

Vendas Diretas



Introdução

O mercado de vendas diretas no Brasil é um dos maiores do mundo (R\$ 4 Bilhões em 1997) ficando atrás apenas do Japão e dos Estados Unidos.

Os dados oficiais indicam que 1,1 milhão de pessoas trabalham vendendo os mais variados produtos, sendo que este número pode subir para 4 milhões devido à informalidade do mercado.

Analisando os números acima se pode perceber que este é um segmento atrativo para milhões de pessoas que buscam um rendimento extra, uma maneira de sustentar a família e mesmo plena realização profissional, fugindo das vagas em empregos tradicionais, que além de estarem cada vez mais difíceis, tendem a exigir uma quantidade de tempo e dedicação que muitas pessoas não podem dispor.

Além disso, em vendas diretas existem oportunidades fantásticas de ganhos mensais que podem chegar a até dez mil reais, fato que por si só já é um chamariz.

Claro que somente uma parcela do enorme volume de pessoas deste mercado chega a ganhar tanto.

Agora, o que posso garantir é que você também pode chegar lá, melhorando, treinando, se aperfeiçoando e principalmente acreditando em seu potencial.

O objetivo deste curso é trazer até você as características, crenças e comportamentos dos vendedores bem-sucedidos, sendo assim, nas lições a seguir você terá as informações necessárias para aumentar sua renda, se tornar um vendedor altamente persuasivo, otimizar seu tempo e projetar seu futuro de uma maneira muito mais otimista.

Quanto ao sucesso, bem, o sucesso é a gente que cria.

Sonhando com Objetivos

Você aceitaria um emprego sem saber quanto vai receber por mês?

Acho muito difícil, pois você pode receber qualquer valor e não pode nem ao menos reclamar.

Agora, quanto você quer ter de rendimento mensal trabalhando com vendas diretas?

Talvez queira ser daqueles que ganham dez mil reais por mês. Talvez fique satisfeito com um complemento na sua renda mensal na ordem de cem reais. Esta resposta depende de cada pessoa, seus sonhos e interesses pessoais.

O que realmente preocupa é o fato que a maioria das pessoas com as quais trabalhei não têm uma resposta para esta pergunta. Elas não sabem quanto querem ganhar, quanto podem ganhar e, em alguns casos, nem ao menos quanto já ganharam.

E aqui encontramos a primeira característica que os vendedores bem-sucedidos no ramo utilizam:

“Para ser bem-sucedido em vendas diretas defina com clareza suas metas financeiras”.

Diferente de empregos convencionais aqui você mesmo é quem estipula o seu rendimento. Nada de pechinchar aumentos ou não ser valorizado na hora de promoções. Nesta atividade o seu rendimento depende basicamente do seu esforço, empenho e comprometimento com seus próprios objetivos.

Gostou? Que tal dar a si mesmo um aumento?

Obviamente que, para definir valores realmente possíveis de serem obtidos, deve-se levar em consideração fatores externos, como tipo de produto que revende, e pessoais, como tempo disponível para vender, do contrário você pode se desiludir e desistir de seus sonhos.

Definindo metas financeiras

Quanto você quer ganhar?

Aqui sua imaginação e seus sonhos podem voar livres, agora um pouco de prudência pode ajudar. Um ganho de trinta mil reais mensais, por exemplo, creio que é mais fácil de ser obtido em outras atividades. Claro que estamos falando de revendedores, mas existem vários casos em que eles viram diretores de empresas do ramo e mesmo proprietários, pois afinal acabam conhecendo todos os macetes do setor.

Como sentimento básico você deve pensar em um valor que realmente o motive, que lhe possibilite pensar em comprar algo muito importante ou mesmo ter um padrão de vida diferente do que você já tem, enfim realizar algum sonho.

Caso o valor que você pensar não fizer ao menos um sorriso aparecer em seu rosto, mude-o, pois ele não vai realmente ser algo que você vai perseguir e se empenhar.

Resumindo, pense em algo que realmente valha a pena.

Escolhido o valor preencha a linha abaixo, com seu nome e o valor que você escolheu.

Eu.....
..... vou ganhar R\$..... mensais em vendas diretas.

Agora, você acha que é possível ganhar este valor? A sua crença é muito importante, você precisa acreditar que é possível. Caso tenha dúvidas informe-se junto à companhia com a qual você trabalha como é o desempenho do seu melhor vendedor, ou ainda, quanto ele tem de rendimento mensal. Este valor não deve ser considerado como o máximo (todo recorde espera alguém para batê-lo), mas pode lhe dar uma boa informação para se basear.

Caso este valor esteja muito abaixo do seu pretendido isto deve ser somente um indicador para que você pense em fazer coisas diferentes, que ampliem seus horizontes de possibilidades de ganho. Agora se ele for muito maior do que aquele que você projetou para si mesmo, pense o quanto ainda é possível progredir.

“Todo vendedor, para ter sucesso, deve se espelhar nos seus colegas de melhor desempenho, aprender com eles e se esforçar para alcançá-los ou até ultrapassá-los. Em vendas diretas o processo é o mesmo.”

Neste ponto você pode ainda ter alguma dúvida se quer, ser um vendedor diferenciado de alto desempenho e resultado. Se este é realmente seu objetivo, este livro certamente o ajudará, mas se você se contenta com menos lembre-se:

“Ter sucesso é conseguir aquilo que se deseja”.

E neste caso ainda é mais fácil, pois você determina o seu grau de sucesso.

O primeiro passo está dado. Especificando quanto você quer ganhar, você já sabe o que quer e aonde quer chegar. O que fazer para chegar lá será explorado nas próximas lições.

Comprometimento e flexibilidade

Uma vez definida sua meta financeira e com a certeza de que é possível atingi-la, agora é hora de saber até onde você está disposto a ir para consegui-la, ou melhor, se quer realmente pagar o preço do sucesso.



Estar comprometido com um objetivo é fazer tudo que precisa ser feito para que ele seja atingido, é estar preparado para tempo bom ou tempestades, é ir em frente em busca de algo mais importante que um porto seguro, um porto desejado.

Tenha sempre em mente que na sua jornada a rosa-dos-ventos terá sempre quatro pontos: Comprometimento, Flexibilidade, Ação e Resultado (Figura 1).

O comprometimento garante a persistência necessária diante dos obstáculos, à flexibilidade será fundamental para que você aja e busque sempre soluções para as dificuldades, mas tudo isto não tem sentido sem um resultado a ser perseguido.

Este é o segundo ponto dos vendedores de sucesso:

“O comprometimento com seus objetivos de ganho e a flexibilidade para atingi-los são os alicerces do sucesso em vendas diretas”.

Sabendo a importância disso, faça um compromisso agora, consigo mesmo e persiga suas metas com determinação e otimismo, você só tem a ganhar.

Estes dois pontos são tão importantes que vamos nos referir a eles em várias outras lições.

A esta altura pode ser que você ainda esteja com receio de se comprometer e mais tarde se desapontar. Caso isto seja uma verdade fique tranquilo, porque daqui para diante irão passo a passo ajudá-lo a trilhar as etapas do que precisa ser feito para atingir sua meta de rendimento mensal.

Relacionamentos

Para atingir sua meta é fundamental ter acesso a um número suficiente de pessoas que lhe permita atingir os ganhos que você mesmo estipulou. Todo vendedor que consegue resultados neste segmento tem facilidade em ampliar seu círculo de relacionamentos.

Não adianta só ser um bom vendedor, pois aqui, além de vender, é necessário formar sua própria rede de clientes.

Se você tem facilidade para conhecer pessoas novas está no caminho certo, mas o que eu constato, na grande maioria das pessoas que trabalham com vendas domiciliares, é que elas acabam prisioneiras da sua limitada área de conhecidos, amigos e parentes.

Caso você ache que seu círculo de relacionamentos já é grande suficiente, pode pular este capítulo. Só que nunca saberá as dicas que vamos dar para aqueles que precisam melhorar neste aspecto, que querem ultrapassar suas limitações e liberar todo seu potencial.

Aqui iremos ensinar como expandir seus horizontes de relacionamento e vencer uma verdadeira síndrome que se abate sobre alguns vendedores deste setor.

Síndrome da Falta de Clientes (SFC)

Uma característica muito importante deste mercado é o que chamo a Síndrome da Falta de Clientes.

Esta síndrome acontece quando pessoas sem treinamento em vendas diretas e sem saber que precisam continuamente expandir seus relacionamentos entram neste mercado contando com vender para as pessoas mais próximas, familiares,

amigos, colegas... E vendem. Faturam nos dois ou três primeiros meses quantias até mesmo maiores que aquela que você se comprometeu a receber e então... vender para quem?

Esgota-se seu círculo de relacionamentos e eles não conseguem, por vários motivos, ampliar este círculo de maneira a garantir seu volume de vendas.



Figura 2- Círculo de relacionamentos

Este fato pode acabar com toda motivação inicial, frustrar as expectativas de resultado e mesmo fazê-lo desistir; a não ser que seu objetivo seja somente vender para os conhecidos, fazer algum dinheiro e parar de vender.

Agora, se seu sonho é maior ou precisa de uma renda extra para fechar seu orçamento prepare-se para ter que ampliar seu círculo de possíveis clientes. Aqui é necessário profissionalismo.

“Para ser profissional neste ramo é necessário ultrapassar os limites da timidez, definir quem pode ser seu cliente e ir à luta. Sem medos, receios e de preferência com muito bom humor”.

Falar em profissionalismo em vendas diretas pode ser esquisito, a maioria dos revendedores considera seu trabalho somente um bico e muitas vezes param de vender na primeira oportunidade de uma vaga em empregos tradicionais. Felizmente, existem aqueles bem-sucedidos que trabalham de forma a atingir suas metas e só passam ao mercado formal de trabalho com excelentes propostas. Estes são capazes de perceber as vantagens deste sistema.

Vantagens como:

Horário extremamente flexível

Você mesmo determina seu horário de trabalho e quantas horas pretendem trabalhar por dia.

O rendimento depende diretamente do seu esforço e produtividade

Como já citamos, se você trabalha mais ou tem uma produtividade maior não vai ganhar a mesma coisa que o seu colega ao lado que é um folgado, logo esta é uma maneira mais justa de remuneração.

Nada de cobranças

Devido à relação diferente dos revendedores com as empresas para as quais eles revendem produtos, a palavra de ordem é motivar e não cobrar. Tanto é verdade que as empresas trabalham, normalmente, sem cotas mínimas de vendas além de oferecerem programas de premiação, treinamento e muitas palestras para manter o pessoal motivado.

O profissional bem-sucedido em vendas diretas vence a SFC e amplia seu círculo de relacionamentos de forma contínua, assim mantém e até mesmo aumenta o seu volume de vendas.

“Se você quiser ser medíocre faça como todo mundo faz, se você quiser se destacar faça como os campeões”.

Vencendo a SFC

A primeira maneira de vencer a SFC é vender várias vezes aos mesmos clientes. Você consegue isso de várias formas. Uma é revender produtos bons e de consumo rápido, os quais seus clientes gostarão de comprar de forma mensal ou no máximo de dois em dois meses. Outra é trabalhar com muitas empresas de modo a vender várias coisas para o mesmo cliente, neste caso o importante é sempre ter uma novidade. A terceira opção é trabalhar com empresas do setor que garantam um contínuo lançamento de novos produtos, possibilitando também a venda quase que mensal aos mesmos clientes.

Esta maneira não deve ser usada isoladamente, pois ela por si só limita bastante o seu potencial de obter resultados financeiros e pode fazer você se contentar com pouco.

A segunda maneira de vencer a SFC é aumentar, de alguma forma, o seu círculo de relacionamentos.

Para isto vamos, novamente, nos basear nos vendedores bem-sucedidos.

O que eles fazem:

- Gostam de conhecer novas pessoas ou aprendem a gostar.
- Gostam de desafios
- Definem seus potenciais clientes e criam maneiras de chegar até eles
- Têm comprometimento total com seu plano de ação
- Mantêm os clientes já conquistados

Conhecer novas pessoas

Se você ainda não gosta de conhecer novas pessoas ou é tímido pense no exemplo desta história contada no livro Além do topo, de Zig Ziglar, famoso escritor e palestrante americano, multimilionário. Ele começou sua bem-sucedida carreira vendendo utensílios para cozinha e sabe como ele fazia isto? Preparando jantares para grupos de pessoas em suas próprias casas. No momento que começou a ter sucesso ele contratou uma pessoa para atender telefonemas e também para ajudá-lo a preparar os jantares.

Esta pessoa era uma mulher muito tímida e aceitou o emprego, mas disse que preferia pedir demissão a ter que ir à casa de pessoas estranhas. Ele concordou com as condições até o dia em que houve um problema. Apesar de já ter agendado vários jantares para aquela noite surgiram outros clientes imprevistos e ele, como todo bom vendedor, não quis perder a venda e agendou mais alguns. Feito isto se desesperou, como cumprir tantos compromissos? Após pensar em várias alternativas só restou uma possível, apelar para sua secretária, que por sinal já era muito sua amiga.

No momento que ele lhe contou o que teria de fazê-la ficou muda, pálida e disse:

– Você vai me fazer viver a pior noite da minha vida, mas como não temos opção vou lhe ajudar, só fique sabendo que se houver uma próxima eu vou deixar você se dar mal e sem nenhuma pena.

Ele concordou com aquilo, ficou até meio chateado por colocá-la naquela situação e pensou que ela ia querer matá-lo na manhã seguinte.

No outro dia ela o cumprimentou normalmente e ele, com receio, perguntou lhe como tinha sido a noite passada.

Para seu espanto ela começou com entusiasmo:

– Você não pode nem imaginar o quanto me diverti. A primeira família que visitei me recepcionou muito bem, com bolo e café. Eles me botaram nas alturas, elogiaram meu trabalho e disseram que eu era uma verdadeira profissional, até me convidaram a voltar lá. Três das seis famílias tinham preparado gostosuras para mim e todas me elogiaram.

E concluiu:

– Não me lembro de ter me divertido tanto. Será um prazer fazer isto sempre que precisar.

Cinco anos depois esta pessoa “tímida” era vice-presidente internacional encarregada do treinamento em uma companhia de cosméticos que fatura muitos milhões de dólares.

Você pode pensar que ela deu sorte em encontrar pessoas receptivas no começo. Você está certo, mas o fato é que ela soube aproveitar este incentivo inicial e seguiu adiante, venceu sua inibição e obteve resultados. Aprendeu que as pessoas colaboram com aqueles que merecem.

E você o que está esperando?

Desafios

Em vendas diretas os desafios são grandes, todo dia temos que nos empenhar e buscar nosso resultado. Durante um de meus treinamentos para as revendedoras

de uma empresa que vende perfumes ouvi várias queixas sobre como era complicados atingir as metas estipuladas, e todo aquele papo de sempre. Então propus um desafio. Pedi que escolhessem o perfume da linha que fosse o seu preferido e passassem na loja e pegassem um frasco do mesmo. Feito isto, disse que teriam meia hora para sair à rua, em um bairro nobre de uma capital, e vender aquele produto. A venda deveria ser à vista e para uma pessoa completamente estranha. Muitas entraram em pânico em compensação outras se entusiasmaram e até pediram mais de um produto para vender.

Caso você tenha se dado conta, a venda proposta é uma das mais difíceis. O tempo é limitado, o cliente não pode escolher o produto, não tem prazo para pagar, não tem interesse prévio e é, provavelmente, desconhecido do vendedor. Quanto ao resultado, todas as alunas desta turma venderam o seu perfume, metade vendeu dois, e algumas anotaram pedidos para entregar depois. E o melhor, todas ganharam a comissão. Daí em diante elas me pediram para vender em todos os intervalos pois lhes ajudaria a cumprir as metas, ganhar dinheiro e ao mesmo tempo treinar as técnicas de vendas que estávamos estudando.

Devido aos bons resultados comecei a usar este exercício sempre que possível e os números foram parecidos. Em média quarenta por cento vendem mais do que um produto, cinquenta por cento vendem um produto e somente dez por cento não conseguem vender.

E você sabe quem são os que vendem mais de um? São aqueles que se entusiasmam com a ideia de superação, encaram este exercício como uma oportunidade para se aperfeiçoarem, melhorarem seu desempenho e, ainda por cima, se divertem durante o processo.

Isto lhe parece um desafio? Tente você mesmo e perceba os resultados.

Se você não tem para quem vender procure um lugar que tenha bastante gente e venda a qualquer um.

A única reclamação que tive com este método é que ele, obviamente, faz aumentar o número de vendas não realizadas, ou seja, você receberá muito mais “nãos”, mas em compensação também aumentará seus resultados, que é o seu real compromisso.

Clientes potenciais e como atingi-los

O seu tipo de cliente depende, basicamente, do tipo de produto que você trabalha. Em função disto defina os lugares e pessoa às quais você pode vender faça uma lista.

Comece pelas pessoas e lugares mais próximos, mas expanda seus limites. Procure em listas telefônicas estabelecimentos comerciais onde você possa ir, converse com amigos e peça indicações enfim procure criar uma relação inicial de pelo menos cem lugares e/ou pessoas.

Feito isto pense em que ação fazer para se tornar conhecido e promover os produtos que você vende. Entregar catálogos, distribuir amostras, promover encontros, criar parcerias, promover chás, jantares, sessões de demonstração,

enviar correspondência etc. Aqui o número de possibilidades só depende de sua criatividade, determinação e flexibilidade.

Agora todo este esforço é perdido se você não agir. Estabeleça um plano diário ou semanal de atividades e visitas (plano de ação), sempre tendo em mente que estas visitas devem lhe possibilitar ter um rendimento ao final do mês de acordo com sua meta.

Se você se esforça, se esforça e não obtém seus resultados, mude sua estratégia de ação. Isto é flexibilidade.

“Se você fizer o que sempre fez vai obter sempre os mesmos resultados.”

Comprometimento com seu plano de ação

Em meus treinamentos faço as pessoas estabelecerem planos de ação semanais. Nestes são definidas todas as atividades, visitas, telefonemas e a quantidade de tempo diária que você vai usar no seu trabalho. Lembre-se você é seu próprio chefe, logo é você que define as suas tarefas e, o mais importante, quando serão executadas.

Muitos vendedores seguem seu plano de ação, outros sempre têm uma desculpa.

As desculpas normalmente são: Esta semana choveu muito. Não tive com quem deixar meus filhos. Meu tio me visitou. Estou reformando a casa.

Não tive tempo. Tive que fazer outras coisas e me perdoar.

Nestes casos o que eu digo é o seguinte:

– Se você tivesse um emprego convencional você deixaria de ir por que choveu? Você não arranjará alguém para cuidar de seus filhos? Pararia de trabalhar por que sua casa está sendo reformada? Será que seu superior lhe perdoaria?

Para ser bem-sucedido deve-se fazer o que for necessário e agir **PROFISSIONALMENTE**. Lembre-se seu plano de ação é uma das maneiras que você criou para ter o seu rendimento garantido, não estar comprometido pode fazer você fracassar.

Sempre lembrando que fracassar aqui é não atingir sua meta financeira, pois o desempenho de todos os vendedores com quem trabalhei sempre melhora quando possuem metas e trabalham com planos de ação.

Isto significa que mesmo sem comprometimento total você ganhará mais do que ganhava antes, imagine estando comprometido.

Manter os clientes já conquistados

Se você fizer bons planos de ações, tiver comprometimento, ousar e sair à luta tem grandes chances. Só que se você esquecer de dar atenção aos clientes para os quais já vendeu terá que trabalhar sempre dobrado.

E isto é muito fácil de entender. O seu faturamento depende do número de produtos que você vende, se você não tiver uma base de clientes frequentes terá que todo mês ir atrás de novos e mais novos, o que pode ser um problema ou, no mínimo, lhe dar muito mais trabalho.

Os vendedores bem-sucedidos ligam para seus clientes para saber se estão satisfeitos com os produtos que compraram, os procuram para apresentar novidades e sempre os ajudam no sentido de oferecer aquilo que eles desejam. Também deixam seu telefone ou endereço para contato, pois neste mercado os produtos usualmente não estão expostos em lojas, ficando difícil para o consumidor fazer a recompra. É muito comum as pessoas desejarem comprar algo e, por não terem um vendedor para procurar nem um lugar para comprar, acabarem desistindo ou comprando da concorrência.

Algumas empresas colocam telefones gratuitos para os clientes ligarem, mas quem garante que a venda vai ser feita através de você?

É muito importante conservar seus clientes. Uma das melhores estratégias é ter uma lista com o nome e endereço de cada pessoa para quem você já vendeu. Se quiser ir além, anote os produtos comprados e aqueles pelos quais ela se interessou, mas não adquiriu, a data de cada venda também é uma informação muito interessante. As informações da lista podem até incluir características pessoais e da família. Como regra geral quanto mais informações mais chances de sucesso.

Portanto mantenha seu cliente satisfeito e em contato com você, tenha em mente que ele é que garante o seu “salário” no final das contas.

Relembrando

Tudo que foi colocado nesta lição tem como objetivo fazer com que você mantenha e expanda seu círculo de relacionamentos, seguindo o que foi escrito suas chances de obter os resultados desejados estão aumentando e se tornando cada vez mais sólidas. Agora talvez você ainda não se ache o tipo de pessoa capaz de obter resultados diferenciados, talvez sim. Para garantir iremos a seguir trabalhar com preparação para a venda.

Preparando-se para vender

Até aqui você já sabe que deve definir sua meta de rendimento, que precisa ampliar seu círculo de relacionamentos e que criar planos de ação e executá-los é fundamental.

Bem, se você está estudando este curso para melhorar seu desempenho como vendedor, então se prepare para o seu primeiro teste. Você terá que vender algumas ideias e sugestões que podem fazer diferença. Esta venda deverá ser feita ao seu cliente mais importante, aquele que pode alterar sua vida, seu desempenho: você mesmo.

Ao longo da vida compramos muitas crenças, opiniões, notícias, maneiras de ser e agir. Algumas delas são boas e nos fazem atingir resultados, outras se mostram frustrantes e decepcionantes. Agora, se você soubesse a maneira certa, aquela que nos leva aos nossos objetivos não gostaria de comprá-la?

Portanto compre esta ideia:

Para vender bem é necessário preparar-se para vender.
Três fatores são fundamentais na preparação para venda:

Capacitação técnica
Confiança nos produtos
Estar no estado emocional ideal para vender

Capacitação técnica

Capacitação técnica tem a ver com o conhecimento profundo dos produtos que você vende e das condições de pagamento e entrega. Em alguns casos, como vendas por catálogos com muitos itens, fica complicado conhecer todos os produtos, neste caso é importante confiar na marca e se informar com outros revendedores se há algum tipo de reclamação.

Portanto a primeira etapa desta preparação é conhecer os produtos que você vai vender e as formas e condições de pagamento. Informe-se na empresa em que você revende, ou pretende revender, sobre cursos, palestras ou treinamentos que lhe possibilitem adquirir os conhecimentos técnicos e, principalmente, uma forte confiança naquilo que você for vender.

Participar destes cursos é muito importante, pois gera uma sensação de segurança e auxilia a atender o cliente, na medida que é possível saber quais os produtos que atendem suas necessidades e também ajuda na hora de trabalhar com objeções, o que será visto em uma próxima lição.

Quanto às formas e condições de pagamento, estas são importantes, pois muitas vezes, permitem adequar o pagamento ao orçamento do cliente, o que pode definir uma venda.

Confiança nos produtos

Para vender algo é necessário que você acredite naquilo que vende, ou seja que você “compre” a idéia de que o produto é realmente adequado às pessoas as quais você vende.

Algumas pessoas podem pensar que isto é bobagem, que um bom vendedor vende qualquer coisa. Pode ser, mas lembre-se que em venda direta é fundamental aumentar o número de clientes e manter os clientes já conquistados.

Se os seus produtos não agradaram a quem você vendeu, eles não voltarão a comprar. Pior ainda, isto pode até fazer com que percam a confiança em você.

Neste processo, de uma coisa você pode ter certeza: As informações sobre o que você vende se espalham e mais ainda se forem negativas. Isso pode fazer todo seu esforço em estabelecer metas, planos de ação e maneiras de aumentar seu círculo de relacionamentos se tornar ineficaz, prejudicando a sua obtenção de resultados.

Além disto você já conversou com alguém que acredita no que faz, ou no que vende?

Se sua resposta for sim, é fácil de entender por que as pessoas que trabalham com uma forte crença no que estão fazendo, ou vendendo, são muito mais motivadas, altamente persuasivas e passam ao cliente uma segurança que certamente traz um aumento de performance.

Conclusão: Conheça e confie naquilo que você vende e, principalmente, tenha certeza de que ele tem a qualidade necessária para atender as exigências dos seus clientes.

O pior sentimento que você pode despertar em um cliente é o remorso de compra ou seja, ele arrepender-se do que comprou.

Todo bom vendedor vende de uma maneira que seu cliente fique satisfeito com a compra, agora um ótimo vendedor ultrapassa estas expectativas. Para isto o conhecimento dos produtos e suas características são indispensáveis, mas não suficiente, é preciso também uma considerável preparação emocional.

Estado ideal para vender

O estado emocional do vendedor na hora da venda ou quando está trabalhando para aumentar seus relacionamentos é de vital importância.

Não interessa se, em outros momentos, você é tímido, mal-humorado ou como quiser ser. Na hora do trabalho existem certas características que são da maior importância e que fazem a diferença.

Logo, preparar-se emocionalmente para vender é aprender a estar no estado emocional correto na hora que você mais precisa: Quando estiver na frente do seu cliente.

Segundo os estudos mais recentes de Richard Bandler, criador da programação neurolinguística, o estado ideal para vender é uma mistura de três estados:

Senso de humor

Determinação para agir

Flerte ou sedução

Se você já tem estas características, parabéns, use-as. Agora se você está pensando que não é bem o seu perfil, fique tranquilo pois todos nós as possuímos em determinados momentos. A questão é aprendermos a acessá-las na hora certa.

Senso de humor

Pense em algum ótimo vendedor que você conheça. Como é o senso de humor dele?

O bom vendedor tem um apurado senso de humor, não necessariamente exagerado, mas suficiente para fazer as pessoas às quais ele vende se sentirem bem.

Todos nós temos nossos problemas, nossas preocupações. Agora imagine se você iria querer comprar de alguém que lhe trouxesse mais problemas, que fosse mal-humorado e negativo?

É, certamente não seria bom, especialmente em venda direta onde o tipo de contato com o cliente é muito mais íntimo e acontece fora de um estabelecimento comercial.

Outra maneira de perceber a importância do bom humor é saber que um dos seus objetivos é fazer com que o cliente continue comprando de você e até lhe indique alguns amigos. Para isto acontecer é necessário saber como esta pessoa pensa em você, qual imagem ela faz de você e se ela simpatizou com seu jeito. O bom humor aumenta em muitas suas chances de ser lembrado como alguém interessante, daqueles que queremos encontrar de novo e mesmo indicar para os conhecidos.

A regra do sorriso vale aqui de novo.

Você será bem-sucedido quando o seu cliente pensar em você com um sorriso estampado na face.

Agora tenha certos cuidados, é infrutífero ficar só contando piadas pesadas e dizendo gracinhas, o humor tem de ser condizente com o seu cliente, suas crenças, seus valores e seu jeito de ser. O importante aqui é manter o SEU SENSO DE HUMOR independentemente do tipo de cliente que você está atendendo.

Um exemplo bem ilustrativo disto foi o de um teste realizado por uma revista em um grande shopping.

Uma repórter foi enviada a uma loja de roupas com o intuito de ficar uma hora lá dentro, experimentar muitas peças, não gostar de nada e sair sem comprar um par de meias sequer. O objetivo era avaliar como as vendedoras daquela loja atendiam clientes “difíceis”.

A repórter descreve como nesta hora ela fez de tudo para dificultar o trabalho da vendedora. Dizia que não gostava, mesmo quando estava adorando, e da sua dificuldade em ficar uma hora sendo muito bem atendida, experimentando roupas maravilhosas e mesmo assim sair sem comprar nada.

Terminado o prazo estipulado ela agradeceu a atenção da vendedora, que em momento algum perdeu o seu humor e atendeu todos os estranhos caprichos solicitados, mas disse que nada lhe agradara.

A vendedora falou que este era seu trabalho e que se ela quisesse voltasse a semana que vem, pois estaria chegando a coleção de primavera que certamente teria algo que fosse do gosto dela.

Após sair da loja ela pensou: “Bem esta vendedora passou no teste, e que roupas bonitas... foi difícil.... mas tem alguma regra quanto a voltar lá?”

Não tinha. Ela voltou e comprou três peças de roupas, caras por sinal, dizendo que tinha mudado de opinião. Este é um caso real.

Quando atendemos bem as pessoas, mantendo nosso senso de humor, e tratando-as adequadamente o retorno é garantido, de alguma forma.

Determinação para agir

Esta é uma característica que todo vendedor deveria ter, mas em venda direta ela é fundamental. Em lojas e comércio tradicional a iniciativa do processo de venda, ou de compra, é do cliente. Ele é que procura a loja e o vendedor para comprar algo.

No caso de venda direta nem sempre é assim. Embora muitas vezes clientes possam vir procurá-lo, na maioria delas a ação inicial deve partir de você.

Sabendo então que a ação deve partir do vendedor, pode ter certeza que a hesitação é devastadora na conquista de suas metas.

Alguma vez na sua vida você já quis algo, mesmo sendo difícil de conseguir, e foi fundo, fez o que tinha que ser feito e conseguiu?

Certamente sim, todos nós temos exemplos de conquistas em uma época ou outra.

Assim deve ser com sua meta financeira. Estando completamente comprometidas com ela, as ações que você tem que tomar são simples partes de algo maior, o seu sucesso.

Você ainda pode fazer como na história daquele homem simples do campo que veio à cidade em busca de oportunidades e conseguiu um emprego de vendedor.

Ele nunca tinha vendido nada e tinha um receio tremendo de que as pessoas não gostassem dele, do seu jeito, dos seus produtos. Expondo seus receios a um outro vendedor da empresa, por sinal um excelente vendedor, este se compadeceu daquele homem simples e disse o seguinte: “No início eu tinha os mesmos temores que você, até que eu descobri que cada vez que um cliente não me comprava alguma coisa ele estava me fazendo um favor”.

O outro perguntou: “Como assim?”.

“Bem, eu vou lhe contar meu segredo. Quando eu comecei a vender a cada sete clientes que me diziam não um me dizia sim, logo eu ficava feliz com toda resposta negativa que recebia, pois ela sempre me colocava mais próximo de uma venda”.

O homem pensou sobre isto e comprou a ideia. Saiu confiante a vender e inclusive agradecia às pessoas mesmo quando elas não compravam.

Em um ano ele era um dos melhores vendedores da empresa e ouvia muito menos não antes de efetuar uma venda. Ele nunca duvidou que fosse possível, logo nunca hesitou para agir.

“Jamais espere o momento certo para agir, pois ele pode nunca chegar”.

Napoleon Hill

Para concluir pense na seguinte situação: Você está andando em uma rua muito movimentada e encontra uma nota de cinquenta reais caída no chão. O que faria? Hesitaria para pegá-la?

Assim são seus clientes, cada um deles pode lhe trazer lucros muito maiores que isto, você hesitaria para ir falar com eles?

Flerte ou sedução

Seduzir o cliente. Você já deve ter ouvido esta frase muitas vezes, é o tema de muitas palestras, cursos seminários. Várias empresas investem muito dinheiro em campanhas publicitárias, treinamento e programas de qualidade em atendimento cujo propósito é conseguir este objetivo.

E você, enquanto agente direto de venda, acha que isto não é importante?

Óbvio que é! Tão importante que faz parte do seu estado emocional ideal para vender.

Todos nós já tivemos a experiência de flertar, de querer seduzir, envolver alguém. Agora vamos resgatar um pouco este sentimento, esta sensação. Pense nas coisas que você fez..., na maneira como você agia quando se aproximava de alguém realmente interessante, nas “loucuras” que talvez tenha feito na tentativa de sedução. Lembre-se da vontade e motivação para satisfazer os desejos e anseios desta pessoa especial.

É exatamente assim que você tem de pensar com relação a seus clientes, qualquer um merece e deve ser atendido deste jeito.

À vontade de querer envolver, conquistar é um diferencial tremendo na hora de agir. Se você realmente quer conquistar algo ou alguém, a sua postura, seu envolvimento e motivação são multiplicados várias vezes e, conseqüentemente, seus resultados também.

Além disto às pessoas gostam de ser seduzidas, desde que seja feito da maneira certa, sem forçar e com muita harmonia de modo a possibilitar ao outro saber que está tomando a decisão certa ao se deixar envolver.

Logo para cativar o cliente você precisa ser envolvente e não só no momento da venda como depois também, pois, como já foi dito, nosso objetivo vai além de só vender: É também manter este cliente e conseguir indicações.

Parafraseando Saint Exupery:

“Nós somos responsáveis por todos aqueles a quem cativamos”

Uma vez que você conseguiu cativar alguém, assuma sua responsabilidade, venda produtos adequados e cultive sua relação com seu cliente, ela é o fator mais importante deste processo.

Usando os três estados ao mesmo tempo

Em meus treinamentos desenvolvemos técnicas que possibilitam atingir este estado ideal para vender, aqui vou lhe dar algumas dicas úteis:

Sempre que possível, momentos antes de começar a atender o cliente, faça o seguinte procedimento:

- Imagine o cliente como alguém realmente interessante, independentemente de como ele realmente seja.
- Pense na venda já realizada e você recebendo sua comissão, sua recompensa.
- Descubra uma maneira de se divertir durante o processo. Sabendo isto e estando preparado para vender está chegando o momento de tratarmos da venda propriamente dita. A partir da próxima lição iremos fornecer informações que lhe ajudarão a vender. Lembre-se você tem um objetivo e, por melhor que já esteja, sempre pode e deve melhorar.