



O Que Sabe dos Seus Clientes?

Em concreto, sabe quais são os assuntos pendentes com os seus clientes? Com cada um deles? Sabe se cada um deles está a ser visitado ao ritmo previsto, produzindo todo o seu potencial valor?

Cinco ideias comerciais. É isto que propomos para o ano de 2011, para que os desafios de natureza comercial se concretizem em oportunidades. Ideias numeradas, mas sem ser pela sua ordem de importância. Até porque a sua aplicação, se julgada oportuna, depende de cada empresa.

A Força Comercial de uma empresa é o seu meio de comunicação de excelência com os clientes, representando a sua maior oportunidade de comunicar com eles, sendo legítimo afirmar que quanto mais produtiva ela for, maior será a eficácia da comunicação. Consequentemente maiores serão as respectivas vantagens competitivas, traduzindo-se em vendas e em clientes satisfeitos.

A pergunta que se coloca, então, é: como aumentar a produtividade de uma Força Comercial? A resposta que propomos é: com controlo, motivação, gestão e oportunidades. Apresentando-se uma ideia para cada um destes tópicos. Neste Boletim de Opinião, falemos do Controlo.

Ideia 1 - Controlo da Força Comercial

O Controlo da Força Comercial corresponde a saber o que ela fez no passado e faz no presente. Isto é, quais os contactos que manteve ou mantém com os clientes existentes ou em prospecção, os respectivos conteúdos e assuntos tratados. Também os temas que os clientes pretendem ver resolvidos.

Este repositório de informação único, íntegro e coerente em toda a empresa, irá permitir que toda ela se oriente para os seus clientes, de modo assertivo, gerindo-os de forma mais personalizada e eficaz. Esta orientação resultará num novo aumento de eficácia da Força Comercial, com evidentes vantagens para a empresa.

A gestão mais assertiva e eficaz da Força Comercial permitirá ter sobre ela um controlo efectivo, garantindo que as questões levantadas pelos clientes são respondidas pela sua empresa. Questões de crédito, de campanhas, de pendentes administrativos.

Quanto valeria ter a garantia de que a Força Comercial da sua empresa está activamente empenhada na sua função, mantendo um ritmo de contacto com os clientes que garanta a devida capacidade de exploração de cada oportunidade comercial?

Em concreto, sabe quais são os assuntos pendentes com os seus clientes? Com cada um deles? Sabe se cada um deles está a ser visitado ao ritmo previsto, produzindo todo o seu potencial valor? Sabe se foi apresentada aos clientes previstos as últimas propostas comerciais da sua empresa? Se sim, parabéns. Se não, qual seria o valor para a sua empresa, se soubesse?

Além disso, qual estima que seria o impacto do seu cliente receber no seu e.mail ou poder consultar na Internet um resumo do conteúdo de cada visita da Força Comercial da sua empresa? Como avalia o impacto desta transparência?

Por Joaquim Pereira
Consultor