

LYMINAL
martech specialists

CHECKLIST E RELATÓRIO DE REUNIÕES COMERCIAIS

CHECKLIST DE PREPARAÇÃO DE REUNIÃO COMERCIAL

Nome da Empresa: _____

Local: _____ Data/Hora: ____ - ____ - ____ / ____ : ____

Participantes: _____
(nome/função)

Participantes da Empresa: _____
(nome/função)

Objetivos: _____
(resultado desejado para reunião)

Técnicas: _____
(melhor forma de alcançar os objetivos)

Deliverables: _____
(ex: documentos, proposta comercial, etc.)

Estudar a Lead/Cliente		
Enriquecer o conhecimento do cliente e do contexto		
1	CRM - Preencher, atualizar e rever todos os dados da conta	
2	Histórico com a Empresa - Obter dados no CRM sobre eventos recentes (últimos 12 meses), tais como histórico de incidentes, projetos, compras, implementações, intervenientes, reclamações e estado atual	
3	Pesquisa online - Investigar boas notícias (resultados comerciais, planos de expansão) e más notícias (despedimentos, processos de tribunal), dados do mercado em que opera	
4	Pesquisa de redes sociais - Saber quais as últimas publicações da empresa e da pessoa de contacto nas redes sociais e blogs; encontrar pontos e pessoas em comum que facilitem a inter-relação	

Notas: _____

Focar no sucesso da lead/cliente

Estabelecer um rapport; explorar e enfatizar as motivações para a ação de lead/cliente

1	Colocá-los a falar; definir as questões prévias (abertas e fechadas) para conseguir ouvir o que têm a dizer sobre o assunto, antes mesmo de iniciar a apresentação, demo ou pitch comercial	
2	Escuta ativa; resumir a necessidade; garantir que se entende o problema/desafio e o resultado esperado pela lead/cliente	
3	Perceber qual a fase do processo de decisão de compra em que o cliente se encontra	
4	Falar com a pessoa certa; saber quem usará a solução, quem influencia a compra e quem toma decisões	

Notas: _____

Focar na solução

Credibilizar a própria empresa; demonstrar conhecimento e fazer perguntar informadas; traduzir características em benefícios concretos

1	Conhecer a solução, o que é, como funciona, quais as características, benefícios para o cliente e provas disso	
2	Credibilizar a própria empresa, apresentar provas de casos de sucesso e exemplos de experiência prévia na solução	
3	Criar e fazer as perguntas que destacam o conhecimento do problema e respetiva solução	
4	Traduzir todas as características da solução em benefícios valorizados pela lead/cliente	
5	Prever quais serão as dúvidas, reações e objeções prováveis das pessoas de contacto; criar as respostas e rebates adequados	

Notas: _____

Tentar o fecho

1	Saber o que é preciso fazer para passar à próxima etapa no processo de decisão de compra	
2	Proatividade; antecipar os próximos passos da lead/cliente	
3	Follow-up; garantir que são executadas ações de acompanhamento do assunto tratado na reunião, como o envio de materiais informativos sobre a solução, propostas, agendamento de reuniões com decisores e influenciadores	

Notas: _____

RELATÓRIO DE REUNIÃO COMERCIAL

Nome da Empresa: _____

Local: _____ Data/Hora: ____ - ____ - ____ / ____ : ____

Participantes: _____
(nome/função)

Participantes da Empresa: _____
(nome/função)

Objetivos: _____

(resultado desejado para reunião)

Técnicas: _____

(melhor forma de alcançar os objetivos)

Deliverables: _____
(ex: documentos, proposta comercial, etc.)

Notas:

Oportunidades Comerciais Identificadas

Descrição: _____
(descrição da oportunidade/necessidade/aplicação/projeto detetado)

Benefícios Esperados: _____

Solução Prevista: _____

Receita Estimada: _____

Intervenientes a envolver na venda: _____
(contactos e funções)

Nome/Função dos Participantes	Email/Telemóvel	Presença

Ações a Tomar Pelo Responsável	Data de Fim	Urgência

Decisões Tomadas e Responsável	Ações Decorrentes	Data