



# **Como criar um e-mail de vendas para clientes que aumentará sua taxa de resposta**

**Precisando melhorar sua abordagem de e-mail de vendas para clientes? Que tal algumas dicas de vendas por e-mail?**

Para você escrever um e-mail para vendas é um trabalho de adivinhação? Você precisa decifrar a mente de seu potencial cliente e saber o que escrever para que ele tenha a boa vontade de ler você?

Realmente, muitas vezes parece que estamos diante de uma situação muito parecida com essa.

Obviamente, somos todos diferentes, mas em muitos casos nossos cérebros estão propensos a reagir aos gatilhos psicológicos de uma forma semelhante, seguindo um padrão que pode ser usados em emails de vendas para clientes.

[Como criar um e-mail de vendas que aumentará sua taxa de resposta](#) from [Agendor](#)

## Como escrever e-mail de vendas para clientes:

Entender essas sutilezas podem ajudá-lo a aprimorar de maneira criativa o modo de persuadir nossos *prospects* a tomar uma ação, como resposta a seus e-mails de vendas para clientes.

Aqui estão 6 princípios psicológicos poderosos que podem lhe ajudar a **conseguir que pessoas ocupadas parem para responder seus e-mails**.

### #1. Prova social

A prova dos conhecidos é um dos mais antigos truques quando o assunto é influência, e ainda um dos mais inteligentes.

Eles justificam o motivo dos e-mails terem **taxas de abertura maior** quando enviado para várias pessoas, e maiores taxas de resposta ao mencionar outras partes interessadas.

Porque quando se trata de tomar decisões – como se deve ou não responder um e-mail – as sugestões de outras pessoas são muito úteis.

### O que isso significa?

Se o seu *prospect* vê que seus colegas são receptivos às suas ideias, ele será mais propenso a dar atenção e uma parte do seu tempo a você.



A prova social é uma ótima maneira de incentivar a resposta de um e-mail.

## #2. Forneça uma razão

Um estudo realizado pela psicóloga social [Ellen Langer](#) descobriu que as pessoas estavam mais dispostas a realizar um pedido quando as outras pessoas usavam a palavra “porque” em seus e-mails.

Mesmo quando o motivo seja aparentemente sem sentido, ele acaba sendo acatado por 93% das pessoas.

### 0 que isso significa?

Quando você tem que pedir a alguém para lhe fazer um favor, você será mais eficaz se **fornecer uma razão para isso**.

O “porque” no mundo de hoje, cheio de listas e milhares de tarefas para serem realizadas, vai ajudar você a se justificar, e assim ter o seu e-mail de vendas para clientes respondido.

## #3. Escolha seus números sabiamente

Vejamos 3 dicas rápidas que podem aumentar suas chances de

conseguir fazer seu e-mail ser aberto e manter a atenção de seu *prospect* o tempo suficiente para obter uma resposta, tudo isso, apoiado pela ciência:

1. **Inclua dígitos na linha de assunto:** os números escrito como números (ou seja, 33 por oposição aos trinta e três), se mostraram como uma grande alternativa para fixar os olhos dos leitores online, tornando mais provável que seu e-mail seja notado em uma caixa de entrada cheia.
2. **Use estatísticas e dados:** isso faz você parecer mais credível.
3. **Lembre-se:** 3 é o número mágico. Inúmeros estudos têm demonstrado que o cérebro gosta de ser presenteado com 3 opções, enquanto 4 pode provocar ceticismo e qualquer coisa maior do que isso pode levar à confusão. Tente dividir o seu e-mail em 3 parágrafos curtos oferecendo 3 opções de horários para reuniões, ou descrever o seu produto usando 3 adjetivos.

Portanto, fique atento e estas recomendações quando estiver escrevendo e-mails de vendas para clientes.

#### **#4. Mantenha o e-mail para vendas curto e simples**

A brevidade é a alma da sagacidade. Por isso, não é nenhuma surpresa que a alma dos e-mails eficazes também são os **e-mails breves e curtos**.

Informações obtidas a partir de estudos realizados por 5 anos com e-mails de uma empresa de recrutamento de executivos descobriu que os e-mails mais curtos resultaram em um tempo de resposta mais rápido e maior produtividade.

#### **O que isso significa?**

Não desperdice o seu tempo. Seja atencioso com o seu público e use espaços, números, listas com marcadores e etc., para quebrar visualmente a sua mensagem de modo que ela seja fácil

digerir e simples de agir.

Uma pesquisa do MIT argumenta que o comprimento de um tweet – aproximadamente 140 caracteres – é o ideal para um parágrafo de texto em um e-mail. Aproveite para usar esta dica quando estiver escrevendo um e-mail de vendas para clientes.

## **#5. Use o nome do contato mais de 1 vez**

Dale Carnegie dizia que o nome de uma pessoa é o som mais doce que ela pode ouvir. E ele não estava brincando.

Poucas coisas têm tanto poder sobre alguém quanto seus próprios nomes, sejam impressos ou falados.

Nossos nomes estão intrinsecamente ligados à nossa auto-percepção para se tornar grande parte de nossa identidade.

Não há nenhuma surpresa, então, que nos tornemos mais engajados e confiantes em uma mensagem em que nosso nome aparece.

### **0 que isso significa?**

A personalização é a chave. Experimente usar o nome do seu *prospect* na linha de assunto, e peça uma resposta que exija mais do que um simples sim ou não. No final, despeça-se saudando o seu cliente novamente pelo nome.

## **#6. Seja específico**

Ser vago não vai ajudar você a conseguir agendar nenhuma reunião importante. De acordo com uma pesquisa realizada pelo psicólogo Robert Sutton, as pessoas são mais sensíveis e dispostas a ajudar se tiverem instruções claras de como contribuir.

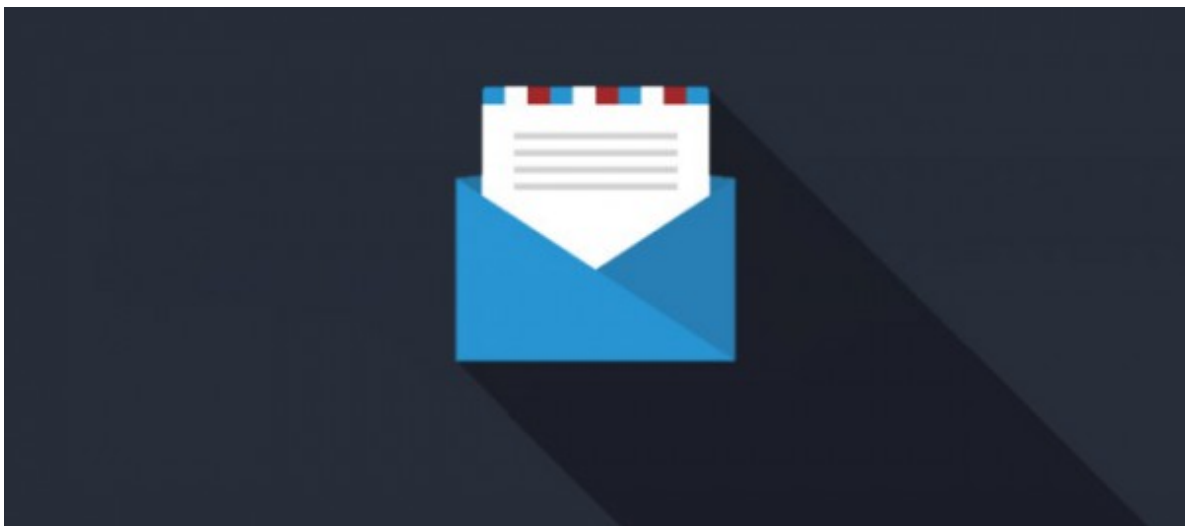
Uma pesquisa do Carnegie Mellon também descobriu que as pessoas estão mais propensas a responder às solicitações de e-mail para vendas que são fáceis de responder, ao contrário de mensagens complexas que exigem mais tempo e energia mental.

## **O que isso significa?**

Finalize seus e-mails com declarações abertas, como “*dexe-me saber o que funciona melhor para você?*”, ou “*como está a sua agenda esta semana?*”.

Ao invés de gastar tempo e energia para que o seu interlocutor não tome nenhuma decisão, seja específico para que ele responda e você seja bem sucedido em seu e-mail.

Você deve ainda terminar cada e-mail com um *call-to-action*. Comprar ou não comprar? Cumprir ou não cumprir? Sempre chame o seu interlocutor à ação.



Seja específico. Isso vai ajudar você a conseguir mais respostas.

## **Que tal começar a testar em seus e-mails para vendas?**

Agora que você já sabe por onde começar a escrever o seu e-mail, que tal fazer isso para que ele seja lido e respondido pelo seu *prospect*?

Se você fizer do jeito certo, seu e-mail será rapidamente respondido e você não terá problemas em continuar avançando com seu cliente pelo seu funil de vendas.

Junte a essas dicas as técnicas para aprender [como escrever um e-mail de vendas matador](#). Isso pode **potencializar ainda mais seus resultados**.

Com profissionalismo, um pouco de tato, sensibilidade e conhecendo essas técnicas de envio profissional de e-mail, certamente será mais fácil fazer seus e-mails serem respondidos e conseguir ter sucesso utilizando essa ferramenta.

E-mail também são uma excelente ferramenta de follow-up, baixe nosso e-book gratuito e saiba mais sobre este assunto: [Guia: como ter sucesso com o follow-up](#)