



# RELACIONAMENTO

GESTÃO E INTERAÇÃO DE PESSOAL, DO FORNECEDOR AO CONSUMIDOR

# MÓDULO ESPECIAL VENDEDOR

## Falar sobre vendas, é falar da maior habilidade do mundo.

Sempre quando pensamos em **NEGOCIAÇÃO**, ligamos ao fato de **VENDER** algum produto.

Porém, engana-se quem diz que não faz isso; nós negociamos a todo o momento: negociamos com nosso marido/esposas; filhos; chefes; colegas e demais, mesmo quando isso não parece ocorrer. Estamos a todo momento vendendo idéias.



## Levando o produto ao ponto de venda.

Como você sabe, trabalhar como vendedor exige muita energia, conhecimento, técnica e força de vontade. Ao contrário do que pensam algumas pessoas menos avisadas, **SER UM BOM VENDEDOR** não é tarefa para qualquer um.

Seu trabalho é muito importante para o mercado, pois tem a função de distribuir nossos produtos ao maior número possível de pontos-de-venda.

De que adianta divulgar os nossos produtos e nossas mensagens através de propagandas na TV se os consumidores não achassem os produtos nos locais habituais de compra?



### O que NÃO é vender?



- Brigar/competir, falar mal do colega.
- Convencer alguém a fazer algo.
- Falar mais do que ouvir.
- Excluir para não errar.
- Estar fechado em sua proposta.  
(*negociar valores é sadio*)
- Estar armado até os dentes para ser o dono da situação.
- Medir “status”, discriminar.
- Atender todos ao mesmo tempo.
- Enganar o cliente.
- **Comprometer com algo que não possa cumprir**

## O que É vender?

- Ter o controle total do ato.
- Dialogar, conversar, possibilitar uma futura negociação.
- Comportar-se de acordo com a postura do cargo.
- Classificar (*separar os “sim” dos “não”*) vindos dos seus clientes em potencial.
- Sincronizar seus passos.
- Ser comprado: **VOCÊ É O SEU PRODUTO.**
- Proporcionar um “rapport” (leveza na relação).
- Estar disponível para ouvir.
- Atingir o emocional do cliente.
- Capacidade de ser flexível, barganhar, traçar metas.



Por que há vendedores que sempre conseguem vender muito e outros não? Tirando as explicações sobre a região e clientes com que eles atuam, há alguns pontos que fazem muita diferença:

## Auto Motivação, Fé, Coragem e Determinação.

Se você esperar que alguém lhe dê motivação, você nunca sairá do lugar. Você é que deve procurar as forças para vencer. O vendedor de sucesso não se abate com os primeiros obstáculos do dia, é persistente, otimista, contagiante!

Qualquer pessoa é capaz de achar seu próprio brilho e transformar o ambiente, atraindo oportunidades, pessoas positivas e bons negócios.

- **O derrotado é a vítima das situações.**
- **O vencedor transforma os obstáculos com o seu entusiasmo.**

### De olho no produto.

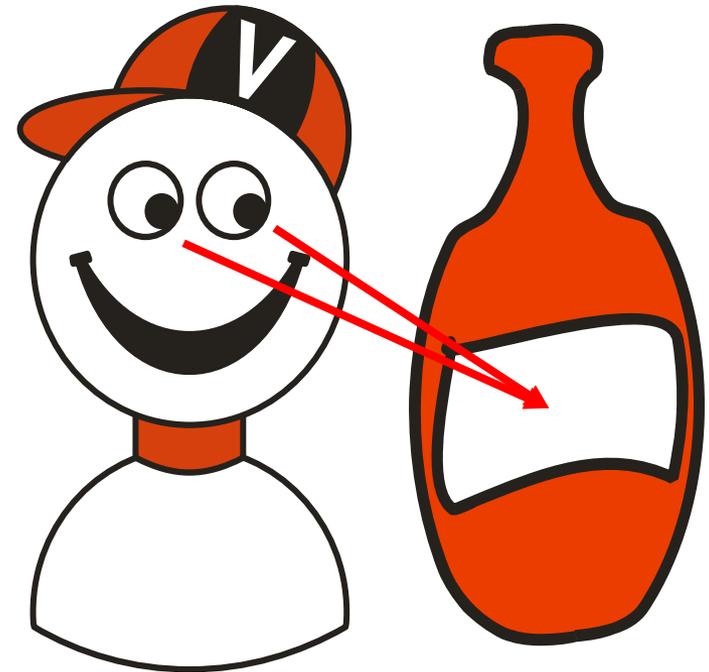
Hoje para ser vendedor é preciso conhecimento do produto, ser organizado, prestar serviços ao cliente e preparar-se SEMPRE.

A chave para essa questão é cuidar para que o produto que você vende ao cliente fique sempre bem exposto e não falte no ponto-de-venda.

Num mundo competitivo, você precisa se destacar. É preciso ter uma relação de confiança e proximidade com seus clientes.

Os melhores vendedores da atualidade utilizam a prática de dois conceitos: a pré-venda e a pós-venda.

**VENDA PARA O CONSUMIDOR E  
ASSIM O VAREJISTA COMPRARÁ MAIS**



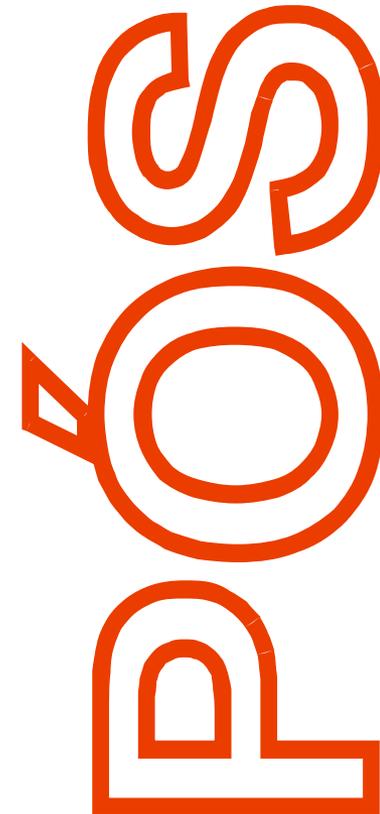


## O processo que antecedente à venda.

- Você deve se preparar psicologicamente para a realização da venda e não chegar ao cliente sem informação nenhuma sobre o mesmo.
- Devemos levantar: Quem é o cliente?  
Do que ele gosta e do que ele não gosta?  
Qual é o nome da esposa dele?  
Ele tem sócio? Qual é o carro dele?  
O que ele vende? Para quem vende?  
Como vende?
- O segredo do êxito está em preparar-se para aproveitar a ocasião.
- Depois da visita, anote tudo, pois da próxima vez, essas anotações serão decisivas para vender melhor.

## O processo posterior à venda.

- Chamamos de pós-venda todas as ações que o vendedor toma após a concretização da venda.
- O trabalho do vendedor não termina quando ele tira o pedido. Não se engane! Se você vendeu uma mercadoria, você é o responsável pela entrega e pelo giro (*venda ao consumidor*) perante o seu cliente. Ele confiou em você e desapontá-lo só vai lhe prejudicar.
- Você deve dar toda a atenção necessária ao cliente para garantir o que você combinou na negociação.
- O pós-venda é o início de uma nova pré-venda.



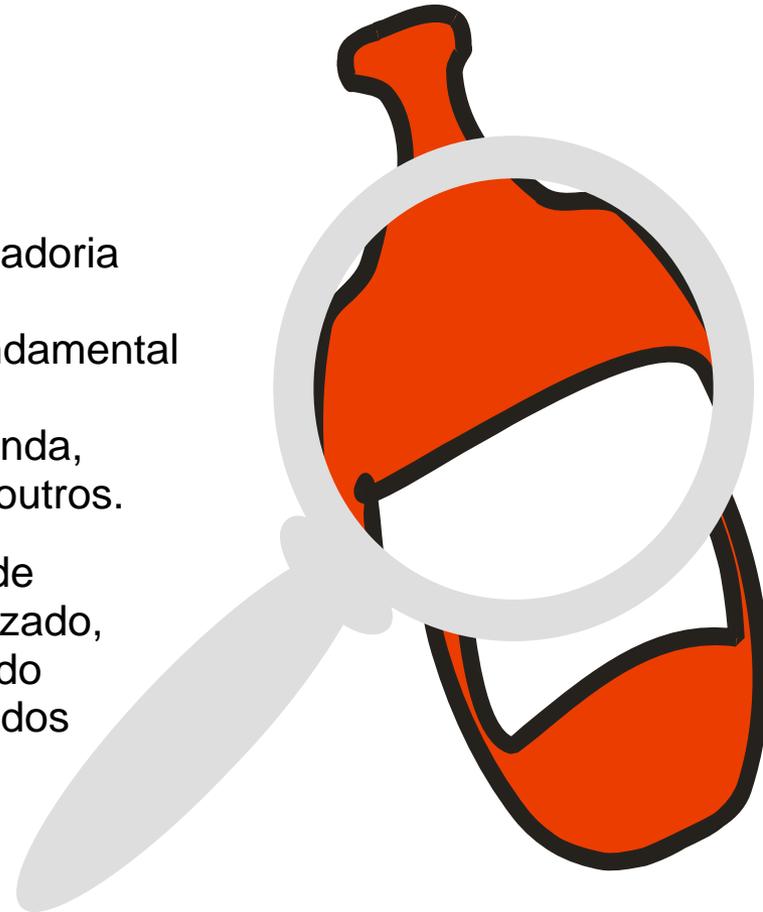
## Acredite no seu produto!

- **MARKETING PESSOAL:** A forma que você se apresenta no encontro fornecerá (ou não) a oportunidade de negócio. Não só a aparência, mas principalmente a postura e o discurso.
- **ENCARNANDO O SEU PRODUTO:** A venda é um processo de classificação, um exame e uma conversação. Você se torna o seu próprio produto, mas para isso não é necessário que você mude sua personalidade! Pelo contrário, você tem que ser você mesmo!
- **RACIONAL x EMOCIONAL:** Toda e qualquer venda é realizada na emoção. Existe um sentimento embutido no produto. Por exemplo, você não vende um ferro de passar roupa, mas sim a idéia de uma roupa bem passada.
- **CERTEZA x DÚVIDA:** Quando o cliente sabe o que quer, o vendedor apenas se dedica à negociação de valores e prazos. Já se o produto é novo ou não está nas prioridades do comprador, cabe ao vendedor tomar seus cuidados em estabelecer o “rapport”.



## Atento aos detalhes.

- O que está sendo vendido?  
Saiba de que material a mercadoria é feita, onde é fabricada etc.  
O controle de qualidade é fundamental e isso engloba a embalagem, a comercialização, a propaganda, o preço de distribuição entre outros.
- Para acompanhar a velocidade do nosso atual mundo globalizado, os produtos devem estar sendo permanentemente aperfeiçoados e renovados.
- Descubra o seu produto.  
Por que adquiri-lo?  
Qual o desejo por trás dele?



### Mais detalhes...



- Não se deve vender tudo de uma só vez. Produtos alimentícios têm prazos de validade. Produtos de moda, de promoções, seguem uma tendência do momento. Cuidado para que a venda demasiada não gere trocas e prejuízos para o cliente.
- São muitos os detalhes: preços, notícias, conversas, recados, números, conhecimentos de produtos e de clientes, horários, promoções etc. Organize-se: Tenha todo o material com você (tabelas de preços, talão de pedidos e material de merchandising). Use uma agenda. Faça seu itinerário de forma coerente evitando o desperdício de tempo e combustível.
- Escute melhor o seu cliente: Busque um ambiente sem distração, a técnica do espelhamento e do feedback, leve o rumo do intelectual para o emocional.

## Conquistar é...

- Nunca se encerrar numa única atitude. Trata-se de um processo permanente. Faz-se no dia-a-dia com muita paciência e dedicação.
- Autodisciplina e prática cotidiana.
- Garantir a continuidade do cliente e sua fidelidade.
- Buscar constantemente o aprimoramento de sua atividade como Vendedor/Negociador.

## Manter um cliente é...

- Comprometer-se verdadeiramente com a sua atividade.
- Usar a sua criatividade no maior número de situações possíveis.
- Tomar cuidado para não ter uma visão imediatista das vendas.

## A vontade do cliente.

É necessário descobrir qual, ou quais os sentimentos que leva os indivíduos a efetuarem a compra que se propõe. Agindo dessa forma, você aumentará consideravelmente suas vendas. Faça várias perguntas usando palavras chaves:

O que?	Quem?
Onde?	Como?
Quando?	Por quê?

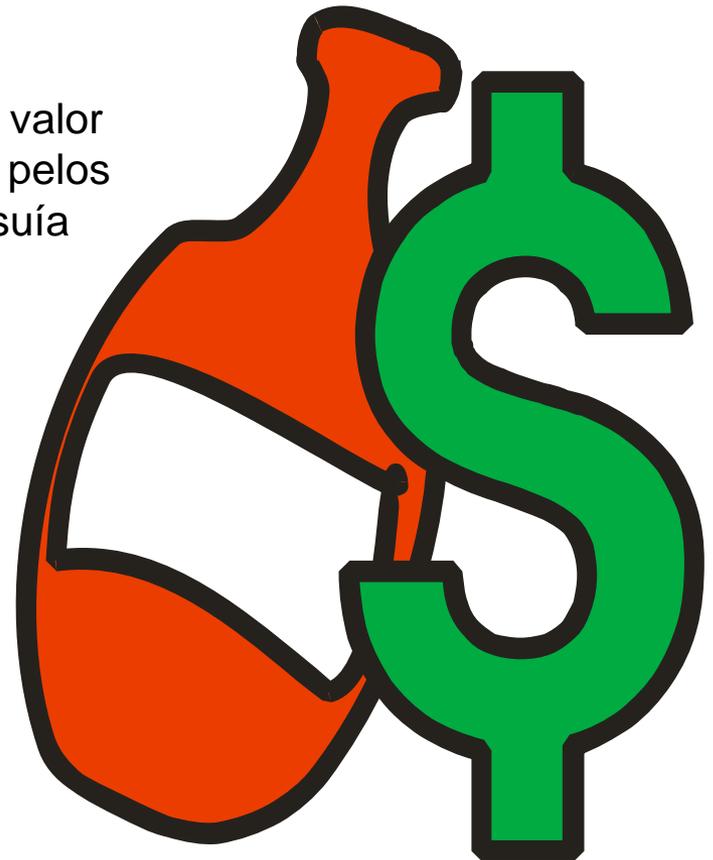
Desta forma ficará mais fácil identificar a **verdadeira razão** que está levando o cliente a efetuar a compra. Qual desejo o seu cliente pretende satisfazer ao adquirir o produto que você está oferecendo?

**A VENDA É EFETUADA NA EMOÇÃO**

## Satisfazendo as necessidades do seu ponto de venda.

Para atender aos desejos do cliente, é preciso agregar valor aos seus produtos. Esses valores lhe serão fornecidos pelos clientes e pelo conhecimento anterior, que você já possuía dos produtos oferecidos.

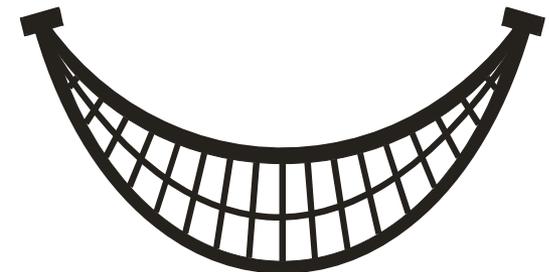
Ao fazer uma abordagem para conhecer melhor o seu cliente, classifique as respostas positivas e agregue um real valor às suas necessidades.



## Empatia.

Criar um bom relacionamento com o cliente em potencial fará com que o vendedor (ou consultor) se sinta mais à vontade na hora da negociação. 50% a 80% de uma venda vem da empatia. Os critérios que favorecem esta etapa são:

- Criar **sensações** especiais em relação ao vendedor e ao produto.
- Fazer com que as pessoas sintam-se **confortáveis** e mostrem o que desejam.
- Buscar a **confiança** e o **respeito** do cliente, fazendo-o se sentir especial.
- Tomar nota sem interromper o cliente.
- Apresentar sinais (verbais e visuais) para mostrar o seu **interesse**.
- Não julgar aquilo que está sendo dito.
- Não deixar passar as dúvidas. Perguntar, questionar e descobrir.
- Ser curioso (em relação as questões do cliente).
- Não utilizar os catálogos para fazer sua parte no trabalho.
- Não dar soluções fora de hora e ser sempre você mesmo.
- Não responder à perguntas não formuladas.



## A Venda.

Percorrido todo o caminho até aqui, chega a hora de verificar quem toma nota da decisão, no fechamento da venda, e se será necessário à apresentação de uma proposta personalizada.

## Proposta Personalizada.

Perceba como a pessoa que toma decisão gosta de ser bem tratada. Lembre-se que são poucas as pessoas que gostam de propostas longas, cheia de detalhes.

**Nem sempre o preço é o mais importante.**

Todas as pessoas gostam de se sentir únicas.

Transforme a proposta em um momento especial!

## O Acordo.

Quanto mais rápidos forem os dois passos anteriores, melhor!

Esteja preparado para fechar o acordo.

Quanto mais rápido o cliente saborear seu produto, menor será a possibilidade de uma mudança de idéia.



**VENDEDOR**  
**PERGUNTAS &**  
**RESPOSTAS**