

Glossário de Vendas

Para você que está inserido no mundo dos negócios, é de extrema importância estar a par de tudo o que acontece nesse universo que a cada dia se expande e se reinventa com o suporte das novas tecnologias e de estudos voltados para o meio organizacional.

Estar sempre atento a essas inovações fará com que a sua empresa se destaque e atinja um diferencial ao ser lembrada por seus clientes.

O uso de expressões específicas voltadas para o ramo de vendas têm sido muito utilizadas por diversas organizações.

Logo, para que sua empresa consiga manter uma melhor interação com os clientes ao qual auxiliam, montamos este guia com os **termos de vendas** mais utilizados.

Vamos nessa? Basta continuar nos acompanhando nas próximas linhas!

A

AE ou Account Executive: profissional ligado à área de vendas cuja função é finalizar uma venda/fechar negócio.

AIDA - Attention, Interest, Desire and Action: sigla estrangeira que em português significa **Atenção, Interesse, Desejo e Ação**. É um método responsável por expor o modo para desenvolver uma comunicação eficiente para com a clientela.

Aquisição: este termo se refere à obtenção de novos clientes e faz jus também à primeira etapa, o **funil de marketing**. Com a aquisição, novos visitantes são atraídos, estes, são vistos como *leads* - consumidores de

dada marca que mostram-se interessados por certo produto e, são direcionados até a conclusão do negócio.

Anchor text: trata-se de um texto ou palavra com um link contido. Esse link poderá redirecionar para outra página ou para a página atual, mas em outro local.

B

BANT - Budget, Authority, Need and Time: sigla estrangeira que em português significa **O**rçamento, **A**utoridade, **N**ecessidade e **P**razo; respectivamente.

Essa metodologia identifica e qualifica um possível cliente.

Para isso, utiliza-se 4 etapas, onde os clientes devem passar por 3 delas para seguir para a última. Funcionará assim: primeiro é necessário ter um orçamento para que o produto seja adquirido, que tenha autoridade sobre a decisão, esboce necessidade e ainda que e esteja dentro do tempo de efetuar a compra.

BDR - Business Development Representative: que em português significa Representante de Desenvolvimento de Negócios.

Assim, o profissional dessa área é responsável por buscar novas oportunidades no mercado consumidor.

Logo, cabe ao representante de desenvolvimento a garantia de que a empresa atingirá as metas pré-estabelecidas por ele.

Benchmark: termo dado como referência a uma empresa que obteve sucesso em certos aspectos que a fez tornar-se boa no que executa.

Benchmarking: trata-se de analisar dadas empresas que obtiveram sucesso ao executarem práticas por elas desenvolvidas e, assim fazer uso dessas práticas a fim de obter os mesmo resultados.

Budget: significa orçamento. A empresa estabelece o orçamento periódico, onde as variáveis de custo e todas as despesas são analisadas.

C

CAC – Customer Acquisition Cost: significa **C**usto de **A**quisição do **C**liente. Em linhas gerais, traduzirá o desempenho de seus negócios.

Assim, o **CAC** mede o valor de cada cliente, por assim dizer.

Sua análise é feita da seguinte forma: soma-se os gastos da empresa e divide-se pela quantidade de clientela adquirida.

Cadência: trata-se da sucessão/repetições de atividades executadas pelo vendedor com o intuito de tornar maior a chance de obter contato com o consumidor.

Case: é uma história que aborda um fato comercial bem sucedido que a empresa usa como um exemplo a ser seguido.

Challenger Sale: trata-se de um técnica onde o vendedor busca a todo custo exaltar sua relevância em relação a outros concorrentes. Para isso, faz uso de ideias de marketing.

Churn: refere-se à porcentagem de clientes optaram pelo o cancelamento oferecido por uma dada empresa.

Em suma, é quando um instituição perde mais clientes do que o contrário. É preciso estar ciente quanto a taxa churn.

A taxa churn é medida da seguinte forma: estabeleça um período de tempo. Faça a divisão da parcela de clientes que optaram por cancelar os serviços pelo total de clientes novatos.

Closer: são vendedores especializados na finalização do contrato. Ou seja, conseguem fazer um potencial cliente assinar o contrato.

CMS (Content Management System): é um sistema que promove a criação, o gerenciamento e a publicação de conteúdos no meio digital sem a necessidade de ser um expert quanto ao assunto web.

Co-branding: diz respeito quando duas marcas findam uma parceria com a finalidade de lançar um novo produto no mercado.

D

DAGMAR(Defining Advertising Goals for Measured Advertising Results): refere-se ao ato de traçar propósitos de uma determinada campanha, a fim de que possa conseguir alcançar os resultados esperados.

Deal (negócio): significa que o vendedor alcançou seu objetivo, fechou uma venda.

Decision Maker: na área de vendas, é o profissional que é visto por ter o “poder” sobre decidir fechar ou não determinado negócio.

Dor: trata-se sobre o porquê de o cliente ter procurado os serviços que são oferecidos por sua empresa.

Downsell: termo utilizado para quando o cliente pede para que ocorra a redução do já foi acordado ou, simplesmente desiste dos serviços oferecidos.

Dumping: trata-se em colocar no mercado consumidor produtos com o preços muito abaixo do valor ideal. Essa prática é considerada um tanto quanto desleal, pois visa o enfraquecimento da concorrência.

E

Early Adopter: é um termo empregado às pessoas adeptas a adquirir produtos que ainda estão em fase de desenvolvimento.

Efeito Sanfona: termo empregado quando ocorre um aumento exacerbado de leads no **funil de marketing**. Isso é prejudicial à instituição, pois com essa grande quantidade de leads, a equipe sente-se sobrecarregada, ocorrendo assim perdas quanto aos negócios.

Estratégia Pull: trata-se em “puxar” o cliente, utilizando propaganda publicitária a fim de fazer com que ele sintasse-se tão atraído a ponto de comprar o produto em questão.

Estratégia Push: trata-se de “empurrar” um determinado produto ao consumidor.

F

Farmer Sales: trata-se de vendedores que trabalham com a clientela presente na empresa. Assim, esses profissionais se empenham em atender bem seus clientes.

Field Sales: são os vendedores externos que fazem visitas aos seus clientes.

Follow-up (FUP): é o ato que um profissional da área de vendas promove a fim de acompanhar o cliente em potencial ao longo do **funil de marketing**.

Forecasting: é a previsão de quanto pode-se faturar tendo em vista um dado período.

Funil de Vendas: são várias etapas representadas num gráfico, onde demonstra o início do lead no processo até o seu fechamento.

G

Gatilhos de passagem: requisitos essenciais para que um lead consiga mudar para outra etapa no funil de vendas.

Ganho: utiliza-se esse termo para indicar que o lead está quase assinando o contrato ou que ele fechou negócio.

Gatekeeper: é o profissional responsável por definir as notícias que serão veiculadas. Ou seja, ele filtra as notícias conforme o senso do editorial.

Geração de Leads: termo empregado à primeira etapa do funil de marketing. Geração de Leads é o mesmo que adquirir novos clientes.

H

Hard Selling: termo associado a um modelo de vendas onde tentava induzir a efetuar a compra de um certo produto. Esse método não se encontra mais em uso.

Heading Tags (H1, H2, H3, ...): diz respeito à parte estrutural do texto/artigo. Logo, estão relacionadas aos títulos e subtítulos.

Heavy Users: termo empregado aos consumidores assíduos de uma dada marca, são tidos até como “consumidores viciados”.

Hunters: são os vendedores que estão em busca de novos clientes e assim que conseguem, já partem logo para fechar o negócio. Deste modo, fazem aumentar as vendas na empresa.

I

ICP (Ideal Customer Profile): cliente cujo perfil se enquadra perfeitamente com o que é proposta. Em outras palavras, é o cliente ideal.

Inbound Marketing: trata-se de obter-se mais clientes, de forma voluntária, por meio de um aglomerado de métodos de marketing.

Inbound Sales: é um meio pelo qual se conduz o consumidor em potencial, de forma gradual até o fechamento do negócio.

Inside Sales: são vendas realizadas internamente na empresa através de ligações e envio de e-mails, por exemplo.

Instagram Ads: trata-se em utilizar a veiculação de anúncios por meio da rede social Instagram. Isso acontece por divulgação de fotos e pequenos vídeos comerciais.

J

Jornada de Compra: nada mais é do que o caminho que um lead percorre antes mesmo de efetuar a compra.

Junk E-mail (SPAM): são mensagens as quais chegam sem que haja ocorrido solicitação.

Em termos gerais, são mensagens recebidas tanto por SMS's quanto por e-mails de cunho publicitário.

K

Key Account: faz jus àquele cliente o qual tornou-se importantíssimo à empresa, a ponto de ela não abrir mão dele.

Key Prospects: atribui-se esse termo aos **prospects** que os vendedores visam ter grandes chances de virarem clientes.

Keyword: traduzindo do inglês para o português, significa palavra-chave. É o termo geral que define o que se deseja encontrar.

KPI (Key Performance Indicator): são indicadores-chave de desempenho. Assim, usa-se métodos para avaliar o desempenho do projeto.

L

Landing Page: é a página para onde o usuário é direcionado após clicar em uma Call-to-action (CTA). A Landing Page visa converter o visitante em um consumidor.

Leads: personas que demonstram interesse aos serviços oferecidos pela empresa. As leads encontram-se no início da representação gráfica do funil de vendas.

Lead Scoring: trata-se da pontuação empregada às **leads** com o intuito de saber quais estão qualificadas para finalizar a compra.

Link Building: consiste na elaboração de links externos com a finalidade de melhorar o tráfego do site em questão.

Low Touch: baixo nível de interação entre um profissional da área de vendas e um cliente em potencial.

Lost: são leads que não viraram clientes. Ou seja, saíram do funil de vendas, foram “perdidos”.

M

Mailing List: trata-se de uma lista de contatos de clientes, que contém informações dos mesmos. Assim, torna-se possível que a empresa mantenha contato com seus clientes.

Mark Up: é o ato de constituir a cotação de preços dos produtos que podem estar acima do seu custo habitual.

Marketing de Conteúdo: conjunto de métodos e estratégias cujo objetivo é atingir/atrair um determinado público através da elaboração e disseminação de conteúdos relevantes como vídeos, eBooks e artigos diversos.

Meta description: é um resumo do que o internauta encontrará na página a qual está prestes a acessar.

MQL (Marketing Qualified Lead): são leads que foram qualificados pelo critérios do marketing. Logo, esse lead é enxergado com um cliente em potencial.

MRR (Monthly Recurring Revenue): é uma medida tomada mensalmente pela empresa a fim estar ciente do ganho que obteve. Isso é visto através de quantas assinaturas a organização conseguiu.

N

Neuromarketing: é o estudo que visa entender o porquê de certos consumidores obterem comportamentos diferentes mediante o marketing digital.

Newsletter: após ter feito cadastro em um determinado site, por exemplo, o usuário sempre receberá um e-mail quando estiver perto de surgir um novo evento. Logo, será informado sobre qualquer novidade,

NPS: Net Promoter Score trata-se de uma metodologia com o intuito de saber o nível de satisfação dos consumidores.

Nutrição de Leads: a fim de manter o laço vendedor-lead, torna-se necessário o envio de emails para que seja “nutrido” esse laço comercial. Assim, com o interesse despertado no lead, será possível conduzi-lo através do funil de marketing.

O

Opportunity To See (OTS): métrica utilizada para indicar a quantidade de vezes que um usuário visualizou um dado anúncio disponibilizado na web.

Outbound Marketing: estratégias tradicionais do marketing digital que têm como finalidade atrair mais clientes.

Outside Sales: são fechamentos de negócios realizados fora da empresa.

OPPS: após os leads serem aprovados pelas vendas, mais uma vez é feita uma avaliação. Logo, os que se encontram perto de fecharem negócio, são chamados de **OPPS**.

P

Pagamento social: trata-se de pagar um usuário com um material digital, por exemplo, e em troca, ele divulga sua campanha publicitária via redes sociais.

Pagerank: é um algoritmo de autoria do Google, que tem como finalidade saber o quão importante é um site perante ao próprio Google.

Pageviews: trata-se do número de vezes que uma página foi visualizada.

Personas: no mundo do marketing digital, representam diversos tipos de personagens. Estes, tratam-se do público-alvo.

Pipeline: etapas demonstradas num gráfico, onde é representado cada processo segmentado na área de vendas.

Prospecção: é o ato de conseguir novos leads ou tentar contatos com clientes em potencial.

Q

Quick Wins: processos que representam baixa complexidade, com capacidade de obterem retorno rentável de forma rápida.

Qualificação de Lead: faz jus a quais leads estão capacitados em serem abordados pelos vendedores e também àqueles que não estão.

R

Ramp-up: termo dado ao processo primário na criação de um novo produto.

Rapel: é o valor de desconto deferido ao cliente. Esse desconto acontece de forma proporcional as suas compras. Se comprou mais, terá mais descontos.

Rapport: técnica muito utilizada pelos vendedores com a finalidade de proporcionar bem-estar ao cliente. Isso, porque tal técnica faz com que a pessoa sinta-se em sintonia para com o vendedor.

Rede de Display do Google: gama de *websites* afiliados ao Google, que concede espaço para a divulgação de dadas marcas.

ROI (Return On Investment): em linhas gerais, significa o retorno apresentado a partir de um investimento feito a um cliente. Assim sendo, analisa-se se a empresa obteve lucro ou saiu prejudicada financeiramente.

S

SAL: Sales Accepted Leads são leads que foram aprovados pela equipe de vendas e agora são tidos como clientes em potencial e, estão aptos a darem continuidade ao funil de vendas.

Sampling: com o intuito de conquistar novos clientes ou até mesmo testar seus produtos, a empresa faz o envio de forma gratuita, de uma amostra de seus serviços.

SDR: Sales Development Rep em português significa **R**epresentante de **D**esenvolvimento de **V**endas. Esse profissional da área de vendas possui a responsabilidade de dar a qualificação dos leads.

SEM - Search Engine Marketing: são estratégias de marketing que visam melhorar o posicionamento do *website* a fim de deixá-lo bem ranqueado na web.

SEO - Search Engine Optimization: são técnicas utilizadas visando melhor otimização de determinado *website*, que têm como intuito promover melhorias quanto ao seu posicionamento em relação aos buscadores.

SERP - Search Engine Results Page: trata-se de uma página que apresenta todos os possíveis resultados disponíveis quando é feita uma busca em um determinado buscador.

SLA - Service Level Agreement: significa Acordo de Nível de Serviço. Tal acordo dá-se por duas ou mais áreas que objetivam melhorias quanto aos seus negócios, levando-se em consideração a vigência de um documento para que todas as metas fiquem estabelecidas.

Social Selling: trata-se de fazer uso de redes sociais com a finalidade de alcançar um determinado público e assim, conseqüentemente, aumentar o número quanto às vendas.

SPIN Selling: método que trata de direcionamentos que consistem em fazer as perguntas corretas no meio comercial.

SQL – Sales Qualified Leads: são leads qualificados para consumir quaisquer compras em uma determinada empresa.

T

Taxa de conversão: muito utilizada para avaliar as ações efetuadas pela empresa no marketing digital. Assim, é possível saber se o visitante do site se converteu em lead, por exemplo.

Topo de Funil (ToFu): é a primeira etapa do funil de vendas. Área onde o visitante do site fica ciente que tem um problema ser resolvido.

Tráfego Orgânico: é quando a empresa não precisou investir para adquirir visitas em seu site.

U

Upsell: trata-se de ofertar ao cliente um serviço melhor, porém, mais caro e que, por consequência, traga mais retorno.

V

Venda Consultiva: tipo de venda onde o vendedor preocupa-se em entender o real problema exposto pelo cliente e desse modo, apresentar soluções.

Venda Direta: tipo de venda estabelecida de vendedor para cliente sem que haja a necessidade de comércio.

Venda Simples: vendas realizadas por vendedores que trabalham em shoppings, lojas e demais comércios varejistas.

W

Waze Ads: aplicativo que torna possível fazer anúncios em sua plataforma.

Web Analytics: consiste em analisar dados colhidos por ferramentas digitais para que assim seja possível fazer escolhas corretas.

Y

Yellow Flag: bandeira amarela é um forte indício de que é necessário uma melhora nos resultados.