

O processo de venda



Qualquer venda é um processo dinâmico, com início meio e fim.

Entender como ele funciona é o que dá ao vendedor a segurança de saber para onde está indo e mesmo se já chegou lá.

Para nos localizarmos em uma estrada ou cidade um mapa é fundamental, conhecer o processo de venda é como ter um mapa.

Etapas do processo de venda:

- CONSEGUIR A ATENÇÃO
- ESTABELECE R APPO RT
- COLHER INFORMAÇÕES
- CRIAR O ESTADO IDEAL DE COMPRA
- APRESENTAR O PRODUTO
- PRECAVER-SE CONTRA OBJEÇÕES
- CONCLUSÃO E TESTE FUTURO

É bom saber que esta é uma maneira didática e sistemática de explicar como uma venda ocorre, mas tem exceções.

Um exemplo é quando chega um cliente e pede um produto específico, não pergunta preço e ainda diz que vai levar três unidades. Tudo que você deve fazer

neste caso é anotar o pedido, tentar vender algo diferente só no caso de não estar mais trabalhando com o produto solicitado.

Quem conhece e segue estas etapas pode vender como quem dirige na sua vizinhança, onde está familiarizado com todas as estradas que levam ao destino desejado.

Nas próximas lições iremos detalhar cada uma delas, permitindo assim que você aumente suas habilidades como vendedor e fique cada vez mais próximo do seu objetivo de rendimento.

Conseguir a atenção

A primeira etapa a ser vencida é conseguir a atenção do cliente, não simplesmente ter uma ou mais pessoas paradas na sua frente pensando na vida, mas sim atentas e ávidas para saber o que você tem para oferecer.

A maneira como você obtém a atenção também é fundamental, pois sendo bem-feita facilitará todas as outras etapas.

Bem então vamos nos dedicar aos modos de conseguir a atenção.

Maneiras eficazes de conseguir a atenção:

- SER CRIATIVO
- FAZER PERGUNTAS CUJAS RESPOSTAS SEJAM “SIM”
- SER OUSADO
- FRASES OU ATITUDES QUE CAUSEM CURIOSIDADE
- INTERROMPER O PADRÃO EM CURSO

Ser criativo

Criatividade é algo que varia de pessoa para pessoa e acessá-la na hora exata em que é necessária nem sempre é possível. Logo aconselho que você seja criativo e pense em maneiras de conseguir a atenção antes de estar com o cliente diante de você. Nos tópicos a seguir iremos dar várias dicas e exemplos que certamente lhe ajudarão a bolar ótimas formas de conseguir a atenção.

Fazer perguntas cujas respostas sejam sim

O fato de que devemos buscar a concordância do cliente é bastante conhecido e citado em todos os bons livros sobre como vender. Então porque não ter o cliente dizendo, ou pensando, sim desde o início do processo?

Vou mais longe, se você começar obtendo um não você diminui em cinquenta por cento sua chance de fechar a venda. Logo começar fazendo perguntas cujas respostas SÓ POSSAM ser SIM é um ótimo jeito de conseguir a concordância.

Para ilustrar isto vou dar um exemplo: Um homem está dirigindo seu carro em um dia de chuva forte e vê uma linda mulher tentando fugir da chuva embaixo de uma sombrinha e sendo molhada pela água jogada pelos carros que passam. Por ficar com pena dela, ou talvez por ser ela muito bonita, decide oferecer uma carona. Que pergunta ele deve fazer para aumentar a chance de conseguir seu objetivo?

– Quer uma carona?

Nem pensar, a não ser que ele esteja em um carro da moda e seja bonito, aí provavelmente ele não precisaria perguntar nada mesmo.

– Quer parar de se molhar?

Quem não quer? Esta pergunta faz com que o primeiro pensamento que a pessoa tenha seja: SIM EU QUERO.

Uma vez em um curso que eu estava ministrando um rapaz bem apessoado, modelo, fazia parte da equipe de vendas e prestava bastante atenção ao que eu falava, quando chegou nesta parte ele perguntou: E o que eu faço depois que ela entrar no carro?

Todos começaram a rir e com certeza ele perdeu alguns pontos com as suas colegas.

Agora, você percebeu a diferença entre as duas perguntas? Uma gera receio, medo e tudo que pode estar associado em pegar carona com um estranho e a segunda gera vontade de parar de se molhar, o que é algo desejável.

Além disto vou lhes passar outra dica, nosso cérebro tem uma tendência a aceitar como verdadeira qualquer colocação feita após uma série de pelo menos três afirmações que gerem concordância plena, ou seja um “sim”.

Você está lendo este livro, certamente está respirando e enquanto mantém seus olhos abertos pode ter certeza da utilidade que este livro vai ter em sua atividade.

Se prestar atenção na frase anterior você pode entender como este processo funciona. Nela existem três afirmações inquestionáveis, que só podem gerar sim e depois outras que tem uma grande chance de ser verdadeira e é reforçada em sua mente pelas três primeiras.

Frases que possam induzir rejeição ou negação dificultam sua tarefa.

Afirmações deste tipo podem estragar sua venda:

– *Oi, sou Fulana de Tal e vendo produtos Tomara que Me Comprem.* Algumas pessoas têm preconceito com vendedores chatos e a simples menção do verbo vender já gera rejeição.

– *Você tem um minutinho para eu lhe mostrar alguns produtos?* Esta maneira já está muito batida e tem grande chance de resultar em um não. Frases boas são aquelas que dificilmente podem criar NÃOS e geram o SIM ou pelo menos a dúvida que permite conseguir o SIM mais adiante.

- Você gosta de perfume?
- Poderia me ajudar?
- Você gosta de bons produtos?

São boas colocações. Tenha em mente que se o cliente tiver SIM em sua cabeça o tempo todo, a venda será uma moleza.

Ser ousado

A ousadia é uma característica que depende de sua capacidade de ser flexível na obtenção de uma meta. Também é influenciada por sua segurança no que está vendendo e crença no resultado positivo.

Ser ousado para conseguir a atenção é ir além do que é considerado convencional, é agir de uma maneira que ultrapasse o limite que as pessoas comuns se auto-aplicam.

Existem muitos exemplos de pessoas ousadas que conquistam a atenção dos outros vou citar alguns.

O primeiro é fora do ramo de vendas, mas ilustra bem a ousadia.

Algum tempo atrás um dos melhores hospitais de Porto Alegre estava selecionando profissionais para trabalhar em uma determinada área, minha esposa enviou currículo e foi uma das selecionadas. Várias amigas delas ficaram sabendo da oferta depois que o prazo para inscrição havia se encerrado, ligavam para minha esposa, ficavam reclamando da pouca sorte e pedindo algum tipo de ajuda para trabalhar lá. Enquanto isto uma delas pegou seu currículo e foi até a agência de recursos humanos que era responsável pela seleção. Chegando lá foi atendida pela recepcionista, que veio com todo aquele papo que o prazo tinha se esgotado no dia anterior, que ela não podia aceitar etc.

Então ela respondeu: “Eu sei que o prazo se encerrou ontem, mas sei também que tenho todo o perfil para este cargo e a única coisa que lhe peço é que passe este currículo para quem decide, agora. Se você não fizer, pode se arrepender”.

Virou as costas e foi embora. Hoje minha esposa e ela trabalham no hospital, quanto às outras colegas, bem muitas ainda estão se queixando da falta de sorte. Que boa vendedora daria esta pessoa.

Outra história interessante é daquele executivo que recebeu, por engano, vários vendedores ao mesmo tempo com objetivo de comprar um determinado equipamento. Imaginem a confusão, cada vendedor queria se destacar mais, mostrar prospectos falar das vantagens de seu produto. O executivo estava quase louco com isto, quando observou um vendedor em um canto da sala parado e tirando a camisa. No início ele não deu muita bola e continuou tentando organizar

o atendimento, mas quando este vendedor começou a tirar o cinto era hora de agir.

Então disse: “O que você pensa que está fazendo?”

Ao que o vendedor respondeu: “Chamando sua atenção, além do mais aqui está muito quente com tantas pessoas”.

“Muito bem você já a tem, mostre-me ou fale-me de seu produto”.

“Eu prefiro tratar disto mais tarde esta sala está muito bagunçada e você não poderá avaliar todas as vantagens que meus produtos possuem em relação aos concorrentes”.

Quem você acha que efetuou a venda? Claro que foi o vendedor ousado.

Outro fato interessante aconteceu comigo.

Eu fui comprar um presente para um amigo meu, em uma grande loja de departamentos, e decidi comprar uma escada. Até aí tudo bem, só que nesta loja para se dirigir ao caixa para pagar era necessário que algum vendedor preenchesse a papelada. Foi quando começou o problema. Era um dia de muito movimento com muitas pessoas fazendo compras e os vendedores estavam bastante ocupados. Quando um passava por mim tentava chamá-lo, fazer com que me atendesse, mas nada.

Passado uns quinze minutos minha paciência já estava estourando. Afinal eu queria gastar meu dinheiro ali, sabia o que queria, será que era um favor ser atendido? Então decidi ser ousado, levantei a escada acima da minha cabeça e fiquei parado como se fosse jogá-la em cima dos cristais. Em segundos tinha um vendedor me atendendo, talvez tenham clientes esperando lá até hoje. É incrível como em várias lojas não são os vendedores que vendem, são os compradores que compram, apesar dos vendedores.

Para encerrar conto o que aconteceu após um curso de vendas. Eu e alguns participantes fomos a um restaurante comemorar o término do curso.

Chegando lá nos sentamos, fizemos o pedido e ficamos conversando sobre as coisas que havíamos vivenciado durante o treinamento. Bem, o tempo foi passando e nada de nossa comida chegar, reclamamos várias vezes ao garçom até que pela quarta vez desistimos pois era inútil. Foi quando um dos alunos viu em cima da mesa um panfleto dizendo: USE NOSSA TELE-ENTREGA. E o número do telefone.

Já fazia quarenta minutos e pelo visto nosso pedido ainda iria demorar, pegamos então um telefone celular e resolvemos tomar uma atitude. Ligamos para o número da tele-entrega, perguntamos quanto tempo demora um pedido para ser entregue e recebemos como resposta meia hora, repetimos então todo nosso pedido e então nos perguntaram o endereço.

Demos o endereço do próprio restaurante. Quando o atendente percebeu o fato, perguntou se estávamos passando um trote. Dissemos que não, mas que estávamos sentados na mesa número 14 já fazia mais de quarenta minutos, que não suportávamos mais a demora e só queríamos jantar mais rápido.

Não se passou um minuto e o gerente chegou em nossa mesa literalmente vermelho de vergonha, pediu mil desculpas, deu algumas explicações e logo em seguida estávamos rindo e jantando.

A ousadia muitas vezes é a chave para conseguir a atenção e abrir portas fechadas.

Frases ou atitudes que causem curiosidade

A curiosidade também é uma boa forma de captar a atenção. Você já viu na televisão ou presenciou alguém parado olhando para o céu como se lá existisse algo muito importante?

O que acontece em seguida? Temos em pouco tempo um grupo de pessoas olhando, curiosas para saber o que a pessoa estava observando.

Assim é a curiosidade ela nos prende, nos faz ficar ligados e prestando atenção, então por que não a usar em vendas?

Uma frase que eu gosto muito de usar e que tem ligação com curiosidade é:

“Você não sabe o que vai perder”.

Já imaginou parar uma pessoa e perguntar: – Com licença, mas você não sabe o que vai perder!

Provavelmente ela responda: – Como assim?

No que você replica: – Você não sabe o que vai perder se não der uma olhadinha nos produtos que estou vendendo, tenho certeza de que vai gostar. Eles têm a sua cara.

Ou então fazer como um corretor de seguros, americano, que tinha em cima de sua mesa um livro de Ernest Hemingway com várias notas de cem dólares colocadas na primeira página. As pessoas se sentavam em frente a ele e ficavam olhando aquele livro com as notas quase que saindo, até que ele parecia perceber o fato, abria o livro deixando voar algumas notas e mostrando uma foto do autor na primeira página dizia: – ERNEST HEMINGWAY ESTÁ MORTO.

Deixava passar um tempo e continuava: – E quando ele morreu deixou sua família sem um tostão, jogada na rua, sem esperança, você sabe. Agora você tem uma família, e VOCÊ poderia estar morto. Como ficará sua família?

Ótima maneira de conseguir a atenção, até um livro e um punhado de notas pode ser usado para este propósito.

Só tenham cuidado para que ao usarem algo que cause curiosidade esta seja direcionada com elegância para um desfecho que propicie a venda, caso contrário o seu cliente pode até ficar com raiva.

Interromper o padrão em curso

Muitas vezes as pessoas ligam o “piloto automático” e ficam distraída com uma que atividade interrompe o padrão em curso e faz com que a atenção se volte para a causa da interrupção.

Por exemplo, muitas vezes estamos dirigindo, ou caminhando e pensando em nossa vida, devaneando de maneira que não somos nem capazes de nos lembrar do caminho percorrido, mas se um cachorro late, ou um caminhão buzina próximo a nós o que acontece? Imediatamente somos forçados a voltar a prestar atenção no mundo externo.

Este é outro método de conseguir a atenção e pode ser usado em vendas como em outras situações.

Uma vez conversando com uma jovem amiga minha sobre isto ela me contou a seguinte história.

Ela estava caminhando apressada no centro de sua cidade com um pacote que precisava entregar sem atrasos. Ela caminhava com a cabeça baixa, testas franzidas, absorta em sua tarefa. Repentinamente um rapaz bate no seu ombro e diz: Você costuma tomar banho de sol assim?

Ela ficou paralisada por instantes até que voltou à realidade e respondeu hesitante: Não, por quê?

Ao que ele retrucou: Porque se você tomasse banho de sol assim ficaria com marquinhos na testa. E abriu um grande sorriso.

O que aconteceu depois? Bem eu gosto de deixar as pessoas curiosas. O que você acha?

Concluindo

Nesta lição você teve contato e viu várias maneiras de conseguir a atenção. O importante é adaptar algumas, criar outras e ir experimentando até obter aquelas que realmente combinam com seu jeito e lhe trazem mais resultados. Use sua criatividade, pesquise como os bons vendedores fazem, consulte amigos e tenha confiança que colherá os frutos.

O primeiro passo dentro do processo de vendas está dado, a seguir iremos responder a pergunta daquele rapaz que queria saber o que fazer depois que a mulher entrasse no carro. A resposta é estabelecer rapport, o que será tratado na próxima lição.