



Como fazer follow-up: 3 técnicas para converter vendas

Como fazer *follow-up* com seus clientes? Conheça algumas técnicas de *follow-up* de vendas para converter seus *prospects* em clientes

Saber como fazer *follow-up* com seus potenciais clientes é mais importante do que você imagina. Mas, pode deixar você sem jeito, de alguma maneira.

Por um lado, você quer aproveitar seus *prospects* até o último

momento. Por outro lado, você não quer parecer insistente, nem um chato com seus contatos.

Como fazer *follow-up* de vendas com seus clientes sem passar por isso? Neste post, você vai aprender como fazer um bom *follow-up*, verá alguns exemplos de *follow-up* e também descobrirá as melhores técnicas de *follow-up*.

Aproveite!

Você sabia que a maioria dos vendedores não faz um controle de *follow-up* adequado?

Confia estes dados de pesquisa:



Leia também: [Como fazer follow up de vendas?](#)

OBS: Preparamos uma apresentação com as principais dicas desse artigo. **Confira a apresentação clicando na imagem abaixo**

[3 técnicas de follow up para converter um prospect em cliente](#)
from [Agendor](#)

Como fazer follow-up de vendas com seus clientes e converter mais fechamentos

Então, como encontrar a **melhor maneira de fazer *follow-up* com seus potenciais clientes** sem que eles acreditem que você está tentando empurrar o seu produto a eles, ou sem que eles tratem você mal?

Qual seria o melhor método de *follow-up* para conseguir isso?

Existe uma maneira certa (e educada) de fazer isso que pode mostrar ao seu potencial cliente que você quer o melhor pra

ele. Isto é: existe o sistema de *follow-up* que funciona e outros que não funcionam.

Antes de mais nada, o que você precisa é acreditar que **está dando aos seus clientes o que eles precisam**, procurando a [satisfação dos clientes](#).

E que está tentando mostrar a eles como a sua vida pode ser melhor junto com o seu produto.

Esse é o primeiro passo de uma boa técnica de *follow-up*, a **crença**. Não há como fazer um *follow-up* eficaz sem isso!

Quando você tem certeza que o seu cliente tem muito a se beneficiar com o seu produto, você pode implementar técnicas de *follow-up* como esta, que mostram que vocês estão do mesmo lado.

A maioria das empresas não fazem *follow-up* de vendas da maneira correta, e por conta disso, as vendas acabam escapando pelos dedos, por pouco. É preciso acertar no tipo de *follow-up* comercial que a empresa está usando.

Infelizmente não existe nenhuma mágica que faça o seu cliente converter quando você quer que ele converta. **Ele precisa estar seguro de que está tomando a melhor decisão** para sua empresa.

Se você quer melhorar a efetividade de suas vendas, o primeiro passo é melhorar o seu *follow-up* de clientes. Quer saber como fazer um bom *follow-up*?

Então, considere as etapas a seguir para **melhorar a sua estratégia de *follow-up*** e esteja preparado para ajudar seus clientes a [enxergarem valor em seu produto](#).



Você conhece as melhores técnicas de follow-up para converter seus prospects em clientes?

3 exemplos de follow-up que você precisa aprender a usar em seu negócio

1. Faça o contato inicial

Poucas coisas são tão importantes quanto estar no comando. E a melhor maneira de fazer isso é sempre estar em contato com o seu cliente.

Diga a ele quando você vai ligar, como vai ligar e, porque vai ligar. Mostre a ele que você está no controle do processo de vendas, e que você é quem está tomando as decisões.

Apesar do cliente ter o poder do sim e do não, é o vendedor que tem o interesse em vender. E por isso, deve ser decidido em seus contatos, para que não pareça sem rumo. Não tem como fazer *follow-up* de vendas sem confiança em seus atos e decisões.

Além disso, **você precisa ter um motivo para ligar**. Ligar “apenas para saber se está tudo bem” não é uma maneira muito inteligente de fazer *follow-up* com seu potencial cliente.

Aqui estão algumas ideias que você pode usar para ligar para o seu cliente e fazer *follow-up* de vendas:

- Compartilhar um novo estudo de caso,
- Compartilhar uma notícia sobre seu cliente que muitas vezes ele nem sabe (use o [Google Alertas](#) para criar alertas sobre seu cliente).
- Divulgar um incentivo para o fechamento (promoção, desconto especial, etc.).
- Oferecer um versão demo do produto.
- Oferecer uma degustação do seu serviço.
- Trazer boas novas sobre o mercado do seu cliente, ou dar alguma notícia em primeira mão sobre a concorrência.

É importante que você saiba sempre porque está ligando, e mostre isso para o cliente. Isso vai mostrar a ele que você não quer apenas saber quando, se, ou porque ele vai comprar o seu produto.

Afinal, o que é fazer *follow-up* de vendas se não estar sempre em contato com o cliente para ajudá-lo a resolver problemas?

Por isso, evite todos os tipos de *follow-ups* inúteis. Isto é, sem propósito e que só vão tomar o tempo precioso do seu cliente.

Boas técnicas de *follow-up* devem evitar essa maneira de agir que, inclusive, pode desagradar muito o cliente. levando-o até a repensar a relação com sua empresa.

Como fazer follow-up por e-mail – contatos iniciais

É muito importante, também, saber como fazer *follow-up* por e-mail. da mesma forma que as ligações, elas não devem ser em número exagerado, nem enviado sem propósito.

Enviar e-mails para o cliente simplesmente por enviar, sem um bom motivo, não é uma boa forma de como fazer *follow-up* por e-mail.



Você sempre deve saber por que está entrando em contato com seus clientes. Nunca ligue apenas por ligar.

2. Tenha um plano

Normalmente, o melhor momento para planejar uma estratégia de *follow-up* é após o primeiro contato com o cliente: a prospecção.

A maior parte dos vendedores – os de verdade – faz o maior número possível de anotações sobre novos clientes. O que ajuda a definir quando partir para o próximo contato, e efetivamente, iniciar o *follow-up*.

Essa é a verdadeira maneira correta de como fazer um *follow-up* eficiente.

Muitas vezes, **o próximo contato fica marcado já durante a prospecção**: o cliente diz que só vai poder pensar sobre isso no próximo mês, ou que antes do carnaval não terá orçamento, por exemplo.

Nesse ponto o vendedor experiente já sabe quando começar a planejar o próximo contato: daqui a 20 dias (antes que o próximo mês se inicie), ou na segunda-feira depois do carnaval.

Esse é o primeiro contato com o cliente. Se durante a conversa o cliente não foi claro sobre quanto tempo precisa para pensar, para saber se, se interessa pelo produto, ou algo do tipo, sugira uma data para fazer o *follow-up* de vendas.

Pergunte, por exemplo:

“Será que podemos nos falar novamente daqui a 10 dias? Acredito que até lá tenhamos novidades importantes que poderão ser úteis para ajudar você a considerar sobre nós.”

Sugira um dia certo. Não deixe as coisas no ar. A verdade é que não há como fazer um bom *follow-up* de vendas sem determinar datas com seu cliente.

Se você achar mais efetivo, sugira um dia e uma hora também. Seja ainda mais específico. Isso vai ajudar a mostrar que, o argumento “vamos pensar” não colocará o vendedor em submissão ao cliente.

Tenha um plano. Saiba quando, onde e porque ligar. Isso vai mostrar ao seu *prospect* que você confia no seu taco. Esse é um excelente método do *follow-up*.

3. Nutra seus *prospects*: como fazer um *follow-up* por e-mail – depois dos primeiros contatos

Falamos sobre como fazer *follow-up* por e-mail nos contatos iniciais.

Mas depois da relação amadurecer, entre uma ligação e outra, você pode agendar envio de e-mails e SMS para manter o seu potencial cliente sempre conectado a você e a sua empresa.

Considere **criar um funil de conteúdo para ajudar o seu cliente a se decidir**, ou para ajudar o cliente a vender você dentro da empresa onde ele trabalha.

É muito importante ter isso sob controle durante todo o tempo da relação com o cliente. **Crie conteúdos, cases, índices, análises de negócios** e outros documentos que possam dar uma noção prática para seus clientes de como você pode ser útil na empresa dele e envie por e-mail.

Se você trabalha com [marketing de conteúdo](#), envie também e-books e infográficos que possam ser úteis para seus clientes no dia a dia dos negócios deles.

Depois que você contatar seu potencial cliente, envie a ele informações periódicas para ele, mas **sempre relevantes!**

Muitas pessoas preferem receber e-mails de acompanhamento, com informações relevantes do que meras ligações. Afinal, o e-mail pode ser aberto quando for o momento mais conveniente para o cliente. Por outro lado, o telefonema tem que ser atendido naquele exato momento.

E nem sempre o vendedor liga no hora mais adequada para o cliente, não é mesmo?

Por isso, uma técnica de *follow-up* para **manter seu lead nutrido** e com informações, sem esquecer da sua empresa, é criar um **calendário de e-mails** úteis sobre o seu produto e enviar para ele periodicamente.

Você deve intercalar seus telefonemas entre os e-mails. Assim, vai mostrar ao seu cliente que realmente quer ajudá-lo a ser bem-sucedido com o seu produto.

Leia mais: [Siga o modelo de follow up certo e não “esqueça”](#)

[mais vendas](#)



Continue fazendo *follow-up* até o seu cliente se posicionar

Muitos vendedores têm dúvidas sobre até quando fazer *follow-up* de vendas. Será que existe uma hora certa para parar e deixar o cliente em paz?

A resposta pode ser mais simples do que se pensa: *só se o seu cliente pedir.*

Não tem como fazer *follow-up* de clientes e parara depois de algumas tentativas. Por esse motivo, caso ele não peça para parar, **continue entrando em contato e fazendo acompanhamentos com o seu cliente.**

Quando ele disser que não tem mais interesse em comprar, ou que já comprou o produto de outra empresa, ou que não quer mais receber suas mensagens, aí você pode parar de fazer o *follow-up*.

Saiba mais: [Como utilizar o CRM para fazer follow-up nas vendas](#)

Quer mais algumas dicas de como fazer *follow-up* eficiente? Então, confira esta apresentação de slides como técnicas de *follow-up* que você pode compartilhar com a sua equipe:

[Como fazer follow up nas vendas](#) from [Agendor](#)

Agora que você já sabe o que é *follow-up* de vendas, se você quer ser um expert em como fazer um *follow-up*, por e-mail e outros canais de contato, baixe nosso novo e-book: [Guia – Como ter sucesso com o follow-up](#) e conheça diversas técnicas para isso.