



## **Como captar mais clientes: as 12 dicas que funcionam**

**Você está dando os primeiros passos nas vendas e não quer fazer feio? Nós fizemos um apanhado de dicas para te ajudar a saber como captar mais clientes**

Você está começando agora no jogo das vendas. E parece que está lutando pelo tempo de seus *prospects* junto com seus concorrentes.

Mas, muitas vezes, você se vê sem saída, sem saber ao certo o que fazer. Todo o seu sangue, suor e lágrimas estão sendo investidos para conseguir a atenção do seu cliente em potencial.

A pergunta que não quer calar é: como você pode pintar um retrato de um mundo melhor na mente de seus clientes

potenciais, se diferenciar da concorrência e captar suas atenções? Que técnicas de captação de clientes usar? Afinal, como captar mais clientes?

Ficou sem resposta para essa pergunta? Fique tranquilo que nós vamos te ajudar a resolver esse problema com uma série de dicas sobre como captar clientes em potencial.

Aqui estão 12 ingredientes-chaves para a **criação de um *pitch* de vendas irresistível**, garantido que você capte a atenção e a imaginação de seu *prospect*, além de aumentar suas chances de convertê-los em vendas por meio da captação ativa de clientes.



12 dicas para captar clientes potenciais para quem está começando

## **Como captar mais clientes com 12 técnicas especiais**

Depois de se inteirar deste passo a passo, você vai saber tudo sobre o que é captação de clientes e como atingir seus resultados.

## Passo #1: conecte-os a você

Sem ganchos, não há vendas. E olha que não estamos falando de anzóis de pesca.

Estamos falando sobre os **gatilhos emocionais**, ganchos mentais, pessoais e altamente segmentados que vão entrar na mente de seu *prospect* e ficar por lá, plantando uma pulga em sua orelha.

Que emoções você quer despertar em seus clientes? Essas emoções podem ser positivas, mas também poderiam estar ligadas a uma profunda frustração ou problema.

Veja também: [PNL em vendas: alcançando resultados poderosos nas vendas](#)

## Passo #2: toque na ferida

Resolver o problema certo é uma **grande oportunidade de ganhar o cliente**. Assim, em seu discurso, empurre onde dói mais.

Sempre que possível, use palavras do próprio cliente para descrever seus problemas e frustrações.

A Verizon Wireless utilizou por muito tempo a simples frase “você pode me ouvir agora?”, para descrever as frustrações que os seus clientes estavam tendo com outras redes.

E esse detalhe fez com que, apenas no primeiro ano a empresa aumentasse em 10% seus novos clientes e uma redução na taxa de rejeição aos negócios de 2,5% em 2000 para 1,8% em 2002.

Em empresas que trabalham com receitas recorrentes, isto é, assinaturas mensais, que é o caso de muitas [empresas SaaS](#), reduzir a rejeição e a [taxa de Churn](#) é fundamental.



Você está pronto para levantar os problemas do seu mercado?

### **Passo #3: adicione sal na ferida**

Descreva o impacto que o problema tem sobre o seu *prospect*. Os M&M's começaram a usar esse princípio em 1954, com o seu *slogan* famoso: “o chocolate que derrete na boca, não na sua mão”.

Sempre que necessário **use números para quantificar o problema.**

O anúncio do Google Chrome diz que “mesmo os computadores mais rápidos ainda precisam de 45 segundos para iniciar. 45 segundos! Isso é o suficiente para fazer um sanduíche”.

Não tem como captar mais clientes sem mostra o que os está mais incomodando.

### **Passo #4: prepare as pessoas para seu arremesso**

Prepare as pessoas para o seu arremesso: aponte os problema com seus concorrentes. O CrazyEgg faz isso muito bem.

Segundo eles, “ferramentas de análise não irão lhe dizer porque seus visitantes não estão comprando, se inscrevendo...

este é o lugar onde a maioria das empresas ficam presos para sempre”.

### **Passo #5: cumpra a sua promessa**

Esta é uma das mais importantes regras de como captar mais clientes: Não deixe o seu produto ser bom demais para ser verdade.

Em linguagem simples, e da maneira mais simples quanto possível, **explique exatamente como funciona o seu serviço.**

### **Passo #6: mostre porque você é bom**

Por que o seu *prospect* compra de você e não de seus concorrentes?

Dê aos seus *prospects* um vislumbre de seu molho secreto: **o ingrediente especial que faz seu produto se destacar na multidão.**

Isso é onde você surpreende e encanta o seu *prospect*.



Mostre aos seus clientes por que eles deveriam comprar

de você.

## **Passo #7: mostre-lhes o valor**

Mostre a seu cliente como tornar seus *prospects* conscientes do valor que vão obter do seu produto ou serviço, de uma forma clara e quantificável.

Qual dos seguintes padrões de valor seu produto se encaixa:

- **Para produtos B2B:** ganhar dinheiro, poupar dinheiro, reduzir o tempo e o esforço ou reduzir o risco.
- **Para produtos B2C:** enfrentar uma necessidade humana (aumentar o *status* social, divertir, ajudar a fazer ligações, ajudar no desenvolvimento pessoal), poupar dinheiro ou tempo, ou o aumento da conveniência?

E, por favor, fuja do genérico: “nós ajudamos nossos clientes a aumentar a sua vantagem competitiva”. Isso dá sono.

## **Passo #8: recrute seus evangelistas**

Se as [imagens](#) valem mais do que mil palavras, então lance mão dos depoimentos de seus clientes.

Construa depoimentos de qualidade para fundamentar os motivos porque as pessoas devem fazer negócios com você.

## **Passo #9: desenterte os receios de seu *prospect***

Não há venda sem objeção. Cada *prospect* pode estar ansioso para comprar, mas ainda têm dúvidas.

Então, você precisa responder a essas dúvidas que vivem na cabeça dos clientes. E você tem que começar a identifica-los. Objeções estão muitas vezes escondidas sob a forma de perguntas.

Então, toda vez que você estiver falando com um cliente, **ouça atentamente as questões que eles possam ter.**



Certifique-se de que qualquer que seja o lugar que você toque em seu cliente, você de a ele a oportunidade de levantar questões.

Confira: [Como lidar com objeções em vendas: 5 técnicas infalíveis](#)

## **Passo #10: mostre o seu valor em dinheiro**

O preço do seu produto vai desempenhar um papel significativo em quantos clientes você vai acabar tendo.

Mas antes de fazer a grande revelação, prepare o terreno. Em primeiro lugar, **certifique-se de que o preço é a última questão sobre a mesa.**

Falar sobre o preço antes de validar a necessidade, demonstrar valor e abordar objeções é uma receita para as vendas falharem.

Portanto, é bom repetir os principais benefícios de fazer negócios com você, na sua proposta.



Mostre para o seu cliente que você vale o quanto cobra.

## **Passo #11: defina uma âncora**

Um preço âncora pode ser um valor maior que planta a semente na mente de seu público, que e faz com que ele ache o preço do produto imediatamente inferior a ele, mais barato:

- Você poderia enfatizar todos os diferentes componentes do serviço, por exemplo, e quanto eles custariam individualmente.
- Outra tática é, primeiro mostrar o preço do seu produto, revelar o preço verdadeiro, e de repente fazer ele parecer ser muito mais barato.
- Você também pode sublinhar o valor comparado ao custo de seu produto com o de algo insignificante.

## **Passo #12: peça a venda**

Acredite se quiser: especialistas em processos de vendas afirmam que, em 85% das vezes os vendedores acabam não pedindo a venda para seus clientes.

Não deixe que isso aconteça com você, depois de ter chegado tão longe.

O final de seu discurso ou apresentação não é o momento para relaxar: termine com uma chamada à ação e uma próxima pergunta sobre o caminho no qual deve seguir.

Ao fazer a chamada à ação, garanta que você esteja pedindo por algo específico – não há espaço para confundir o seu *prospect* sobre o que deve ser feito em seguida.

**Torne a sua oferta clara e concisa**, comunicando valor e reduzindo a ansiedade por parte de seu *prospect*.



## Você está pronto para começar a captação ativa de clientes potenciais?

Agora que você sabe o que é captação de clientes na ponta da língua, comece, através desse passo a passo, **a captar seus *prospects*** e ter uma grande chance de convertê-los em novos clientes.

Assim, você vai deixar de ser visto como um amador e está pronto para dar os primeiros passos nas vendas com sucesso, afinal, não tem como captar mais clientes se você não estiver sempre se atualizando com novas técnicas como estas.

Se você precisar de mais alguma mãozinha, nós ainda temos [7 segredos da prospecção de clientes](#) para ajudar você a melhorar ainda mais o seu desempenho perante o seu *prospect*.

Depois dessa, você só não vai ter sucesso em vendas se não quiser, porque conhecimento é o que não falta.