**Cinco dicas para melhorar a performance comercial no agronegócio**

*Metodologia de vendas eleva taxa de conversão de clientes em empresas do setor de máquinas e equipamentos*

O agronegócio é um dos principais setores da economia brasileira e movimenta cerca de 500 bilhões de dólares todos os anos, de acordo com estimativa do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea). Com uma cadeia de suprimentos bastante complexa, muitos segmentos estão envolvidos diretamente na produção e distribuição, entre eles o de máquinas e equipamentos.

Segundo dados da Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (Abimaq), em 2021 o setor registrou faturamento de R$299 bilhões, 22% a mais do que em 2020. E com o mercado aquecido, as empresas que atuam na venda desses equipamentos precisam estar atentas às inovações tecnológicas para atender as demandas do cliente final da melhor maneira possível.

“Este setor tem características bastante específicas e complexas, pois a venda de uma máquina agrícola requer um elevado conhecimento técnico. São produtos que representam um grande investimento para o consumidor, por isso, a compra nem sempre é decidida na hora. É algo que leva tempo e exige muita negociação e comunicação”, explica Paulo Lugli, CEO da Sucesso em Vendas, que atua no desenvolvimento de metodologias para equipes comerciais e atende empresas como CPA e CMC, do grupo GF Máquinas.

Paulo Lugli destaca que, devido a essas peculiaridades do setor, muitos departamentos comerciais priorizam a contratação de profissionais jovens, com formação em engenharia agronômica e que tenham mais afinidade com as inovações tecnológicas. Por outro lado, nem sempre eles têm experiência em vendas ou estão ambientados com a jornada de compra do cliente e as etapas da negociação. Por isso, ele cita cinco dicas para estruturar o setor de vendas nas concessionárias:

**1 – Use as soluções tecnológicas a seu favor**

Existem diversas ferramentas que possibilitam uma gestão data-driven do departamento comercial. O CRM, por exemplo, reúne todas as informações do cliente e permite um atendimento mais personalizado de acordo com as necessidades e preferências de cada pessoa.

**2 – Invista na gestão de carteira e de território**

Com as informações organizadas em plataformas digitais, a gestão da carteira de clientes fica mais fácil. Mesmo após a venda, é preciso manter o contato com o consumidor, saber como está o seu nível de satisfação, entender se ele precisa de mais alguma informação sobre o equipamento. Visite as propriedades rurais da sua região, converse com os produtores para descobrir as suas demandas. São medidas que reforçam o relacionamento e ajudam a fidelizar o cliente.

**3 – Saiba se comunicar**

A venda é um processo interpessoal no qual a comunicação tem um papel muito importante. Saber se comunicar com o cliente, qual a linguagem a ser usada e de que forma será feita a abordagem, são fatores que influenciam na decisão de compra. A prospecção de novos clientes e a positivação de antigos é um processo que exige uma relação de confiança. “Após o primeiro contato, o vendedor precisa definir como será feito o follow, qual o pitch comercial que será apresentado, quais as estratégias de negociação poderão ser oferecidas para o fechamento do negócio. E tudo isso passa por uma boa comunicação”, explica Paulo Lugli.

**4 – Invista em feiras agrícolas**

Grande parte dos negócios fechados no setor de máquinas e equipamentos são realizados em feiras agrícolas. Mas, para que a estratégia seja assertiva, é preciso desenvolver metodologias de vendas específicas para essas ocasiões. “Nas feiras, os concorrentes estão no estande ao lado e o tempo de fechamento de negócio é bem mais curto do que na loja. Apesar de o produto e o cliente serem os mesmos, a circunstância é muito diferente. Por isso, o atendimento nesses eventos não pode ser passivo”, destaca Paulo Lugli.

**5 – Conheça as linhas de crédito do mercado**

Conforme citado anteriormente, o investimento em máquinas e equipamentos agrícolas é elevado e requer um bom planejamento financeiro. Por isso, o vendedor precisa conhecer bem as linhas de crédito disponíveis no mercado financeiro e quais as melhores taxas de juros e as garantias que os bancos exigem do consumidor. A ideia é facilitar o fechamento do negócio, oferecendo as opções que atendam à necessidade de cada cliente.

Para organizar todos esses passos da gestão comercial e melhorar a performance do time de vendas, um dos caminhos é o desenvolvimento de metodologias próprias, com manuais de vendas (playbooks) customizados para cada empresa, pensando especificamente no setor agrícola. “Temos desenvolvido muitos projetos neste setor e observamos um crescimento expressivo na taxa de conversão nas empresas que implementaram metodologias próprias”, afirma Paulo Lugli.

**Sobre a Sucesso em Vendas**

A Sucesso em Vendas atua com soluções inovadoras e sob medida para seus clientes, com 25 anos de experiência no Brasil e em Portugal e mais de 700 empresas atendidas. A consultoria é especialista em melhorar a experiência de compra dos clientes de seus parceiros e, principalmente, melhorando resultados de vendas.  [www.sucessoemvendas.com.br](http://www.sucessoemvendas.com.br)