

PROCESSO SELETIVO EXTERNO – 08/2021

2ª Etapa – Prova de Conhecimento

GABARITO

| Assistente Área – Comercial – Jurisdição: Natal | | | | | | | | | |
|-------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| C | D | B | D | A | C | C | B | C | A |

QUESTÃO 11

Sabe-se que existem algumas técnicas de vendas que ajudam as empresas a obterem melhores resultados, uma delas é o *inside sales*, que está sendo cada vez mais utilizada pelas empresas brasileiras. Dessa forma, responda: o que é *inside sales*, citando 3 vantagens de adotá-la como técnica.

Inside Sales é uma técnica de vendas internas. Elas consistem em elaborar uma série de métodos que permitam que sua equipe de vendas, ou parte dela, realize a abordagem e relacionamento com os clientes de dentro da empresa.

Algumas empresas adotam dois tipos de vendedores internos: os SDR e os vendedores.

O objetivo do inside sales é diminuir custos e aumentar a eficiência das vendas. Mas apenas o fato de não sair da empresa e usar a tecnologia não é suficiente para isso.

As Inside Sales ajudam a evitar gastos com deslocamento, tempo, dedicação exclusiva de uma equipe, dentre outros fatores que tornam visitas externas mais custosas, em vários sentidos. Obviamente, elas só podem ser aplicadas em áreas, produtos e serviços específicos, mas praticamente todas as empresas podem se beneficiar delas.

QUESTÃO 12

A experiência do cliente é o fator determinante para sua satisfação ou insatisfação. Para que ela seja completa, positiva e supere as expectativas, é necessário um atendimento bem estruturado que suporte essa experiência do início ao fim.

Defina o que é experiência do cliente e cliente e por que a necessidade das empresas em entender a jornada do cliente para possibilitá-lo uma melhor experiência.



Experiência do Cliente é o conjunto de percepções e impressões que um consumidor possui sobre uma determinada empresa após interagir com ela. É a imagem que ela passa para os clientes durante todo o processo de interação, antes, durante e após uma conversão, seja ela uma compra ou contratação.

A experiência do cliente envolve todas as etapas da jornada do consumidor, desde o momento que ele conhece a marca, navega pelo seu site, vai a uma loja física, entra em contato (presencialmente ou online) e finaliza uma compra, até momentos posteriores, como um eventual atendimento ou suporte pós-compra.

As empresas devem se preocupar com a experiência do cliente porque, baseado nas características desse cliente, ela poderá realizar uma entrega de forma mais satisfatória, apoiada nos pontos os quais ele julga importante, melhorando assim a sua experiência de compra, facilitando a tomada de decisão, tornando o processo mais aderente às suas características.

Natal/RN, 25 de novembro de 2021

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL – SENAC-AR/RN

Gerência de Desenvolvimento de Pessoas