

**PROCESSO SELETIVO EXTERNO – 07/2024**

**2ª ETAPA: PROVA DE CONHECIMENTO**

**GABARITO**

Gabarito – Analista III – Consultor Comercial Jurisdição: Natal

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

**PARTE II: QUESTÕES SUBJETIVAS**

**QUESTÃO 11 (Chave – Resposta)**

**1. Funil de Vendas Detalhado:**

- **Prospecção:**
  - Leads iniciais: 3.000
  - Leads qualificados:  $3.000 \times 0.45 = 1.350$
- **Qualificação:**
  - Leads qualificados: 1.350
  - Leads apresentados:  $1.350 \times 0.55 = 742.5 \approx 743$
- **Apresentação:**
  - Leads apresentados: 743
  - Leads com proposta:  $743 \times 0.35 = 260.05 \approx 260$
- **Proposta:**
  - Leads com proposta: 260
  - Leads fechados:  $260 \times 0.20 = 52$
- **Fechamento:**
  - Leads fechados: 52

**2. Cálculo da Taxa de Conversão Geral:**

A taxa de conversão geral do funil de vendas é calculada multiplicando-se as taxas de conversão de cada etapa:

$Taxa\ de\ Conversão\ Geral = 0.45 \times 0.55 \times 0.35 \times 0.20$   
 $Taxa\ de\ Conversão\ Geral = 0.45 \times 0.55 \times 0.35 \times 0.20$

Taxa de Conversão Geral=0.017325\Taxa de Conversão Geral} =  
0.017325Taxa de Conversão Geral=0.017325

Taxa de Conversão Geral=1.73%\Taxa de Conversão Geral} = 1.73%Taxa de Conversão Geral=1.73%

### 3. Identificação da Maior Perda de Leads:

- **Quantidade de Leads Perdidos:** A maior perda em termos absolutos de quantidade de leads ocorre na etapa de Prospecção para Qualificação (1.650 leads).

- **Taxa de Perda:** A maior taxa de perda percentual ocorre na etapa de Proposta para Fechamento (80%).

### QUESTÃO 12 (Chave – Resposta)

#### Plano de Ação para Melhorar as Taxas de Conversão

Para melhorar as taxas de conversão, é importante desenvolver um plano de ação focado nas áreas críticas identificadas. Vamos focar em melhorar a etapa de Proposta para Fechamento, bem como outras etapas que também apresentam perdas significativas.

##### 1. Prospecção para Qualificação:

- **Ação:** Melhorar a segmentação de leads.
- **Como:** Utilizar ferramentas de análise de dados para segmentar melhor o público-alvo e focar em leads com maior potencial de qualificação. Implementar campanhas de marketing mais direcionadas para atrair leads mais qualificados.

##### 2. Qualificação para Apresentação:

- **Ação:** Treinamento contínuo da equipe de vendas.
- **Como:** Oferecer treinamento regular sobre técnicas de qualificação e uso eficaz de scripts de vendas. Implementar processos rigorosos de qualificação para assegurar que apenas leads com alto potencial avancem.

##### 3. Apresentação para Proposta:

- **Ação:** Personalizar as apresentações de vendas.
- **Como:** Desenvolver apresentações de vendas personalizadas que abordem diretamente as necessidades e expectativas dos leads. Utilizar demonstrações de produtos, provas sociais (depoimentos e estudos de caso), e ROI (retorno sobre investimento) para reforçar a proposta de valor.

##### 4. Proposta para Fechamento:

- **Ação 1:** Oferecer incentivos e promoções.
  - **Como:** Implementar incentivos ou promoções especiais para leads que estão próximos de fechar. Exemplo: descontos, bônus adicionais, garantias estendidas.
- **Ação 2:** Abordar objeções de forma proativa.
  - **Como:** Realizar sessões de treinamento para a equipe de vendas sobre como identificar e abordar as objeções dos clientes de maneira eficaz. Desenvolver materiais de suporte (FAQs, white papers) que ajudem a resolver dúvidas comuns.
- **Ação 3:** Melhorar o acompanhamento após a proposta.
  - **Como:** Implementar um processo de follow-up estruturado, com contatos regulares após a apresentação da proposta para manter o lead engajado e fornecido com todas as informações necessárias para a tomada de decisão.

Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

Departamento Regional do Rio Grande do Norte

R. São Tomé, 444 - Cidade Alta, Natal-RN CEP: 59025-030

| CNPJ: 03.640.285/0001-13

Tel: (84) 4005-1000 | [www.rn.senac.br](http://www.rn.senac.br)