

# Como Atender



# Melhor os LEADs

# 1- Agilidade

Todo cliente que é captado nos meios digitais, são procurados através de várias técnicas de perseguição eletrônica.

Através de interesses, localidade, idade e outras formas chegamos no cliente, porém, como este cliente é leiloado nos meios digitais, se sua operação não entrar em contato com este cliente de uma forma impactante e rápida certamente este cliente irá ser atingido por propagandas e iscas digitais semelhantes e tem a grande chance de reverter e dar-se a impressão de que o Lead foi replicado para mais um cliente, o que não é.

Por isso, quando o Lead é gerado, uma corrida contra o tempo é iniciada, e ganha a venda que tem mais agilidade!

## 2- Conexão com a fonte

Ao abordar o cliente de Lead, você deve fazer referência à fonte de onde vieram os dados deles, pois, se ele não for informado que ele veio de uma campanha digital, o cliente irá sentir que está sendo incomodado, e nem vai lembrar do cadastrado que, ele mesmo fez,

nos meios digitais, por isso o conceito de permissividade deve ser impresso no atendimento de forma a tornar a conexão mais rápida e evitar a rejeição do contato logo de cara.

### **3- Ferramentas**

O cliente que converte pela internet é um cliente geralmente com perfil diferente de um cliente tradicional, ele está acostumado a resolver tudo com um clique, não gosta, em sua maioria de receber e-mails, propostas complicadas ou mesmo uma ligação, por isso avalie ferramentas como [WhatsApp Business](#) como opção de contato, elimine as formalidades, seja objetivo em ofertar o que o cliente quer, pois isso certamente, aumentará a chance do contato e fechamento com o cliente.

### **4- Tente mais**

O contato com o cliente depende de muitos fatores, como o horário que ele pode ou não mexer no celular, por isso insistir no contato dos Leads várias vezes é muito importante no processo, não descartar o contato antes de 5 ligações, enviar um e-mail de contato

avisando sua intenção de fala, WhatsApp, Telegram ou até mesmo um SMS.

Ainda assim caso não obtenha sucesso programar um retorno para 3, 7 e 30 dias.

Desta forma certamente conseguirá o contato com o cliente aproveitando, na sua completude, o investimento que você fez.

## 5- Fechamento

Trabalhe o seu poder de sintaxe e de fechamento do negócio, pois, hoje em dia os clientes irão te dar poucos minutos e quem dirá segundos de sua atenção, não desperdice a oportunidade, por isso depois de apresenta-se, falar do produto, nunca esqueça de **imprimir o ritmo de fechamento da proposta**, isso de forma firme, com boas argumentações, quebra de objeção e gera confiança.

Boas Vendas

*Eduardo Felício*

