

PROCESSO SELETIVO EXTERNO – 07/2021

2ª Etapa – Prova de Conhecimento

GABARITO

Consultor – Comercial – Jurisdição: Natal									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
D	B	C	B	E	B	A	C	B	D

QUESTÃO 11

O funil de vendas é uma ferramenta bastante utilizada na gestão de vendas. Sendo assim, explique o que é e o que faz um funil de vendas, quais são as suas etapas e o que significa cada uma delas e por que ter um funil de vendas em seu negócio. (Utilize apenas o limite de linhas abaixo).

O funil de vendas é uma metodologia que garante a definição do processo de vendas, fazendo a gestão desde a prospecção de clientes até o fechamento da venda. É uma representação da jornada que o cliente faz até chegar a comprar.

Etapas:

Topo: é a primeira etapa do funil na qual o cliente ainda é considerado visitante e o consultor terá que entender quais são as suas reais necessidades. Fase para gerar reconhecimento da empresa e atrair prospects.

Meio: Quando o visitante admite que realmente tem uma demanda e aceita que o consultor lhe apresente possíveis soluções. Nessa etapa, temos os leads, pois essas pessoas já se interessaram por algo que provocou um cadastramento ou uma procura pela empresa ou pelo produto. Fase de aumentar a relevância e o valor percebido pelo cliente e transformar em lead.

Fundo: no fundo é onde existe a decisão de compra, e o lead é qualificado. Fase para fechar a venda e transformar oportunidades em clientes. Nessa fase, o consultor precisa realizar uma proposta de vendas para após negociar e fechar o negócio.



Importância: mapear o índice de conversão entre as etapas, analisando quais estratégias podem ser implementadas a fim de gerar melhores resultados de vendas. Assim como controlar o fluxo de prospects e leads, tempo médio do processo de venda por vendedor e também analisar desempenho de vendedores através dos indicadores de conversão e acompanhamento.

QUESTÃO 12

O Senac RN é um centro educacional profissionalizante que chega a formar mais de 4 mil alunos por ano nos mais diversos cursos do comércio, serviços e turismo.

Uma de suas operações é a venda corporativa, na qual é ofertado cursos customizados conforme a necessidade das empresas, baseado numa venda consultiva.

Com base nessa descrição, você como consultor de vendas corporativas da Instituição, quais seriam as etapas de abordagem no processo de vendas. Cite-as e explique as ações que são realizadas em cada uma delas.

Prospecção de clientes: entrar em contato com consumidores em potencial. Os vendedores fazem ligações para os Leads que possuem mais qualidade e potencial de fechamento — aqueles que estão mais prontos para receberem uma oferta comercial.

Sondagem de necessidades: uma etapa da fase de prospecção em que o vendedor precisa descobrir os problemas que o seu potencial cliente precisa resolver e de que maneira as soluções que ele oferece podem ajudar.

Apresentação do produto: apresentar ao cliente o que vc entrega de solução para as necessidades ou desejos dele. Mostrando os diferenciais e vantagens e funcionalidades do produto.

Contorno de objeções: argumentações trazidas pelo vendedor fortalecendo as necessidades do cliente frente a contestação que ele demonstrou em relação aos produtos apresentados. A objeção de vendas está atrelada à insegurança ou quantidade insuficiente de informação para que o negócio seja fechado.

Pós-venda: a parte do atendimento ao cliente que reúne as estratégias pensadas para melhorar a experiência após a compra de um produto ou contratação de um serviço. O objetivo é manter um relacionamento duradouro com os clientes, sempre correspondendo às suas expectativas e necessidades.

Natal/RN, 15 de outubro de 2021

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL – SENAC-AR/RN

Gerência de Desenvolvimento de Pessoas