

## Como a Esfera de Influência ajuda os Vendedores

Em nossos *workshops* orientamos os participantes na criação de uma Esfera de Influência para um *prospect* escolhido como estudo de caso para os trabalhos em grupo. Este documento inclui os nomes e cargos de todas as pessoas que o vendedor terá que contatar para vender, conseguir orçamento e implementar uma determinada oferta, bem como os objetivos de negócio de cada uma destas pessoas. Muitos participantes nos relatam que conseguiram fechar negócio com o *prospect* escolhido durante o *workshop*.



**Executivos experientes sabem que existe um custo significativo e um esforço considerável na obtenção de novos clientes.**

Reter e aumentar a receita na base de clientes é considerado como certo, porém nos deparamos com algumas contas vulneráveis à concorrência porque não são tratadas com o mesmo

cuidado que novas oportunidades. Isto é particularmente verdade em contas adormecidas ou que geram pouca receita. Geralmente damos mais atenção durante o namoro que após o casamento.

**Outra área de atenção é para um cliente na qual o vendedor possui somente um ponto de contato.**

Nem é preciso dizer que o relacionamento pode ser rapidamente comprometido se este contato sair da empresa ou mudar de área. Se este ponto de contato for de um nível hierárquico médio ou baixo existe o risco de um novo superior, que possua um bom relacionamento com a concorrência, ser contratado e, conseqüentemente, remover seu ponto de contato.

A Esfera de Influência é um recurso crítico na obtenção de um novo cliente, bem como no aumento dos negócios nos clientes existentes.

Nossa sugestão é de promover encontros anuais entre comerciais para analisar cada conta e avaliar os níveis de contatos que possuem em cada uma delas. Muitas vezes existem barreiras impedindo o acesso a níveis hierárquicos mais altos e isto pode causar problemas.

Sugerimos conseguir acesso através da utilização de algumas técnicas como:

- Se o comprador solicitar algo que requeira muito tempo ou muitos recursos, peça, em

troca, o acesso a um nível mais alto da hierarquia.

- Ao invés de simplesmente solicitar acesso a um nível mais alto, peça ao seu contato para agendar uma reunião com a participação dele e do nível mais alto.
- Se houver oportunidade de se encontrar com uma pessoa da alta direção, peça a ele uma reunião, com ou sem seu ponto de contato.

Conseguir acesso às pessoas da Esfera de Influência solidifica a posição dos vendedores diminuindo o risco de avanços de possíveis concorrentes. Outro grande benefício é de criar oportunidades de *cross selling* e *up selling* em níveis hierárquicos mais altos, onde as restrições de orçamento são menores. Estes contatos de mais alto nível também podem resultar em referências para outros *prospects* que estejam sendo trabalhados.

Conquistar clientes não é uma tarefa fácil.

**Estabelecer e manter contatos na Esfera de Influência é uma excelente maneira de proteger e aumentar a receita de sua base de clientes.**

***John Holland***  
***Chief Content Officer,***  
***CustomerCentric Selling©***