

PLAYBOOK



Passo a passo para construir o seu Playbook de vendas



Entenda mais sobre esse ebook

Vender mais, ter mais clientes, melhorar a conversão são objetivos comuns de muitas empresas. E o caminho para atingi-los passa pelo time de vendas. Mas será que a sua equipe tem conseguido alcançar os resultados que você espera? Inúmeros motivos podem estar afetando seus resultados. Contudo, existe um que é muito comum nos times: a ausência de um padrão. Quem atua em uma equipe de vendas ao ler isso pode se assustar e achar que um padrão de vendas pode tirar o papel protagonista de um vendedor. Por isso, nós da Upgrade de Vendas, desejamos ressaltar, desde o começo, que não é essa nossa intenção.

O playbook de vendas, ferramenta que vamos conhecer mais a fundo neste ebook, irá potencializar seus resultados e ajudará seus vendedores a seguirem os melhores caminhos e a cultura de vendas da sua empresa.

Se você quer melhorar seus resultados e dar unidade ao seu time, vem com a Upgrade de Vendas aprender como prepará-lo para disparar seus resultados.

Aviso aos navegantes: Nós vamos falar algumas vezes, neste ebook, de “equipe” e “time”, mas se você é um empreendedor autônomo saiba que o playbook de vendas também poderá te ajudar. Então, busque entender o que se aplica ao seu dia a dia e construa o seu playbook.

NESTE E-BOOK VOCÊ VERÁ:

O QUE É PLAYBOOK DE VENDAS

PORQUE O PLAYBOOK DE VENDAS PODE AJUDAR SUA EMPRESA

COMO PREPARAR UM PLAYBOOK DE VENDAS

AS ETAPAS PARA A PREPARAÇÃO DE UM PLAYBOOK DE VENDAS

O que é **playbook** de vendas

por Rafael Caldas

Ao decorrer da experiência de um negócio, os empresários e os colaboradores desta empresa passam a “acumular” conhecimentos sobre o mercado, o público-alvo, a jornada de compra, a cultura empresarial, as palavras que geram mais valor na hora da venda e assim em diante. Contudo, é muito comum que todo esse conhecimento esteja compartimentado na mente de diferentes pessoas. Geralmente, essa “inteligência” não está reunida e compartilhada com todos. Você já parou para pensar nisso?

Para sanar esse desafio existe o **playbook**, também chamado como **salesbook**. Um material que tem a intenção de resumir toda a inteligência de vendas de uma empresa. Se você nunca parou para pensar sobre a inteligência de vendas do seu negócio, chegou a hora de virar o jogo. ?



Um exemplo que ilustra bem os benefícios de um **playbook** de vendas, é imaginar um jogo sem manual. Você não conhece o seu objetivo, quais as ferramentas têm a sua disposição, o que determinado bônus pode te dar de vantagem, absolutamente nada. Quanto tempo você passará errando até conseguir realmente começar a jogar

Mas antes de avançarmos e entendermos mais sobre o **playbook** de vendas, pense e responda: você acha que ter o manual de um jogo tira a sua liberdade ou elimina a necessidade de você saber jogar? De possuir uma estratégia individual? Imagine dois jogadores que conhecem o manual antes de iniciar o jogo, reconhecem o objetivo e os recursos disponíveis. Você acha que ambos jogarão da mesma maneira? Provavelmente, não. Afinal existem outras habilidades necessárias para jogar, como agilidade, memória, sagacidade, interpretação de informação, enfim.

O **playbook** de vendas tem o objetivo de reunir os aprendizados do negócio e a partir deles, criar as melhores práticas para que seus colaboradores tenham resultados mais assertivos, sejam mais produtivos e não repitam erros já cometidos no passado.

UM CONVITE À REFLEXÃO

Você pode estar imaginando que um **playbook** de vendas então é apenas para os novos colaboradores, para que eles entrem no jogo, seguindo nosso exemplo, já sabendo jogar.

Sem dúvidas, o **playbook** é ótimo para os novos colaboradores, mas não ‘apenas’ para eles. Todos ganham muito com um **playbook** de vendas. Para entender isso de forma mais clara, vamos para o próximo tópico.

Porque o playbook de vendas pode ajudar sua empresa

Uma empresa que conta com um playbook de vendas tem vantagens claras e nós vamos trabalhar algumas delas em tópicos. Vem descobrir!

Mais produtividade

Quando você precisa chegar em um lugar e conta com orientações básicas e pontos de referência, você economiza tempo. Acontece o mesmo com empresas que têm playbook de vendas. Vendedores, que contam com a inteligência de vendas que a empresa reuniu até ali, têm mais assertividade e assim conseguem ganhar mais tempo.



Mais unidade nos resultados

É comum vermos, em empresas que não contam com salesbook, uma grande disparidade nos resultados de venda entre os colaboradores. Ou seja, a empresa tem vendedores que vendem muito bem e estão performando muito além do que o restante do time. Ter vendedores que se destacam é natural, afinal as pessoas têm habilidades diferentes. Contudo, o que geralmente acontece são vendedores que performam melhor porque seguem determinado caminho, descobriram uma palavra-chave ou argumento que melhorou seus resultados. Enquanto esse conhecimento é individual, apenas um membro da sua equipe aumentará a performance. O playbook de vendas democratiza as melhores práticas, tornando-as parte da inteligência de vendas de uma empresa.

Identidade Corporativa reforçada

Toda empresa tem sua história, identidade, missão, visão, valores e crenças. E cada colaborador é um espelho que reflete a marca, afinal a conduta deles influencia na imagem que as pessoas farão do negócio. Ao não conhecerem a empresa a fundo, a tendência é que cada colaborador siga o caminho que acha melhor, falando o que sente que lhe ajuda, não usando a sua voz como um instrumento de reforço da identidade corporativa. Com um playbook de vendas você poderá alinhar o colaborador com: o que deseja transmitir, a cultura de vendas da sua empresa e o tom de voz que deve prevalecer na comunicação, por exemplo. O vendedor mais do que vender um produto ou serviço, vende a sua empresa e assim alinhá-lo ao que você deseja transmitir é essencial.



Gerenciamento do Conhecimento de Vendas

O conhecimento da sua força de vendas, com o salesbook, passa a ser gerenciado e compilado em um material que será fundamental para o dia a dia da empresa. As melhores práticas, que antes estavam apenas na mente de um líder ou com um vendedor que performa muito bem, passam ser documentadas e fazer parte do conhecimento empresarial, se tornando um dos recursos de valor da empresa.

Mais assertividade na preparação do novo colaborador

Ao contratar um novo colaborador, a empresa, geralmente, está ciente que o processo de treinamento exigirá tempo até que o colaborador esteja realmente pronto para gerar os resultados que almeja.

Com um playbook de vendas, um novo colaborador tem acesso imediato à toda a inteligência de vendas em um único material, reduzindo o tempo necessário para treinamento e gerando um aprendizado mais rápido. O playbook de vendas será uma importante ferramenta para o colaborador ter conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os melhores argumentos, o comportamento do público em canais específicos e assim por diante. Em um único material, o colaborador poderá conhecer o universo de vendas da sua empresa.



VAMOS MERGULHAR NO PASSO A PASSO?

Após esses motivos, sabemos que está animado para produzir o seu salesbook. Mas como começar? Para lhe ajudar nesta missão, vamos aprender no próximo capítulo como preparar um playbook de vendas.

PASSO A PASSO

Como preparar um playbook de vendas



Como preparar um playbook de vendas

Antes de começarmos a construir o seu playbook de vendas, precisamos ressaltar que não existe um modelo padrão, assim ele pode variar conforme a complexidade do seu processo de vendas e o porte da sua empresa.

Por isso, vamos trazer algumas etapas essenciais, na nossa perspectiva, para um playbook de vendas que coopere com a performance do seu time. Se achar que sua empresa precisa de algo mais enxuto, crie o modelo ideal e evolua o documento conforme o crescimento da sua força de vendas.

Afinal, o salesbook é um documento vivo e que permanecerá em construção. Vamos nessa com a gente? Confira as etapas para preparar o playbook de vendas da sua empresa.

PRIMEIROS PASSOS

ESCOLHA O FORMATO IDEAL PARA SEU TIME

APRESENTE SUA EMPRESA

O PROCESSO DE VENDAS

DESCREVA O FOCO DE VENDAS E ILUSTRE OS MELHORES CAMINHOS



ÚLTIMOS PASSOS

CRIE UMA ROTINA IDEAL PARA SEU TIME DE VENDAS

DETALHE A LINGUAGEM UTILIZADA

ESCLAREÇA SOBRE RESULTADOS

APRESENTE SEU PLAYBOOK DE VENDAS PARA O TIME

Primeira etapa: Escolha o formato ideal para seu time

Um dos principais requisitos do playbook de vendas é ser um documento prático e acessível. Mas só você e seu time saberão qual o melhor formato. Seja um documento criado em um editor de texto, um slide com os tópicos mais relevantes ou um infográfico. O importante é entender o que será melhor para sua equipe. Então antes de começar, não deixe de mapear a rotina do time e a cultura com os documentos institucionais. A partir disso, escolha o formato que se torne parte da vida de vocês mais facilmente.

Segunda etapa: Apresente sua empresa

Compartilhar a história da empresa e sua identidade, através da missão, visão, valores, crenças, por exemplo, é fundamental para que seu time entenda mais sobre a empresa da qual fazem parte. Afinal, a identidade e cultura da sua empresa irão refletir nas culturas de vendas e de atendimento que serão seguidas pela sua equipe. Além disso, lembra do que falamos no início deste ebook?

Um time de vendas não vende apenas seu serviço ou produto. Ele será um espelho da empresa. Lembre-se: a imagem que seus stakeholders terão dela será influenciada, em boa parte, pelo que seu time diz, age e transmite.

Ainda nesta etapa, apresente o diferencial e o posicionamento do seu negócio. Sua equipe poderá usar essas informações, seja no momento de apresentação da empresa ou nos argumentos para derrubar as objeções dos prospects. Em paralelo, é importante ressaltar que uma equipe com unidade na narrativa irá gerar impacto positivo e reforçará o posicionamento e diferencial que desejam ocupar na mente do consumidor.



Terceira etapa: O processo de vendas

Essa é a etapa chave do playbook de vendas. Só para lembrar, quando falamos em processo de vendas, estamos falando do passo a passo que seu time desempenha para levar um lead interessado do topo do funil de vendas até à conversão. Ou seja, nesta etapa do salesbook será apresentado o que é feito do início ao fim, o roteiro que deve ser seguido como base para manter e melhorar a performance.

Se sua empresa não tem um processo de vendas bem desenhado, mapei o que seus vendedores fazem. Alguns exercícios podem ajudar nesta etapa:

- *Observe o dia a dia dos seus vendedores;*
- *Comece a documentar o que eles fazem;*
- *Faça uma reunião com todos e mapeiem juntos os passos que percorrem para realizar uma venda.*

Vocês perceberão que, mesmo não tendo clareza sobre o processo, têm alguns processos no dia a dia do seu time e poderão escolher um modelo como ideal.

Nesta etapa ainda, aponte o organograma do seu time e como ocorre a relação entre cada setor. Desta maneira, o time entenderá a quem recorrer em necessidades específicas e, como consequência, diminuirá a busca pelo gestor para resolver desafios pontuais.

Vocês começarão a construir uma equipe mais produtiva e direcionada à solução.

SUPER IMPORTANTE!

Pode parecer que o processo de vendas é de uso exclusivo de times grandes, mas indicamos que, independente do porte do seu negócio, você desenhe o processo ideal, nem que seu time seja composto apenas por uma pessoa. Ele será balizador das tomadas de decisão, das avaliações dos resultados e um roteiro básico que irá gerar economia de tempo, já que ficará claro o que deve ser feito.



Quarta etapa: Descreva o foco de vendas e ilustre os melhores caminhos

Seja bem-vindo a etapa da inteligência do seu time de vendas. Como falamos anteriormente, ao longo da história de uma empresa, erros vão sendo cometidos e conhecimentos passam a ser lapidados.

Assim, informações que antes eram hipóteses ou feeling passam a ser consolidadas. Uma destas é o público ideal. Essa informação é fundamental para ajudar os seus vendedores a reconhecerem os prospects que têm fit com sua empresa, economizando tempo em negociações que têm grande probabilidade de não avançarem e sendo mais assertivos nas prospecções.

Apresente também o seu funil de vendas, quais os gatilhos usados para conduzir o prospect e alguns quesitos que ajudem o vendedor a identificar o momento que o prospect está na jornada do consumidor.

Após isso, traga o conhecimento acumulado da sua empresa. Revele quais os melhores canais, as estratégias de abordagem com mais sucesso. E ilustre tudo isso com exemplos de scripts, roteiros ideais de abordagem, emails que geraram resultado para o time, respostas às principais objeções.

Tudo para que o time de vendas se sinta mais confiante para a condução dos processos, principalmente para os mais novos. Essa parte do playbook de vendas deve ser atualizada com recorrência, pois as melhores táticas tendem a ser aperfeiçoadas constantemente e ao compartilhar isso com o time, melhores resultados sua empresa terá.

Quinta etapa - Crie uma rotina ideal para seu time de vendas

Muitos profissionais ainda têm a visão que vender é uma arte, um talento nato que alguns dominam e outros não. Sem dúvida, algumas pessoas podem ter mais facilidade para realizar vendas. Mas vender é uma ciência com passos, ferramentas, análises e, desta maneira, existem algumas ações que devem ser seguidas.

Visando ajudar seu time a seguir o processo de vendas, crie uma rotina ideal para que todos saibam o que desenvolver ao decorrer da semana e, assim, não esqueçam ou deixem de lado algumas etapas fundamentais do processo.

Isso não significa que a rotina é imutável. Existirão circunstâncias que mudarão a rota e tudo bem. Você e seu time estarão cientes disso. A rotina base é indicada para tornar o processo de vendas aplicável na rotina do seu colaborador.



Sexta etapa - Detalhe a linguagem utilizada

Ter um modelo ideal de linguagem ajuda as empresas a se comunicarem com unidade. E quando pensamos na área de vendas, a linguagem passa a ser ainda mais relevante. Uma negociação é baseada em narrativas, assim palavras, tom de voz e entonação farão toda a diferença. Podendo colocar você mais perto do resultado que almeja ou ainda mais distante.

Detalhe a linguagem a ser utilizada, indique as palavras mais importantes, as que devem ser repetidas, os melhores termos e expressões. Elas poderão orientar o vendedor na construção dos seus argumentos, gerando a confiança de estar indo pelo melhor caminho.

Lembre-se também que a experiência que sua empresa deseja gerar nos seus clientes passa pela linguagem utilizada. Por exemplo: se você almeja construir uma relação de parceria, utilize palavras que a reflita. Se busca autoridade, selecione uma linguagem que demonstre seu conhecimento.

Sétima etapa - Esclareça sobre resultados

Um time que está atento aos seus resultados tende a performar melhor. Afinal, resultados sempre trazem muitos aprendizados. Mas para isso é preciso olhar com atenção para eles.

Para tornar essa prática parte da sua cultura, crie processos e rotinas que contemplem a análise dos resultados, relatórios e métricas.

Apresente também o que os resultados geram para a empresa e para cada membro dela. Seja transparente sobre as metas, as comissões e o resultado que espera de cada vendedor ao longo do tempo, visando trazer clareza para que cada profissional avalie sua performance.



Oitava etapa - Apresente seu Playbook de Vendas para o Time

Essa etapa não está diretamente relacionada à construção do seu salesbook, mas será fundamental no seu processo. O Playbook é um material que deve ser conhecido por todos os membros da sua força de vendas. Mas construí-lo e compartilhá-lo através de um email ou de uma pasta no drive não será o melhor caminho.

Muitos profissionais têm certa resistência ao playbook de vendas por acharem que suas tarefas entrarão em um piloto automático e perderão o feeling.

Desta maneira, para garantir que todos entendam o objetivo do material e se dediquem a seguí-lo e a colaborarem no seu aperfeiçoamento, apresente o playbook de vendas em uma reunião e demonstre como seu uso trará mais resultados para todos. Traga o colaborador para dentro do processo.

AGORA CHEGOU A HORA DE COLOCAR A MÃO NA MASSA

Você já sabe o que é um Playbook de Vendas e como construí-lo de maneira a gerenciar o conhecimento da sua empresa. Pode parecer desafiador, mas nós da **Upgrade de Vendas** não temos dúvidas que seu time vai tirar de letra. Foque nos benefícios que o Playbook trará para a performance da sua empresa e do seu time e aceite esse desafio. Quando ele estiver pronto e fizer parte da rotina da sua equipe, você agradecerá ter começado a construir o guia que levará vocês para os melhores resultados.