

CURSO O PROCESSO DE VENDAS

Nuvem do Conhecimento

Sumário

O processo de vendas.....	4
1. Processo de Vendas.....	4
1.1 Vai Voando	4
1.2 Decolagem.....	5
1.3 Embarque	5
1.4 Boas-vindas.....	6
1.5 Sua rota	6
1.6 Primeira escala	7
1.7 Passo a Passo do Sucesso	7
1.8 Fazendo a abordagem	8
1.9 Promovendo o seu cartão de visita	9
1.10 Técnicas de abordagem	9
1.11 Dicas	10
1.12 Dicas 2	11
1.13 2. Sondagem	11
1.14 2. Sondagem	12
1.15 2. Sondagem	12
1.16 2. Sondagem	13
1.17 2. Sondagem	14
1.18 2. Sondagem	14
1.19 Previna-se.....	15

1.20 3. Apresentação do produto	15
1.21 3. Apresentação do produto	16
1.22 3. Apresentação do produto	16
1.23 4. Superação de objeções	17
1.24 4. Superação de objeções	17
1.25 4. Superação de objeções	18
1.26 Dica	19
1.27 Dica 2	19
1.28 Dica 3	20
1.29 Dica 4	20
1.30 5. Fechamento	21
1.31 5. Fechamento	21
1.32 5. Fechamento	22
1.33 6. Pós-vendas	23
1.34 6. Pós-vendas	23
1.35 6. Pós-vendas	24
1.36 6. Pós-vendas	25
1.37 Conferência	25
1.38 Conferência	26
1.39 Conferência	26
1.40 Conferência	27
1.41 Conferência	27
1.42 Conferência	28
1.43 Conferência	28

1.44 O suporte comercial	29
1.45 O suporte comercial	29
1.46 O suporte comercial	30
1.47 Pousando.....	30
1.48 Resumo.....	31

O processo de vendas

1. Processo de Vendas

1.1 Vai Voando



Notes:

1.2 Decolagem

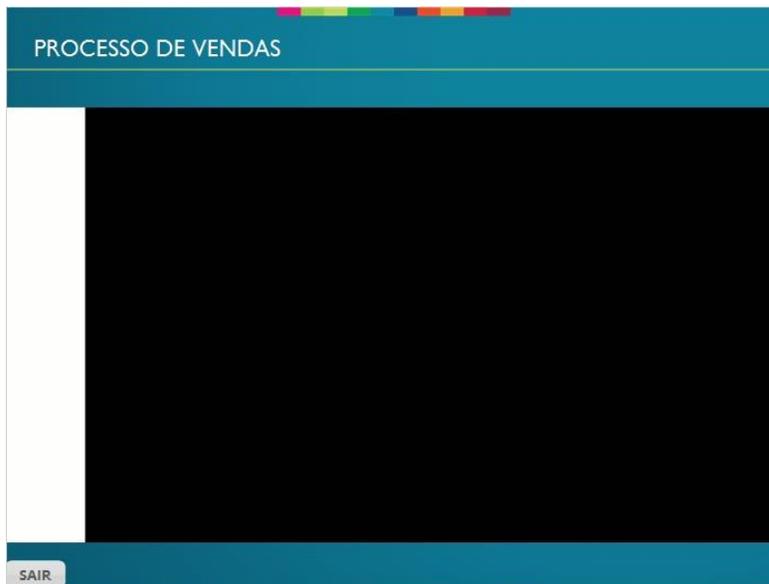


Notes:

1.3 Embarque



1.4 Boas-vindas



Notes:

1.5 Sua rota



1.6 Primeira escala

PRCESSO DE VENDAS

Primeira escala

Capítulo I

O PROCESSO DE VENDAS

Neste curso vamos abordar o **processo de vendas**, pois quanto mais preparado você estiver no atendimento ao cliente, mais conseguirá auxiliá-lo na decisão de compra.

SAIR

Notes:

1.7 Passo a Passo do Sucesso

PRCESSO DE VENDAS

Conhecendo o passo a passo do sucesso

Para realizar uma venda em que o cliente fique **satisfeito com o produto/serviço** adquirido, é necessário seguir alguns passos:

- 1. Abordagem
- 2. Sondagem
- 3. Apresentação do Produto
- 4. Superação de Objeções
- 5. Fechamento
- 6. Pós-vendas

SAIR

Notes:

1.8 Fazendo a abordagem

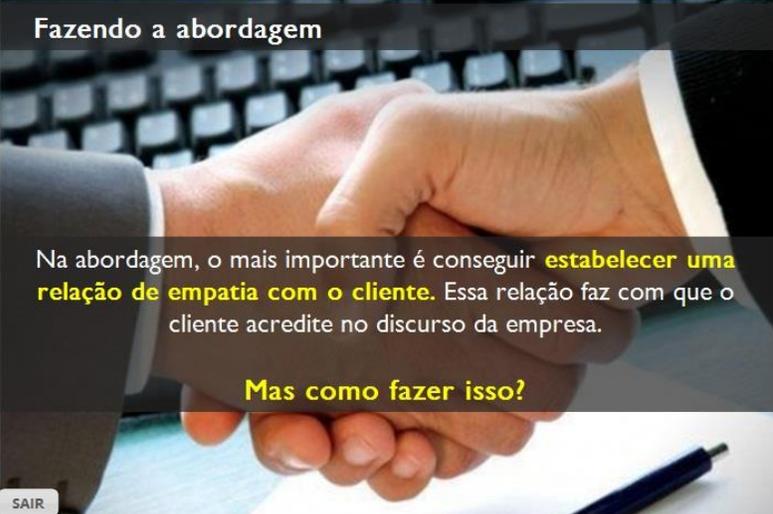
PROCESSO DE VENDAS

Fazendo a abordagem

Na abordagem, o mais importante é conseguir **estabelecer uma relação de empatia com o cliente**. Essa relação faz com que o cliente acredite no discurso da empresa.

Mas como fazer isso?

SAIR



Notes:

1.9 Promovendo o seu cartão de visita

PROCESSO DE VENDAS

Promovendo o seu cartão de visita

Cada um acha a sua maneira, mas fica uma dica: manter uma **aparência alegre e receptiva colabora muito nesse processo!**



SAIR

Notes:

1.10 Técnicas de abordagem

PROCESSO DE VENDAS

Instigando o seu cliente

Além disso, algumas ações podem ajudar nesse processo, como:

- **Você já comprou com a gente?**
- **Já conhece o nosso sistema?**
- **Ofereça água**
- **Relembre o nome do cliente e sempre chame ele pelo nome**
- **Faça ele se sentir o mais a vontade possível**

SAIR

Notes:

1.11 Dicas

PROCESSO DE VENDAS

Dica



Uma forma utilizada hoje em dia de estabelecer empatia e atrair os clientes à agência é por meio das redes sociais, como, o **Facebook** e o **WhatsApp**.

SAIR

Notes:

1.12 Dicas 2

PROCESSO DE VENDAS

Dica



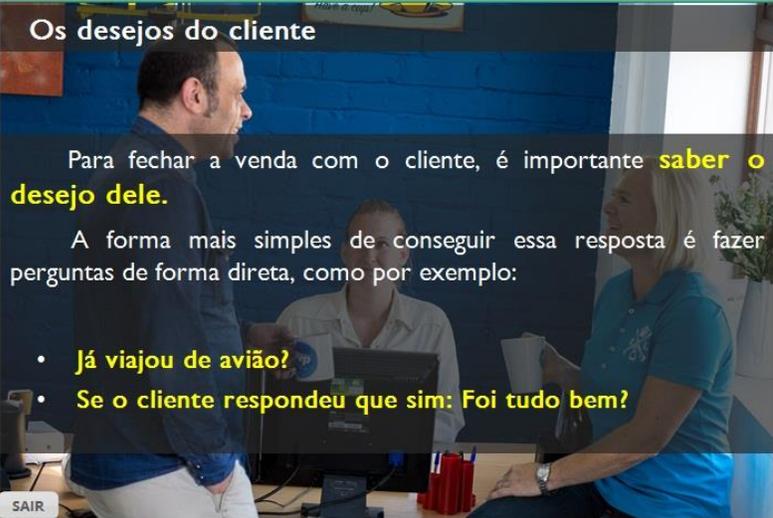
Ter uma agenda com o nome, telefone e o produto de interesse do seu cliente, ajuda a direcionar a comunicação na divulgação da sua agência.

SAIR

1.13 2. Sondagem

PROCESSO DE VENDAS

Os desejos do cliente



Para fechar a venda com o cliente, é importante **saber o desejo dele.**

A forma mais simples de conseguir essa resposta é fazer perguntas de forma direta, como por exemplo:

- **Já viajou de avião?**
- **Se o cliente respondeu que sim: Foi tudo bem?**

SAIR

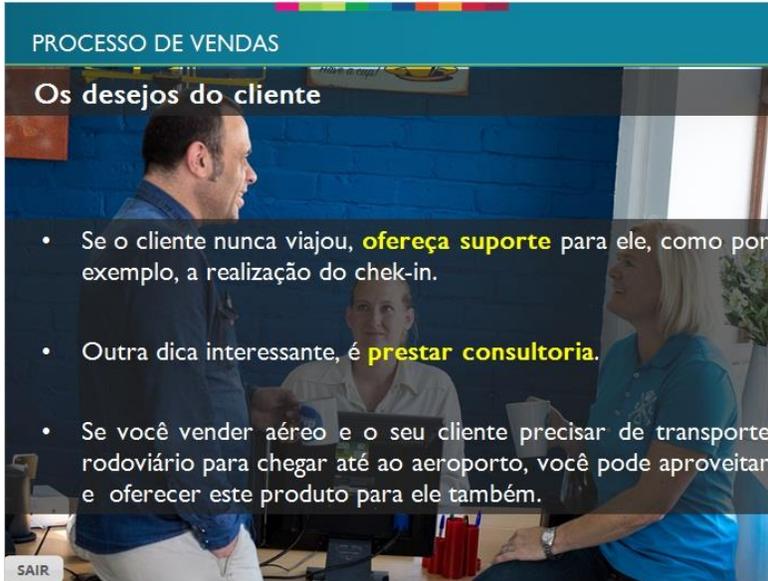
Notes:

1.14 2. Sondagem

PROCESSO DE VENDAS

Os desejos do cliente

- Se o cliente nunca viajou, **ofereça suporte** para ele, como por exemplo, a realização do check-in.
- Outra dica interessante, é **prestar consultoria**.
- Se você vender aéreo e o seu cliente precisar de transporte rodoviário para chegar até ao aeroporto, você pode aproveitar e oferecer este produto para ele também.



SAIR

Notes:

1.15 2. Sondagem

PROCESSO DE VENDAS

Comprometimento

Demonstrar ao cliente que se importa com ele garante um **comprometimento da empresa**, e, na maioria das vezes, o fechamento da venda.



SAIR

Notes:

1.16 2. Sondagem

PROCESSO DE VENDAS

Atendendo ao desejo do cliente



Quando o cliente chega à agência, ele tem **um desejo: o de viajar**.

Por isso, não devemos deixar ele ir embora sem atender às suas necessidades!

SAIR

Notes:

1.17 2. Sondagem

PROCESSO DE VENDAS

Aumentando o desejo do cliente



Para instigar mais ainda a necessidade deste cliente, uma forma interessante para fechar a venda é ter amostras de fotos do destino escolhido, que pode ser impressa ou gravada no seu computador.

SAIR

Notes:

1.18 2. Sondagem

PROCESSO DE VENDAS

Atenção na orientação

Se o passageiro tiver **compromisso com data fixa**, por exemplo, o casamento de um parente querido, o ideal é que ele se programe para **chegar ao destino na véspera ou com algumas horas de antecedência**.



SAIR

Notes:

1.19 Previna-se

PROCESSO DE VENDAS

Minimizando os imprevistos

Apesar de o transporte aéreo ser **eficiente e confiável**, existem problemas externos que podem acarretar atrasos e cancelamentos, como **fenômenos climáticos e questões de segurança**.



Assim como no transporte aéreo, no transporte rodoviário podem acontecer imprevistos, por isso **oriente o seu cliente** e evite transtornos.



SAIR

1.20 3. Apresentação do produto

PROCESSO DE VENDAS

Apresentando o seu produto

Sabendo que o cliente tem **uma expectativa e uma urgência em resolvê-la**, este é o momento de apresentar as possibilidades existentes dentro do que o cliente deseja.



SAIR

1.21 3. Apresentação do produto

PROCESSO DE VENDAS

Apresentando o seu produto



Para instigar a decisão do cliente, demonstre o produto **de maneira clara, direta e solucione as dúvidas necessárias.**

SAIR

1.22 3. Apresentação do produto

PROCESSO DE VENDAS

Instigando o cliente



Para que sua conversa não se transforme em um **monólogo**, pois isso afasta o cliente de você, fale de forma descontraída, criando perguntas que o estimulem a participar e se envolver.

SAIR

1.23 4. Superação de objeções

PROCESSO DE VENDAS

Superação de objeções

Durante a venda, a parte mais sensível é quando o cliente começa a **apresentar objeções, ou seja, as dúvidas.**

Esse é o momento em que o vendedor precisa mostrar seu “repertório” de argumentações.



SAIR

Notes:

-
- Facilita o processo de pagamento, pois não há necessidade do envio de documentação.

1.24 4. Superação de objeções

PROCESSO DE VENDAS

Superação de objeções



O mais importante é saber que, se seu cliente colocou uma objeção, provavelmente ele tem a intenção de comprar e **só não fará isso se você não tirar a dúvida dele.**

SAIR

Notes:

-
- Facilita o processo de pagamento, pois não há necessidade do envio de documentação.

1.25 4. Superação de objeções

PROCESSO DE VENDAS

Superação de objeções

Por esse motivo, é **muito importante** você conhecer profundamente seu produto, pois esse conhecimento lhe dará **segurança** para argumentar sobre as objeções.

Utilize o seu conhecimento sobre **produto, regras tarifárias e conhecimento do mercado aéreo** com o seu cliente!

SAIR

Notes:

-
- Facilita o processo de pagamento, pois não há necessidade do envio de documentação.

1.26 Dica

PROCESSO DE VENDAS

Dicas!

Se o cliente comprar sua passagem com pelo menos 4 meses de antecedência, as chances de conseguir preços mais atraentes aumentam;

SAIR

Notes:

-
- Facilita o processo de pagamento, pois não há necessidade do envio de documentação.

1.27 Dica 2

PROCESSO DE VENDAS

Dicas!

Uma outra possibilidade Pesquisar voos para o fim da noite ou para o início da madrugada,;

SAIR

1.28 Dica 3

PROCESSO DE VENDAS

Dicas!



Geralmente é mais vantajoso comprar passagens de ida e volta e procurar ficar no local por pelo menos 10 dias;

As terças, as quartas e os sábados à tarde e os domingos pela manhã são boas opções de datas;

SAIR

1.29 Dica 4

PROCESSO DE VENDAS

Dicas!



Em feriados, se possível, é melhor viajar com 1 ou 2 dias de antecedência;

Aproveite a baixa temporada.

SAIR

1.30 5. Fechamento

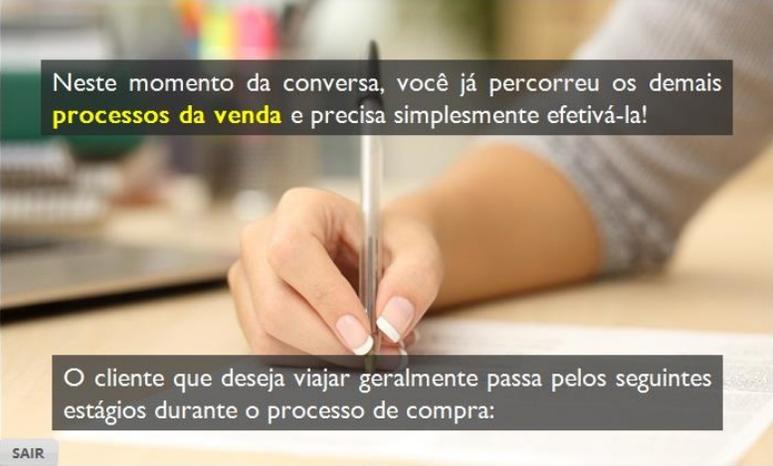
PROCESSO DE VENDAS

Fechamento

Neste momento da conversa, você já percorreu os demais **processos da venda** e precisa simplesmente efetivá-la!

O cliente que deseja viajar geralmente passa pelos seguintes estágios durante o processo de compra:

SAIR



Notes:

-
- Facilita o processo de pagamento, pois não há necessidade do envio de documentação.

1.31 5. Fechamento

PROCESSO DE VENDAS

Fechamento

- 1- A necessidade natural de ir a um determinado destino (**ele chega à agência com esse desejo**);
- 2- A emoção gerada durante o atendimento (**transmite a sensação de que a agência se importa com ele**);
- 3- A urgência de comprar a passagem para visitar seus familiares (**permite a argumentação quanto à instabilidade de preços**).

SAIR



Notes:

-
- Facilita o processo de pagamento, pois não há necessidade do envio de documentação.

1.32 5. Fechamento

PROCESSO DE VENDAS

Fechamento

Para que o cliente decida, deixe ele com a sensação de que vai perder alguma condição especial se não fechar a compra no momento em que está na agência.

“Acabei de consultar e só tem mais dois lugares nesse preço”;

“As passagens não tem preço fixo e podem sofrer alteração a qualquer momento”.

SAIR

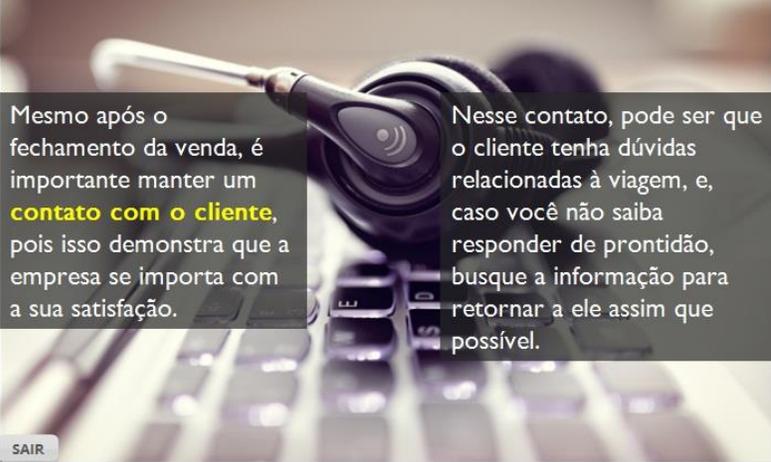
Notes:

-
- Facilita o processo de pagamento, pois não há necessidade do envio de documentação.

1.33 6. Pós-vendas

PROCESSO DE VENDAS

Pós-vendas



Mesmo após o fechamento da venda, é importante manter um **contato com o cliente**, pois isso demonstra que a empresa se importa com a sua satisfação.

Nesse contato, pode ser que o cliente tenha dúvidas relacionadas à viagem, e, caso você não saiba responder de prontidão, busque a informação para retornar a ele assim que possível.

SAIR

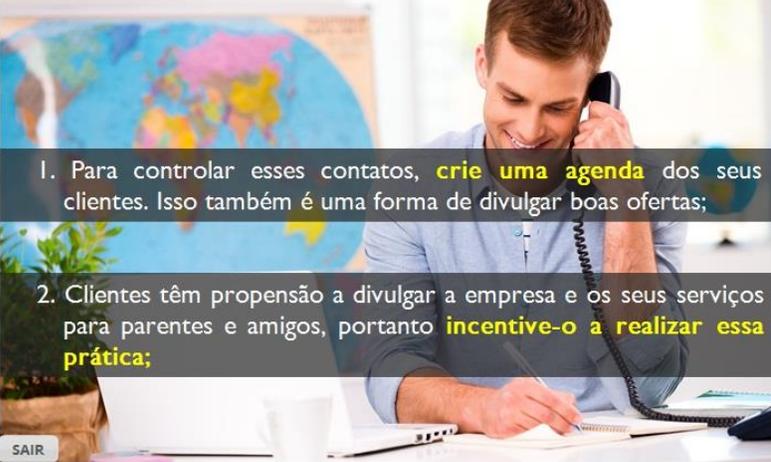
Notes:

-
- Facilita o processo de pagamento, pois não há necessidade do envio de documentação.

1.34 6. Pós-vendas

PROCESSO DE VENDAS

Dicas



1. Para controlar esses contatos, **crie uma agenda** dos seus clientes. Isso também é uma forma de divulgar boas ofertas;

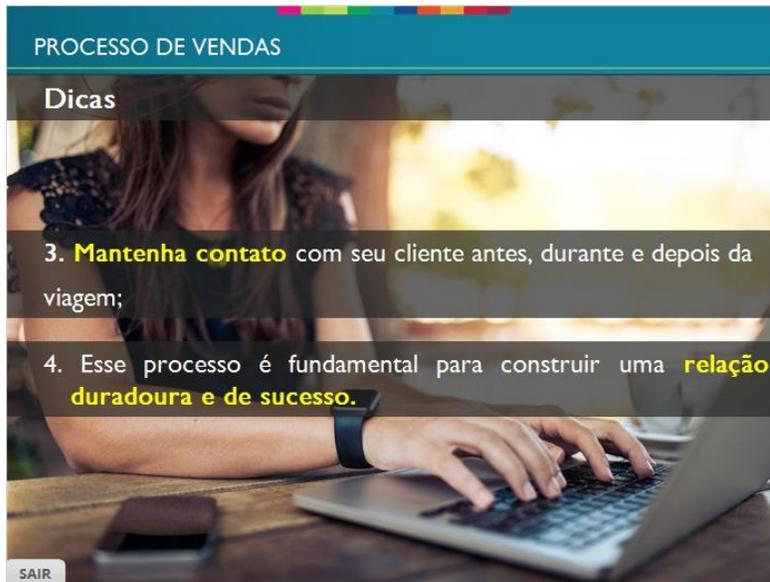
2. Clientes têm propensão a divulgar a empresa e os seus serviços para parentes e amigos, portanto **incentive-o a realizar essa prática**;

SAIR

Notes:

-
- Facilita o processo de pagamento, pois não há necessidade do envio de documentação.

1.35 6. Pós-vendas



Notes:

-
- Facilita o processo de pagamento, pois não há necessidade do envio de documentação.

1.36 6. Pós-vendas

PROCESSO DE VENDAS

Lembre-se

Vendas não fechadas na hora podem ser vendas no futuro, por isso **mantenha sua agenda em dia!**



SAIR

Notes:

-
- Facilita o processo de pagamento, pois não há necessidade do envio de documentação.

1.37 Conferência

PROCESSO DE VENDAS

O processo de conferência

Após realizar o processo sistêmico da venda, é importante que você **confira com o seu cliente os dados principais**, como nome, data e horário da viagem, partida e chegada do voo.



SAIR

1.38 Conferência

PROCESSO DE VENDAS

O processo de conferência

Na Vai Voando, esse processo é fundamental para **garantir uma venda correta e sem pendências futuras.**



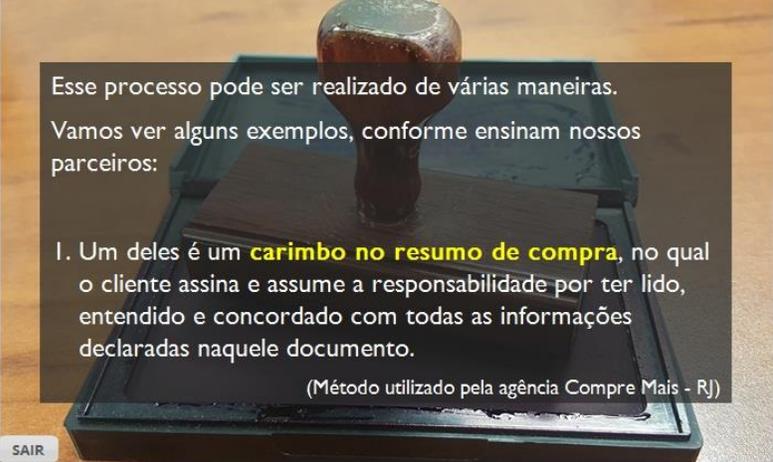
Além disso, o **processo de conferência** torna-se uma garantia à empresa no fornecimento do serviço e das informações.

SAIR

1.39 Conferência

PROCESSO DE VENDAS

O processo de conferência



Esse processo pode ser realizado de várias maneiras. Vamos ver alguns exemplos, conforme ensinam nossos parceiros:

I. Um deles é um **carimbo no resumo de compra**, no qual o cliente assina e assume a responsabilidade por ter lido, entendido e concordado com todas as informações declaradas naquele documento.

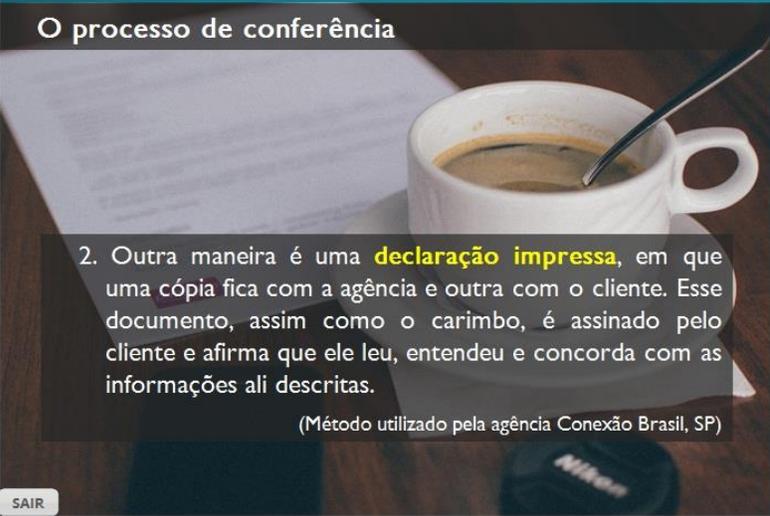
(Método utilizado pela agência Compre Mais - RJ)

SAIR

1.40 Conferência

PROCESSO DE VENDAS

O processo de conferência



2. Outra maneira é uma **declaração impressa**, em que uma cópia fica com a agência e outra com o cliente. Esse documento, assim como o carimbo, é assinado pelo cliente e afirma que ele leu, entendeu e concorda com as informações ali descritas.

(Método utilizado pela agência Conexão Brasil, SP)

SAIR

1.41 Conferência

PROCESSO DE VENDAS

Exemplo do processo de conferência impresso



Nesse exemplo, o cliente viajará no dia 04/01 às 2h, ou seja, durante a madrugada.

- No final do resumo de compra, na parte da frente, acrescentam-se as informações:

Importante: Comparecer ao aeroporto às 23h do dia 03/01.
Agência: Voe agora – fone (11) 3346-7182
Agente: Manuel – fone (11) 3346-7182

SAIR

1.42 Conferência

PROCESSO DE VENDAS

Exemplo do processo de conferência

- Atrás da folha vêm as seguintes informações:

Eu, _____, portador (a) do doc. _____, estou ciente de todos os dados apresentados nesse voucher (horário, data, trecho, companhia aérea e nome dos passageiros escrito corretamente). Também estou ciente de que devo levar todos os documentos necessários para realizar o embarque (documento original com foto quando adulto, certidão de nascimento original quando criança).

REFERENTE AO LOCALIZADOR: YN78JH *

Taxas de serviços e de aeroporto não são reembolsadas.

SAIR

1.43 Conferência

PROCESSO DE VENDAS

Informações importantes sobre o localizador

* O localizador é um **conjunto composto por 6 caracteres e pode ser formado somente por letras, números ou letras e números juntos.**

Ele é utilizado no sistema aéreo e **serve para identificar um determinado voo.**

Exemplo:

Localizador: PBKZ3A
Atenção: Este localizador é o identificador da sua viagem.
PASSAGEM Data da compra:
Situação da passagem: Confirmada

SAIR

1.44 O suporte comercial

PROCESSO DE VENDAS

Área comercial da Vai Voando



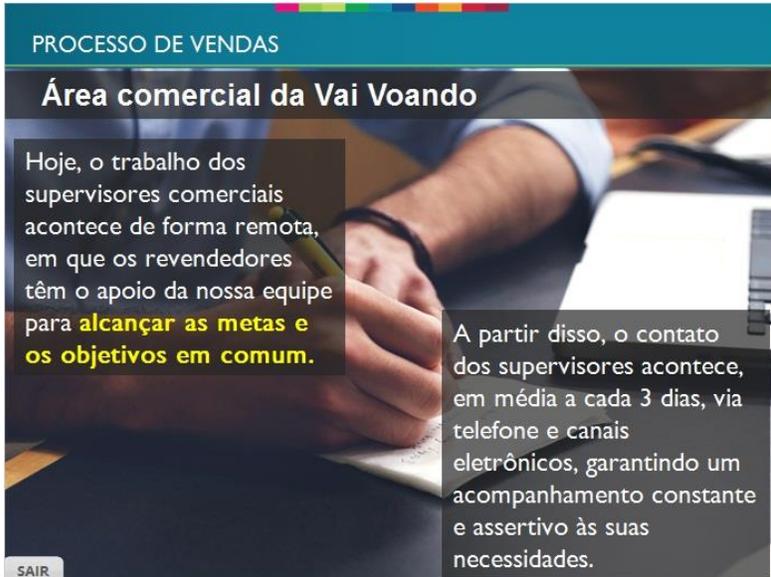
Ao longo da trajetória da Vai Voando, a área comercial desenvolveu um papel importante no **crescimento da força de vendas** e no seu atendimento.

SAIR

1.45 O suporte comercial

PROCESSO DE VENDAS

Área comercial da Vai Voando



Hoje, o trabalho dos supervisores comerciais acontece de forma remota, em que os revendedores têm o apoio da nossa equipe para **alcançar as metas e os objetivos em comum.**

A partir disso, o contato dos supervisores acontece, em média a cada 3 dias, via telefone e canais eletrônicos, garantindo um acompanhamento constante e assertivo às suas necessidades.

SAIR

1.46 O suporte comercial

PROCESSO DE VENDAS

O comercial da Vai Voando

Com a parceria Vai Voando, você amplia ou começa um negócio que comprovadamente tem muito a crescer.

Para que isso aconteça, **persistência e conhecimento contínuo** são fundamentais nesse processo.

Esse conjunto garante a você e à sua equipe, entendimento e, conseqüentemente, ampliação e bons resultados nos negócios.

SAIR

1.47 Pousando



1.48 Resumo

PROCESSO DE VENDAS

Pousando



Neste curso aprendemos que:

- O processo de vendas acontece basicamente em 6 etapas;
- A primeira etapa conhecida como abordagem é o primeiro contato feito com o cliente e, geralmente se estabelece por uma relação de empatia;
- As tecnologias digitais como o Facebook e o Whatsapp são meios eficientes de divulgar o seu

SAIR

Notes: