

PROCESSO SELETIVO EXTERNO – 03/2021

GABARITO

COORDENADOR - COMERCIAL – JURISDIÇÃO: NATAL									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
D	A	C	A	D	E	D	C	C	10

Questão 11:

A etapa 1 de um plano de vendas de vendas é o planejamento da equipe de vendas composta pelos objetivos, estratégia e estrutura da equipe de vendas. Sendo assim, explique cada uma dessas 3 etapas. (Não ultrapassar o limite de linhas para a resposta).

OBJETIVO DA EQUIPE DE VENDAS

Objetivo é o que você espera que seja alcançado por seus vendedores, ou seja, o papel a ser exercido por eles, os tipos de informação necessárias e os esforços despendidos por eles. São fatores importantes, que determinam quais conhecimentos, habilidades, atitudes e grau de especialização sua equipe deve possuir.

Informações técnicas do produto: Os vendedores são responsáveis por estas informações.

Apoio e organização: os vendedores devem auxiliar na reposição de estoques. Eles são responsáveis pela organização das gôndolas (prateleiras) e vitrines. Coleta de informação: todas as empresas, sejam elas pequenas, médias, grandes, devem preparar seus vendedores para buscar informações sobre o comércio. Eles podem buscar essas informações fazendo perguntas aos clientes, pesquisando os concorrentes e as literaturas pertinentes, como revistas específicas do produto que a empresa comercializa.

ESTRATÉGIA DE VENDAS

Estratégia é "a arte de traçar os planos de uma empresa". Ela permite definir como sua empresa atingirá seus objetivos. Cada vez mais, vender é trabalho em conjunto, por isso a equipe precisa do apoio de outros funcionários. É por meio de uma primeira abordagem bem realizada que os vendedores conseguem se apresentar de forma clara em seu mercado. Você deve desenvolver as vendas de sua empresa estrategicamente, de modo que possa atender bem os clientes, visitar, se for o caso, os clientes certos, no momento certo e da maneira correta. Um cliente pode ser abordado de várias formas: pessoalmente, por telefone, pela Internet, via mala direta... Uma empresa pode trabalhar com vendedores internos e vendedores externos.

Vendas internas: balcão, telemarketing, inside sales, mala direta, internet, etc.

Vendas externas: venda porta a porta, venda por cobertura, etc.

ESTRUTURA DA EQUIPE DE VENDAS:

As vendas podem ser estruturadas basicamente por produtos, por cliente, por região ou de forma mista (combinada).

QUESTÃO 12

O que é gestão de vendas?

Gestão de vendas compreende todas as ações necessárias para planejar metas e KPIs de vendas, contratar e treinar vendedores, motivá-los, fornecer feedbacks, gerenciar a equipe, fornecer os produtos e serviços para atender às demandas dos clientes da melhor forma – inclusive por meio do atendimento e do pós-vendas e, assim, conquistar, reter e fidelizar cliente para alcançar os objetivos estratégicos do negócio.

QUESTÃO 13

O que é um CRM, qual a sua importância e como um coordenador usa a ferramenta para acompanhar as vendas numa empresa?

O CRM armazena informações de clientes atuais e potenciais – nome, endereço, número de telefone, etc –, e suas atividades e pontos de contato com a empresa, incluindo visitas a sites, ligações telefônicas, e-mails, entre outras interações. Entretanto, a plataforma não é apenas uma lista de contatos elaborada: ela reúne e integra dados valiosos para preparar e atualizar suas equipes com informações pessoais dos clientes, histórico e preferência de compras.

Acompanhamento baseado nos dados inseridos pelos consultores de vendas a cada etapa do funil.

Um CRM ajuda sua empresa a dispensar os processos obsoletos e o esforço manual para que o seu negócio possa progredir. A plataforma organiza as contas e contatos de forma acessível, em tempo real, acelerando e simplificando o processo de vendas.

Em vez de ficar preso a lembretes em notas adesivas amarelas ou imerso em planilhas, você passa leads para sua equipe de vendas de forma rápida e fácil: cada membro da equipe, independentemente de onde esteja e o que esteja fazendo, está sempre trabalhando com informações atualizadas sobre os clientes e suas interações com a empresa.

QUESTÃO 14

Você sendo coordenador comercial do Senac RN e tendo que criar um funil de vendas para acompanhamento de vendas corporativas (vendas de produtos voltados para pessoa jurídica), como você estruturaria um funil de vendas, quais seriam as etapas desse funil e como você iria realizar o acompanhamento e controle dessas vendas?

O conceito de funil de vendas representa todo o processo de fechamento de um negócio, desde o momento da captação até a conversão final.

É o acompanhamento de um cliente desde o momento em que ele tem o primeiro contato com os produtos ou serviços da sua empresa até o momento em que a venda é fechada.

Através do funil, você poderá descobrir, por exemplo, como está a sua conversão de leads para oportunidades ou de oportunidades para vendas.

Embora o processo de compra de cada cliente não seja completamente linear e homogêneo, durante a sua jornada, o consumidor passa por diversas etapas. Cada uma delas aproxima mais o indivíduo da conversão final. Neste contexto, uma pessoa que já conhece o seu produto está mais próxima da compra do que o sujeito que recém conheceu a marca.

Para compreender a posição do consumidor em relação à decisão de compra, o funil de vendas é segmentado em etapas para que a empresa possa auxiliar o cliente, com a informação e conteúdo que ele precisa no momento ideal. De forma geral, o funil de vendas é dividido em três etapas: topo, meio e fundo.

Natal/RN, 21 de maio de 2021

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL – SENAC-AR/RN

Gerência de Desenvolvimento de Pessoas