

## Procedimentos para a reunião de vendas

Reuniões são atividades típicas e freqüentes nas organizações. Perde-se muito tempo em reuniões que nem sempre são necessárias. Há uma tendência a acharmos que todos os assuntos e decisões dependem de reuniões. Antes mesmo de pegar o telefone para agendar uma reunião, existem alguns cuidados que você deverá tomar. Não importa quantas vezes você já tenha se reunido com o seu cliente, cada reunião deve ser precedida de um plano.

Então antes de começar a planejar um encontro com seu cliente, fornecedor, sócio, responda a duas perguntas básicas:

- I. Esta reunião é realmente necessária ou podemos resolver esta questão de outra forma?
- II. Este é o momento mais adequado para agendar uma reunião?

Depois que você tiver as respostas para estas perguntas e convencido da necessidade, comece então a planejar a sua reunião.

### 1. Determine o objetivo da reunião

Toda reunião deve ter um objetivo. Certifique-se de que o objetivo está claro e que representa algo que o cliente necessita. Defina a pauta e não perca tempo!

Reveja as anotações anteriores e veja se há alguma pendência, caso esteja dando continuidade à visita. A revisão das anotações permite estabelecer de forma adequada o objetivo a ser estipulado. É necessário definir também o que será considerado **sucesso** para você e para sua empresa nesta reunião. Este ponto deve ser único por reunião e é o ponto que você vai perseguir durante todo o andamento das conversas e negociações. Exemplo: assinar um contrato, conseguir marcar uma demo de um produto para o CIO, conseguir um piloto de projeto, etc.

### 2. Defina o tipo de reunião

Como toda venda faz parte de um processo, cada etapa tem o seu tipo de reunião. Diferentes tipos de reunião requerem diferentes tipos de planejamento. Por exemplo:

Tipo da Reunião	Objetivo
Primeira reunião	Apresentar você, sua empresa, os casos de sucesso e os benefícios oferecidos
Reunião de prospecção	Identificar necessidades que podem ser satisfeitas
Reunião de pré-venda	Apresentar soluções que satisfaçam as necessidades identificadas
Reunião de negociação	Apresentar propostas, superar objeções e fechar a venda
Reunião de pós-venda	Garantir a satisfação do cliente e identificar novas oportunidades
Reuniões especiais	Apresentar diretores, presidentes ou outros dirigentes da sua empresa
Reuniões de confronto	Reuniões para resolução de conflitos, diferentes das reuniões de negociação

### 3. Colete informações específicas

De acordo com o tipo da reunião, obtenha antecipadamente as informações necessárias ao preparo da reunião. Se você está se preparando para a primeira reunião com o cliente, visite antes o Website da empresa. Procure, também, notícias recentes - muitos jornais e revistas permitem também consultas via web. Procure informações que o ajudem a compreender o negócio do cliente e que possam dar pistas sobre possíveis oportunidades. Cada mercado tem as suas necessidades básicas e você pode direcionar suas ofertas para satisfazer estas necessidades. Por exemplo:

Governo	Indústria	Finanças
Transparência	Qualidade	Rentabilidade maior
Agilidade	Produtividade	Serviços personalizados
Mais serviços ao povo	Foco no cliente	
Custos menores		

### 4. Colete informações gerais

É importante também que você saiba antecipadamente quem serão os participantes, qual o perfil deles, onde será realizada a reunião, que recursos serão necessários, quanto tempo você terá para a reunião e o que o cliente espera da reunião.

### 5. Comunique os envolvidos

Avise a todos os participantes com antecedência e confirme a presença deles para não correr o risco de fazer a reunião sozinho. Não se esqueça também de avisar ao cliente, se você resolver convidar mais alguém de sua empresa para participar. Ninguém gosta de ser pego de surpresa.

### 6. Comunique mudanças

As necessidades de mudanças sempre surgem. O importante é estar atento a elas e comunicar a todos os envolvidos sobre, por exemplo, quem não poderá participar, quem irá se atrasar, assuntos que não serão mais abordados, horários que foram alterados, etc.

### 7. Prepare o material

Antes de ir para a reunião, você deve ter preparado e separado todo o material que será utilizado. Todos os dados, folhetos, apresentações devem ser verificados.

### 8. Treine antes

Dependendo do tipo de reunião, é interessante realizar com antecedência um "ensaio". Desta forma você poderá identificar possíveis falhas e corrigi-las a tempo. Aqui também é hora de antecipar questionamentos que podem ser feitos. Pense no que pode ser perguntado e tenha as respostas prontas. Prepare-se para os "piores casos".

#### 9. Chegue com antecedência

É importante que todos os integrantes de sua empresa ou convidados, cheguem antes da hora de início da reunião. Combine com as outras pessoas que vão acompanhar você durante a visita (de sua empresa ou parceiros), para encontrarem-se 10 minutos antes da reunião. Certifique-se de que todos estão atualizados sobre as informações dos clientes, do teor da visita e de seu papel.

#### 10. Inicie a reunião

Apresente-se a todos os presentes, sem esquecer das pessoas que o estão acompanhando. Anote os nomes dos participantes. Comunique a pauta da reunião e inicie fazendo um breve resumo do objetivo. Você ou outra pessoa que o esteja acompanhando devem tomar nota de tudo o que for dito (depois você terá que fazer uma ata), definindo sempre os próximos passos, os prazos e os responsáveis.

Ao encerrar a reunião verifique se o objetivo foi satisfeito e repasse brevemente a relação dos próximos passos. Se necessário, aproveite a presença de todos para combinar uma nova reunião.

#### 11. Feche a reunião

Termine a reunião com frases positivas, que façam elogios às qualidades do cliente, como por exemplo: “Parabéns pelo excelente trabalho”, “Temos certeza que você terá um excelente resultado”. Esta atitude deixa uma impressão positiva com relação a você e a sua empresa perante o cliente. Seja sutil e tenha cuidado para não parecer um mero bajulador. E nunca, **nunca mesmo**, se esqueça de agradecer ao cliente pelo tempo e pela atenção que ele dispensou ao recebê-lo.

#### 12. Pós-reunião

Não se esqueça de, no dia seguinte após a reunião, enviar uma nota de agradecimento ao cliente. Em alguns casos é importante também enviar uma breve ata da reunião, relacionando as pendências, os responsáveis e os prazos de cada atividade. E não se esqueça: se você prometeu ou percebeu que é necessário enviar qualquer material adicional ao cliente, faça isso no máximo no dia seguinte e sempre mencionando a referência, que foi a sua reunião.

Em alguns casos escreva a nota de agradecimento e peça para seu Diretor enviá-la - isto mostrará comprometimento de toda a empresa.

Boa reunião!