Sr. me sugere para iniciarmos um primeiro teste?”

Como nos comunicamos

novigi

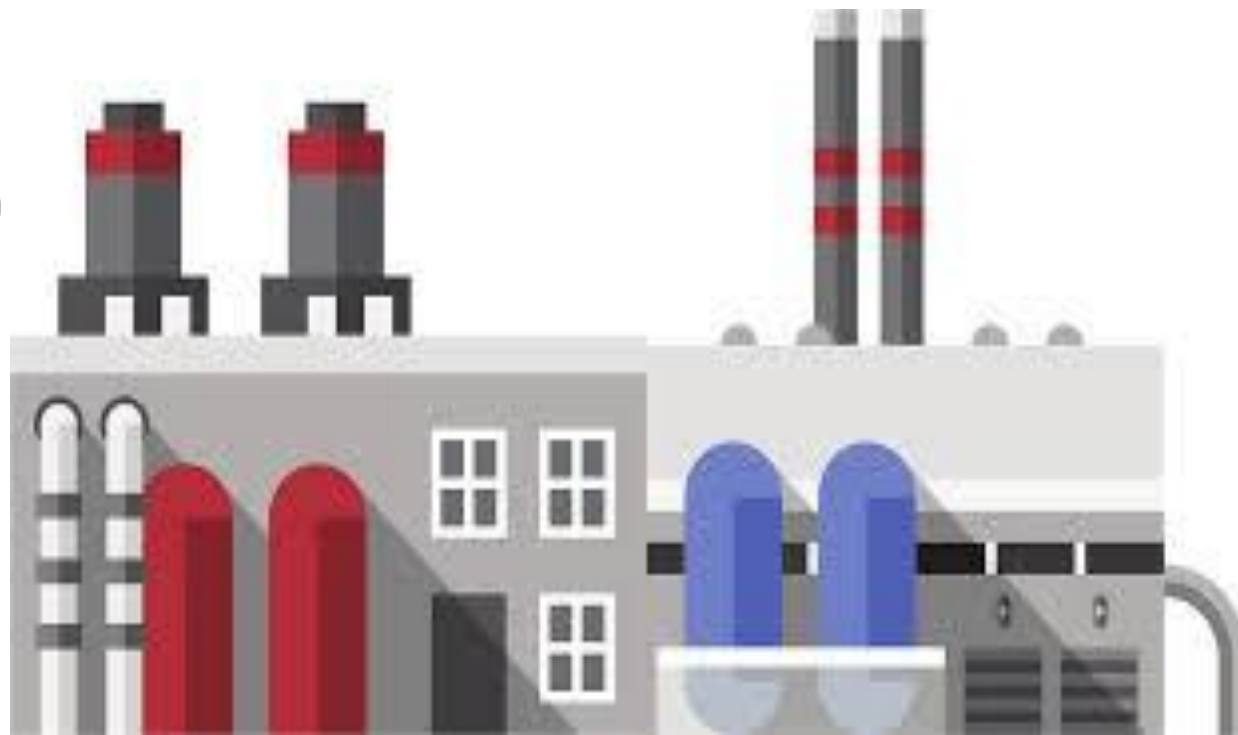
Pessoalmente



O que fica evidente quando vendemos presencialmente?

- Imagem
- **Linguagem verbal e não-verbal**
- Preparo, segurança e desenvoltura
- Foco, clareza e objetividade
- Nosso conhecimento sobre o mercado do cliente e sobre nossa transportadora
- **Nossa naturalidade**

Chegando ao cliente...



- O que há em volta da empresa
- Como são as instalações
- Comunicados na recepção
- Circulação das pessoas
- Como as pessoas atendem inicialmente (recepção, telefonista, porteiro)
- O que elas estão conversando

VISUAL, AUDITIVO, CINESTÉSICO

Linguagem não-verbal (presencial ou virtualmente)

Mãos no queixo



Análise, questionamentos, interesse.

Linguagem não-verbal (presencial ou virtualmente)

Braços cruzados e corpo afastado da mesa



Resistência





Cliente...

“Eu *preciso pensar* com mais calma porque eu tenho contrato com essas empresas atualmente”.

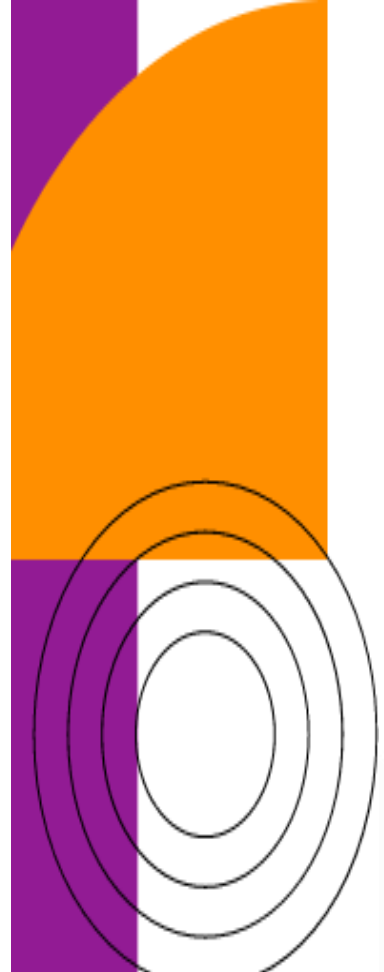
“Eu preciso de um prazo menor do que esse que vocês têm. *Seu prazo de entrega não me atende.*”

**“Seu preço ficou muito fora do que eu tenho.
Eu tenho tarifas de frete melhor.”**

O que são Objeções?

**Obstáculos criados
para evitar uma compra,
mesmo quando há interesse**

- É uma reação humana normal – portanto, prepare-se!



**“A objeção preço não é
‘real’ até que o cliente
a tenha mencionado
duas vezes”.**

Geoffrey James

***Autor Americano e criador do
famoso blog da CNN “Sales Source”***

@novigiconsultoria

Objeção de preço (PERGUNTAS)

- Por que você acha que nosso frete está alto?
- Se não fosse o valor, você fecharia conosco?
- Alto em que nível de comparação?
- Quando o Sr. diz muito alto, qual é a diferença?
- Na sua avaliação, o que o Sr. tem levado em consideração, além do preço?
- Quais serviços estão incluídos na proposta, cujos valores o Sr. está comparando com os nossos. Vamos comparar na ponta do lápis?
- Quanto você acha que deveria valer esse envio para sua empresa?
- O valor é realmente a única coisa que lhe está impedindo de fechar conosco?
- Se eu chegar no valor que você precisa, você fecha comigo?

Objeção de preço (EXPLICAÇÃO)

- Sr. João o Sr. terá um “ganho” significativo de tempo com o nosso prazo de entrega. São poucas as empresas que cumprem esse prazo e com carro próprio.
- Carlos nossas condições comerciais refletem os resultados que você vai ter: menos incidentes com a sua mercadoria, reduzindo significativamente os prejuízos financeiros.
-
- “Eu percebi que o Sr. quer muito trabalhar comigo também. Qual seria sua sugestão?”

“Tenho uma proposta melhor.”

Como responder essa objeção do cliente por WhatsApp?



“Cliente, o que você chama de proposta melhor?”



“O que está incluído em termos de serviços nessa proposta que está comparando com a nossa?”



“Que diferenciais você está levando em consideração para sua análise, além do preço?”



“O que está sendo determinante para sua análise de “proposta melhor”?”



“O que está faltando na nossa proposta para que ela seja também uma “melhor proposta”?”



“Vou te ligar para entender melhor sobre sua análise da nossa proposta... tudo bem?”



NEGOCIAÇÃO

sales

novigi
consultoria

EXERCÍCIO

- O cliente analisou a proposta da **sua transportadora**, mas disse que apesar de o serviço parecer superior ao que tem, o valor ficou 10% acima do que paga pela parceira atual para as transferências de São Paulo para Curitiba. Ele diz que se você der 10% de desconto que ele inicia os envios a partir do dia 01 de maio.

EXERCÍCIO

- O cliente analisou a proposta da **sua transportadora**, mas disse que apesar de o serviço parecer superior ao que tem, o valor ficou 10% acima do que paga pela parceira atual para as transferências de São Paulo para Curitiba. Ele diz que se você der 10% de desconto que ele inicia os envios a partir do dia 01 de maio.

Você diz que consegue dar 5%, e ele aceita.

EXERCÍCIO

- O cliente analisou a proposta da **sua transportadora**, mas disse que apesar de o serviço parecer superior ao que tem, o valor ficou 10% acima do que paga pela parceira atual para as transferências de São Paulo para Curitiba. Ele diz que se você der o desconto que ele precisa, aceita a proposta e inicia os envios a partir do dia 01 de maio.

“Cliente eu até consigo lhe dar 5%/10% de desconto. Para isso, eu precisaria de um incremento de pelo menos mais umas 10 entregas na sua volumetria para Curitiba. Você conseguiria?”

Assim, lhe garanto o desconto que você precisa para fecharmos agora.



Negociar é trocar
variáveis.

- Prazo de entrega ou coleta
- Prazo de faturamento
- Horário de entrega ou coleta
- Isenção da cubagem
- Fornecimento de embalagem
- Frete cortesia no próximo envio até 2 kg
- Escolta
- Volumetria
- Pagamento via PIX
- Entrega no seu armazém
- Isenção de alguma generalidade

**MEU
FRETE**

R\$ 750,00

**BARGANHA
DO CLIENTE**

R\$ 430,00

variáveis

Quando começa a negociação?



A negociação começa quando o cliente **pede algo diferente** do que está na sua proposta.

Negociando

- Negociar é focar nas necessidades de ambos os lados

Modelo Ganha / Ganha

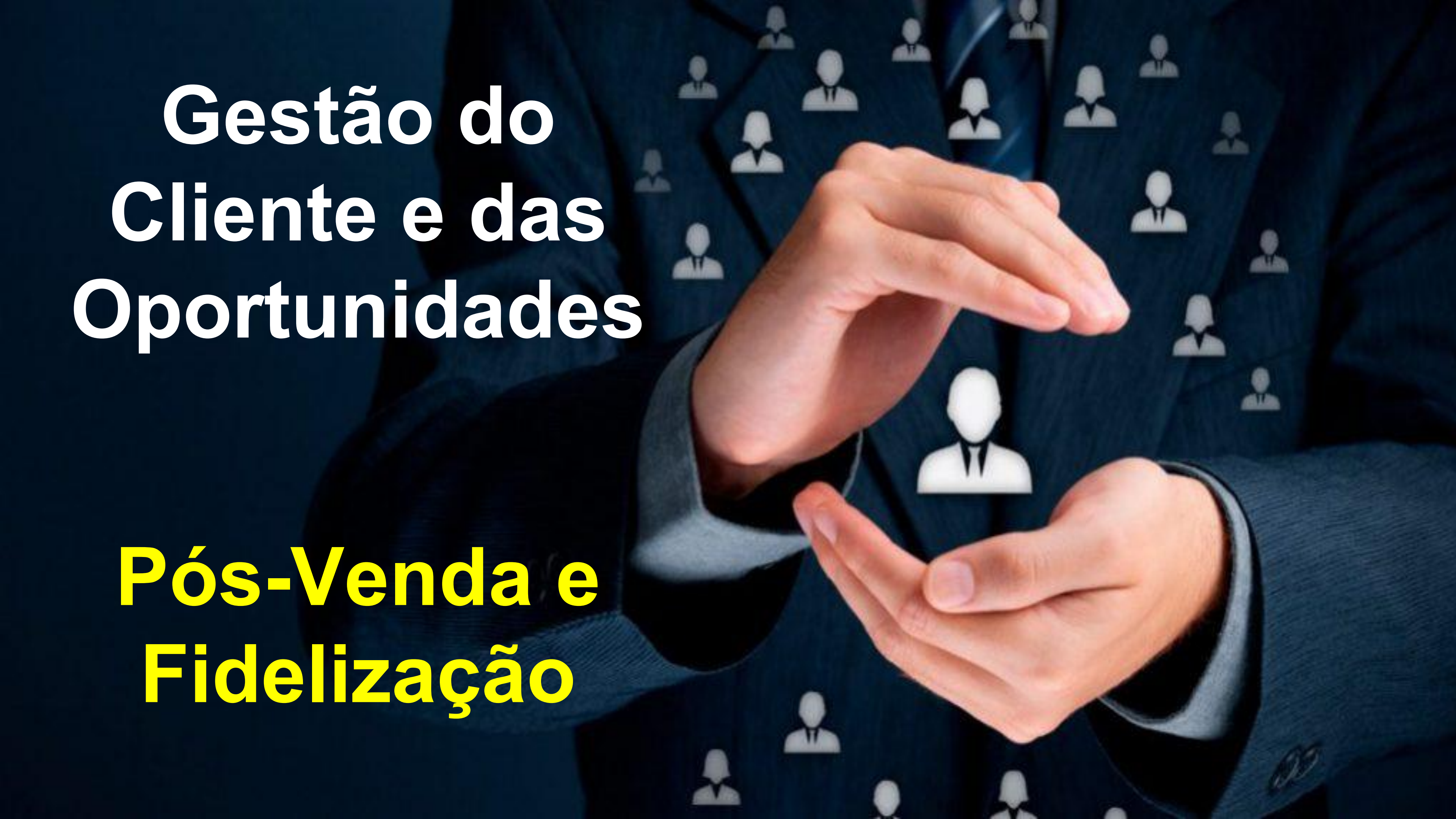
- Negociação colaborativa com resultado em que ambas as partes resolvem os problemas

20% 40%
30% 50%
60%

- Eu consigo oferecer 10% de desconto para o Sr., mas vou precisar diminuir meu prazo de pagamento.
- Eu consigo oferecer 5% de desconto, mas precisaria que o Sr. fizesse um incremento da volumetria mensal para o Rio de Janeiro.
- Eu consigo negociar 15% de desconto para o Sr., mas para isso preciso justificar com incremento de armazenagem/manuseio.
- Eu posso conceder o desconto, mas precisarei cobrar cubagem – uma cobrança que eu havia isentado na proposta.

Gestão do Cliente e das Oportunidades

**Pós-Venda e
Fidelização**



Ações de Pós-Venda



- Acompanhe o andamento do trabalho de operações e do SAC
- Confira os valores dos fretes antes do cliente receber a fatura
- Aja proativamente na iminência de algum contratempo
- Obtenha feedback do cliente sobre o nível de satisfação da operação em andamento
- Programe visitas ou ligações constantes nos primeiros meses da operação
- Saia um dia com a operação para fazer coleta neste cliente novo
- Apresente relatórios de performance, gráficos, cenários antes e depois da atuação da sua transportadora
- Observe se há algo mais que possa melhorar no atendimento a esse cliente

Pós-Venda

São necessárias **12** experiências positivas para combater **uma** **única experiência negativa** que seu cliente tenha tido com o seu serviço, assessoria ou produto.



O Cliente no Centro: Todos Somos Vendedores

MARKETING

OPERAÇÕES

FINANCEIRO

CLIENTE

O núcleo onde todos os esforços de todas as áreas se encontram.

PÓS-VENDA

novigi

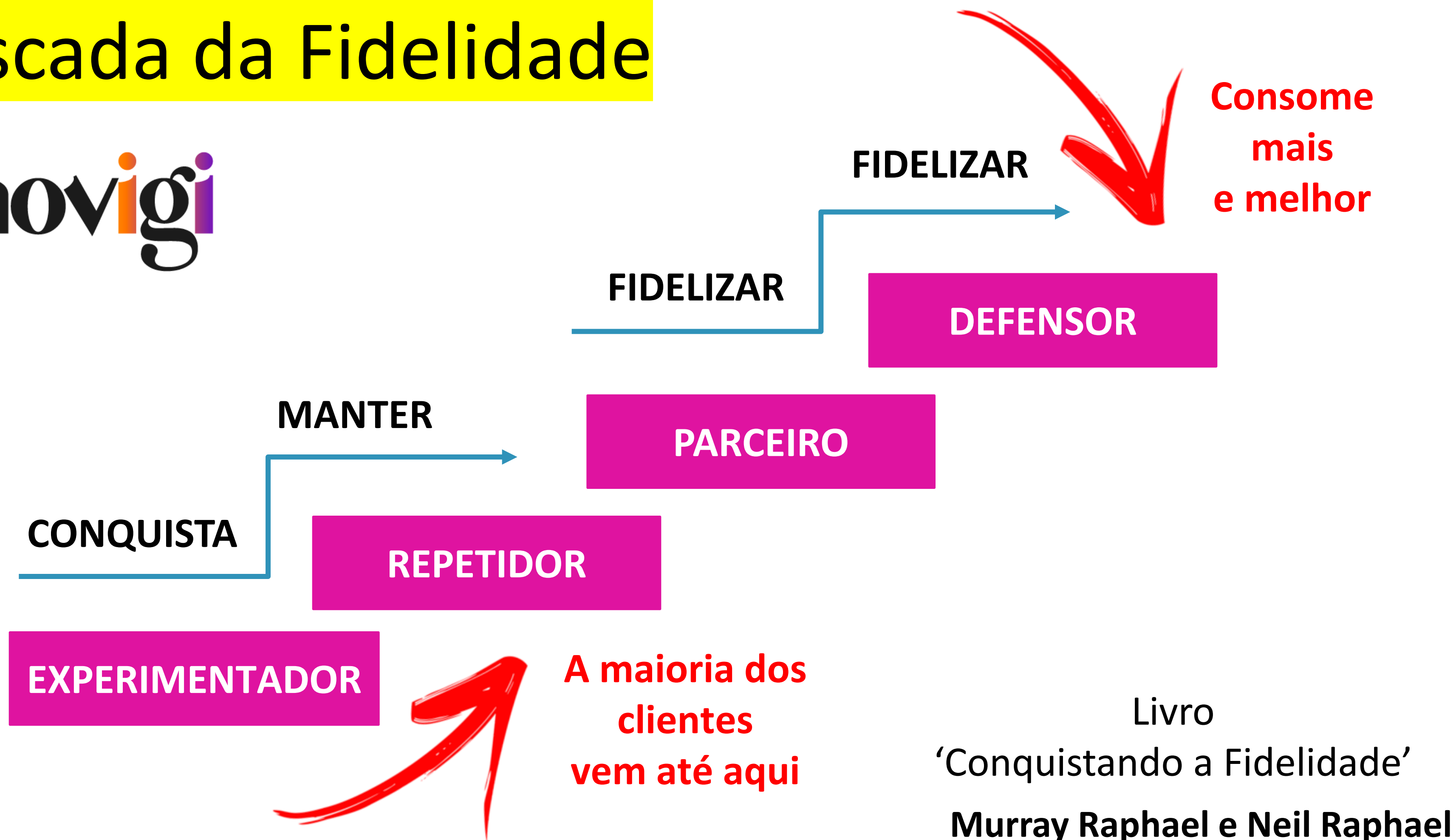


Fidelização de clientes

- Conquistar um cliente novo é 25 vezes mais caro do que manter um cliente existente.

novigi

Escada da Fidelidade



Livro
'Conquistando a Fidelidade'
Murray Raphael e Neil Raphael

PILARES DA FIDELIZAÇÃO

DETRATORES

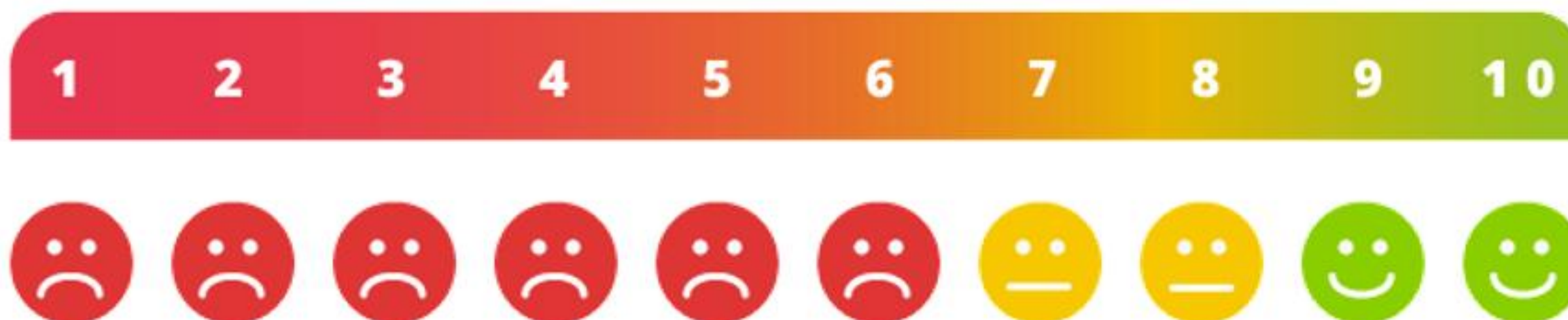
NEUTROS

PROMOTORES



PILARES DA FIDELIZAÇÃO

Escala de Promoção
Net Promoter Score



$$\text{NPS} = \% \text{ 😊 } - \% \text{ 😞 }$$

Em uma escala de 1 a 10, quanto você indicaria a nossa empresa/solução a um amigo ou familiar?

PILARES DA FIDELIZAÇÃO

novigi

DETRATORES

NEUTROS

PROMOTORES



0 1 2 3 4 5 6



7 8



9 10

PILARES DA FIDELIZAÇÃO

Detratores: notas entre 1 a 6 --- consumidores que não estão nada satisfeitos com a sua empresa, soluções e tiveram uma experiência muito negativa.

Neutros: notas 7 e 8 --- clientes que consideram o seu negócio indiferente, ou seja, não estão satisfeitos ou insatisfeitos.

Promotores: notas 9 e 10 --- aqueles que estão completamente satisfeitos com a sua empresa e soluções

PILARES DA FIDELIZAÇÃO



Detratores: notas entre 0 a 6 --- consumidores que não estão nada satisfeitos com a sua empresa, soluções e tiveram uma experiência muito negativa.

Ele pode não ter gostado:

- do atendimento realizado/prestado
- da experiência da contratação
- do tempo de demora do atendimento ou das entregas
- do suporte
- do resultado frente as expectativas que criou com as promessas de vendas
- da experiência online proporcionada pela empresa (site, blog e mídias sociais)

PILARES DA FIDELIZAÇÃO



Neutros: notas 7 e 8 --- clientes que consideram o seu negócio indiferente, ou seja, não estão satisfeitos ou insatisfeitos.

Por que estão neutros?

- não sentiram diferença no seu atendimento
- não enxergaram benefícios na sua solução
- sua transportadora não fez diferença na vida deles
- eles não propagam a sua marca no mercado
- não compram ou não contratam novamente a sua empresa

PILARES DA FIDELIZAÇÃO



Promotores: notas 9 e 10 --- aqueles que estão completamente satisfeitos com a sua transportadora e soluções.

Por que são promotores?

- sua empresa e soluções estão fazendo diferença na vida deles
- eles estão satisfeitos com toda a experiência com sua transportadora
- eles propagam a sua marca no mercado
- eles defendem sua factoring e soluções

RESULTADO FINAL

NPS = Total de Promotores – Total de Detratores / Total de entrevistados

Excelente: 75% — 100%

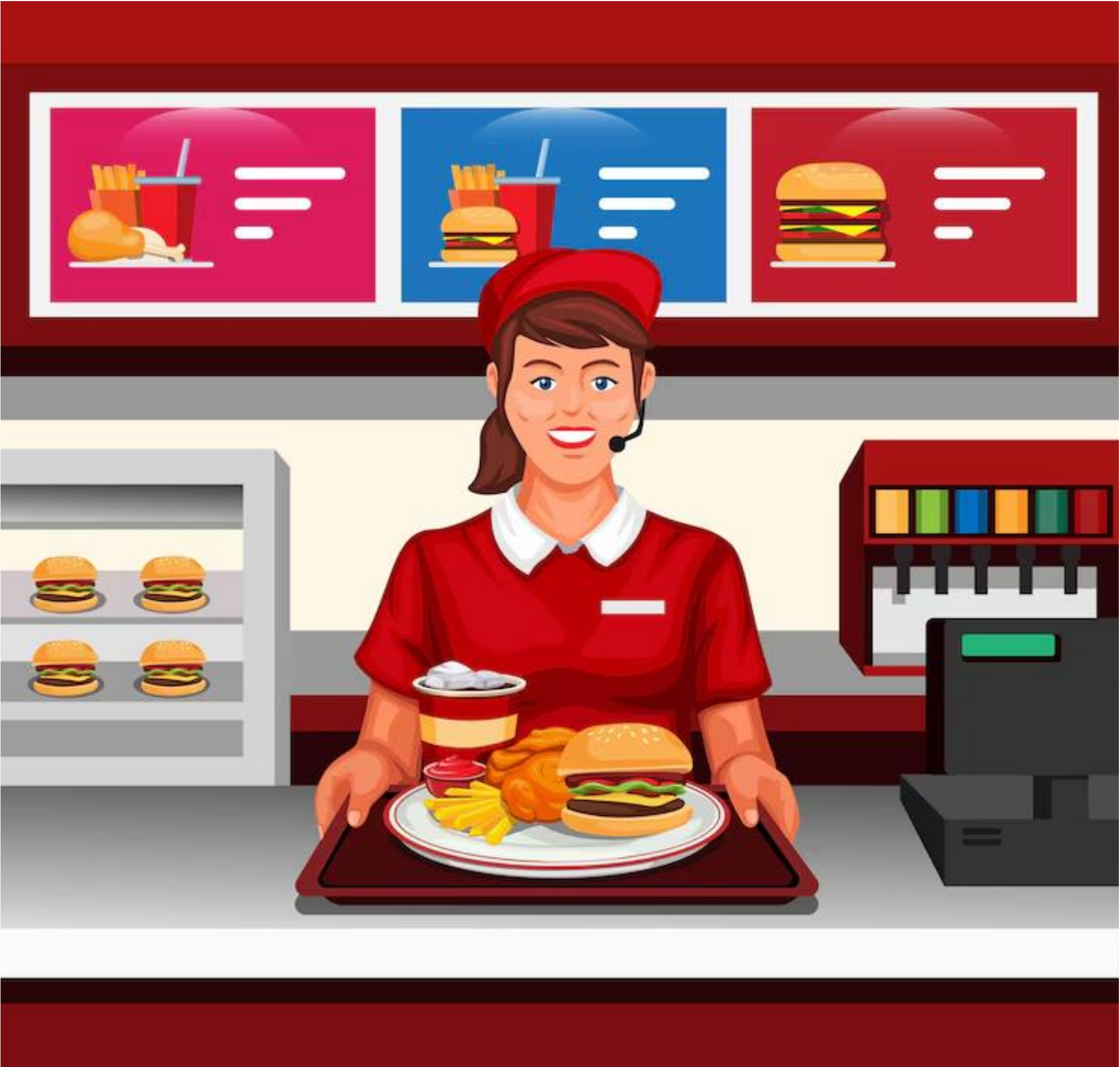
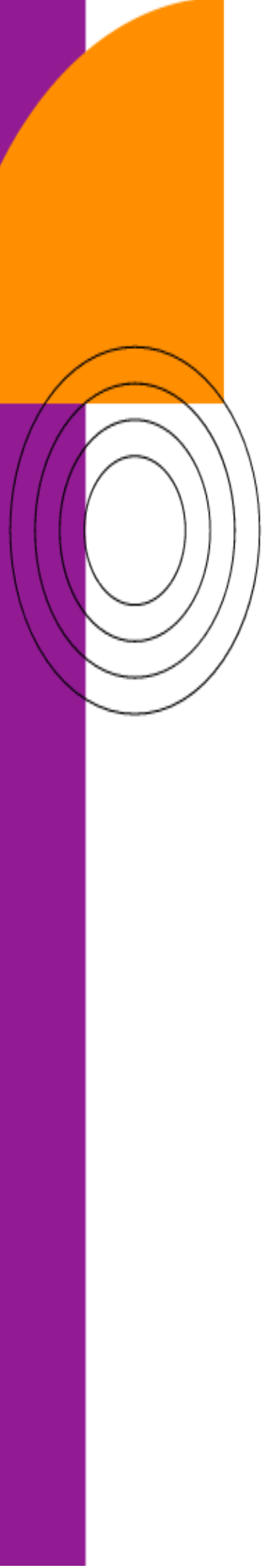
Muito bom: 50% — 74%

Bom: 0% — 49%

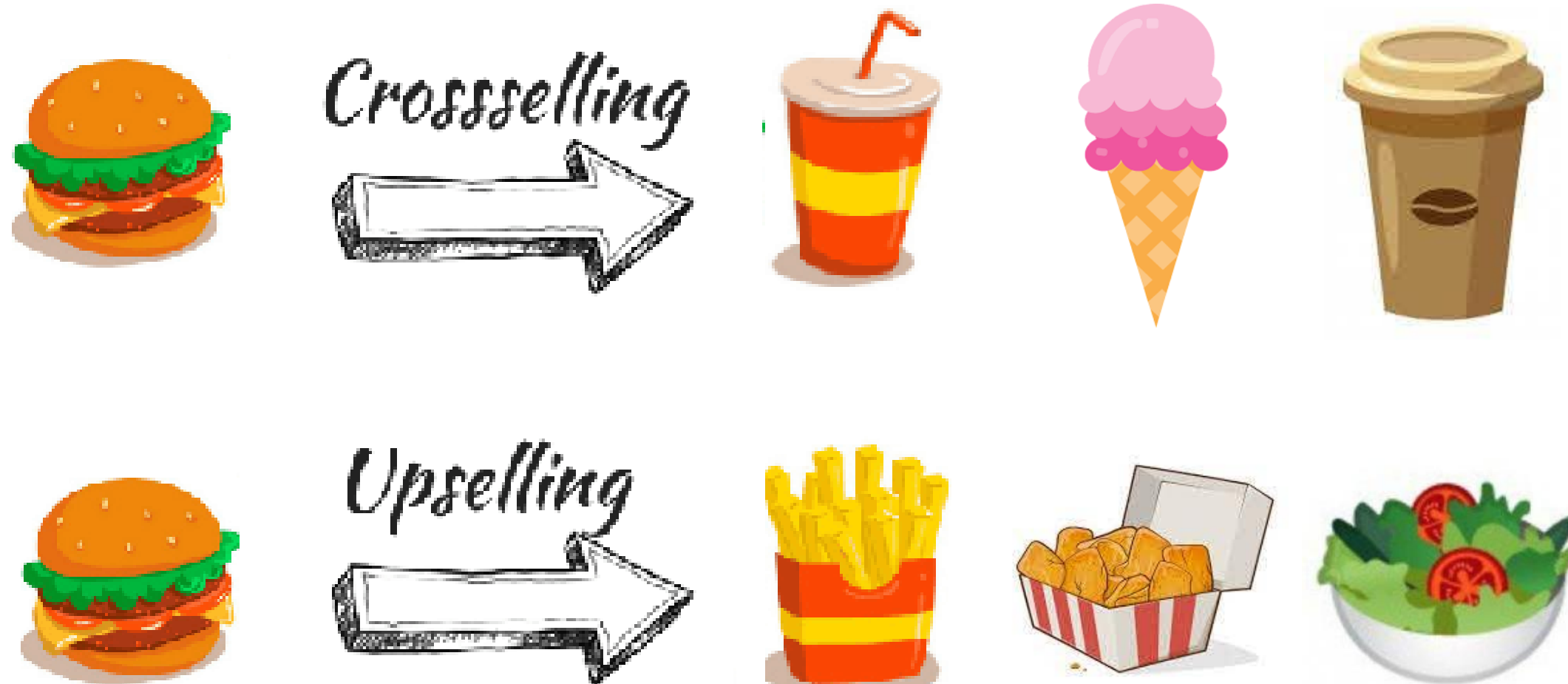
Ruim: -100% — -1%

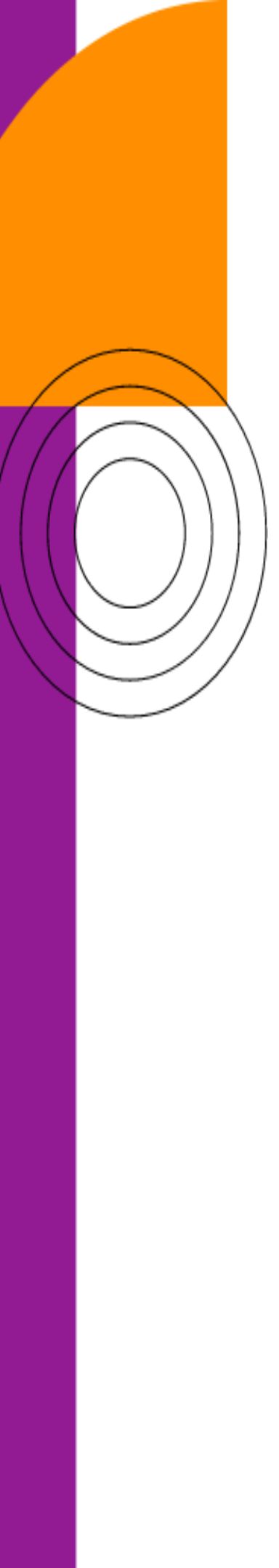
Ações de fidelização...

- Invista na comunicação/canais de conectividade (disponibilidade à informação)
- Invista em inovação
- Mapeie a cadeia de suprimentos do cliente
- Aumente seu networking dentro do cliente
- Gere conteúdo de valor para o cliente
- Promova a visita do cliente na sua empresa (apresente sua equipe)
- Invista na sua profissionalização/equipe
- Crie programas de fidelidade
- Crie ações promocionais de engajamento
- Encante o cliente
- Oferte novas soluções do seu portfolio



Cross selling e up selling para mais oportunidades...





novigi

Fidelização de clientes



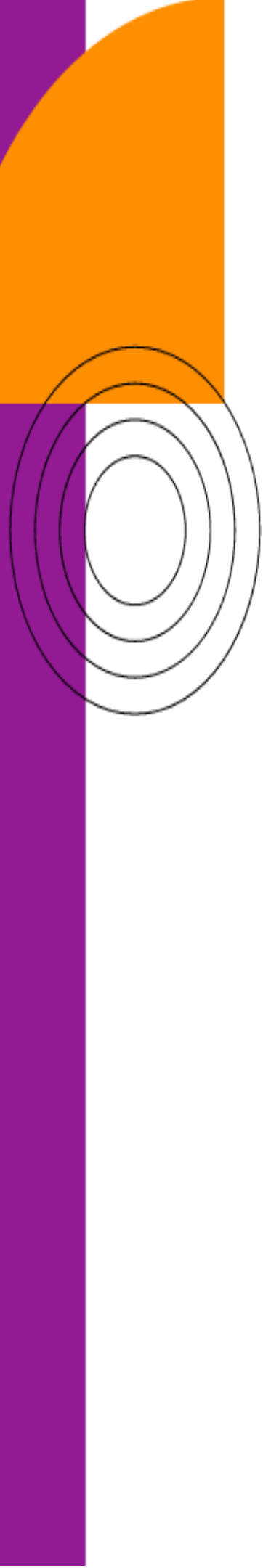
Curitiba

Porto Alegre

Salvador

São Paulo

novigi



Dicas

**Peça
indicação
para até 3
clientes.**

**Pergunte ao
seu cliente se
ele pode lhe
indicar para
os seus
fornecedores**



Física



Mental



Espiritual

CUIDE DA SAÚDE

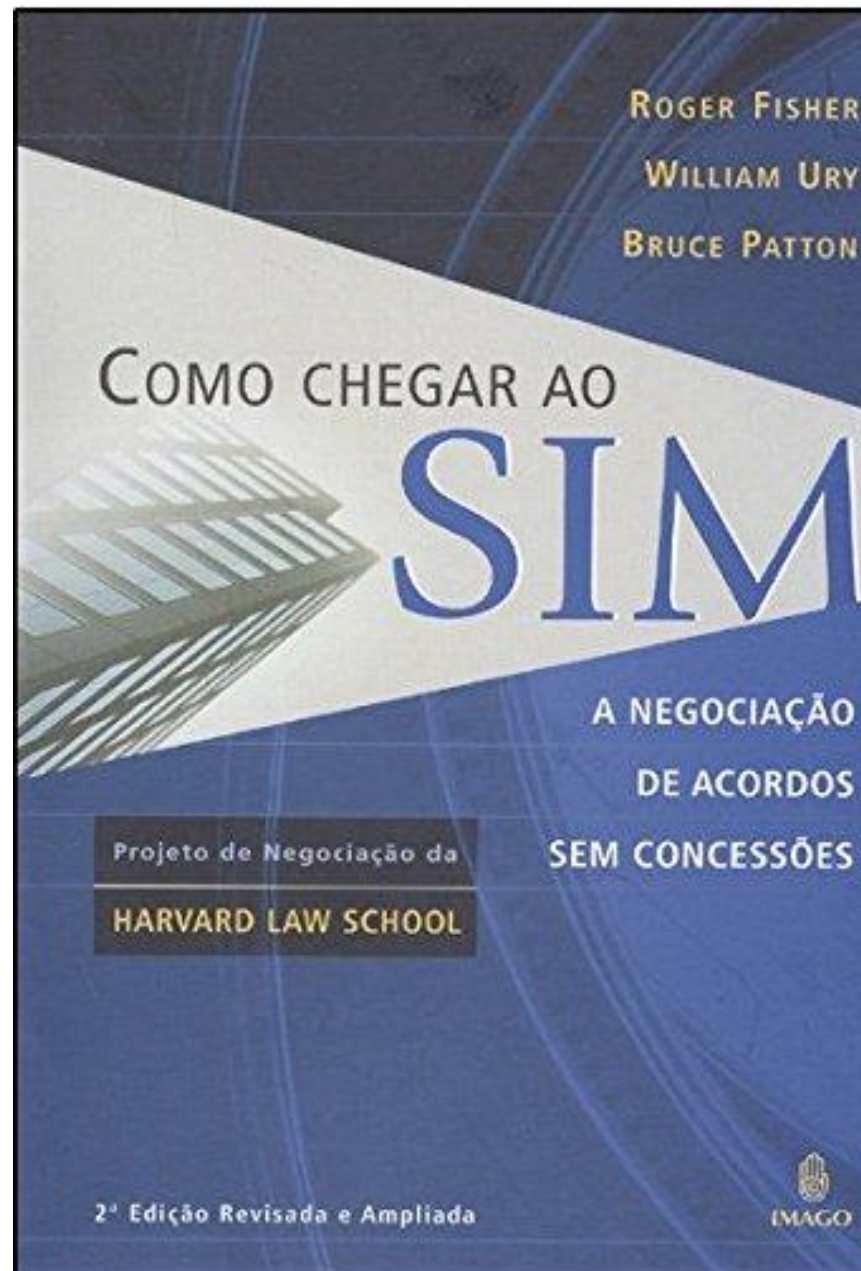
- Nosso maior patrimônio
- Base necessária para nossas longas empreitadas

novigi
treinamentos



Comemore as conquistas de vendas...





novigi

Laine Oliveira

Novigi Consultoria e Treinamentos

www.novigiconsultoria.com.br

Instagram - @novigiconsultoria



novigi

Obrigada!