



5 Dicas para melhorar os resultados da prospecção corporativa com seu discurso de vendas

Aprenda como atrair e despertar o interesse do seu prospect e transforme ligações em reuniões de sucesso

Um dos grandes desafios de equipes de vendas e de prospecção corporativa é criar um discurso de abordagem que prenda a atenção e desperte o interesse do seu cliente alvo.

Porém, este desafio está cada vez maior em um cenário corporativo mais competitivo e com inúmeras barreiras, que

dificultam o processo de Cold Call (Ligação Fria).

Compartilho aqui 5 dicas que podem ajudar você a ter ainda mais sucesso e potencializar suas vendas com um **discurso de prospecção mais eficaz**.

E para saber mais sobre como o [Agendor](#) pode ajudar sua equipe na prospecção, confira o e-book: [Como o Agendor pode ajudar sua empresa na prospecção](#).

5 dicas de prospecção corporativa: seu discurso vale ouro

A [prospecção](#) corporativa começa, com pesquisa e, de preferência deve seguir para uma ligação bem feita que agendará uma reunião com o cliente, veja como fazer isso:

#1. Busque informações sobre seu contato

Ao ligar em uma empresa para fazer [prospecção de novos clientes por telefone](#) sem saber informações básicas do seu contato, como nome e cargo, existe uma grande possibilidade da secretária barrar sua ligação e solicitar um envio de e-mail, pois possivelmente você será identificado como mais um fornecedor querendo ofertar produtos.

Pesquise sobre seu contato, o linkedIn é uma ótima ferramenta para a busca deste tipo de informação. Através de um filtro de busca avançado, a plataforma permite buscar contatos por nome, cargo, empresa, região e demais filtros.

Veja também em nosso blog: [Dicas para vencer o medo das chamadas de vendas](#)

#2. Não fale muito da sua empresa

O grande erro em uma **abordagem de prospecção corporativa** é gastar muito tempo tentando vender a sua empresa, dizendo o quanto ela é boa, quantos clientes possui e quanto há tempo está no mercado.

Em uma ligação de prospecção, você tem um time muito curto para perder tempo com informações irrelevantes e pouco atrativas para seu cliente alvo.

Identifique a informação principal e diferencial da sua empresa e utilize-a no discurso. Exemplo: Boa tarde Ricardo, Sou da unidade de Negócios da TecnoAgro, empresa líder no mercado de software para o Agronegócio.

Esta informação é suficiente para apresentar sua empresa e **gerar o impacto para seu discurso**, pois através dela o cliente já identifica que sua empresa é grande, possui diversos clientes e está consolidada no mercado.

Se sua empresa ainda não está consolidada no mercado, identifique uma frase que melhor defina os diferenciais competitivos da sua empresa.

#3. Tenha um discurso específico para a área de atuação do cliente

Discursos genéricos do tipo: ***“Temos as melhores e mais modernas soluções de software”*** não criam diferencial e não geram valor ao seu discurso, pois cada empresa possui necessidades e gargalos específicos.

O ideal é que antes da ligação, seja feita uma pesquisa sobre o ramo de atividade da empresa para adotar um discurso mais específico e orientado ao negócio do cliente.

Ex: Ajudamos empresas de Construção a reduzir custos através de uma gestão orçamentária de obra mais assertiva.

Ao mostrar que conhece o negócio do cliente e sabe como ajudá-lo a ser mais competitivo, ele sente confiança no seu discurso e se torna mais receptível a ouvir sobre seu produto.

Afine suas habilidades de prospecção corporativa com mais estas dicas: [Prospecção de novos clientes: uma arte cheia de técnicas](#)

#4. Use case de clientes como referência

Agora que você já tem a confiança e atenção do seu ouvinte, traga um influenciador para seu discurso. Não existe influenciador melhor do que outros clientes que já utilizam sua solução.

Use cases de clientes que atuam no mesmo ramo, ou segmento semelhante da empresa que está sendo prospectada.

Cuidado com a quantidade de referências no discurso, **priorize a qualidade do case** e utilize aquele que se encaixa melhor ao perfil do prospect.

#5. Sugira uma data para reunião

Parece simples, mas sugerir uma data faz uma enorme diferença e aumenta as chances do seu prospect aceitar uma reunião.

Ao transferir a responsabilidade ao seu prospect para definir um horário e data para uma reunião surgem diversas possibilidades de barreiras.

Possivelmente ele vai sugerir um novo contato em outro momento para que possa analisar melhor a sua agenda, ou pode solicitar um envio de e-mail ou pegar seu contato e nunca mais te ligar.

Você é o mais interessado na reunião, tenha o domínio da ligação do começo ao fim do [discurso de vendas](#), sugira uma data e horário específico, se o cliente não estiver disponível na data sugerida, sugira uma nova data até que ele aceite.

Exemplo: Você pode me receber na segunda-feira da semana que vem?

- **Prospect:** Segunda tenho uma reunião com a diretoria.
- Tudo bem. Marcamos para quarta-feira, o que acha? Prefere no período da manhã ou da tarde?
- **Prospect:** Prefiro quarta-feira no período da tarde.
- Às 15:00 é um bom horário?

▪ **Prospect: Sim.**

Esse é um método que **elimina possibilidade de rejeição do prospect**, pois ele não tem muito espaço para pensar e deixar esfriar o interesse na solução, você é responsável por guiar o rumo da ligação, então guie ao seu favor.

Essas são as 5 dicas fundamentais para você aperfeiçoar seu discurso de prospecção corporativa, porém nada substitui a prática e prospectar exige muito treino, estudo e principalmente segurança no discurso de abordagem com o cliente, que será adquirida somente com a prática da prospecção no dia a dia.

Sobre o autor: [Guilherme Lavrinha](#) é formado em Marketing, cursa MBA em Inovação e Inteligência de Mercado. Jovem e hiperativo, é apaixonado por marketing e pela arte de prospectar clientes. Atualmente gerencia a equipe de marketing e prospecção de uma Multinacional de Tecnologia.

Quer saber tudo sobre prospecção corporativa? Então baixe nosso e-book gratuito: [O Guia da Prospecção – Como gerar leads qualificados e prontos para comprar](#)