



Eletricista de Sucesso

Treinamento Eletricista de Sucesso

Apostila Prática - Passo a Passo



Sala da Elétrica
conhecimento ao seu alcance

O que é o Eletricista de Sucesso?

O **Treinamento Eletricista de Sucesso** é uma iniciativa da Sala da Elétrica para trazer ao Eletricista Autônomo um conhecimento que muitas vezes é o que falta para que ele possa transformar sua carreira e ser uma referência quando o assunto é prestação de serviços em eletricidade.

Além disso, o Treinamento Eletricista de Sucesso faz com que a Sala da Elétrica se aproxime cada vez mais de sua missão, que é

“Tornar as instalações elétricas mais seguras e reduzir o número de acidentes de origem elétrica no Brasil (e no Mundo), através da capacitação profissional e da conscientização da sociedade.”

Temos a convicção que somente será possível alcançar esta missão se ajudarmos você, Eletricista Autônomo a se diferenciar como um prestador de serviços e ser o responsável pela maior parte (ou todas) as reformas de instalações elétricas e novas instalações.

Apoiadores



Bem-vindo

ao Treinamento Eletricista de Sucesso

2018

Introdução

Seja bem vindo ao Treinamento Eletricista de Sucesso!

Se você está aqui significa que está realmente focado em aumentar a quantidade de orçamentos aprovados.

O Treinamento Eletricista de Sucesso existe para te ajudar nesta missão.

Para você organizar todo seu aprendizado e criar seu plano de ação que aprenderá hoje, este workbook organiza em um só lugar, todo seu aprendizado e seus próximos passos.

O que você vai encontrar aqui:

#0 – Como encontrar a seu faturamento ideal/necessário

#1 – Identificação do Serviço a ser estruturada a venda

#2 – Definição da transformação que seu serviço causa

#3 – Estruturando a prestação de serviço escolhida

#4 – Estruturando a venda

#0

Passo #0 – Seu preço

Uma das maiores dificuldades do profissional que decidiu ser um prestador de serviços é a formatação de preço, mas não atoa, saber construir o preço é uma “arte”, aqui vamos entender quais são os 3 fatores principais que você precisa considerar para ter uma previsão do seu melhor valor, são eles:

1. Quanto você quer receber todos os meses?
2. Quais são os impostos que você deverá pagar todos os meses?
3. Quais são as despesas que você possui?

Tendo em vista estes aspectos vamos utilizar a ferramenta prática abaixo:

0.1 – Qual será sua remuneração mensal:

Este é o ponto de partida para que você consiga planejar seu preço e também medir a sua performance através das metas que você vai definir.

0.2 – Quais impostos você terá:

Descrição	Valor em R\$
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
Total:	<input type="text" value="R\$"/>

Conhecer os valores de imposto que você possui como encargos da prestação de serviços é extremamente importante para você entender quais são as suas obrigações como empresa e como constituir seu preço sem ter prejuízos.

Obs.: você precisa do apoio do seu contador para levantar todos os custos.

#0

Passo #0 – Seu preço

0.3 – Quais as suas despesas mensais:

Descrição	Valor em R\$	Importância		
		1	2	3
		1	2	3
		1	2	3
		1	2	3
		1	2	3
		1	2	3
		1	2	3
		1	2	3
		1	2	3
		1	2	3
		1	2	3
		1	2	3
		1	2	3
		1	2	3

Total:

Valores como aluguel, água, luz, telefone, etc...

É muito importante conhecer estes valores para você entender exatamente quais são as suas despesas, desta forma, além de prever todas suas despesas você ainda irá conseguir gerenciar pontos onde poderá intervir em caso de emergência, ou seja, saberá quais custos são realmente importante

Preste bastante atenção na classificação de importância das despesas.

Legenda:

- 1 indispensável
- 2 Necessário
- 3 Adiável

#0

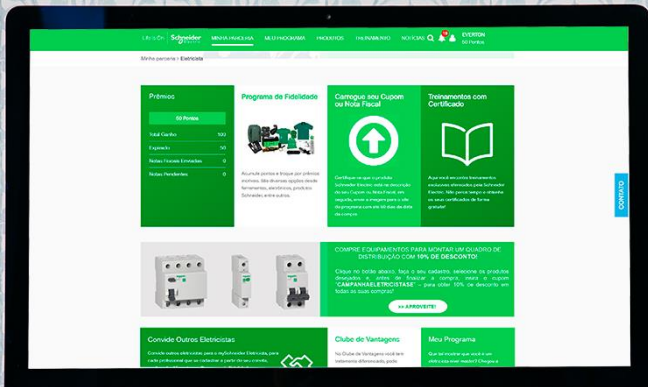
Passo #0 – Seu preço

0.4 – Qual valor mínimo que você precisa de renda por mês:

Seu Salário: Impostos: Despesas:

$$\boxed{\text{R\$}} + \boxed{\text{R\$}} + \boxed{\text{R\$}} = \boxed{\text{R\$}}$$


Este é o valor mínimo que você precisa colocar como **meta mensal** de faturamento, Alcançar este valor significa que você está no caminho certo e pode começar a agir estrategicamente para gerenciar seu crescimento



Eletricista, você já conhece todas as oportunidades que o **Programa de Recompensas para Eletricistas da Schneider Electric** te oferece?

Cadastre-se hoje mesmo e comece a realizar treinamentos para absorção de novas técnicas, consultar vídeos com dicas de especialistas, responder quiz e muito mais.

Todas as nossas atividades valem pontos que podem ser trocados por prêmios e vantagens. **Quanto mais você participar mais você ganha.**

Acesse: <http://schneider-electric.com.br/eletricista> e saiba mais.

<http://schneider-electric.com.br/eletricista>

Life Is On

Schneider
Electric

#1

PASSO 1 – Qual o seu serviço?

1.1 - Qual serviço você trouxe para o nosso Treinamento?

“É muito importante você escolher o serviço que você executa e **que tem o maior domínio**, hoje nós vamos entender exatamente como você vai estruturar a oferta deste seu serviço e como ele pode ser estratégico ao ponto de possibilitar você aumentar significativamente os seus resultados”

1.2 - Pense comigo, liste 3 serviços correlatos a este que você acabou de escrever acima?

1 _____

2 _____

3 _____

#2

PASSO 2 – Batizando ele...

2.1 - Você pode dar um nome para seu serviço?

SIM

NÃO

2.2 - Qual o nome?

2.3 - Qual o verdadeira transformação do seu serviço? Descreva em uma frase.

Quando você consegue dar um nome para seu produto/prestação de serviços algo “mágico” acontece, seu produto/serviço vira único e seu preço também é único.

Com isso, a concorrência diminui significativamente e você “crava a estaca” no mercado com uma solução que só você possui.

Não tem nenhum serviço que você faz que se enquadraria nesta técnica?

Independente de seu produto/serviço possuir um nome específico, esta fase do processo é muito importante.

Esta é a frase que você deve ter na ponta da língua, ou seja, é a frase que descreve a real finalidade de seu produto/serviço.

Se esforce para criar a sua melhor frase, você vai usá-la muitas vezes daqui para frente.

#3

PASSO 3 – Descrevendo

3.1.1 – O que ele é?

3.1.2 – Qual o Benefício dele?

3.1.3 – Qual o Problema ele resolve?

3.1.4 – Qual o Desejo ele resolve?

Ter clareza de seu serviço prestado é fundamental para que você possa convencer seu cliente.

Saber **o que é**, não para você e sim para que sua explicação fique clara e seu cliente entenda de maneira rápida e assertiva permitirá que você deixe sua comunicação clara e eficiente.

O **benefício** é um dos principais elementos que permitirá que seu cliente entenda porque ele precisa de você e não da concorrência desqualificada

Nunca se esqueça, ninguém quer simplesmente “gastar” dinheiro, as pessoas buscam realizar sonhos e resolver problemas.

Exatamente por isso você precisa entender também, qual o problema que seu serviço resolve. Qual é?

Tenha claro estes pontos porque quando você fala o que está na cabeça do seu cliente ele se identifica com você.

E não tem nada melhor do que demonstrar (se possível) que seu serviço **satisfaz um desejo de seu cliente**, pense bem, qual desejo o seu serviço resolve?

#3

PASSO 3 – Descrevendo

3.2.1 – Como você vai prestar o serviço?

3.2.2 – Qual o Benefício de seu cliente receber assim?

3.2.3 – Qual o Problema resolvido por este formato de entrega?

3.2.4 – Qual o Desejo resolvido por este formato de entrega?

O Fato de descrever como você vai prestar o seu serviço parece muito simples para você, no entanto é, em muitos casos a maior dúvida de seu cliente. Saber oferecer e descrever exatamente como será a prestação de serviços pode ser o que ele espera ouvir para contratar seu serviço.

Você já parou para pensar porque as pessoas compram? Quem faz uma compra se não enxerga exatamente quais os benefícios que isso vai gerar em suas vidas? É por isso que você precisa enxergar qual o benefício desta sua prestação de serviços e deixar explícito ao seu cliente.

Quando você fala para seu cliente como irá realizar trabalho, os benefícios desta prestação de serviços você precisa deixar claro, porque e como, este formato de entrega da prestação de serviço pode resolver algum problema dele ou da instalação, ou mesmo da logística.

Enfim, deixar explícito como esta prestação de serviço vai atender/satisfazer o desejo de seu cliente é fundamental para que a decisão de te contratar comece a fazer sentido na cabeça dele.

#2

PASSO 3 – Descrevendo

3.3 – Quando você vai realizar?

3.3.1 – Quando vai prestar o serviço?

3.3.2 – Qual o Benefício de seu cliente receber assim?

3.3.3 – Qual o Problema resolvido por este formato de entrega?

3.3.4 – Qual o Desejo resolvido por este formato de entrega?

Imagine o seguinte, deixar claro quando irá realizar o serviço faz com que você deixe seu cliente mais seguro no que se diz respeito a seu comprometimento com ele. Você vai perceber que este fator é simples, muitas vezes imprevisível, mas muito importante para os próximos passos a seguir.

Agora, somente deixar claro quando você vai prestar o serviço não é tudo, aliás não vale muito se você não deixar claro qual será o benefício para seu cliente em ter o serviço executado deste modo que você está propondo.

E... Da mesma maneira que o passo anterior, você precisará mostrar a seu cliente qual o problema que será resolvido e/ou evitado pelo fato de você prestar o serviço desta maneira, neste tempo ou nesta data.

Entenda que a ideia de sempre “justificar” como a solução ofertada ajudará ele é parte importantíssima do processo.

E não poderia faltar esta parte, se possível, mostrar ao seu cliente qual o desejo que você conseguirá satisfazer com esta prestação de serviços realizada desta maneira.

#3

PASSO 3 – Descrevendo

3.4 – Qual o seu preço?

3.4.1 – Quanto vai custar este seu serviço?

3.4.2 – Qual a forma de pagamento?

1 _____

2 _____

3 _____

Essa é a hora de da indecisão total, hora de colocar a mão na cabeça e começar a ter dúvidas? ERRADO!!!!

No primeiro passo deste documento você entendeu exatamente quanto você precisa de renda para alcançar seus objetivos e metas certo?

Agora é a hora de definir qual será o valor deste seu serviço...

Muitas vezes a forma de pagamento é um problema para seu cliente, tenha em mente que, você precisa ter no mínimo 3 alternativas para receber pelo serviço prestado, pode ser:

- 1 – Em dinheiro a vista
- 2 – Parcelado no cartão
- 3 – Cheque
- 4 – A vista no cartão
- 5 – ETC...

#3

PASSO 3 – Descrevendo

3.5.1 – Você pode dar uma garantia incondicional?

SIM NÃO

Qual:

3.5.1 – Você pode dar uma garantia condicional?

SIM NÃO

Qual:

Deixar o cliente tranquilo e com a garantia de não ter preocupações futuras é algo bastante relevante para você convencê-lo de que o seu serviço é a melhor opção para ele.

Inserir em seu orçamento uma garantia é algo importante e que fará com que você conquiste 2 benefícios:

1 – A confiança do seu cliente

2 – Geração de Valor com seu cliente

Existem dois tipos de garantias:

1 – Incondicional

2 – Condicional

Qual das duas garantias você pode oferecer ao seu cliente? Se possível e viável, insira as duas garantias.

#3

PASSO 3 – Descrevendo

3.6 – Quais Bônus você vai entregar?

3.6.1 – Você pode entregar bônus neste serviço?

SIM

NÃO

3.4.2 – Quais são os bônus?

- 1 _____
- 2 _____
- 3 _____
- 4 _____
- 5 _____
- 6 _____

Quem é que não gosta de receber algo “De Graça”?

Tenho certeza que o seu cliente também gostará de saber que você irá dar algo em troca a ele pelo fato de te contratar.

Os Bônus, citados neste ponto da apostila, refere-se a serviços adicionais que seu cliente receberá sem custo nenhum e que irá gerar o que chamamos de:

Reciprocidade

Ou seja, quando você entrega algo de valor e sem custo ao seu cliente você coloca ele em dívida com você, entende?

Agora, se você, na hora de apresentar seu orçamento, mostrar a ele que irá fazer algo sem cobrar nada, simplesmente como bônus, ele perceberá mais valor ainda em seu orçamento (Valor é diferente de preço)

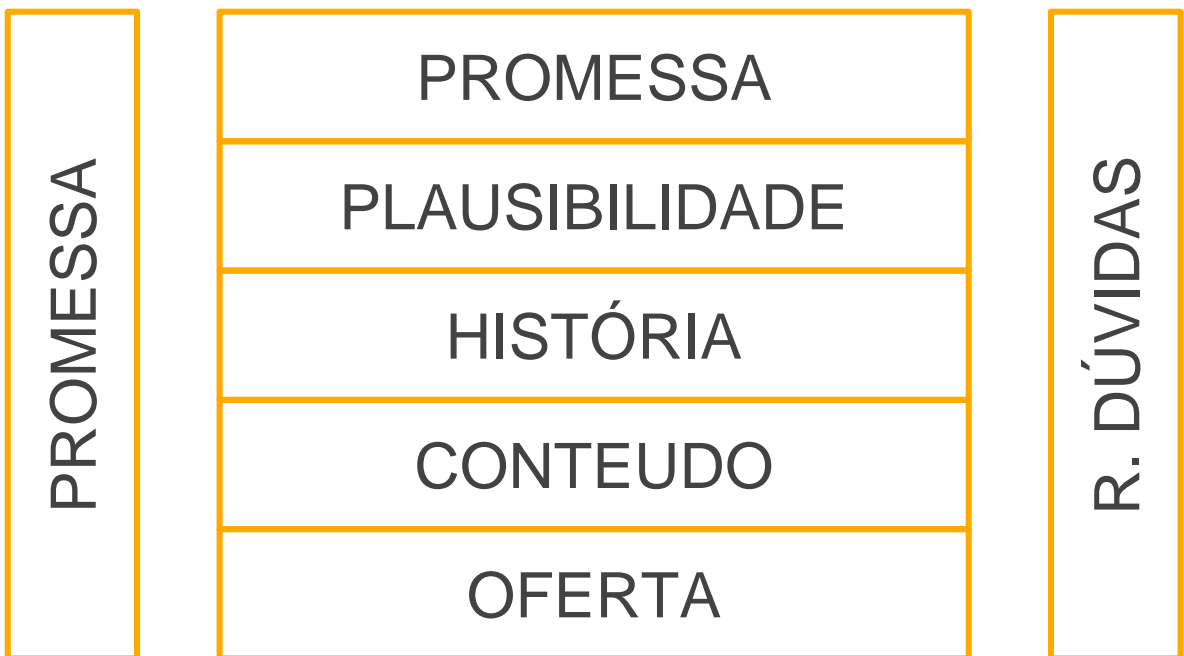
Quais os bônus você pode oferecer a seu cliente?

#4

PASSO 4 – Estrutura da venda

4.1 – Estrutura de vendas [Script]

4.1.1 – Visão Geral?



Esta sem dúvidas é a estrutura campeã para você conseguir estruturar sua comunicação de vendas...

Mas calma, vamos detalhar cada etapa do processo nas próximas páginas

Você vai entender exatamente o que você precisa para alcançar o seu **Script Campeão**

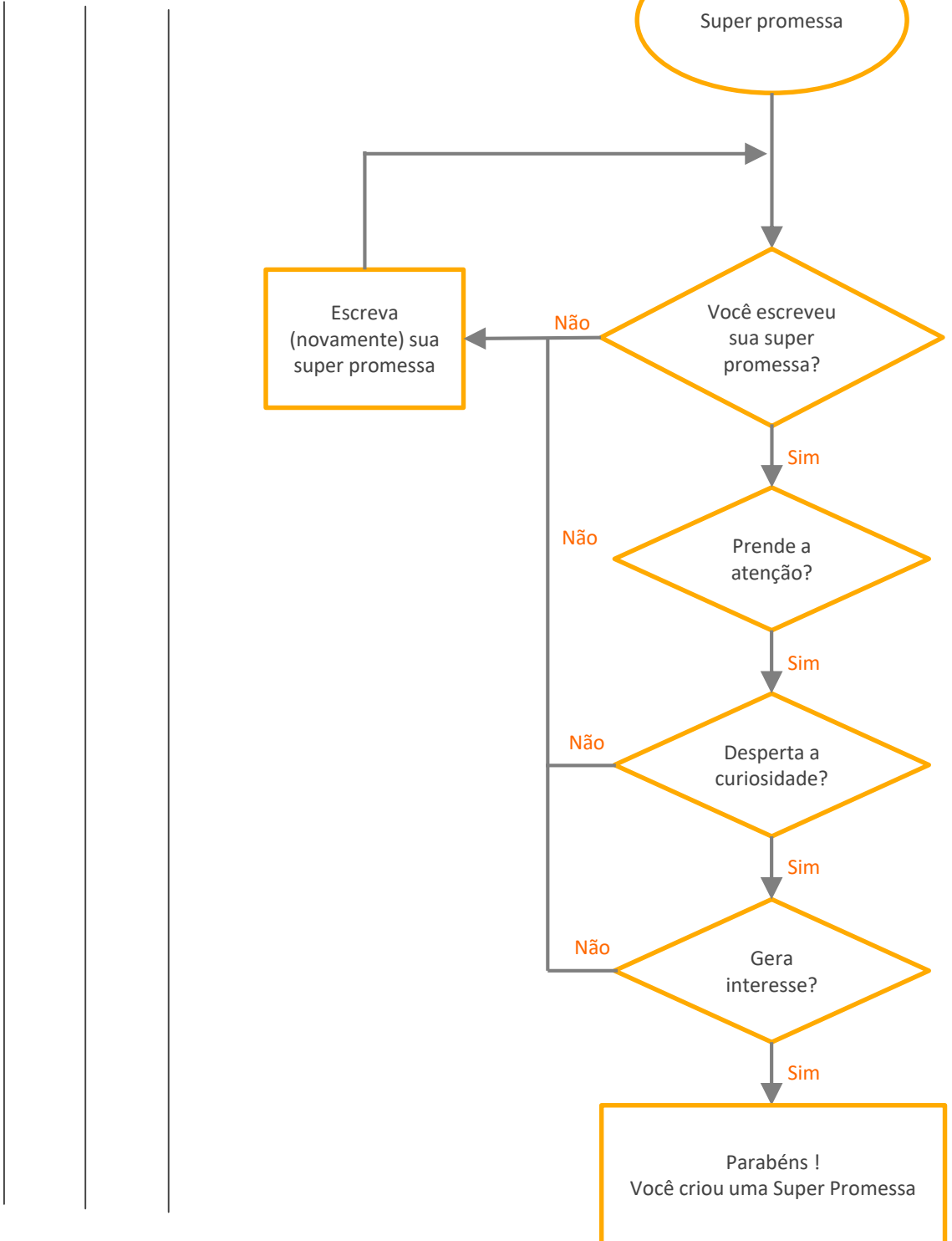
Vamos nessa? ...

#4

PASSO 4 – Estrutura da venda

4.2 – Super Promessa

4.2.1 – Qual é a super promessa do seu serviço?



#4

PASSO 4 – Estrutura da venda

4.3 – Plausibilidade [Prova]

4.3.1 – Qual o melhor método para você dar plausibilidade de seu serviço?

Empírico

Lógico

Qual seu argumento de Prova:

Não é fácil convencer as pessoas e quando estamos falando em vender para elas então, esquece, fica mais difícil ainda....

Nós usamos argumentos para justificar que somos a melhor opção e para isso deixamos claro os benefícios, a resolução de problemas e o quanto o que fazemos pode contribuir para os desejos e eliminação de dores/problemas de nossos clientes...

Mas tudo isso pode parecer um “monte de balela” se nós não oferecemos provas que justifique estes nossos argumentos.

Existem dois tipos de provas:

- 1 – Empírico
- 2 - Lógico

Você pode escolher qual usar e pode optar por usar as duas opções.

Qual será seu argumento de prova?

#4

PASSO 4 – Estrutura da venda

4.6 – Apresentação da prestação de serviço

4.6.1 – Visão Geral?



Importante!

Esta estrutura tem duas finalidades:

- 1- Estruturar sua comunicação de vendas
- 2 – Compor a estrutura de seu orçamento

#4

PASSO 4 – Estrutura da venda

4.6.2 – Como ficará sua oferta?

4.6.2.1 – Introdução:

4.6.2.2 – O que será entregue

[serviço + benefício + problema que resolve]:

Agora é a hora de você estruturar a venda de seu serviço, de estruturar como vai ficar a sua venda da boca para fora.

Como você vai observar nas próximas páginas, este processo garante para você uma clareza maior no que você realmente precisa fazer e falar para seu cliente.

Por exemplo, na INTRODUÇÃO você precisa fazer com que seu cliente autorize você a realizar a venda, estranho isso né?

Mas é isso mesmo, imagine que uma solicitação de autorização seria:

“Pois bem, eu poderia ficar aqui te explicando tudo, mas eu preciso te falar como você vai fazer para XYZ.”

Depois de iniciar, vem o momento de descrever o que você entregará, ou seja, é a hora de falar quais serviços serão entregues por você.

Mas calma, existe uma estrutura correta para fazer isso, você precisa falar:

Serviço + Benefício +
Problema que será
resolvido.

#4

PASSO 4 – Estrutura da venda

4.6.2.3 – Bônus:

4.6.2.4 – Bônus:

4.6.2.5 – Preço:

Nesta etapa você vai “colocar na mesa” o que você vai entregar **a mais** ao seu cliente, isso mesmo, o que você vai entregar de bônus, brinde, extra, chame como quiser, mas entregue algo a mais.

Claro que para chegar neste nível estratégia você notará que o efeito positivo será muito maior em venda de alto valor agregado.

Talvez você pense:

“Não daria para entregar um bônus em um serviço pequeno de reparo simples”

Mas tenho que te alertar que existe sim a possibilidade de entregar um “Bônus” em um serviço simples.

Por exemplo: Em um pequeno reparo de um chuveiro, por exemplo, você vai até o quadro de distribuição e identifica (com etiqueta adesiva) os circuitos (Isso é um Bônus relevante para seu cliente)

Depois de deixar claro qual o bônus você irá entregar você fala para seu cliente quanto isso irá custar.

Perceba que antes de falar o preço nós geramos valor ao cliente.

#4

PASSO 4 – Estrutura da venda

4.6.2.6 – Garantia:

Condicional:

Incondicional:

4.6.2.8 – Fechamento:

Dar condições para que seu cliente confie mais em você e em sua prestação de serviços é fundamental para que ele perceba mais valor e como sabemos, isso é fundamental para que você consiga convencer seu cliente que seu preço não é o mais caro e sim o mais seguro para ele.

Uma das maneiras de construir valor com seu cliente é dar uma garantia real e que traga confiança a ele.

Existem dois tipos de garantias:

- 1 – Condicional
- 2 – Incondicional

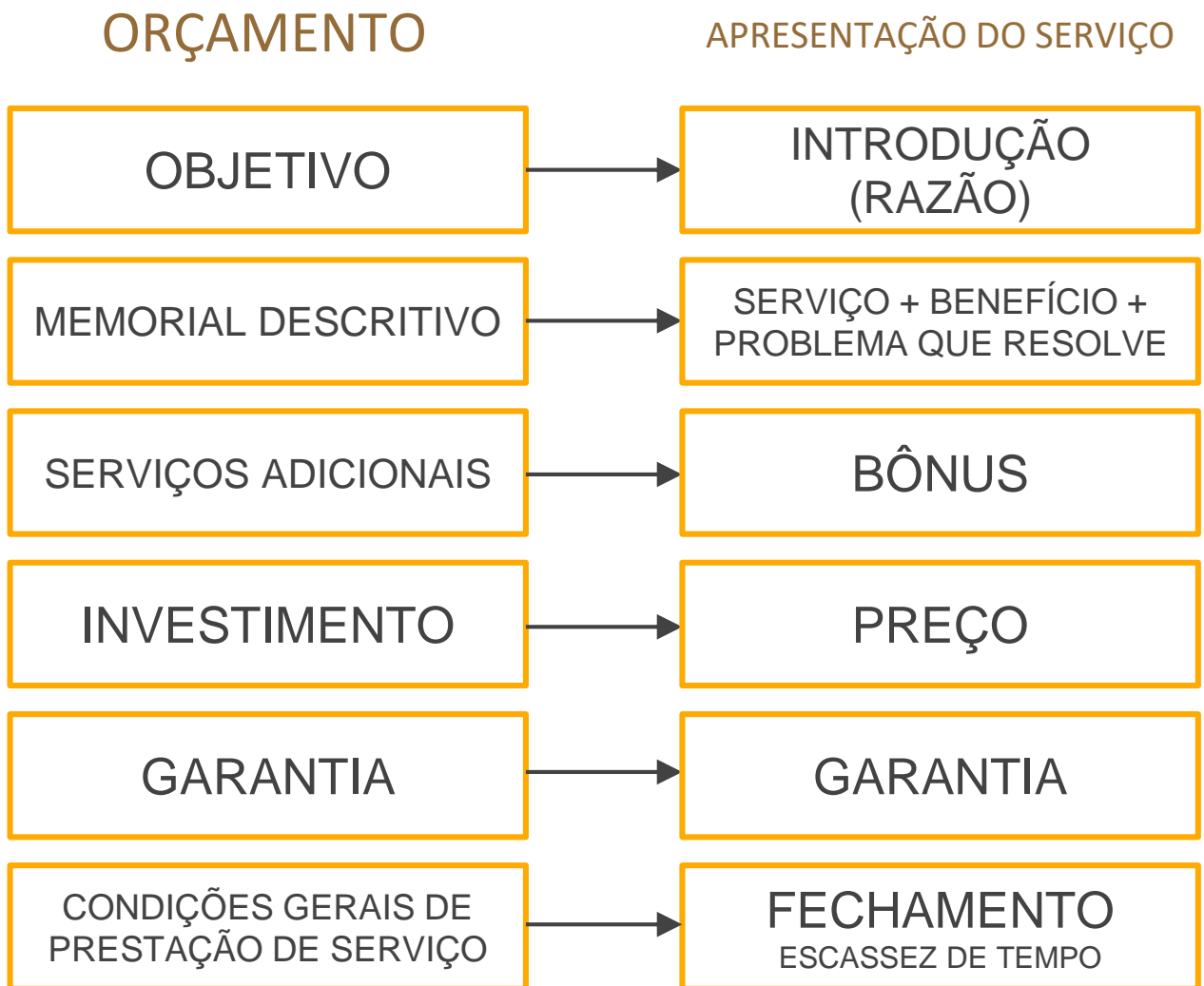
Qual das duas garantias você pode oferecer a seu cliente?

Outro ponto importante da negociação é fazer um fechamento estratégico.

Sempre faça o fechamento induzindo seu cliente a obter um compromisso com você.

Anexo A

Estrutura de um orçamento





Eletricista de Sucesso