

PROCESSO SELETIVO EXTERNO – 09/2021

2ª Etapa – Prova de Conhecimento

GABARITO

AUXILIAR DE COZINHA – JURISIDÇÃO: NATAL (HOTEL BARREIRA ROXA)									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
C	B	D	A	D	B	D	B	A	D

COPEIRO - COPA – JURISIDÇÃO: NATAL (HOTEL BARREIRA ROXA)									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
D	A	B	B	C	C	C	A	A	D

CAMAREIRA - CAMAREIRA – JURISIDÇÃO: NATAL (HOTEL BARREIRA ROXA)									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
B	C	B	B	C	A	B	C	D	A

CUMIM - CUMIM – JURISIDÇÃO: NATAL (HOTEL BARREIRA ROXA)									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
B	D	C	B	A	A	C	D	D	C

GARÇOM - GARÇOM – JURISIDÇÃO: NATAL (HOTEL BARREIRA ROXA)									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
C	C	A	B	B	D	A	A	C	D

COZINHEIRO - COZINHA – JURISIDÇÃO: NATAL (HOTEL BARREIRA ROXA)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
D	A	C	D	C	C	B	D	D	B

MOTORISTA - MOTORISTA – JURISIDÇÃO: MOSSORÓ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
C	E	B	A	B	B	C	E	A	C

CAIXA - CAIXA – JURISIDÇÃO: NATAL (HOTEL BARREIRA ROXA)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
D	A	C	B	D	A	E	C	E	A

ANALISTA DE ÁREA – ADMINISTRATIVO - NATAL

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
B	A	D	A	C	C	A	D	C	C
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
B	E	E	B	B	A	D	B	A	D

ASSISTENTE DE ÁREA - COMERCIAL – Jurisdição: Natal

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A	B	B	D	B	D	B	C	E	A

QUESTÃO 11

Considerando algumas das principais etapas de um processo de venda: apresentação do produto; prospecção de clientes; pós-venda; contorno de objeções e sondagem de necessidades, responda:

1. Coloque as etapas na ordem em que o processo ocorre;
2. Explique cada uma dessas etapas.

1. Prospecção de clientes; sondagem de necessidades; apresentação do produto; contorno de objeções; pós-venda.

2.

Prospecção de clientes:

Ir em busca do potencial cliente (prospect). O potencial cliente aquele que possui características similares que os seus clientes possuem e tem maior chances de adquirir o produto ou serviço o qual você vende.

Sondagem de necessidade:

Trata-se de uma etapa da fase de prospecção em que esses clientes possuem uma “dor” semelhante e que seu serviço/produto irá resolver. O vendedor precisa encontrar as soluções que ele possui para oferecer que possam ajudar.

Apresentação do produto:

Abordar o interessado e apresentar o seu produto ou serviço através de apresentações, simulações do produto, testes de uso, degustações, etc.

Contorno de objeções:

Uma objeção é um obstáculo imposto pelo comprador que precisa ser resolvido (contornado) para que ele decida pela compra ou não da sua solução.

Pós-venda:

O pós-venda é a etapa do atendimento ao cliente formada por estratégias que venham a melhorar a experiência do cliente após a compra de um produto/serviço. O objetivo é manter um relacionamento constante e duradouro com os clientes, sempre correspondendo às suas expectativas e necessidades, visando uma satisfação a longo prazo e negócios futuros.

QUESTÃO 12

Sabe-se que existem várias técnicas de vendas que são utilizadas na gestão de vendas, dentre elas a venda consultiva e inside sales. Sendo assim, defina e explique essas técnicas.

Inside sales

Inside Sales é uma técnica de vendas internas. Elas consistem em elaborar uma série de métodos que permitam que sua equipe de vendas, ou parte dela, realize a abordagem e relacionamento com os clientes de dentro da empresa.

Algumas empresas adotam dois tipos de vendedores internos: os SDR e os vendedores.

O objetivo do inside sales é diminuir custos e aumentar a eficiência das vendas. Mas apenas o fato de não sair da empresa e usar a tecnologia não é suficiente para isso.

As Inside Sales ajudam a evitar gastos com deslocamento, tempo, dedicação exclusiva de uma equipe, dentre outros fatores que tornam visitas externas mais custosas, em vários sentidos. Obviamente, elas

só podem ser aplicadas em áreas, produtos e serviços específicos, mas praticamente todas as empresas podem se beneficiar delas.



Vendas consultivas

Nas vendas consultivas, o vendedor faz a função de consultor. Em vez de apenas “empurrar” o serviço ou produto a qualquer custo ao cliente, ele entende o que a empresa procura, quais são as suas reais necessidades, analisando de que maneira pode ajudá-la e se dispõe a encontrar a solução correta.

Do mesmo modo que na consultoria, o mercado é estudado: considera-se o nicho de trabalho e de que forma a empresa se posiciona nele.

Depois de levantar todos esses dados relevantes, o vendedor avalia e indica como os produtos ou serviços vão fazer sentido ao cliente.

A venda consultiva é uma estratégia que considera as necessidades do consumidor como prioridade. O objetivo é compreender a realidade do cliente e ajudá-lo a encontrar as melhores soluções.

CONSULTOR - COMERCIAL – Jurisdição: Natal									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
C	D	E	D	A	C	B	D	E	C

QUESTÃO 11

Redação de uma carta estruturada em linguagem formal (pronome de tratamento, data, apresentação, vantagens, intenção e fechamento) contendo a descrição do Senac contendo a área de atuação com foco em turismo e como pode colaborar para o desenvolvimento profissional das pessoas, apresentando os cursos possíveis cursos a serem ofertados, e a intenção de parceria.

QUESTÃO 12

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.

A estratégia ficará a cargo do consultor baseado na análise que ele fizer, propondo como poderá melhorar a situação visualizada no funil.

Natal/RN, 28 de fevereiro de 2022

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL – SENAC-AR/RN

Gerência de Desenvolvimento de Pessoas