

F | Nasser

Treinamentos | Cursos | Palestras | Consultoria

WWW.FNASSER.COM.BR :: CONTATO@FNASSER.COM.BR



@fnassercosta



felipe-nasser



(41) 9 8414-4904



Felipe Nasser

Consultor, Palestrante, Professor e pesquisador nas áreas de neurociência, estratégia, marketing e vendas

Atuação há mais de 15 anos em Marketing, Estratégia e Desenvolvimento de projetos inovadores.

- Founder na Play na Bíblia (www.playnabiblia.com.br)
- Diretor da F|Nasser Treinamentos e Neurobusiness (www.fnasser.com.br)
- Sócio e COO da startup Contabiliza Fácil (www.contabilizafacil.com.br)



Administrador (UFPR)
MBA Executivo em Gestão Empresarial (FAE Business School)
Master of Science in Business Administration in Neuromarketing (Flórida Christian University – USA)



Professor de Pós-Graduação na **FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS**, Universidade Positivo, UCEFF, UNOCHAPECÓ, ESIC Internacional, entre outras.



(41) 9 8414-4904



felipe.nasser



www.fnasser.com.br



fnassercosta



felipe@fnasser.com.br



felipe-nasser



**Prospecção em
Tempos de Crise e
como se preparar para
as vendas pós-covid**

Anote

Conheça o multimercado

Cinco Tendências Aceleradas na China desde COVID-19

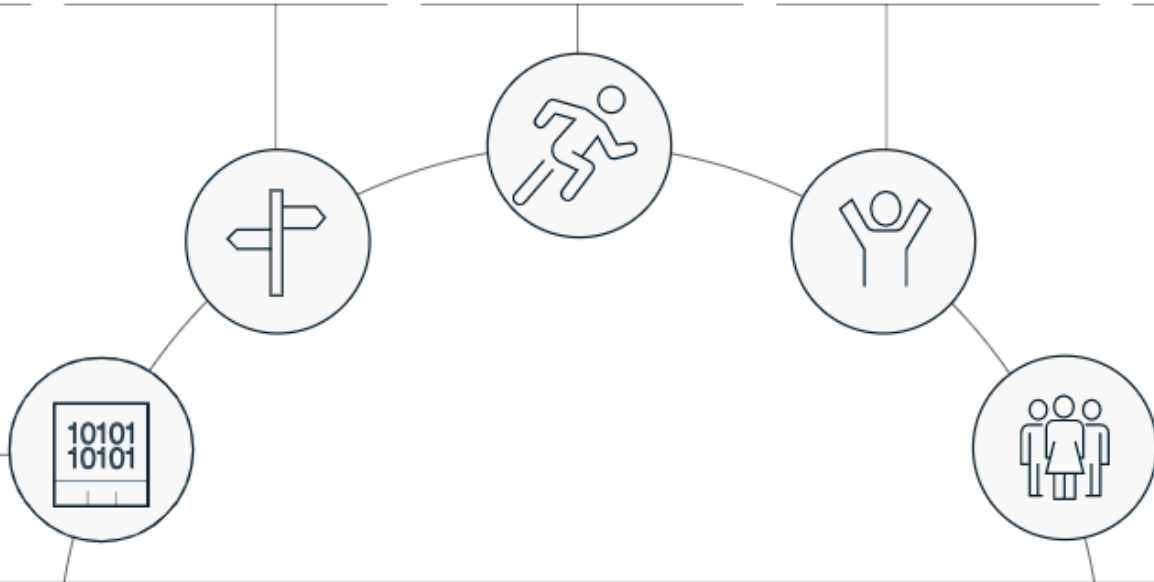
1. Digitalização: as ferramentas digitais se tornam soluções cada vez mais populares, expandindo de B2C para B2B.

2. Declínio da exposição global: crescente importância dos mercados domésticos, tecnologia e capital.

3. Intensidade competitiva crescente: tecnologia e agilidade vencem para capturar a maior parte do valor da indústria.

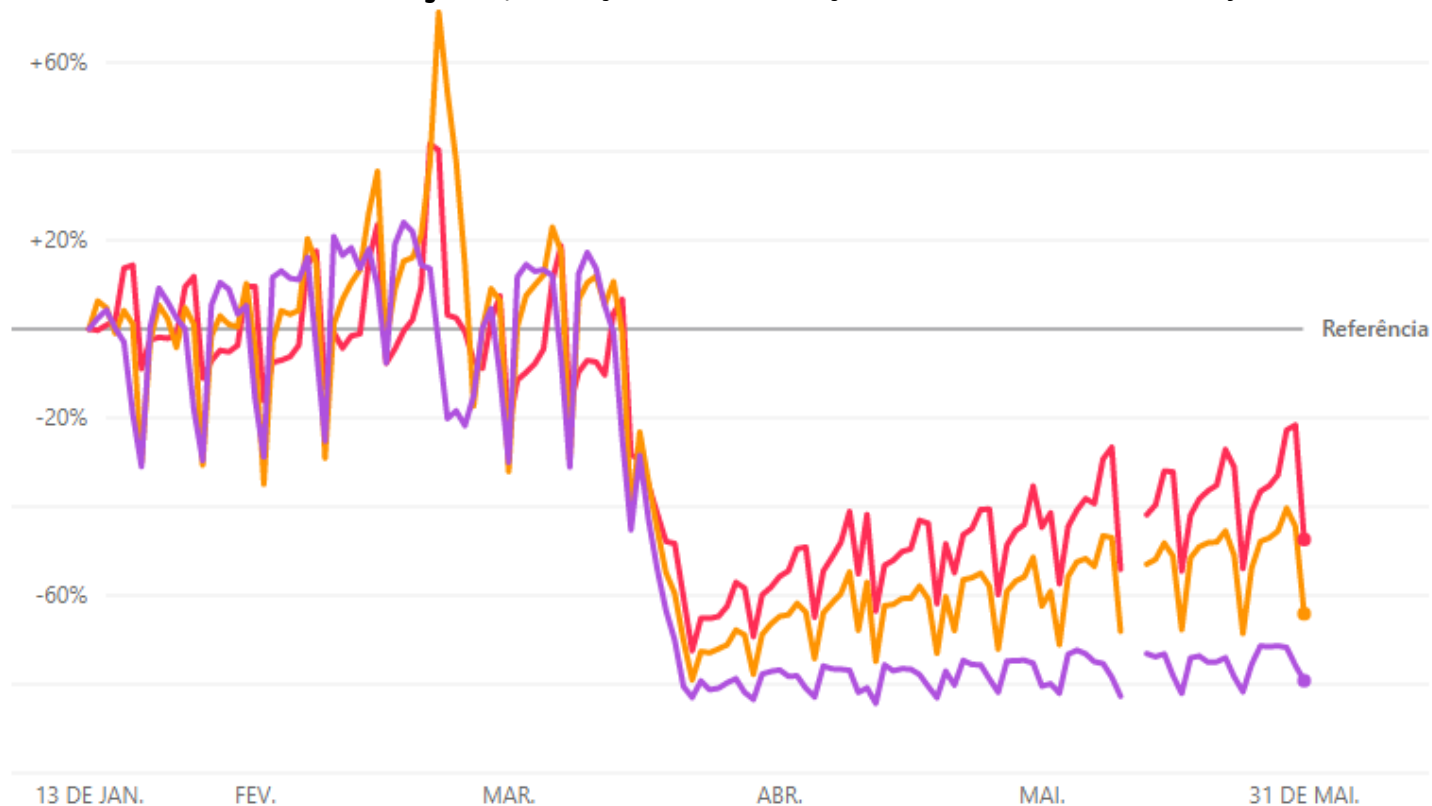
4. Consumidores atingem a maioria: Os consumidores (especialmente os jovens) estão se tornando mais prudentes e preocupados com a saúde.

5. Os setores privado e social intensificam-se: o setor privado desempenha um papel socioeconômico mais forte, enquanto o setor social aumenta.





Tendências de movimentação (alteração nas solicitações de rotas desde 13 de janeiro de 2020)



- De carro -47%
- A pé -64%
- Transporte público -79%

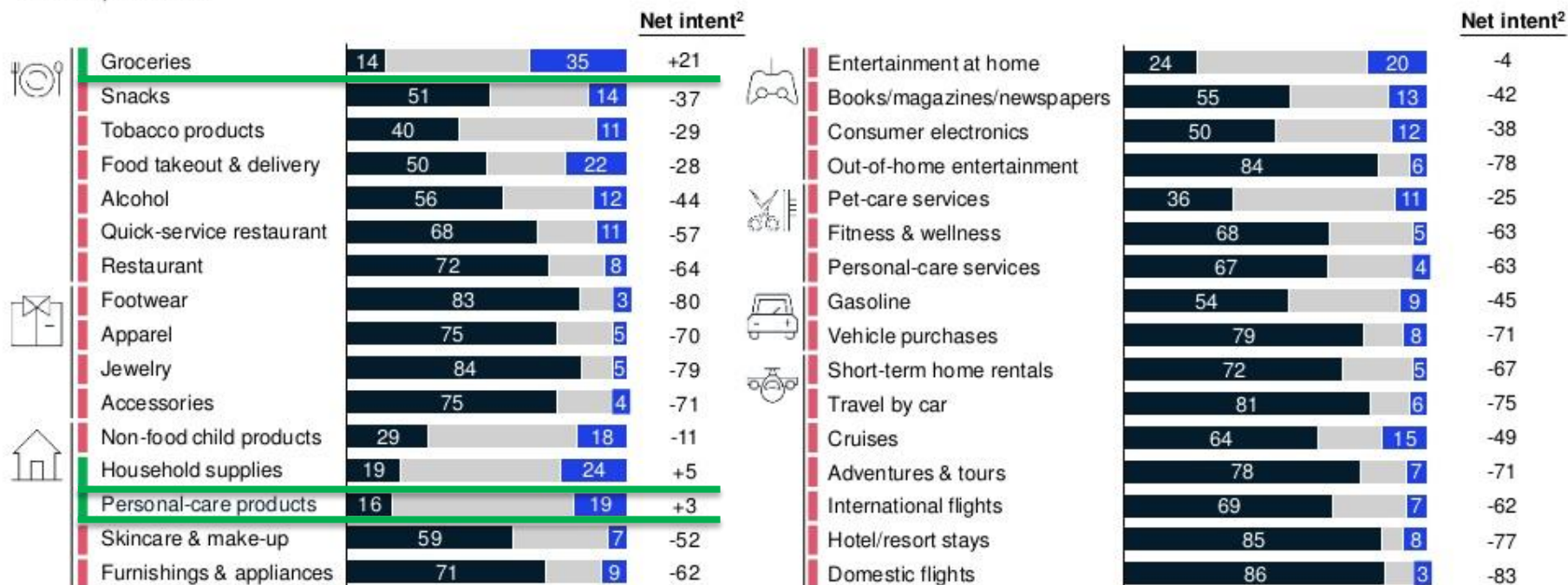


Spending intent remains negative across categories, except for groceries, household supplies, and personal-care products

Expected spending per category over the next two weeks compared to usual¹

% of respondents

■ Decrease ■ Stay the same ■ Increase



¹ Q: Over the next two weeks, do you expect that you will spend more, about the same, or less money on these categories than usual? Figures may not sum to 100% because of rounding.

² Net intent is calculated by subtracting the % of respondents stating they expect to decrease spending from the % of respondents stating they expect to increase spending.

Anote

A top-down view of a person's hands working at a desk. The person is wearing a blue long-sleeved shirt. Their left hand is on the keyboard of a silver laptop, and their right hand is holding a black marker, writing on a white tablet. To the left of the laptop is a white coffee cup on a saucer with a spoon. To the right of the laptop is a small green plant in a white pot. The desk is made of dark wood. The text "Tenha uma base de dados forte" is overlaid in the center in a large, bold, black font with a white outline.

**Tenha uma base de
dados forte**

Pirâmide da Prospecção

Quando você pega o telefone pela manhã, como decide para qual cliente potencial ligar primeiro?

Quais são os seus critérios

Quais os critérios do Lead Score?

E quais os critérios de sua equipe?



Pirâmide da Prospecção



ALTAMENTE QUALIFICADOS

Leads ou Clientes dentro do momento de compra



MUITO QUALIFICADOS

Embora estejam praticamente na janela de compra, é preciso mais informações



POTENCIAIS CLIENTES

Já se tem uma qualificação do Lead e a conversa já pode ser mais focada



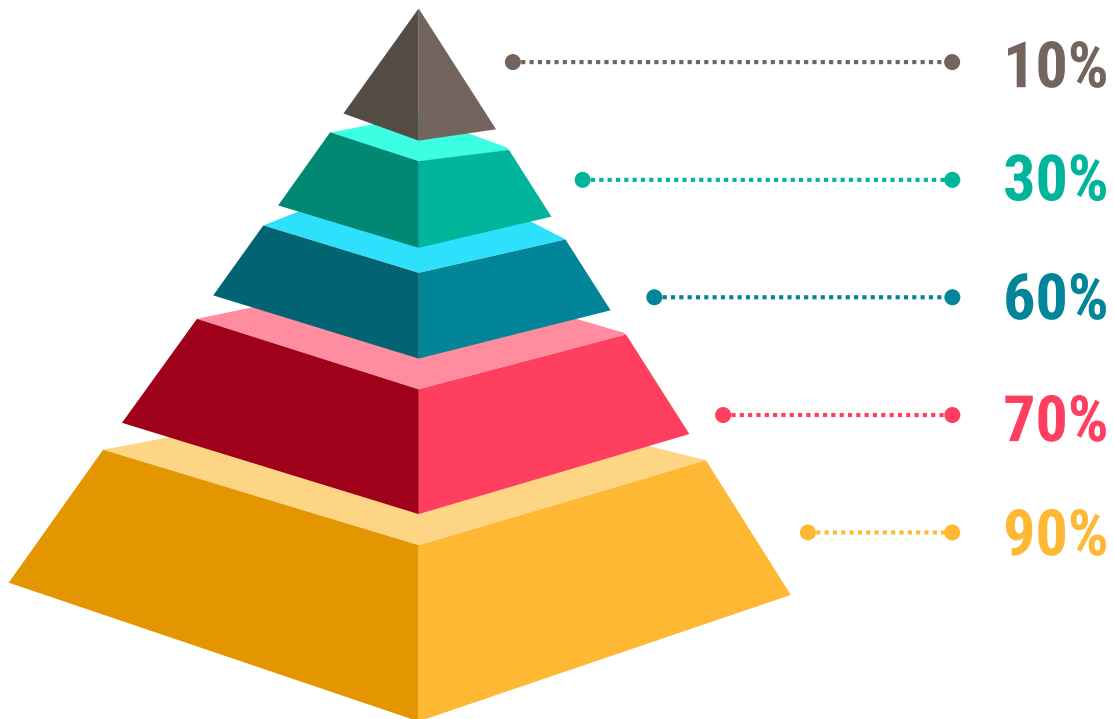
LEADS IDENTIFICADOS

Você tem informações mais precisas sobre seu Lead. Sabe a janela de compra



BASE VOLUMOSA

Poucas informações a respeito do Lead, porém sabe como chegar até ele



Anote

Aprimore os discursos de vendas

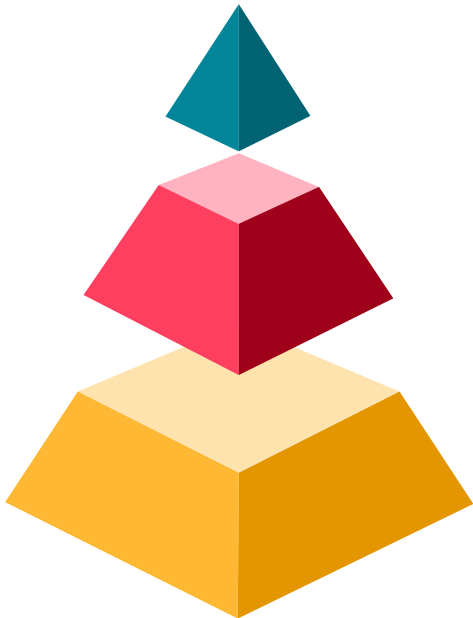
A única pergunta que realmente importa



Toda resposta que o cliente dá
provém de uma pergunta chave

Por que a Prospecção deve ser Fanática?

Uma bela dúvida para você responder



Existe uma expectativa em relação ao resultado

A busca desenfreada pelo segredo das vendas está muita mais acessível à equipe do que ela mesma imagina.

A busca pela alta performance para garantir a estabilidade financeira

Todos buscam o **Santo Graal das Vendas**, mas é preciso entender que não existe mágica, o que existe é processo e foco, dentro de metodologia correta.

Você precisa desenvolver sua rotina de trabalho

Somos contratados com expectativas elevadas em relação aos resultados. Foque no processo de resultados, pois assim será possível propiciar o retorno adequado.



**TENHA TEMPO PARA
ELABORAR SEU DISCURSO
E TESTE – TESTE - TESTE**

**Troca de experiências e
informações**

**Quantos discursos
diferentes você tem? Qual
tem trazido mais retorno?**

Limite de 30 segundos



Google Trends
Ubersuggest



**Quais emoções você coloca
no seu discurso?**



Anote

Seja multiplataforma



E-MAIL TELEFONE REDES SOCIAIS WHATSAPP | TELEGRAM

INBOUND MARKETING E-GRÁFICA

ADS PROMO



Anote



Tenha mentalidade de Startup

Tenha mentalidade de Startup

CHECK-INS DIÁRIOS

REVISÕES SEMANAIS COM DIRETOR (30 minutos)

ANÁLISES QUINZENAIS COM SPRINT DE 1 HORA

Anote

Faça o novo mapa de decisões do cliente

Identificar e Priorizar

Agir com Urgência

Ter suas OKR's

QUER SABER COMO PROSPECTAR MELHOR?

Então entre neste link

<https://bit.ly/pre-prospeccao-fanatica>

1 Dica por semana

Durante o mês de Junho inteiro



F | Nasser

Treinamentos | Cursos | Palestras | Consultoria

WWW.FNASSER.COM.BR :: CONTATO@FNASSER.COM.BR

<https://bit.ly/pre-prospeccao-fanatica>