



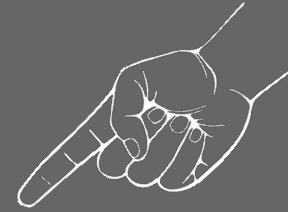
Construindo o processo de vendas MSP



Luís Montanari

**5+ anos ADDEE (agosto/2013)
Gerente // Vendas & Marketing**

<https://linkedin.com/in/luismontanari>



Construindo seu processo de vendas MSP



Agenda

- Desafios da venda
- Público alvo
- Diferenciação
- Abordagem tradicional
- Barreiras da venda técnica
- Posicionamento bem sucedido
- Demonstrado o ROI
- Fundamentos do processo de vendas
- Processo vendas MSP
- Conversão e aquisição
- Dicas finais

Desafios da venda

Aquisição de novos clientes = o maior desafio

Além disso:

- Falta de “habilidade” comerciais
- Dificuldade em analisar negócios
- Falta de processo replicável
- Definição de público-alvo



Público-alvo



Quem são os seus melhores clientes e por quê?

Você pode segmentar seus clientes em grupos?

Aproveite os clientes ideais como o seu mercado-alvo

Quem é o cliente?

Esta é a primeira coisa que você precisa entender antes que você possa identificar o seu processo de vendas.

Comece olhando para os seus clientes existentes



Perfil vertical

Analise seus nichos de especialização

Eles podem ajudá-lo a entender perspectivas que essas empresas tenham em comum, padronizando seus processos

Alinhe seu discurso de vendas com a necessidade do cliente

Diferenciação



- Quais são os seus diferenciais?
- Você se destaca sobre a competição?
- Você oferece serviços inovadores?
- Você suporta verticais específicas?
- O que mais chama atenção de um cliente?
- Como você auxilia em uma perspectiva rentável para clientes?
 - Quais são suas ferramentas que te diferenciam?
 - Quais as suas especializações?

ABORDAGEM TRADICIONAL



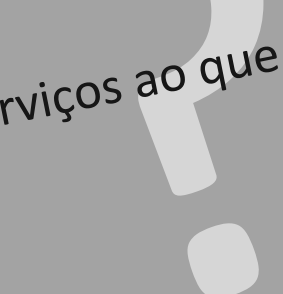
LEAD
GENERATION

Barreiras das vendas técnicas

Posicionamentos técnicos são mais confortáveis para MSPs
Ser técnico pode ser um conforto no entanto,
nem sempre funcionará para um público de negócios

Geralmente seus clientes não compreendem inteiramente a tecnologia,
por isso é importante posicionar seus serviços nos pontos-chave do negócio

Como você alinha os seus serviços ao que faz
eles gerarem receita?



Fale a língua do seu cliente: seja um empresário

O que é importante para o seu negócio? Será similar para seus clientes.
Seu cliente é um escritório e recebe honorários? Utilize a mesma linguagem.

Posicionamento bem sucedido

3 coisas que você precisa fazer para vender serviços gerenciados:

1. Mostre como a TI é um **impulsionador de receita** pra ele
2. Mostre que o custo de uma interrupção é maior do que a conta de correção
3. Ser proativo é mais econômico do que aguardar por problemas

Como?

- Concentre a venda em **experiências e expectativas** do usuário final
- Alinhe os seus requisitos e objetivos da empresa às suas necessidades técnicas
- O ROI deve ser alinhado com a produtividade e a receita por empregado

ROI

- Estabeleça uma relação de retorno sobre o investimento a ser realizado.
- Entenda o custo por paralização, somando o custo por user e o que 'deixou de ser produzido'
 - Compare isso ao custo do seu contrato de gestão
 - O real entendimento do custo, vai te permitir montar o melhor discurso comercial
 - Não se esqueça das variações conforme o 'porte' do cliente
- ROI é baseado em custos de RH, ganhos de produtividade e receita por empregado

Cenário exemplo:

Número de funcionários = 10

Salário médio = R\$ 3.500,00 Já incluso todos os custos da empresa

Custo total folha de pagamento = R\$ 35.000,00

Faturamento médio mensal = R\$ 60.000,00 Exemplo de empresa mediana

Horas produtivas por mês = 160 média de horas produtivas considerando 7 horas x 22 dias

Faturamento por hora = R\$ 375,00

Custo folha de pagamento por hora = R\$ 218,75

Problema-exemplo: Indisponibilidade no Servidor

Horas parado = 4

Prejuízo = R\$ 2.375,00 Folha por hora + faturamento por hora X horas parado

Custo de reparo = R\$ 600,00 Exemplo R\$ 150 por hora técnica

Prejuízo total = R\$ 2.975,00 5% do faturamento bruto do cliente

...em apenas 4 horas

Valor médio contrato 10 usuários = R\$ 800,00 (1,36% do faturamento bruto do cliente)

PROCESSO DE VENDAS

Geração de leads para identificar um prospect qualificado

Qualificação adequada de um prospect para conduzir a uma reunião inicial de consultoria

Qualificar durante essa reunião: como eles utilizam a tecnologia para impulsionar a receita?

Identificar áreas onde você, como o MSP, pode ajudar

Seu processo de vendas deve ser Consultivo, não um passo

Identifique as expectativas do cliente

Sua tecnologia não é o foco da discussão, mas como eles podem usá-la para executar suas funções diárias

Concorde em realizar uma demonstração

Usar resultados dessa avaliação para mostrar que você está alinhado as necessidades deles, comprove com relatórios e exemplos de sucesso obtidos em outros clientes

Alinhe as necessidades de negócios aos requisitos de tecnologia para fornecer o serviço que melhor se encaixe

Eduque o prospect enquanto você discute opções

Identifique a compreensão dos resultados e o que eles sentem que estão recebendo como valor

Feche a venda relacionando resultados da avaliação ao valor de negócio

* Preocupe-se com a Conversão e Crescimento dos clientes da base atual

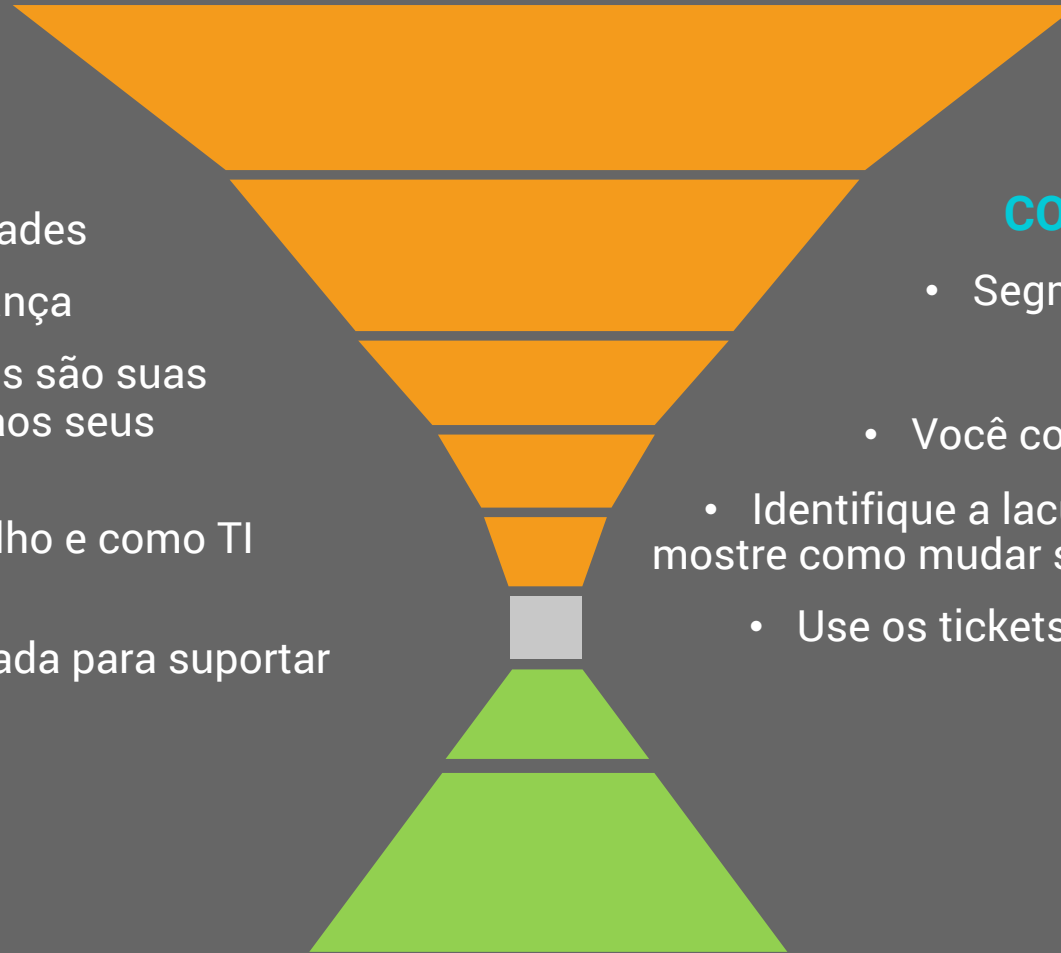
Conversão e Aquisição

AQUISIÇÃO

- Buscando novas oportunidades
- Você precisa ganhar confiança
- Você precisa aprender quais são suas necessidades e alinhá-las aos seus requisitos técnicos
- Identifique o fluxo de trabalho e como TI pode ajudar
- Posicionar a oferta apropriada para suportar fluxo de trabalho

CONVERSÃO E CRESCIMENTO

- Segmentação de clientes existentes
 - Você já tem relacionamento
 - Você conhece sua rede e necessidades
- Identifique a lacuna na sua entrega de serviço e mostre como mudar sua abordagem irá beneficiá-los
- Use os tickets e métricas existentes para sua vantagem



Processo de Vendas MSP

Lead Generation

- Esforço Inbound: atividade de marketing
- Esforço Outbound: atividade de vendas diretas

End-User Workflow Analysis

- Avaliar o 'fluxo de trabalho' da empresa
- ROI sobre produtividade/receita
- Os resultados devem alinhar aos objetivos de negócio

Closing the Deal

- Enviar o acordo
- Apoiar e justificar a oferta com base em resultados de ROI e análise de fluxo de trabalho
- Assegurar que todos os detalhes foram considerados

vCIO & Account Management

- Prove seu valor com reuniões no local
- Usar relatórios
- Revisão da saúde da Rede
- Governança

Business Analysis

- Frustrações
- Expectativas
- Pontos de dor
- Objetivos do negócio
- Organizar para falar com os usuários finais
- Qualifique com perguntas abertas

Business Growth & Support Plan

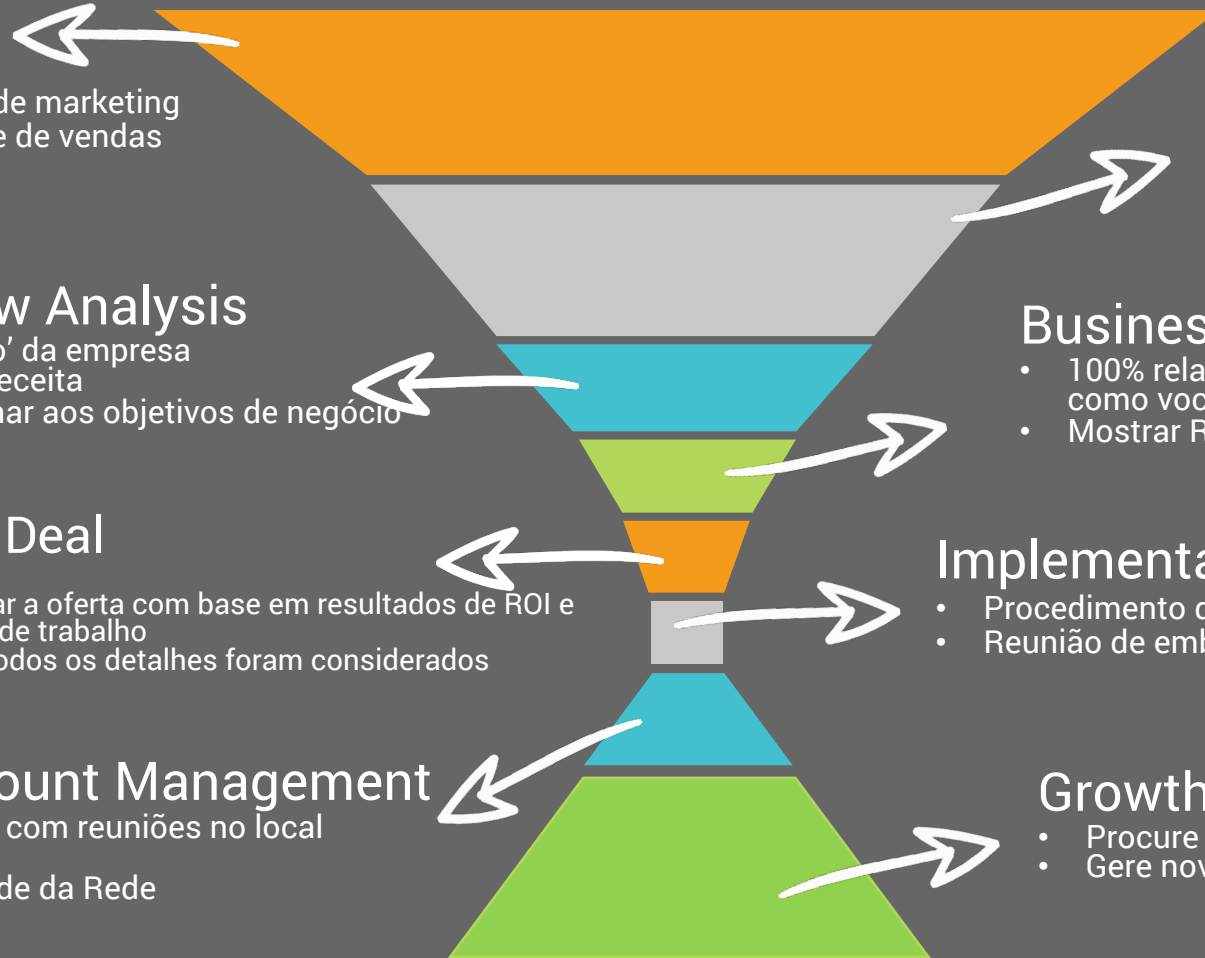
- 100% relacionados com os objetivos de negócios e como você vai apoiá-los
- Mostrar ROI aqui de ganhos de produtividade

Implementation

- Procedimento de implantação
- Reunião de embarque (processo de onboarding)

Growth

- Procure oportunidades de venda cruzada e up-sell
- Gere novas demandas



Dicas Finais

- Vender não se trata apenas de talento...
Bons processos é que levam a resultados positivos
- Dedique **tempo** a essa atividade
- Estude... **Busque conhecimentos** e conteúdos sobre vendas e estratégias
- **Não tenha medo** de vender; é o sangue vital do crescimento da sua empresa e da valorização dos negócios
- Escute, escute e escute. Quanto mais seu cliente fala, **mais ele facilita** seu posicionamento
- Não é sobre você, é sobre como você pode **ajudar o negócio do cliente**
- Seu **valor não está no que você fornece**, mas nos resultados que você gera
- Fale sobre a **experiência** do usuário final, não sobre a tecnologia em si



Obrigado!!!

ADDEE SolarWinds MSP

addee.com.br | 0800 761 2812 | contato@addee.com.br