



## Decisor de compra: o foco das vendas B2B

Qual vendedor já não passou algum tempo negociando com uma empresa para, de repente, descobrir que a pessoa com quem estava falando, às vezes durante meses, não tinha poder de decisão nenhum sobre o fechamento da compra?

Um erro de principiante, sim, mas que acontece muito.

As vendas B2B são consideradas complexas exatamente porque envolvem vários [stakeholders](#), de compradores a diretores, às vezes englobando comitês e até acionistas.

No caso de empresas de médio ou grande porte, a confirmação da compra e o fechamento do negócio podem demorar para serem efetivados.

Isso porque a proposta costuma passar por várias etapas do [ciclo de vendas](#), podendo levar (geralmente) de 70 dias a 9 meses para se concretizar.

Dessa forma, para otimizar todo esse processo, é preciso saber identificar quem são esses stakeholders, especialmente aqueles que decidem e que “batem o martelo”.

## Processo de decisão de compra

Para [Neil Rackham](#), um dos mais importantes especialistas em gestão de vendas, o processo decisório de compra se divide em etapas.

### As etapas da decisão de compra segundo Neil Rackham:

1. Reconhecimento de necessidades
2. Avaliação das opções
3. Resolução das preocupações
4. Decisão
5. Implementação
6. Mudanças ao longo do tempo

Ainda de acordo com Rackham, o vendedor pode exercer forte influência em qualquer uma dessas etapas.

Quando um cliente vai até a sua empresa para fazer uma visita comercial, por exemplo, é bem provável que ele já esteja avaliando as opções disponíveis (etapa 2), à procura de alguém que atenda aos seus critérios.

Nessa etapa, o cliente quer descobrir os diferenciais de cada uma das suas opções para, depois, decidir pela mais conveniente.

Por outro lado, quando é você que vai fazer a visita a um cliente, como vendedor, uma de suas tarefas será ajudá-lo a reconhecer suas próprias necessidades (etapa 1).

Mas como saber se você está falando com o “dono da caneta”?

Veja também em nosso blog: [Tudo sobre a master class com Neil Rackham e o resultado do concurso](#)

## Como identificar o decisor de compra?

Vendas B2B costumam ter várias pessoas envolvidas no lado comprador.

Geralmente, o processo decisório de compra é composto por sete agentes.

### Os 7 agentes do processo decisório de compra:

1. Iniciadores
2. Usuários
3. Influenciadores
4. Compradores
5. Decisores
6. Aprovadores
7. Filtros internos

É comum que os vendedores concentrem suas [técnicas de vendas](#) nos Compradores. Mas, na verdade, são os Decisores que “autorizam” ou “aprovam” as sugestões dos Compradores.

Por isso, é de fundamental importância que os vendedores estejam atentos ao processo de compra como um todo a fim de identificar cada um dos sete agentes e direcionar as devidas estratégias para avançar na venda.

A taxa de conversão tende a ser baixa quando o vendedor não consegue atingir aquele que decide e assina o contrato.

Geralmente, esse papel decisório é exercido pelos gestores ou diretores.

Aproveite esta dica de nosso blog: [Como fazer um influenciador vender para um decisor final para você?](#)

# **Passo a Passo para uma venda B2B eficiente**

## **1 – Qualificação de Leads**

A qualificação de [Leads](#) é uma maneira de garantir que o processo de venda seja mais assertivo.

Trata-se de um método que evita o desperdício de tempo e esforços com aqueles que apresentam baixo potencial de compra.

Em vez de contratar mais vendedores para atender todos os Leads, é muito mais inteligente segmentar os contatos e investir naqueles que têm maior probabilidade de fechar negócio; ou seja, o decisor de compra.

Assim, o desempenho da equipe de vendas melhora consideravelmente e o [custo de aquisição de clientes](#) (CAC) diminui.

## **2 – Perfil do cliente**

Quem é a pessoa com a qual você está negociando?

Durante um processo de venda B2B, é fundamental identificar qual o papel que o representante daquela empresa exerce na tomada de decisão.

Além disso, procure descobrir informações sobre a empresa, como tamanho, nicho e tempo de mercado.

O foco deve ser chegar ao decisor de compra para efetivar a venda; mas, para que isso aconteça, é preciso saber lidar com cada agente do processo.

Trate todos muito bem e faça perguntas para descobrir quem decide de verdade.

## **3- Critério de decisão**

Para finalizar uma venda com êxito, é fundamental que a equipe

de vendas esteja ciente de quais são os critérios adotados pelo decisor de compra.

O que ele mais leva em consideração antes de fechar o negócio?

- Preço?
- Confiabilidade?
- Qualidade?
- Prazo de entrega?
- Pós-venda?
- Atendimento?
- Segurança?

Cabe ao vendedor saber identificar esses critérios e persuadir a decisão do cliente.

Veja algumas técnicas de como fazer isso: [23 técnicas de persuasão em vendas para ajudar a fechar mais negócios](#)

## **4 – Seu produto = Melhor opção**

Explicite para o cliente que a sua empresa é quem oferece as melhores soluções para ele.

Mostre ao decisor de compra que você pode sim atender aos critérios dele e que tal negociação trará muitos benefícios.

Você já sabe como funciona isso: entenda as necessidades do cliente, mostre para ele a urgência de resolver esse problema e as consequências de não resolvê-lo e, por fim, apresente todos os benefícios que a solução de sua empresa trará para ele e para o negócio dele.

Mas, isso só vai funcionar, se você estiver falando mesmo com o decisor de compra, não se esqueça desse detalhe!

Um [sistema CRM](#) pode ajudar a identificar mais facilmente que são os verdadeiros decisores de compra nos negócios em andamento.

Baixe nosso e-book gratuito e entenda melhor como fazer isso:  
[Guia para o sucesso com CRM – As práticas que deram certo na  
implantação de CRM para equipes de vendas](#)