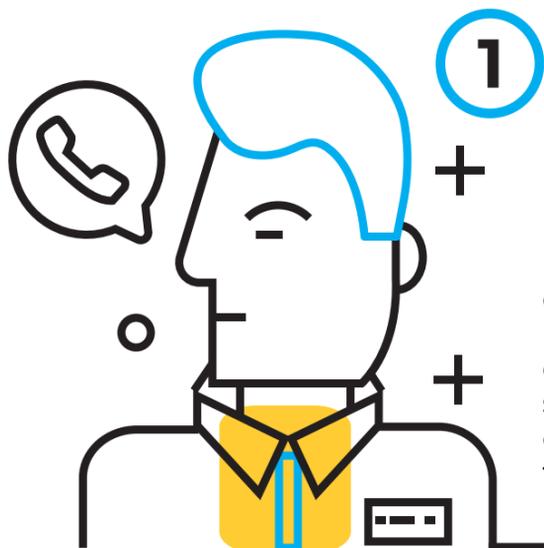


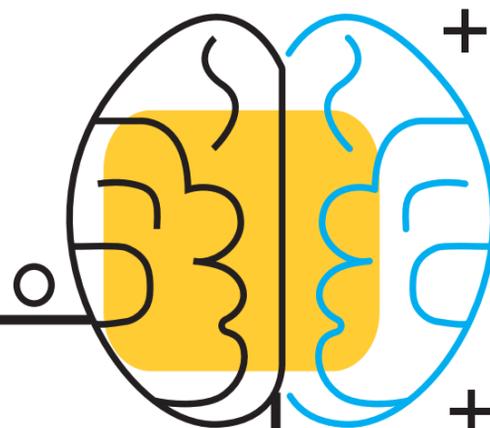
ESTRUTURANDO O PÓS-VENDA EM 5 ETAPAS



1

OFEREÇA ATENDIMENTO SOLÍCITO E ACESSÍVEL

Pode parecer óbvio, mas não é. Muitas empresas ainda acreditam que seu processo de venda termina na assinatura do contrato. Mantenha o atendimento, o serviço de suporte e mantenha múltiplos canais de comunicação, de forma que seja fácil contatar sua empresa.



MEÇA SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Não basta que você apenas ofereça o serviço e não se preocupe com a qualidade dele. Para melhorá-lo de forma permanente, ouça o que seu cliente tem a dizer sobre ele. Se ele estiver insatisfeito, faça de tudo para solucionar esta nova dor que surgiu. Faça da satisfação dele uma meta concreta.

2

3



ARTICULE ATIVIDADES DE COLETA DE FEEDBACK

O feedback é muito importante para qualquer prestação de serviço. É por meio dele que você pode identificar, precocemente, problemas que levarão seu cliente a cancelar o contrato. Em caso de feedback positivo, reforce os pontos em que seu serviço está acertando.

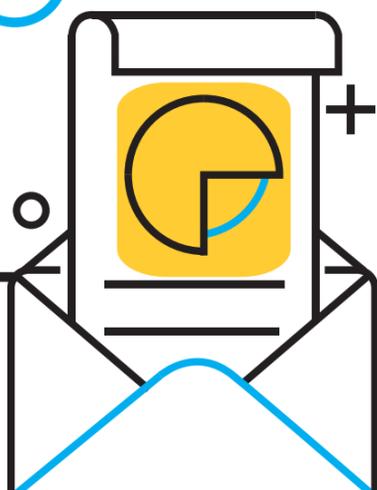
CONTE COM UM CRM

É muito difícil ter um armazenamento completo dos dados do relacionamento com o seu cliente se você não contar com uma ferramenta de CRM. Então, para garantir que você terá todas as informações que precisa, a qualquer momento e em qualquer lugar, contrate o **SMark CRM**.



4

5



ANALISE SEMPRE A CARTEIRA DE CLIENTES

Faça com que a revisão das propostas comerciais seja rotina na sua empresa. Incentive os gerentes de conta a manterem um olhar analítico sobre as ofertas que já foram feitas e sobre as que podem ser feitas. Novas oportunidades ajudam você a vender sem custos de prospecção e fidelizar mais.