



O Guia das Funções Especializadas em Vendas

O único com descrição de
Perfil Comportamental

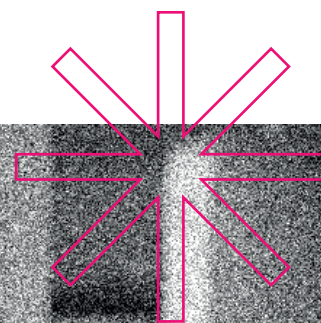


01

Introdução

Assim como o marketing evoluiu muito nos últimos anos com novas estratégias e formas de atuação, o processo de vendas também precisou se atualizar. Antigamente, as empresas vendiam quase que de forma empírica, sem um método ou processo bem definido, dificultando o acompanhamento, a melhoria nos resultados e a identificação do que funcionava e o que não funcionava.

Ter um processo e uma **equipe de vendas bem estruturada e eficiente é essencial para o sucesso de qualquer empresa**. Neste e-book, vamos explorar os principais cargos, funções e o perfil que um time de prospecção e vendas deve ter.





02

O processo de prospecção e vendas

Abaixo apresentamos uma versão simplificada do fluxo de prospecção e vendas.

PROCESSOS DE PROSPECÇÃO E VENDAS



INTELIGÊNCIA COMERCIAL

Smart Leads;
Volume e Qualidade de Leads;
Inteligência de Mercado: FIT, Personas, IPC e Concorrência;
KPIs e Reports aos gestores (PDCA).

PROSPECÇÃO

Conexão com Lead;
Técnicas de Rapport;
Fluxos de Cadência;
KPIs.

QUALIFICAÇÃO

Inside Sales;
Framework de Qualidade; BANT;
MQL para SQL;
KPIs.

FECHAMENTO

Inside Sales;
Outside Sales;
Demonstrações;
Proposta;
Objeções
Fluxo de Follow-ups;
KPIs.



Como demonstrado acima, o processo moderno passa por algumas etapas, sejam elas executadas por uma ou mais pessoas, que permitem a mensuração, análise e identificação de possíveis gargalos que possam prejudicar os resultados de vendas da empresa.

✦ **Inteligência Comercial**

É a etapa que vai definir, identificar e produzir a lista de leads que será trabalhada na cadência de prospecção;

✦ **Prospecção**

É a etapa responsável por fazer a conexão inicial com o lead e gerar valor e interesse daquele contato pela solução oferecida;

✦ **Qualificação**

É o processo que deve validar se aquele contato feito realmente tem FIT com a solução proposta, se tem condições de adquirir o serviço / produto oferecido e se está no momento certo de compra;

✦ **Fechamento**

Pode ser interno (Inside) ou externo (Outside) e tem como objetivo concluir a venda derrubando as objeções que o cliente possa ter em relação a solução proposta.



03

O papel do time de prospecção de vendas

O time de prospecção e vendas desempenha um papel crucial dentro de uma organização. Ele é responsável por identificar potenciais clientes, criar relacionamentos, conduzir negociações e fechar vendas. Neste capítulo, vamos explorar em detalhes o papel desse time e sua importância para o sucesso da empresa.

3.1 Geração de Leads Qualificados

Uma das principais responsabilidades é gerar listas de leads qualificados. Isso envolve identificar aquelas empresas (contas) potenciais que têm maior probabilidade de se interessar pelos produtos ou serviços oferecidos, ou seja que estejam alinhadas ao Perfil de Cliente Ideal (PCI) projetado para a campanha de prospecção. Essa etapa é fundamental para garantir que o time de vendas esteja trabalhando com leads com alto potencial de conversão, otimizando assim os esforços e recursos da equipe.





3.2 Relacionamento com os Clientes

O time também é responsável por construir relacionamentos sólidos com os potenciais clientes. Isso inclui estabelecer contato inicial, entender suas necessidades e desafios, e oferecer soluções que atendam às suas expectativas. Um bom relacionamento com os clientes não apenas aumenta as chances de fechamento de vendas, mas também promove a fidelização e o engajamento a longo prazo. É bem importante ser honesto e autêntico na vontade de ajudar os clientes.

3.3 Qualificação das oportunidades

A qualificação das oportunidades geradas é muito importante para não gerar expectativas frustradas tanto do lado da empresa quanto do lado do cliente. Avaliar se o lead “prospectado” tem mesmo condições e alinhamento com a solução proposta, e se a solução resolve realmente suas necessidades e dores, vai evitar problemas futuros e custos extras que um cliente não qualificado pode gerar para uma empresa. Mas isto é assunto para outro artigo.

3.4 Condução das Negociações

Outra função essencial do time de vendas é conduzir as negociações com os potenciais clientes. Isso envolve apresentar os produtos ou serviços de forma persuasiva, lidar com objeções, esclarecer dúvidas e garantir que todas as informações necessárias sejam fornecidas de maneira clara e convincente. O objetivo é guiar o cliente em direção ao fechamento da venda, mantendo um equilíbrio entre as necessidades da empresa e as necessidades do cliente e sem perder o timing da venda.



3.5 Relacionamento com os Clientes

O time de vendas é responsável por conduzir o processo de fechamento da venda. Isso inclui a elaboração de propostas comerciais, negociação de termos e condições, superação de obstáculos e obtenção do comprometimento do cliente. É importante que o time de vendas tenha habilidades persuasivas, capacidade de negociação e conhecimento profundo dos produtos ou serviços oferecidos pela empresa.

3.6 Onboarding do Cliente

Após o fechamento da venda, o time de vendas desempenha um papel importante no processo de onboarding do cliente. Isso envolve a transição suave do cliente do estágio de fechamento da venda para o estágio de cliente ativo. O time de vendas deve garantir que o cliente compreenda o uso correto do produto ou serviço, tenha acesso a recursos de suporte, e esteja satisfeito com a experiência geral. Isso contribui para a retenção de clientes e promove a geração de referências positivas futuras.



04

O gestor do time comercial

O gestor do time de vendas desempenha um papel fundamental na liderança e no direcionamento da equipe para atingir metas e resultados consistentes.



4.1 Descrição da Função

Ele é responsável por liderar e supervisionar as atividades e garantir os resultados da equipe. Ele deve atuar como um elo entre a equipe de marketing, vendas e a alta administração, garantindo que as estratégias e metas estejam alinhadas e sejam alcançadas. O gerente também é responsável por monitorar o desempenho da equipe, fornecer treinamento e orientação, e identificar áreas de melhoria.



4.2 Objetivos do Cargo

Os principais objetivos do gestor incluem:

- Alcançar as metas de vendas estabelecidas pela empresa;
- Buscar formas de garantir a geração de leads qualificados e a conversão de oportunidades em vendas;
- Gerenciar e maximizar a eficiência da equipe de vendas;
- Desenvolver estratégias para aumentar a receita e a participação de mercado;
- Fomentar um ambiente de trabalho colaborativo e motivador;
- Identificar e solucionar problemas e obstáculos que possam afetar o desempenho da equipe.

4.3 Atividades-Chave

As atividades desempenhadas pelo gestor podem incluir:

- Definir metas e objetivos para a equipe de vendas;
- Planejar e implementar estratégias de prospecção e vendas;
- Monitorar o desempenho individual e da equipe, fornecendo feedback e orientação;
- Identificar áreas de melhoria e desenvolver planos de ação para alcançar resultados;
- Realizar reuniões de equipe e buscar treinamentos para aprimorar habilidades e conhecimentos;
- Colaborar com outros departamentos, como marketing e atendimento ao cliente, para otimizar o processo de vendas;
- Analisar dados e métricas para avaliar o desempenho e fazer ajustes necessários nas estratégias.



4.4 Atuação nas Etapas do Funil de Prospecção e Vendas

A atuação do gestor comercial deve estar presente em todas as etapas do funil de prospecção e vendas. Ele supervisiona a geração de leads, o acompanhamento dos prospects, a condução das negociações, o fechamento das vendas e o processo de onboarding dos clientes. Sua atuação é fundamental para garantir a eficiência e a eficácia de todo o processo, desde a prospecção inicial até a conclusão da venda.

GESTOR COMERCIAL



**INTELIGÊNCIA
COMERCIAL**



PROSPECÇÃO



QUALIFICAÇÃO



FECHAMENTO



4.5 Perfil Comportamental Ideal

O perfil comportamental ideal para um gerente do time de prospecção e vendas inclui características como:

- **Alta competência em Visão Estratégica:** Sabem identificar metas de longo prazo e promovem a implementação de ideias diferentes ou alternativas. Geram soluções criativas e estratégias que podem ser implementadas com sucesso. Pensam de maneira inovadora e apoiam esse mesmo pensamento nos outros.
- **Excelente Orientação para Resultados:** Desafiam e levam a empresa e a si mesmo a conquistar resultados e ter excelência. Estabelecem ou ajudam a estabelecer objetivos, contribuindo para a realização destes. Assumem responsabilidade pessoal pelo sucesso da empresa e persistem, mesmo diante de obstáculos, em alcançar resultados.
- **Gestão de Equipes:** Direccionam e lideram outros de forma a alcançar os objetivos e alvos organizacionais. Gerenciam e dirigem eficazmente as atividades da equipe. Trabalham com as outras pessoas para realizar seus objetivos e encorajam o desempenho pela motivação e pelo feedback. Elas sabem manter as pessoas comprometidas.
- **Forte Adaptabilidade a Mudanças:** Adaptam-se a situações mutáveis, reestruturando as tarefas e prioridades durante os processos de mudança nos negócios e na empresa. São flexíveis e estão abertas a mudanças e a forma de fazer as coisas, não se ancorando, em excesso, em métodos e processos antigos.
- **Grande habilidade de Influência e Persuasão:** Convencem as outras pessoas a adotarem uma direção ou caminho. Entendem seus ouvintes e modificam adequadamente seus métodos de persuasão. São confiantes e não desistem facilmente.

O gestor do comercial desempenha um papel essencial no direcionamento e no sucesso da equipe. Com habilidades de liderança, orientação para resultados e capacidade de comunicação eficaz, o gerente atua como um catalisador para o desempenho e o crescimento da equipe.



05

Funções especializadas em vendas

Como já demonstrado acima, o processo de vendas agora se divide em etapas desde a prospecção até o fechamento da venda, e para cada etapa podemos ter uma função especializada naquela atividade ou funções que englobam 1 ou mais etapas do processo.

Neste capítulo, vamos conhecer os cargos e funções especializadas em prospecção:

- LDR (Lead Development Representative);
- BDR (Business Development Representative);
- SDR (Sales Development Representative);
- Closer / Executivo de Contas;

Cada um desses cargos desempenha um papel no processo de prospecção e contribui para o sucesso do time de vendas.





5.1 LDR (Lead Development Representative)

Descrição: O LDR é responsável por mapear, realizar pesquisas e criar listas de contas e contatos com base no Perfil do Cliente Ideal pré-definido.

Objetivo: O objetivo do LDR é gerar listas de contas e contatos (leads qualificados).

Atividades-chave:

- Identificar possíveis fontes de leads;
- Pesquisar contas e contatos com base nas características do Perfil de Cliente Ideal (PCI);
- Qualificar estas contas e contatos (organizando-os) em planilhas;
- Importar no CRM ou ferramentas de Engajamento de Vendas (Sales Engagement) e/ou Automação de Marketing;
- Em alguns casos o BDR pode dar start nas “Plays” ou Cadências de vendas dentro das ferramentas mencionadas acima.

Modelo de Remuneração: Pode ser um modelo de remuneração fixa, variável ou uma combinação de ambos, dependendo da empresa.

Atuação nas Etapas do Funil de Prospecção e Vendas: O LDR atua no início do processo, na etapa de Inteligência Comercial.

GESTOR COMERCIAL



**INTELIGÊNCIA
COMERCIAL**



PROSPECÇÃO



QUALIFICAÇÃO



FECHAMENTO

LDR



◆ Perfil Comportamental Ideal

O perfil comportamental ideal para um LDR inclui características como:

- **Ser atento ao aperfeiçoamento contínuo:** Buscando oportunidades para melhoria dos atuais processos, sistemas e métodos com objetivo de promover a credibilidade, qualidade e eficácia do trabalho.
- **Focado na qualidade:** Promover e manter padrões elevados de qualidade no trabalho. Profissionais que demonstram esta competência produzem constantemente um serviço de alta qualidade.
- **Forte olhar na obtenção de resultados:** Manter um nível elevado de comprometimento em conseguir, pessoalmente, alcançar os objetivos.
- Assumem a responsabilidade pessoal de alcançá-los e trabalham eficazmente com pouca direção. São muito responsáveis.
- **Excelente capacidade de planejamento e organização:** Organizar e planejar de maneira eficaz o trabalho de acordo com as necessidades da empresa e a partir da definição de metas e previsão das necessidades e prioridades. São muito eficientes na administração do seu tempo e dos outros. Lidam de forma eficiente com exigências múltiplas e prazos conflitantes. Identificam metas, desenvolvem planos, calculam espaços de tempo e monitoram o progresso.



5.2 BDR (Business Development Representative)

Descrição: O BDR é responsável por trabalhar a lista gerada pelo LDR com objetivo de fazer o primeiro contato com o lead e então enviar este contato para o CLOSER. Ele realiza a prospecção e cria conexões com leads qualificados.

Objetivo: O objetivo do BDR é gerar novas conexões com leads qualificados.

Atividades-chave:

- Realizar prospecção ativa;
- Gerar conexões e Rapport com os leads;
- Gerar interesse, pré-qualificar o lead para identificar se ele (lead) possui as características que o aproximam do Perfil do Cliente Ideal.

Modelo de Remuneração: Pode ser um modelo de remuneração fixa, variável ou uma combinação de ambos, dependendo da empresa.

Atuação nas Etapas do Funil de Prospecção e Vendas: O BDR atua nas etapas de prospecção e qualificação do processo de vendas.



**INTELIGÊNCIA
COMERCIAL**



PROSPECÇÃO



QUALIFICAÇÃO



FECHAMENTO

LDR

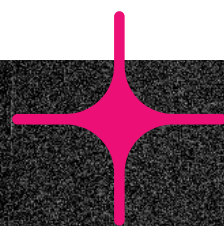
BDR



◆ Perfil Comportamental Ideal

O perfil comportamental ideal para um LDR inclui características como:

- **Ser atento ao aperfeiçoamento contínuo:** Buscando oportunidades para melhoria dos atuais processos, sistemas e métodos com objetivo de promover a credibilidade, qualidade e eficácia do trabalho.
- **Focado na qualidade:** Promover e manter padrões elevados de qualidade no trabalho. Profissionais que demonstram esta competência produzem constantemente um serviço de alta qualidade.
- **Forte olhar na obtenção de resultados:** Manter um nível elevado de comprometimento em conseguir, pessoalmente, alcançar os objetivos.
- Assumem a responsabilidade pessoal de alcançá-los e trabalham eficazmente com pouca direção. São muito responsáveis.
- **Excelente capacidade de planejamento e organização:** Organizar e planejar de maneira eficaz o trabalho de acordo com as necessidades da empresa e a partir da definição de metas e previsão das necessidades e prioridades. São muito eficientes na administração do seu tempo e dos outros. Lidam de forma eficiente com exigências múltiplas e prazos conflitantes. Identificam metas, desenvolvem planos, calculam espaços de tempo e monitoram o progresso.





5.3 SDR (Sales Development Representative)

Descrição: O SDR é responsável por identificar e qualificar leads, realizando o primeiro contato com potenciais clientes. Ele atua na fase inicial do funil de vendas, fazendo a prospecção ativa e engajando os prospects para iniciar o processo de vendas.

Objetivo: O objetivo do SDR é gerar leads qualificados, se conectar com os leads e agendar reuniões ou demonstrações para os Account Executives (Executivos de Vendas) do time.

Atividades-chave:

- Buscar e montar uma lista de leads qualificados de acordo com o Perfil de Cliente Ideal definido;
- Realizar ligações e conexões;
- Enviar e-mails de prospecção;
- Qualificar os leads quanto a critérios estabelecidos no Perfil de Cliente Ideal (PCI);
- Agendar reuniões ou demonstrações;
- Preencher de forma correta o CRM para que o Executivo de Vendas consiga entender as dores e demandas do lead encaminhado.

Modelo de Remuneração: Pode ser um modelo de remuneração fixa, variável ou uma combinação de ambos, dependendo da empresa.

Atuação nas Etapas do Funil de Prospecção e Vendas: O SDR atua principalmente nas etapas de inteligência comercial gerando a lista de leads que serão prospectados, em prospecção enviando e-mails e realizando ligações com objetivo de se conectar com os leads e na qualificação identificando aqueles leads que vale a pena serem passados para o Executivo de Vendas e assim, agendando reuniões com estes.



**INTELIGÊNCIA
COMERCIAL**

PROSPECÇÃO

QUALIFICAÇÃO

FECHAMENTO

LDR

BDR

SDR

✦ Perfil Comportamental Ideal

O perfil comportamental ideal para um SDR inclui características como:

- **Alta capacidade de análise e solução de problemas com profundidade:** Resolver problemas difíceis sob avaliação cautelosa e sistemática das informações, possíveis alternativas e consequências. São capazes de gerar boas soluções para problemas difíceis. Consideram muitas fontes de informação, processam e avaliam as informações sistemáticas, cuidadosamente, antes de tomar uma decisão final.
- **Forte capacidade de influência e persuasão:** Convencer outras pessoas a adotarem uma direção ou caminho. Entendem seus ouvintes e modificam seus métodos de persuasão para atingir seus objetivos. São confiantes e determinadas.
- **Excelência em planejamento e organização:** Organizar e planejar de maneira eficaz o trabalho de acordo com as necessidades da empresa e a partir da definição de metas e previsão das necessidades e prioridades.
- **Alta habilidade na obtenção de resultados:** Manter um nível elevado de comprometimento em conseguir, pessoalmente, alcançar objetivos estabelecidos. Assumem a responsabilidade pessoal de alcançá-los e trabalham eficazmente com pouca direção.



5.4 Closer / Executivo de Vendas

Descrição: O Executivo de Vendas, também conhecido como Closer, é responsável por apresentar a proposta, conduzir as negociações finais e fechar as vendas. Ele atua na etapa avançada do funil de vendas, onde o objetivo é converter os prospects em clientes.

Objetivo: O objetivo do Executivo de Vendas é finalizar as negociações, superar objeções e garantir o fechamento das vendas de forma eficaz e lucrativa.

Atividades-chave:

- Realizar apresentações de vendas;
- Elaborar e apresentar a proposta comercial;
- Derrubar dúvidas e objeções dos clientes;
- Qualificar o cliente quanto ao momento de compra (SQL);
- Superar objeções;
- Negociar termos e condições;
- Fechar acordos;
- Garantir a assinatura de contratos.

Modelo de Remuneração: O modelo de remuneração do Executivo de Vendas pode incluir uma combinação de salário fixo e comissões, onde uma porcentagem é atribuída às vendas efetuadas.

Atuação nas Etapas do Funil de Prospecção e Vendas: O Executivo de Vendas atua nas etapas finais do funil de vendas, após a qualificação dos leads e a identificação das oportunidades de negócio.



**INTELIGÊNCIA
COMERCIAL**

PROSPECÇÃO

QUALIFICAÇÃO

FECHAMENTO

LDR

BDR

SDR

**CLOSER /
EXECUTIVO DE
VENDAS**

✦ Perfil Comportamental Ideal

O perfil comportamental ideal para um Executivo de Vendas / Closer inclui características como:

- **Forte orientação para resultados:** Desafiar e levar a empresa e a si mesmo a conquistar resultados e ter excelência. Estabelecem ou ajudam a estabelecer objetivos, contribuindo para a realização destes. Elas assumem responsabilidade pessoal pelo sucesso da empresa e persistem, mesmo diante de obstáculos, em alcançar resultados.
- **Alta flexibilidade:** Ser capaz de tratar eficazmente problemas, pressões e estresses relacionados ao trabalho de maneira profissional e positiva. Mantém uma atitude positiva mesmo diante de frustrações, pressões ou mudanças.
- **Forte Persuasão:** Habilidade de convencer outros a comprarem um produto ou serviço sem serem excessivamente agressivas ou coercitivas. Convencem outros porque entendem como posicionar melhor o seu produto ou serviço, compreender o seu público e modificar o seu método de persuasão de forma apropriada. Elas são autoconfiantes, reagem às objeções com confiança e não desistem facilmente.
- **Habilidade de Negociação:** Ser capaz de identificar as necessidades e os motivos de ambas as partes e empenhar-se por acordos mutuamente benéficos. Procuram soluções que beneficiem ambas as partes com ganhos mútuos. Elas tanto influenciam e convencem os outros de seus pontos de vista quanto ouvem atentamente.



06

Conclusão

Com certeza você já ouviu falar em mais cargos especializados em vendas por aí, que basicamente se resumem a mesma coisa tendo alguns um pouco mais de especialização em um determinada etapa e outros em outras. O importante é que se você está pensando em montar um time de vendas estes cargos e funções descritos neste e-book são os principais que você deve adquirir para o seu Squad de vendas.

Se você tiver dúvidas ou precisar de ajuda para estruturar o seu processo de vendas ou montar e treinar o seu time comercial entre em contato conosco. Vamos te ajudar a montar o processo estruturado que vai aumentar suas vendas sem necessariamente aumentar seu time de vendas.

Além da estruturação do processo, a Salespunch conta com a Viviane Linzmeyer, co-autora deste ebook que nos ajuda a identificar os melhores perfis para o time de marketing, de vendas e dos nossos clientes.



Quer ajuda para montar seu time de vendas?

[Clique e saiba como!](#)

Curitiba, 11 de julho de 2023

Autores:

Vinícius Izzo
e Viviane Linzmeyer

Revisores:

Alexandre Werner
e Raquel Brepohl