

COMO FECHAR MAIS PROJETOS DE

AUTOMAÇÃO?

E-BOOK

1. INTRODUÇÃO

Os serviços de automação representam uma alternativa moderna para pessoas que desejam ganhar qualidade de vida e conforto através da tecnologia. Portanto, mais do que oferecer soluções, fechar negócios desse tipo vendem uma rotina mais conectada e eficiente para seus clientes.

Para isso, o atendimento deve ser o fio condutor para a construção de ideias personalizadas que vão se adequar perfeitamente às pretensões do consumidor. Com essa abordagem, vai ser muito mais fácil fechar projetos de automação.

INTRODUÇÃO

1.1. CONHECENDO A DISCABOS

Para falar mais sobre automação, nada melhor do que ouvir a experiência de quem tem bastante conhecimento de causa. Por isso, nós da Discabos vamos falar um pouco sobre nosso histórico de serviços prestados ao mercado de eletrônicos.

Com mais de 27 anos no setor, a empresa oferece soluções inteligentes para a instalação de tecnologias fundamentais para o mercado de áudio e vídeo.

CONHECENDO

A qualidade nos serviços prestados também rendeu reconhecimento internacional, validada pela parceria com a renomada empresa japonesa TOA, firmada em 2014.

Nossa atuação no mercado de automação vem crescendo ano após ano. Sempre baseada no diálogo e trabalho em conjunto com os clientes, nosso modelo de negócio consiste na oferta de soluções criativas e personalizadas para melhor atender cada consumidor.



DISCABOS

1.2. CAPACITAÇÃO DE PROFISSIONAIS

Nossa qualidade no atendimento é atestada através das inúmeras capacitações profissionais que oferecemos aos nossos colaboradores.

Disponibilizando cursos avançados em nossa plataforma, como os da Anvixa e do Instituto Brasileiro de Automação, reiteramos nosso compromisso com a educação para os instaladores e parceiros de nossa marca.

CAPACITAÇÃO

1.3. A MISSÃO DA DISCABOS

Trazendo tecnologia para todos os ambientes possíveis, a Discabos tem como objetivo proporcionar uma boa experiência de consumo para todos os parceiros e colaboradores da empresa.

Aliando o suporte eficiente com um atendimento especializado, trazemos o melhor da tecnologia através da paixão de nossos funcionários.

A MISSÃO

2. COMO FECHAR MAIS PROJETOS DE AUTOMAÇÃO?

Bom, agora que já estamos mais situados no contexto desse conteúdo, vamos nos aprofundar um pouco mais nas vendas de projetos de automação.

Para isso, devemos ter em mente que não estamos vendendo apenas um serviço de instalação qualquer. Na verdade, estamos oferecendo soluções criativas que vão trazer eficiência, conforto e qualidade de vida para clientes de todos os tipos.

SOLUÇÕES



Ou seja, nossa abordagem deve ter sempre em mente que disponibilizamos para o cliente o acesso a ideias personalizadas, desenvolvidas por especialistas, exclusivamente para otimizar a eficiência tecnológica de qualquer ambiente.

Portanto, é preciso vender uma experiência de consumo otimizada pela tecnologia de ponta. Com essa abordagem, a venda de automação pode ser enxergada pelo cliente como uma facilitação de suas tarefas e obrigações cotidianas.

Ter essa compreensão vai ser fundamental para que os próximos passos detalhados neste texto façam realmente sentido. Agora, sem mais delongas, vamos para nossas dicas de como fechar mais negócios de automação.



CRIATIVAS

3. CONHEÇA SEU PÚBLICO-ALVO

Primeiramente, vamos ressaltar a importância da segmentação na captação de novos clientes. Conhecer seu público-alvo é fundamental para sua abordagem ser mais embasada e precisa. Além de possibilitar mais eficiência nas estratégias de experiência do cliente, essa delimitação vai ajudar na priorização das principais necessidades da sua base de consumidores.

Entender suas dores, sonhos, motivações e desafios é fundamental para que soluções criativas de qualidade sejam oferecidas com coerência. São nessas lacunas que vamos inserir nossos serviços de automação como uma alternativa eficiente e vantajosa.

Nesse contexto, fica muito claro que a definição de uma persona pode fazer toda a diferença na hora de traçar melhores experiências de consumo para nossos clientes.

PÚBLICO-ALVO

3.1. O QUE É UMA PERSONA?

Basicamente, a persona de uma marca é uma identidade fictícia criada para incorporar os valores, visão e personalidade dos potenciais clientes de uma organização empresarial.

Assim, a persona é uma representação do cliente ideal, o qual os integradores usam para entender o público-alvo que irão focar.

Ter uma persona definida ajudará as empresas a adaptarem suas mensagens de marketing, tornando-as mais efetivas e pessoais para um determinado consumidor.

PERSONA



As personas devem ser baseadas em dados reais, retirados de fontes confiáveis, como pesquisas de clientes, entrevistas, estudos de mercado e análises de engajamento online.

Os instaladores podem desenvolver uma ou várias personas dependendo do tamanho e do escopo de seu público-alvo.

Cada uma delas contém informações úteis como sexo, idade, interesses, cargo, nível de renda, comportamentos de compra, motivações e atitudes.

Para melhor compreensão da temática, iremos trabalhar em cima de um exemplo de cenário de um integrador fictício que está adentrando no mercado audiovisual agora, passando pelas etapas necessárias para definir o cliente ideal.



IDENTIDADE

1. Estabeleça seu nicho de atuação

Defina o problema que o seu negócio irá solucionar em específico.

Escolha a etapa do processo que você quer trabalhar e se especializar. Além disso, analise onde você tem mais facilidade de lidar dentro do mercado e se a sua rotina condiz com o esforço necessário do trabalho.

Com essa decisão, a segmentação do público já começará a ser tomada. Caso tenha dificuldade de realizar essa etapa, responda a próxima pergunta.

- Qual o problema que meu negócio **promete resolver?**

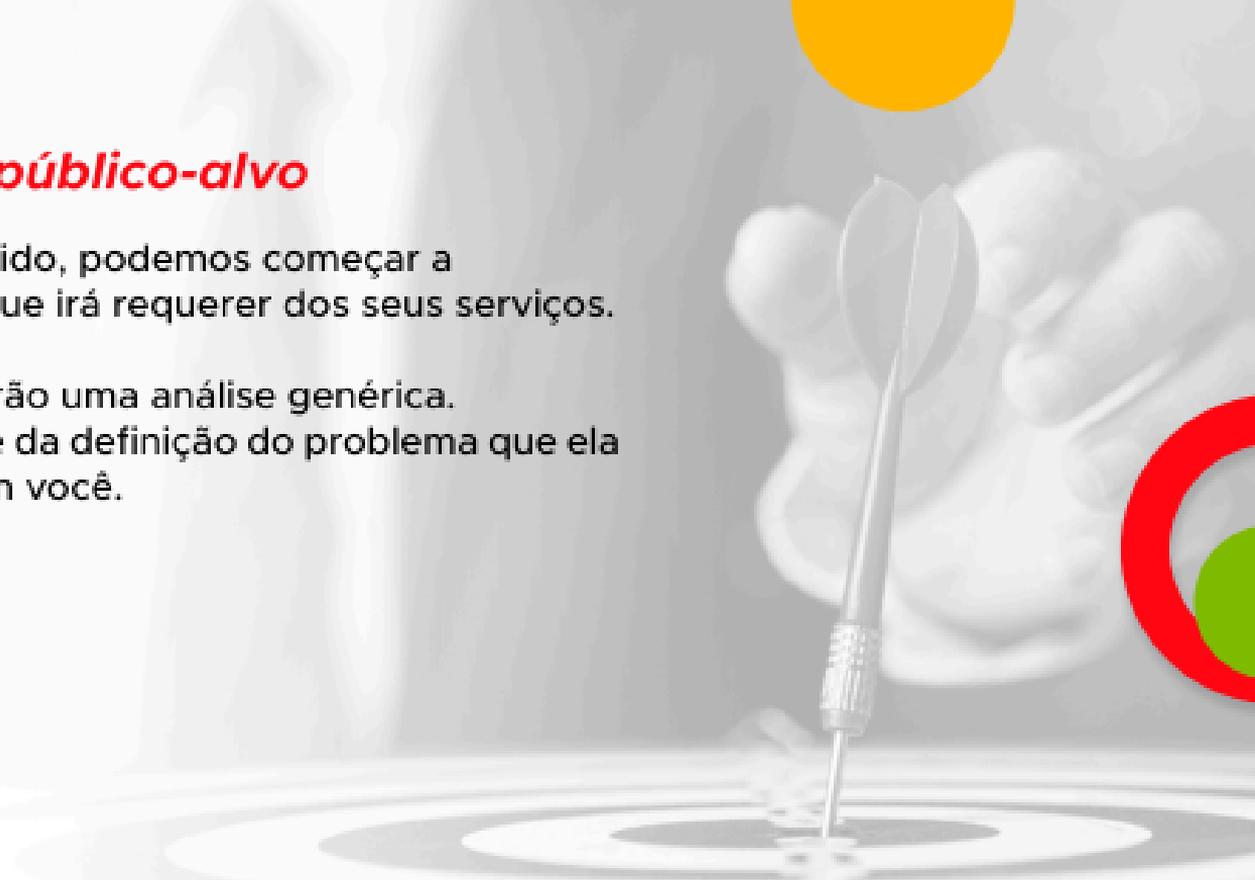
NICHO

2. Encontre seu público-alvo

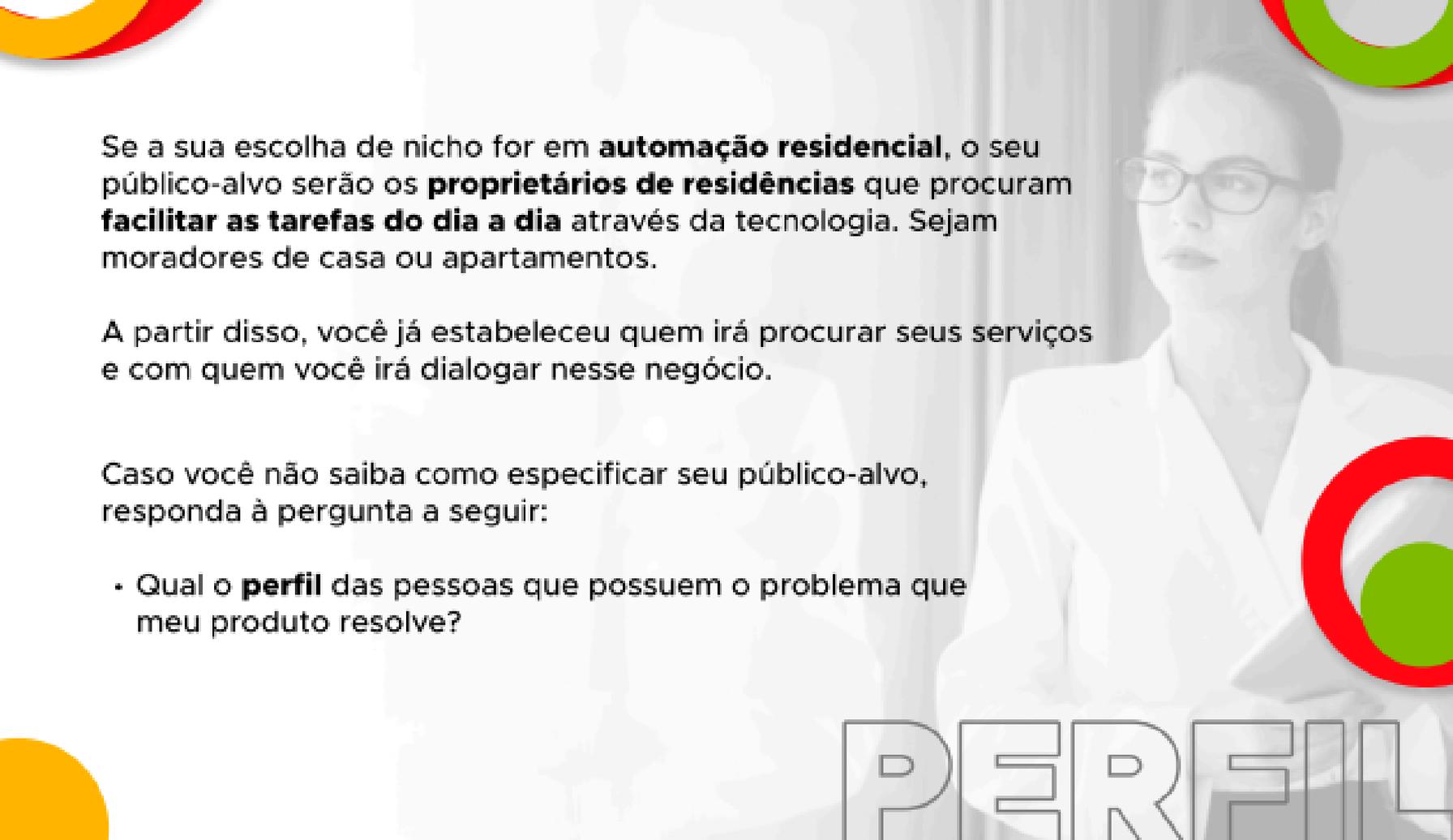
A partir do nicho definido, podemos começar a segmentar o público que irá requerer dos seus serviços.

Essas pessoas receberão uma análise genérica. Necessitando somente da definição do problema que ela irá querer resolver com você.

Exemplo



SEGMENTAR



Se a sua escolha de nicho for em **automação residencial**, o seu público-alvo serão os **proprietários de residências** que procuram **facilitar as tarefas do dia a dia** através da tecnologia. Sejam moradores de casa ou apartamentos.

A partir disso, você já estabeleceu quem irá procurar seus serviços e com quem você irá dialogar nesse negócio.

Caso você não saiba como especificar seu público-alvo, responda à pergunta a seguir:

- Qual o **perfil** das pessoas que possuem o problema que meu produto resolve?

PERFIL

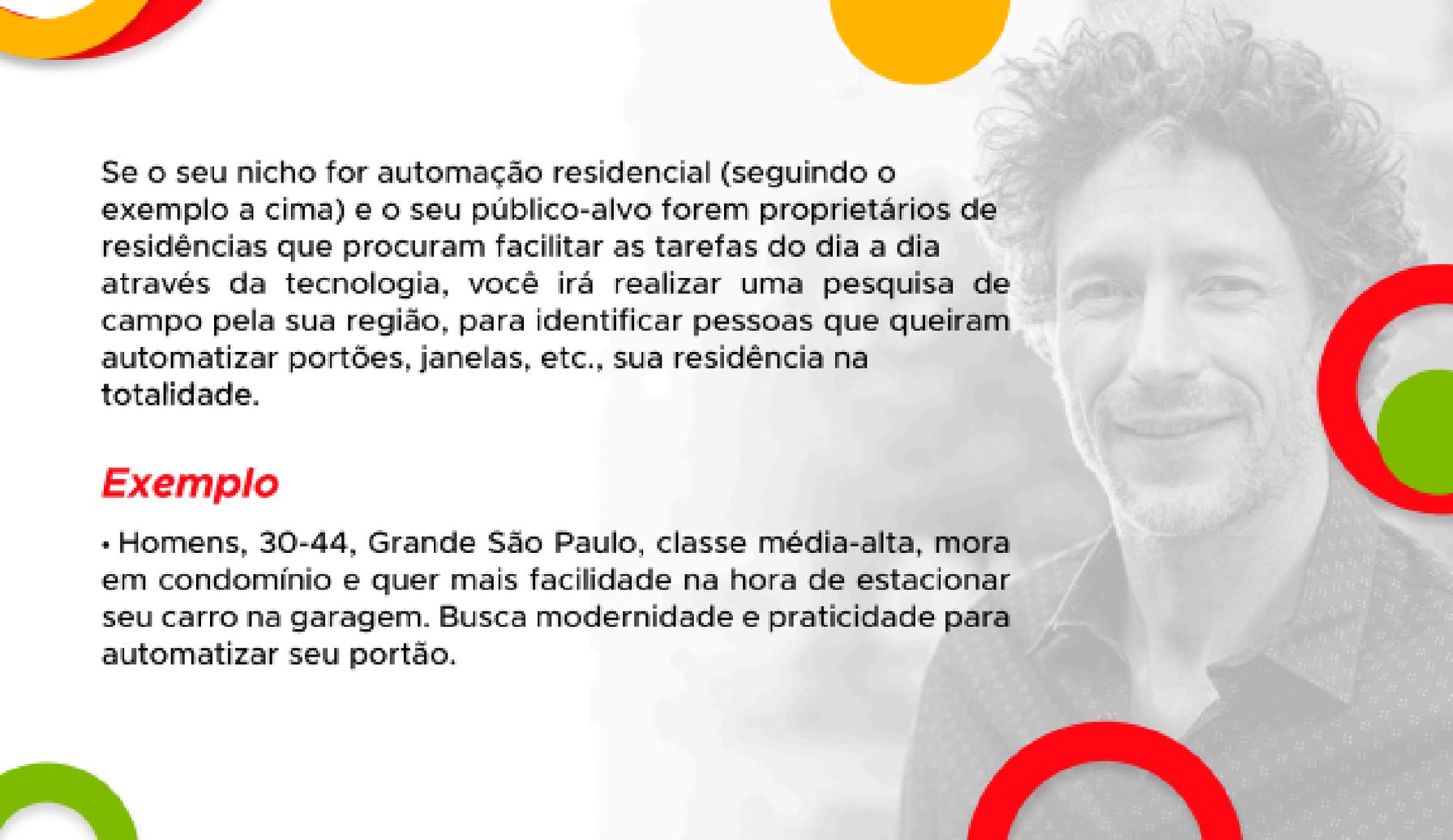
3. Defina a persona

Com o nicho de mercado definido e o público-alvo estabelecido, chegou o momento de achar as especificidades do seu cliente ideal!

Pense como se fosse uma peneira o processo todo. Você irá tirar toda a terra, até achar a sua joia. No caso, a persona é o seu diamante, quem irá solicitar o seu serviço e receberá foco total do seu negócio.

Nessa etapa, precisamos ir mais a fundo e definir fatores como gênero, localização, geração, características psicológicas, estilo de vida e gostos.

CLIENTE IDEAL



Se o seu nicho for automação residencial (seguindo o exemplo a cima) e o seu público-alvo forem proprietários de residências que procuram facilitar as tarefas do dia a dia através da tecnologia, você irá realizar uma pesquisa de campo pela sua região, para identificar pessoas que queiram automatizar portões, janelas, etc., sua residência na totalidade.

Exemplo

- Homens, 30-44, Grande São Paulo, classe média-alta, mora em condomínio e quer mais facilidade na hora de estacionar seu carro na garagem. Busca modernidade e praticidade para automatizar seu portão.

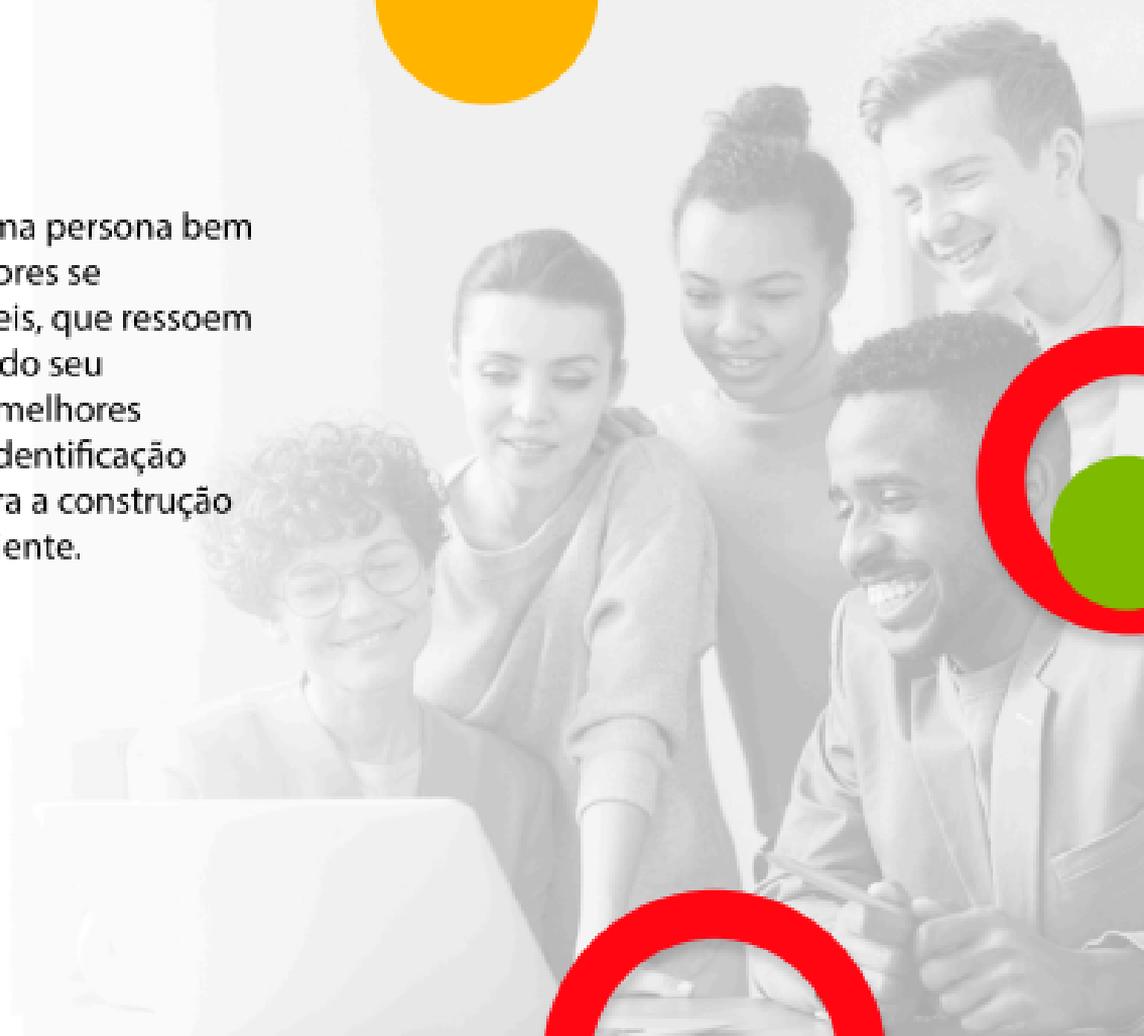


• Mulheres, 25-31, Grande São Paulo, classe média alta, buscam automatizar o closet e penteadeira para agilizar o processo de cuidados pessoais. Além de garantir modernidade, inovação e beleza para sua residência.

• Homens e mulheres, 30-40, Grande São Paulo, classe média alta, possuem filhos e querem mais facilidade e praticidade para cuidar da casa. Buscam automatização integral da residência, para facilitar o dia a dia agitado.



Portanto, tenha em mente que uma persona bem definida permite que os integradores se especializem em cenários prováveis, que ressoem com o cotidiano e problemáticas do seu público-alvo. Conduzindo assim, melhores resultados através de pontos de identificação trabalhados conscientemente para a construção de boas relações entre marca e cliente.



4. 5 DICAS PARA VENDER MAIS PROJETOS DE AUTOMAÇÃO

Antes de mais nada, devemos ter em mente que esse passo é um estágio final de um longo processo de capacitação. A venda é apenas uma consequência de toda uma trajetória de estudo e preparo que os profissionais passam em seus treinamentos.

Uma vez que essa habilitação está certificada, podemos finalmente consolidar desse processo através do fechamento de novos negócios. Fique agora com cinco dicas que vão ajudar a facilitar esse processo.

VENDER

1. Relacionamento com o cliente

Quando falamos de experiência do cliente, temos que ter em mente que esse processo pode ser bem mais longo do que o próprio consumidor imagina. Esse posicionamento vai permear todas as etapas do atendimento, do início até o fim.

Por isso, facilitar e simplificar a vida dos clientes é uma obrigação. Ter respeito e ser empático com essas pessoas vai fazer toda a diferença no desenvolvimento de vínculos que podem ir muito além de um simples contrato.

RELACIONAMENTO

2. Ofereça mais do que um produto

Quando falamos da venda de serviços ou produtos, muitas vezes podemos ficar tentados a ressaltar apenas as qualidades técnica se práticas dessa compra.

Claro que esses fatores são fundamentais e a garantia de qualidade vai ser fundamental para uma experiência satisfatória. No entanto, devemos ter sempre em mente que negócios são baseados em gatilhos mentais.

Tocar nosso consumidor é algo fundamental. Só que, honestamente, não vão ser aparatos tecnológicos que vão sensibilizar esse consumidor e motivar seus hábitos de compra.

QUALIDADES



Por isso, devemos oferecer bens imateriais que extrapolam uma simples transação monetária ou venda de serviços.

No contexto dos negócios de automação, devemos vender a ideia de que a tecnologia vai ser uma ferramenta auxiliar na vida pessoal ou profissional das pessoas.

Ou seja, por um lado, não estamos vendendo tecnologia de automação. Estamos oferecendo mais tempo, que pode ser utilizado para que as pessoas se dediquem ao que mais amam no mundo.



Por sua vez, quando vendemos soluções personalizadas, estamos indicando melhorias projetadas exclusivamente para trazer mais qualidade para instalações de áudio e vídeo, que serão utilizadas para emocionar e conectar pessoas através de imagens e sons.

Sempre existe uma história a ser contada, nesse caso, nossa atuação vai ser apenas um fio condutor para que essas narrativas se insiram na realidade do consumidor.



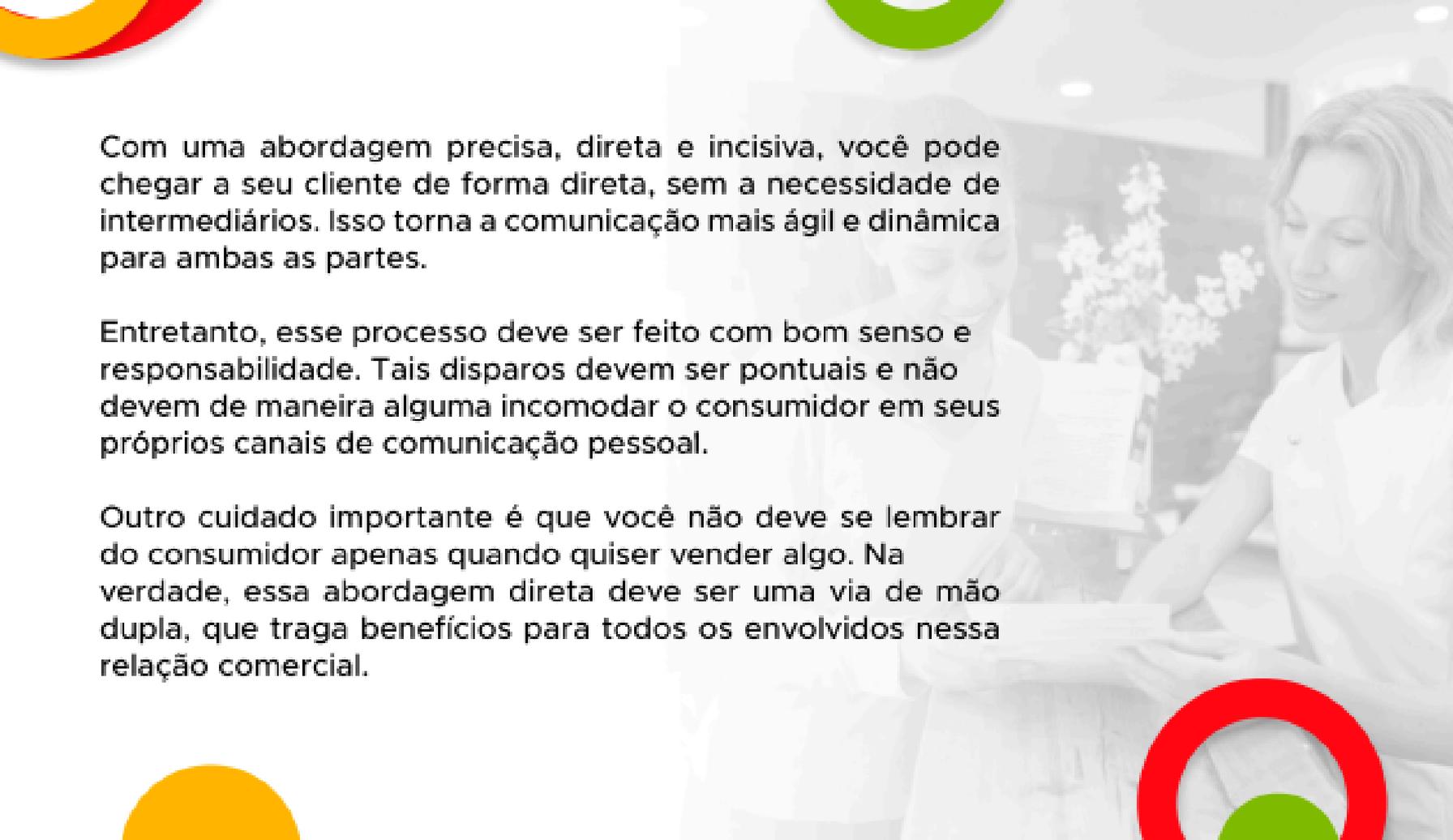
3. Faça abordagens precisas

Outro ponto importante é manter esse relacionamento com o cliente vivo de maneira constante. Abordagens via canais de comunicação como e-mail e WhatsApp podem ajudar bastante nesse processo de diálogo.

Seja para divulgar uma ação, promoção, ou até mesmo pedir um feedback, essa aproximação é fundamental para lembrar o cliente que o compromisso continua vivo mesmo depois de uma compra.



DIÁLOGO



Com uma abordagem precisa, direta e incisiva, você pode chegar a seu cliente de forma direta, sem a necessidade de intermediários. Isso torna a comunicação mais ágil e dinâmica para ambas as partes.

Entretanto, esse processo deve ser feito com bom senso e responsabilidade. Tais disparos devem ser pontuais e não devem de maneira alguma incomodar o consumidor em seus próprios canais de comunicação pessoal.

Outro cuidado importante é que você não deve se lembrar do consumidor apenas quando quiser vender algo. Na verdade, essa abordagem direta deve ser uma via de mão dupla, que traga benefícios para todos os envolvidos nessa relação comercial.

4. Ofereça diferenciais

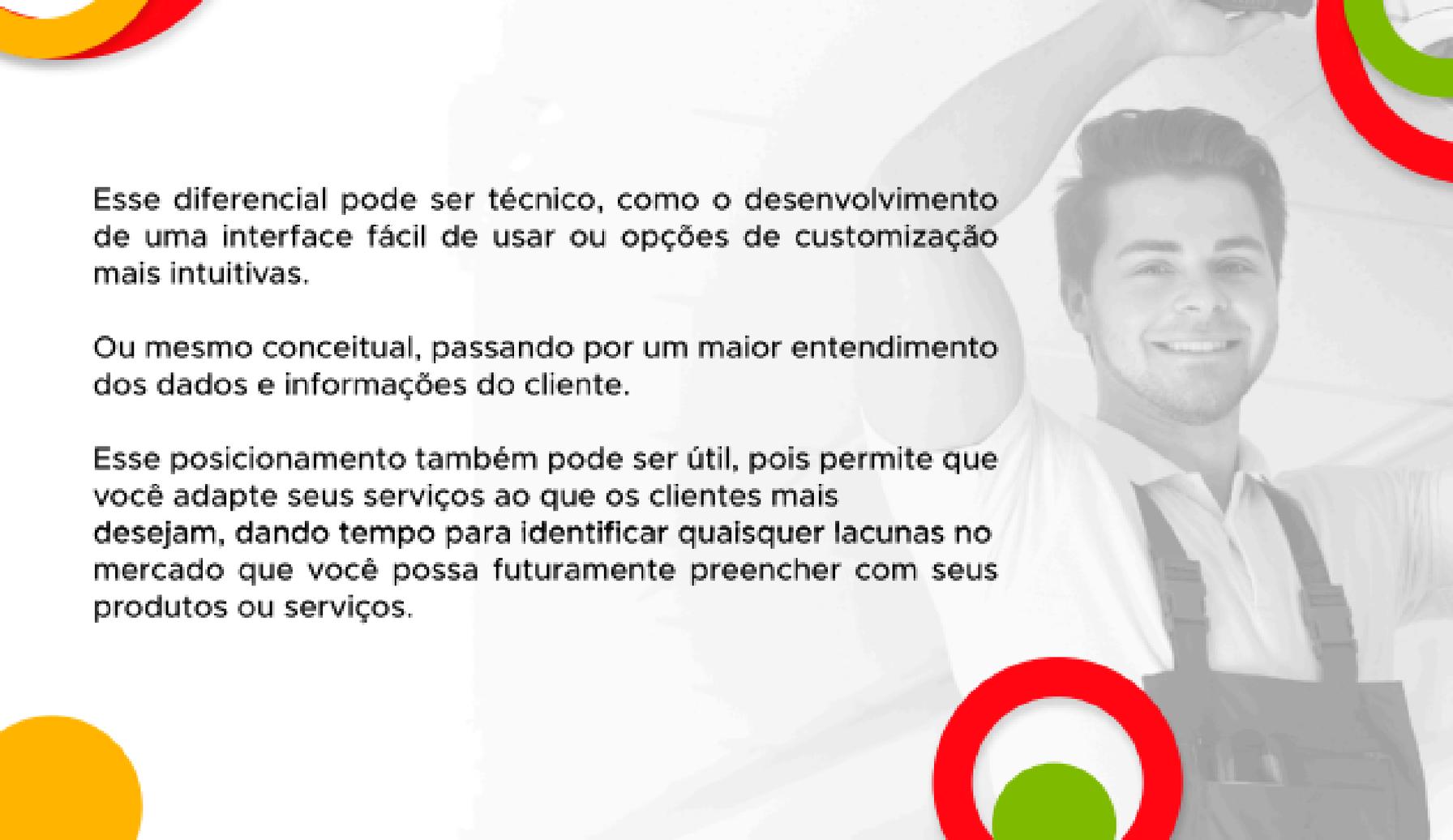
Além disso, é preciso estar de olho na concorrência e saber quais valores únicos podem ser oferecidos para o cliente.

Encontrar esse diferencial de mercado vai ser importante para que o cliente tenha um senso de urgência para fechar mais projetos de automação.

A busca por esse destaque passa pelo conhecimento, tanto dos clientes quanto dos valores internos de sua empresa.

Utilizando esse posicionamento, mais narrativas podem ser construídas em torno do serviço prestado ao consumidor.

DIFERENCIAIS



Esse diferencial pode ser técnico, como o desenvolvimento de uma interface fácil de usar ou opções de customização mais intuitivas.

Ou mesmo conceitual, passando por um maior entendimento dos dados e informações do cliente.

Esse posicionamento também pode ser útil, pois permite que você adapte seus serviços ao que os clientes mais desejam, dando tempo para identificar quaisquer lacunas no mercado que você possa futuramente preencher com seus produtos ou serviços.

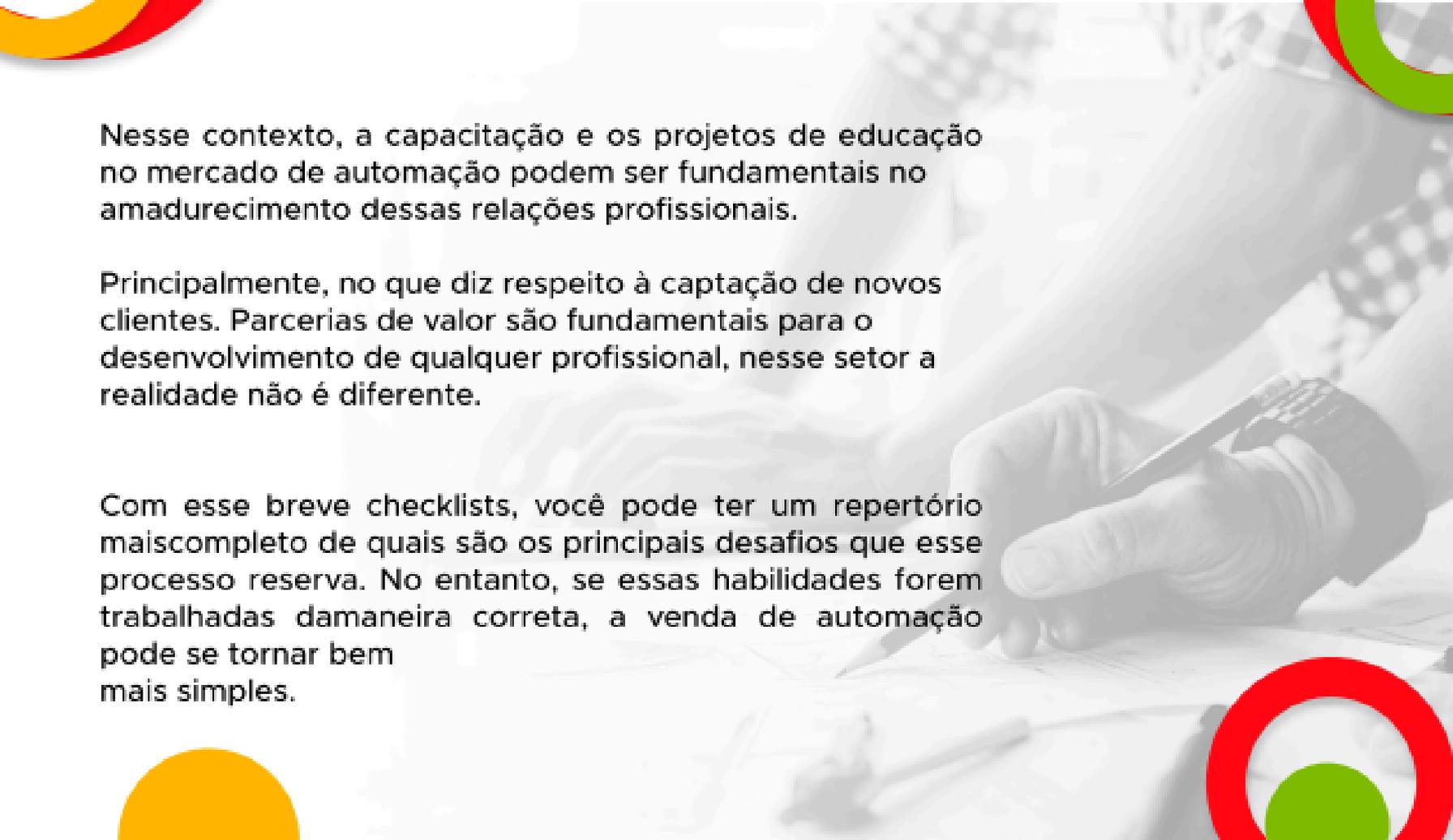
5. Escolha as parcerias certas

Como ressaltamos anteriormente, negócios são feitos através de relacionamentos. Não somente com clientes, essa interação demanda boas interações também com parceiros e colaboradores da empresa.

Por isso, instaladores e demais funcionários devem estar extremamente entrosados e alinhados com a cultura organizacional da prestadora de serviços.

Essa integração pode se estender para outras áreas e ampliar ainda mais o número de projetos que essas parcerias podem ser inseridas.

PARCERIAS

The background features a grayscale image of hands working on documents, with a calculator and a pen visible. The scene is overlaid with a semi-transparent white box containing text. Decorative elements include a yellow and red arc in the top-left, a green and red arc in the top-right, a yellow circle in the bottom-left, and a red circle with a green center in the bottom-right.

Nesse contexto, a capacitação e os projetos de educação no mercado de automação podem ser fundamentais no amadurecimento dessas relações profissionais.

Principalmente, no que diz respeito à captação de novos clientes. Parcerias de valor são fundamentais para o desenvolvimento de qualquer profissional, nesse setor a realidade não é diferente.

Com esse breve checklist, você pode ter um repertório mais completo de quais são os principais desafios que esse processo reserva. No entanto, se essas habilidades forem trabalhadas da maneira correta, a venda de automação pode se tornar bem mais simples.

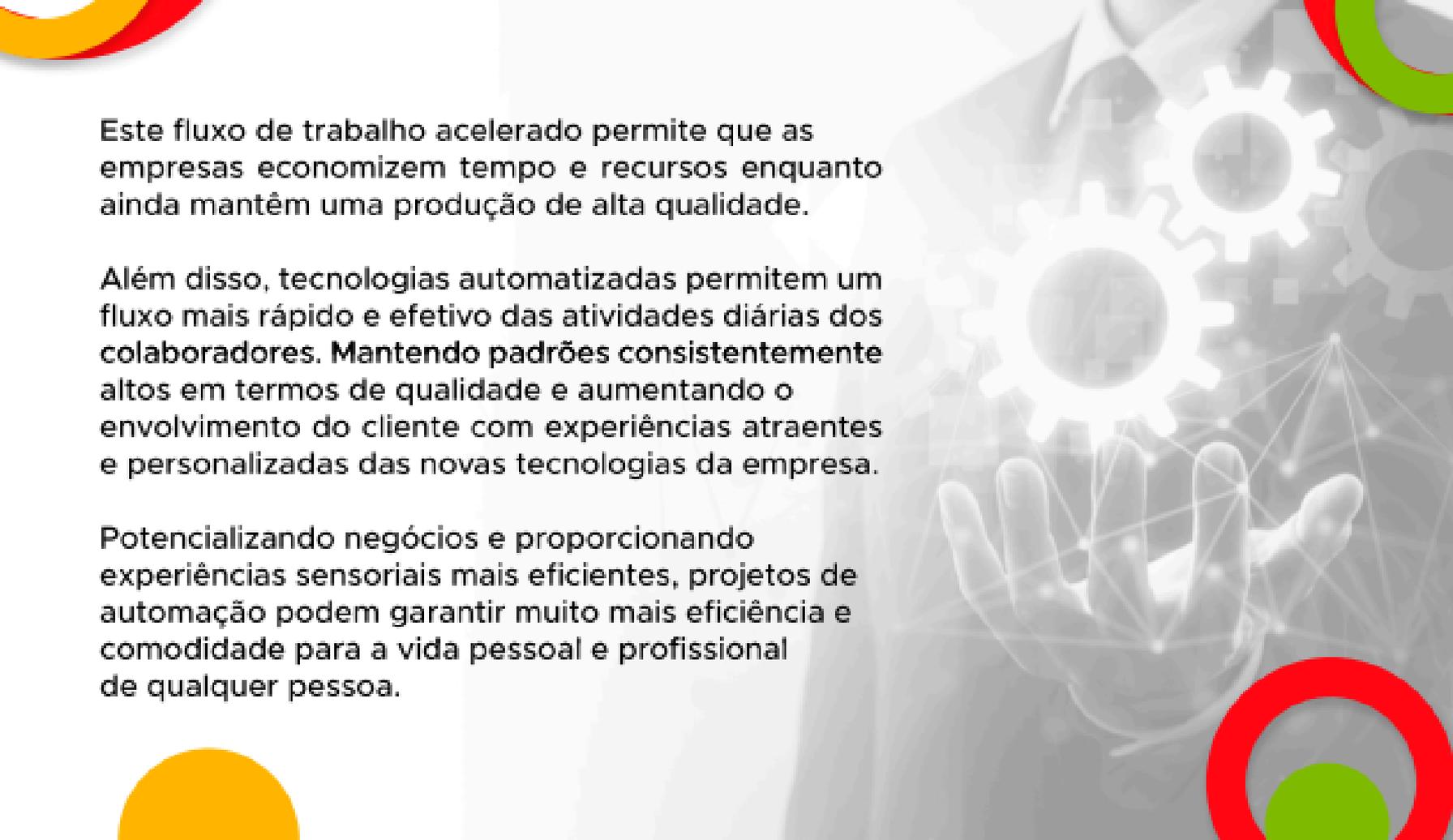
5. POR QUE RECORRER A PROJETOS DE AUTOMAÇÃO?

Processos de automação de áudio e vídeo podem ter um impacto incrível para empresas de todos os tamanhos.

Estes processos são capazes de reduzir a quantidade de trabalho manual demandada por dispositivos multimídia, aumentando a eficiência e cortando custos de forma efetiva e a longo prazo.

Além disso, os projetos de automação podem ajudar a racionalizar processos complexos que seriam difíceis de serem gerenciados por profissionais muito atarefados.

IMPACTO

The background features a grayscale image of a person in a business suit, overlaid with a network of white lines and nodes. Several gears of varying sizes are scattered across the scene, some appearing to be in motion. The overall aesthetic is modern and technological.

Este fluxo de trabalho acelerado permite que as empresas economizem tempo e recursos enquanto ainda mantêm uma produção de alta qualidade.

Além disso, tecnologias automatizadas permitem um fluxo mais rápido e efetivo das atividades diárias dos colaboradores. Mantendo padrões consistentemente altos em termos de qualidade e aumentando o envolvimento do cliente com experiências atraentes e personalizadas das novas tecnologias da empresa.

Potencializando negócios e proporcionando experiências sensoriais mais eficientes, projetos de automação podem garantir muito mais eficiência e comodidade para a vida pessoal e profissional de qualquer pessoa.



Ficou interessado em contar com soluções tecnológicas personalizadas, desenvolvidas exclusivamente para suas necessidades?

Então, te convidamos a conhecer um pouco mais sobre a Discabos.



Seja um parceiro da Discabos

Se você chegou até aqui, certamente possui grande interesse em automação e nas diversas vantagens que esse processo pode trazer para seu negócio. Ficamos felizes de ter ajudado na sua pesquisa!

Por isso, oferecemos a oportunidade única para você desenvolver ainda mais suas habilidades de venda.

Nós da Discabos possuímos um time especialistas altamente qualificados à sua disposição para prestar o melhor serviço de suporte no mercado da automação.

Através de nossa cultura de ensino e capacitação profissional, podemos proporcionar as melhores orientações para que você consiga fechar cada vez mais negócios baseados em projetos de automação.



grupo
discabos

Então, **clique aqui** para entrar em contato com nossa equipe e se tornar um profissional ainda mais completo, moderno e atualizado com as tendências do mercado. Estamos esperando pela sua parceria!