

## **Resumo Conceitos**

### **Faça parcerias e venda muito mais**

Vamos falar de uma estratégia para você aumentar as suas vendas. Quem vende por encomenda sabe que não é nada fácil conciliar o atendimento aos clientes, as vendas e a produção do alimento, não é mesmo? E é super comum ficar preso em todas essas tarefas e não ter tempo para pensar em estratégias para vender mais.

Essa história aconteceu com a Francisca. Ela é uma boleira muito famosa em sua região. Porém, a sua clientela sempre foi a mesma: a vizinhança do bairro. De 1 ano para cá, a vizinhança foi se mudando, as crianças já eram adolescentes e adultos ou foram morar em outro lugar, novos vizinhos vieram... E as vendas caíram.

Vendo a situação, um sobrinho de Francisca resolveu ajudar a tia em troca de uma comissão por venda dos seus bolos. Francisca achou uma boa ideia e ela resolveu aceitar o desafio. O que a Francisca estava fazendo, aceitando a ajuda do seu sobrinho com as vendas, nada mais era do que uma estratégia de terceirização de vendas. Que é quando uma terceira pessoa ou uma terceira empresa - uma padaria ou lanchonete, por exemplo, que não são necessariamente você, faz a venda do seu produto.

### **Capacidade produtiva**

E agora, que a Francisca ia começar a vender com o sobrinho, estava na hora de organizar o trabalho em conjunto. O primeiro passo da conversa dos dois foi combinar o quanto de bolos ele podia vender por ela, ou seja, qual a capacidade de produção que a Francisca tem. **Preste muita atenção nisso: de nada adianta ter um vendedor ótimo, que faça 100 vendas por semana, se você não tem capacidade para entregar.**

### **Comissão**

Agora está na hora de combinar a comissão que ele vai ganhar ao fazer a venda. Para essa parceria funcionar de verdade, assim como todo tipo de parceria que você possa ter com o seu negócio, precisa ser vantajoso para você tanto quanto é para o seu parceiro. Os dois lados precisam sair ganhando.

Eles combinaram então que ele receberia 12% em cima de toda a venda, e que a Francisca mandaria uma tabela de preços diferente para ele, um pouco mais cara que a que normal, para colocar nos custos o deslocamento mais longo para a entrega.

---

—

*Assim como fez a Francisca, você também pode começar a terceirizar suas vendas através de parcerias. Combine com os parceiros a sua capacidade produtiva e a comissão, e não se esqueça, conheça muito bem os seus parceiros, mantenha uma relação frequente e segura com eles, lembre-se que em uma relação saudável de parceria, os dois lados precisam sair ganhando.*

---

## Sociograma

Talvez você esteja pensando, eu até gostaria de fazer parcerias e terceirizar as vendas, mas nunca ninguém me ofereceu. Como eu posso começar? Olha só, pode ser que existam possíveis parceiros a sua volta, pessoas e empresas que você conheça que podem se interessar por fechar uma parceria com você. Para isso, está na hora de você conhecer a fundo a sua rede de contatos.

Vamos aprender a usar uma ferramenta bem simples e útil para você fazer isso, o sociograma. Você poderá montar o sociograma em 3 passos bem simples. Vai precisar de: **papel sulfite, tesoura e canetas coloridas**. Separe uma folha de papel sulfite, e pegue de 2 a 3 folhas e recorte papéis pequenos, em formato de retângulo.

Utilizando os pequenos retângulos de papel sulfite, liste todas as pessoas e organizações que você conhece e consegue se lembrar. Cada pessoa ou empresa deverá ser marcado em uma folha de papel pequena. Pense no seu ciclo de convivência, considerando pessoas, grupos e organizações que conhece e que podem se envolver de alguma forma com seu negócio. Caso você liste organizações, é mais indicado colocar o nome da pessoa que têm como referência, ao invés de deixar apenas o nome da organização. Assim que finalizar, o levantamento de contatos das pessoas, separe os papéis preenchidos de um lado.

Pegue a folha em branco e identifique você e o seu negócio bem no centro da folha: pode escrever seu nome e o nome do seu negócio.

Ao redor de você, coloque os pequenos papéis de contatos que você já preencheu, levando em conta a proximidade que tem com esses contatos. Os papéis de contatos que são mais próximos a você devem ficar mais próximos de você no papel do que aqueles contatos mais distantes. Com esse exercício simples, você conseguirá visualizar quem são os seus contatos e qual o grau de proximidade que você tem com eles. Então reflita:

- Quais contatos já estão próximos de você e que você já pode propor parcerias?

- Quais contatos são importantes para você e que precisa trazer mais próximo ao seu negócio?

Pronto! Olhando para a sua rede de contatos hoje, você já pode descobrir que pessoas e organizações podem te ajudar com o processo de terceirização de vendas e colocar esse plano em prática! Boas vendas e até mais!