

COMO NEGOCIAR E VENDER
EM SITUAÇÕES COMPLEXAS

10 AS

PODEROSAS TÉCNICAS DE VENDAS

POR TATSUO YOSTSUI



TATSUO ACADEMY

O QUE É O FECHAMENTO DA VENDA?

No mundo das vendas cada um tem um conceito muito próprio do que é fechamento de venda. Alguns dizem que fechamento da venda é transformar o não em um sim, é fazer o cliente comprar, é tirar ou concluir o pedido do cliente, enfim temos diversas definições.

Eu venho de uma escola de vendas que transforma pessoas tímidas e sem habilidades em vendas em exímios vendedores, com capacidade para vender qualquer coisa, podendo gerar com esta habilidade coisas boas ou coisas más, conseguindo influenciar ou manipular as pessoas. Por isso, acredito em um conceito muito particular que aprendi ao longo dos anos do que significa o fechamento da venda

Entendo que fechamento da venda é o processo de ajudar as pessoas a tomarem decisões que serão boas para elas mesmas. E o que é ajudar o prospect? Eu aprendi que ajudar o prospect é criar uma conexão entre o sentimento do vendedor e do prospect, entendendo a sua real necessidade.

Por que em minha opinião esta definição é a que melhor se encaixa para o conceito de fechamento da venda? Vou explicar:

Em uma relação prospect x vendedor, o prospect está em desvantagem em termos de preparação. O vendedor profissional recebe treinamento para vender e a maioria dos prospects não recebe treinamento para não comprar. Então minha conclusão é que estamos com **jugo desigual**. Desigual por que nesta relação o vendedor está em vantagem com relação ao prospect.

O conceito de que fechamento é o processo de ajudar as pessoas a tomarem decisões que serão boas para elas mesmas só é verdadeiro a partir do momento que o vendedor acredita no produto ou no serviço que está oferecendo. Por isso o verdadeiro vendedor profissional vende somente aquilo em que acredita.

Por que temos de acreditar no produto, serviço ou ideia que estamos vendendo?

Porque o profissional de vendas que trabalha apenas pelo dinheiro, vendendo aquilo em que não acredita não é uma pessoa que ajuda os outros. Essa pessoa que faz simplesmente pelo dinheiro é na verdade um mercenário.

Mercenários são manipuladores e manipulação não é ajuda!

O QUE SIGNIFICA MANIPULAR?

Pelo dicionário manipular significa tratar uma pessoa ou grupo de pessoas como se fossem objetos, a fim de dominá-los. Essa forma de tratamento significa um rebaixamento, um aviltamento. Então, manipulação significa, em síntese, não ter liberdade de escolha, significa controle!

Nós temos excelentes vendedores que utilizaram da sua capacidade de vendas para manipular as pessoas. Um exemplo é Adolf Hitler que convenceu o povo alemão com uma crença absurda e levou o mundo a 2ª Grande Guerra Mundial.

Então, perceba que o mercenário fecha a venda através do seguinte conceito: É o processo de apresentar uma proposta, uma idéia, um produto, uma visão, buscando somente o benefício próprio, não se importando com as reais necessidades do seu próximo.

Agora, quando o vendedor acredita no produto, no serviço ou na idéia que está vendendo, tudo muda. Porque nesse caso o vendedor pode ajudar verdadeiramente o seu prospect a tomar uma decisão que será boa para ele mesmo. Isso se chama influência.

O QUE SIGNIFICA INFLUENCIAR?

Influenciar significa ter autoridade moral, significa direito de escolha ou livre arbítrio.

Com todo o respeito e sem entrar na questão religiosa, um homem e grande vendedor que usou sua capacidade de influenciar foi Jesus Cristo. Sua influência foi tanto que a história da humanidade se divide em dois momentos: antes Dele e depois Dele. Ele era um homem que dava o direito de escolha as pessoas, que

acreditava no livre arbítrio, no poder de escolha das pessoas e com sua sabedoria ajudava as pessoas a tomarem as melhores decisões que eram boas, não para Ele e sim, para elas mesmas.

Agora que vocês entenderam a diferença entre manipular e influenciar vamos entender um pouco mais sobre como funciona o processo de fechamento da venda.

Entendido que o conceito de fechamento da venda é o processo de ajudar as pessoas a tomarem decisões que serão boas para elas mesmas, vamos entender o que é o fechamento na prática.

Vamos analisar.

A INTENÇÃO, A EXPECTATIVA E O SENTIMENTO DO VENDEDOR

Qual é a intenção que existe entre um vendedor e seu prospect?

O que o vendedor deseja? Naturalmente, diria que a intenção do vendedor seria vender.

E por que o vendedor deseja vender? Primeiro, porque o vendedor deseja ajudar o seu prospect. Talvez soe um pouco romântico demais, mas se não existir uma intenção genuína por trás da ação, você nunca será um grande vendedor, pois sua expressão facial, corporal, seus olhos, seus sentimentos e pensamentos falam no lugar da sua boca! Talvez o prospect não saiba falar o que está sentindo, apenas sente!

Já que a intenção do vendedor é ajudar o seu prospect, qual é a expectativa que o vendedor deve ter depois de sua apresentação? É esperar como resposta um sim ou um não?

Digo que a expectativa é um sim, mas a realidade na maioria das vezes é um não, disfarçado de várias respostas, tais como “vou pensar”, “vou falar com minha esposa/marido”, vou analisar e depois te ligo”, “não decido nada na hora”, etc... Enfim, a resposta do prospect ao vendedor na maioria das vezes é um não!

Por que acredito que você tem de pensar assim? Vou explicar:

• O prospect acredita no seu produto da mesma forma que você? Sim ou Não?

- **O seu prospect conhece a concorrência da mesma forma que você? Sim ou Não?**
- **O Prospect reconhece a real necessidade de ter o seu produto? Sim ou Não?**

Se sua resposta é não para estas perguntas, digo que sempre o vendedor deve esperar um não!

Agora, por outro lado, vamos analisar o vendedor:

- **O vendedor acredita no produto, na ideia ou no serviço que está vendendo? Sim ou Não?**
- **O vendedor conhece os concorrentes? Sim ou Não?**
- **O vendedor sabe da real necessidade que o prospect tem de seu produto? Sim ou Não?**

Se sua resposta é sim para estas perguntas, digo que sempre o vendedor deve ter como expectativa ajudar o prospect que diz não! O prospect diz não por não entender com tanta clareza o que você, vendedor, entende. Então, o que nós vendedores devemos fazer é ajudar o nosso prospect no processo de decisão. E se você simplesmente explica e seu prospect compra você não vendeu, ele comprou.

O cliente está certo quando diz não ao vendedor? Eu entendo que sim, ele está correto quando diz não e nós temos de ajudar no processo de decisão.

Entendida a expectativa do vendedor com relação ao prospect, como transformar o não em um sim?

HABILIDADES PARA PODER AJUDAR

Vou elucidar através de um exemplo. Vamos imaginar que temos uma situação entre duas pessoas que fazem papéis distintos: uma pessoa é um nadador salva-vidas e a outra é a pessoa que está se afogando. O nadador deve salvar a pessoa que está se afogando. Vamos analisar como o nadador deve proceder.

Qual a expectativa que o nadador deve ter em relação à pessoa que está morrendo afogada? Será que na hora em que nadador se aproximar do afogado e disser para ele ficar tranquilo e quieto, que ele vai se salvar dizendo “estou aqui para te ajudar, sou um ótimo nadador”, será que a pessoa que está se afogando vai obedecer? É bem possível que não. Aliás, se o nadador for salvá-lo com essa expectativa é

possível que ele morra junto com o afogado. Por que isso acontece? Apesar de o nadador estar fazendo uma coisa muito boa, que é salvar a vida do afogado, na hora, o afogado não reconhece com clareza a necessidade. Por isso, muitas vezes precisamos ser habilidosos para poder ajudar.

Porque digo que às vezes temos de ser habilidosos para poder ajudar? Vou explicar:

Se você fosse salvar a pessoa que estava se afogando, qual seria sua expectativa? Qual a técnica que usaria para salvá-la? Alguns diriam, “dou um soco no rosto e ela desmaia”, “dou uma gravata no pescoço dela”, “dou uma chave de braço”, “puxo pelos cabelos”, “entro por baixo”, “dou uma paulada nela”, “jogo uma boia” ... Por isso, devemos ter habilidades especiais para poder ajudar. Sem essa habilidade especial você tem poucas possibilidades de ajudar, ou seja, a menos que esteja preparado o risco de morrer junto é muito grande.

Em vendas é a mesma coisa. Às vezes temos de ser mais habilidosos com o nosso prospect pra poder ajudar. Habilidade significa se antecipar e prever as possíveis reações do prospect, saber neutralizar as objeções e utilizar corretamente as técnicas de fechamento de venda.

O QUE SÃO TÉCNICAS DE FECHAMENTO DE VENDA?

Entendido que temos de ter técnicas para ajudar, o que é uma técnica de fechamento de venda?

Uma técnica de fechamento de venda nada mais é do que uma maneira de conduzir com palavras o prospect ao fechamento da venda.

Digo no sentido figurado que é aquele toque sutil que leva ao fechamento. Muitas vezes o prospect fica naquela situação de “compro não compro, compro não compro, compro não compro” e o fechamento é aquele pequeno toque, com poucas palavras que leva o prospect ao compro!

Não confunda: uma técnica de fechamento é diferente de uma técnica de negociação. Vamos falar sobre técnicas de negociação mais à frente em nosso estudo.

Agora, quero aprofundar um pouco mais nas técnicas de fechamento de venda.

Vou apresentar a vocês as dez técnicas de fechamento de venda. Com estas técnicas criei e gerenciei grandes equipes de vendas, posso dizer que isso revolucionou os meus resultados, tanto na performance individual quanto no volume das minhas equipes de venda. Graças a estas técnicas, eu e meus vendedores destacávamos dentre a maioria.

Tenho certeza que se você estudar, treinar e colocar no seu piloto automático, assim como o meu, seus resultados de vendas vão disparar.

Vamos lá!

DICAS PARA UTILIZAR JUNTO COM AS TÉCNICAS DE FECHAMENTO

Antes de começar a explicar as técnicas de fechamento de venda vou dar algumas dicas que junto com as técnicas vão melhorar ainda mais o seu fechamento.

- Se você ao final da demonstração da sua venda tem a necessidade de preencher um talão de pedido, nunca retire o seu talão de vendas no final da demonstração, pois assusta o prospect. Digo que é o mesmo que sacar um revólver e colocar em cima da mesa. Você deve sempre colocar o talão na frente do seu prospect assim que você começar a demonstrar, pois o prospect vai se acostumando com o talão, e o “nominho” dele vai para o talão;
- Lembre-se “ferro cola quando está quente”. Teve oportunidade, vá para o fechamento! É melhor cedo demais do que tarde demais
- Fique atento aos sinais de compra. Perguntas feitas pelo prospect podem ser um sinal de compra, portanto fique atento. Quem não tem interesse não pergunta! Todo cliente dá sinais de compra mostrando quando está apto a comprar o produto. E estes sinais são fáceis de se identificar. O cliente pode pegar o produto na mão e manuseá-lo como se já fosse seu. Dizer algo indicando como seria se tivesse o produto, Pedir para o vendedor repetir algo que já foi dito apenas para ter

certeza.

- Se não receber sinais de compra, parta para o fechamento da venda mais cedo realizando a pergunta de fechamento. Caso a investida dê errado, reinicie o processo e tente novamente mais adiante. Não desista e tente quantas vezes for necessário.

- E quando o cliente não pergunta “como faço”? Quem cala, consente! Parta para o fechamento!

- Nunca demonstre que você tem dúvidas se o prospect deseja o que você está vendendo, porque maior será a dúvida do prospect se assim perceber a sua dúvida;

Os maiores vendedores, os profissionais e os vencedores na área de vendas têm todo um repertório de técnicas de fechamento de vendas. Alguns mesmo sem conhecer a teoria a aplicam. O propósito de toda técnica de fechamento é levar o prospect até a pergunta de fechamento fazendo com que se comprometa a comprar o produto ou serviço.

Existem técnicas e mais técnicas para que isto ocorra. Cada vendedor tem seu próprio estilo de trabalho e seu jeito de convencer. A mesma coisa acontece em vendas. Existe um jeito mais fácil de fazer e mais assertivo. É fazer através de um método!

Na maioria das vezes, o que não é planejado e não é estudado, tem grandes possibilidades de fracassar. Fazer as coisas com base nas tentativas e erros é válido, porém tem um custo muito alto. Em minha vida profissional sempre tentei entender a metodologia, a ciência por trás das práticas e posso assegurar, valeu a pena!

Quero ensinar as dez técnicas de fechamento de venda, que mostram como conduzir o prospect ao fechamento. Os índices de sucesso destas técnicas são surpreendentes. Não existe vendedor infalível, mas posso garantir que sua assertividade no fechamento da venda irá aumentar muito.

Antes de começar a explicar, quero relatar algo que aconteceu comigo no dia em que conheci estas técnicas. Eu aprendi estas técnicas através de um vídeo de treinamento da empresa Siamar chamado “Como Fechar a Venda”, que explicava com muita propriedade o tema técnicas de fechamento de venda. Fiquei encantado! Logo depois. O palestrante distribuiu um encarte com as “Dez

Técnicas”, que vou apresentar agora. Nossa! Foi o máximo, assisti ao filme e ainda tinha um material para eu estudar. Mas aí uma situação me deixou perplexo. Meus colegas que receberam o encarte estavam fazendo dele um rascunho, alguns fizeram aviãozinho e estavam brincando na sala de aula com aquele material. Achei um absurdo tudo aquilo, um material tão rico e maravilhoso sendo desperdiçado por pessoas que não tinham noção do que aquele material significava.

Talvez eu seja suspeito ao dizer o que significaram estas técnicas em minha vida profissional, mas posso afirmar não fui eu que as criei, mas fui um grande propagador dessas técnicas. Sou apaixonado por elas. Por isso, você, que nesse momento está tendo acesso a essa informação, estude com afinho e muito carinho e tenho certeza que sua proficiência em vendas vai aumentar. Então vamos às dez técnicas de fechamento de venda:

AS DEZ PODEROSAS TÉCNICAS DE FECHAMENTO

TÉCNICA 1. SOLICITAR

Este é o meio mais direto e eficaz de se conduzir o prospect ao fechamento da venda. Ela é a base de todas as outras técnicas. Solicite diretamente interagindo com o cliente. Vá direto à pergunta de fechamento. Utilize perguntas diretas e objetivas, tais como:

- Quando posso mandar instalar o seu produto? Posso instalar amanhã?
- Por favor, dê um autógrafo aqui pra mim.
- Sr. João, qual é o seu sobrenome? É João do que?
- Sr. Pedro, qual o nome dessa rua?

Na verdade, esta técnica de fechamento nada mais é do que uma tomada de iniciativa por parte do vendedor para o fechamento da venda. Em síntese, é pedir indiretamente ao prospect uma decisão e muitos clientes já esperam por esse momento. Os



clientes têm certo receio de precipitar-se e fazer o pedido antes do momento certo e inconscientemente acham que cabe ao vendedor indicar quando este momento tiver chegado. Mas, por outro lado alguns compradores precisam de uma abordagem mais sutil.

Lembram-se do “compro não compro, compro não compro”? Na hora em que você pergunta “Sr. João, é João do que mesmo”? Quando o prospect o nome é o toque sutil que significa **compro**!

POR QUE ESTA TÉCNICA FUNCIONA?

Porque ela induz o prospect ao fechamento e você, vendedor, não fica passivo no processo de decisão.

TÉCNICA 2. FORMULÁRIO DO PEDIDO

Hoje em dia não é mais usual o preenchimento do formulário do pedido, poucas são as empresas que

utilizam o pedido físico, mas mesmo assim eu uso esta técnica com o mesmo sentido, como se eu tivesse um talão do pedido físico na minha frente. Vou explicar.



Ao dar início à apresentação de um produto ou serviço, o formulário de pedido deve ser colocado imediatamente em cima da mesa. Isto fará com que o cliente

se habitue à presença deste material e não se assuste ao vê-lo tirar um talão de pedidos da pasta de vendas.

A técnica “Formulário de Pedido” é uma técnica que anda em conjunto com a técnica “Solicitar”. Consiste em fazer perguntas e obter o aval do cliente durante os diversos passos do preenchimento do pedido. A cada resposta positiva, o cliente compromete-se cada vez mais até que basta que você solicite a aprovação para o pedido.

Durante a apresentação podem ser feitas perguntas que levam ao preenchimento do formulário de pedido. Vamos a elas:

- Aqui o endereço é rua?
- O seu nome é....?
- Não, João eu sei. É João de quê?
- Poderia aprovar aqui para mim...?

Atente-se ao fato de que esta técnica tem que ser utilizada em conjunto com a técnica “Solicitar”. No momento em que solicita, você preenche junto o formulário do pedido.

Respondendo a estas perguntas, o prospect está praticamente dando o aval para que você faça o fechamento. É importante que nessa hora você, vendedor, não hesite em preencher o formulário do pedido. Vá em frente e preencha!

Pode ser que o prospect diga: “o que você está fazendo”? Alguns vendedores ficam com medo, mas o máximo que pode acontecer nessa hora é o prospect dizer não e o não você já tem!

Se ele perguntar, o que está fazendo. Diga apenas que está preenchendo o seu pedido. Muitas vezes ele pode dizer, “eu ainda não pedi nada, eu não disse que ia querer o seu produto”. Responda com outra pergunta: “Mas o sr. gostou do produto”? Na maioria das vezes, se sua demonstração for maravilhosa, ele pode responder sim. Então volte para a técnica “Solicitar” e preencha o formulário. “Então, como o senhor gostou do produto, aqui é rua”?

Se você ainda é um vendedor novato, talvez fique com medo. Mas fique tranquilo, é normal. Com o tempo isso passa! No começo da minha carreira, não tenho vergonha de dizer, eu tinha até tremedeira. Na medida em que você for praticando, isso vai melhorar.

Lembre-se: se você demonstrar dúvida de que o prospect quer o seu produto, maior será a dúvida dele. Não esqueça, demonstre firmeza em suas convicções! Você acredita que o seu produto realmente irá ajudar o seu prospect? Então, seja firme no fechamento!

É óbvio que nem em todas as atividades o talão de pedidos é usado. Como proceder? É preciso criar situações ou circunstâncias nas quais você consiga - cadenciadamente - pedir as informações do cliente e fazê-lo perceber que está tomando uma decisão de compra.

Por exemplo, partindo para o fechamento da venda de uma franquia.

- O senhor gostou da franquia?

- Sim gostei!

- Então o senhor pode me emprestar seu CPF e RG?

- Por quê?

- Para eu imprimir a COF e lhe entregar o documento de entrega. O senhor vai fazer em qual cartão de crédito?

- Fazer o que?

- O pagamento da taxa inicial de franquia. Pode me emprestar?

Nesse caso não existe um formulário do pedido, mas é como se existisse.

Outras perguntas que induzem ao preenchimento do formulário do pedido.

- O endereço de faturamento é o mesmo da entrega?

- Sim

- Qual o endereço, por favor?

Veja que você pode fazer estas perguntas sem ter um formulário de pedido, mas inserindo os dados no sistema/software que você utiliza.

No final, ficará claro ao cliente que ele pouco a pouco foi concordando com você e conscientizando de que estava comprando a solução que você ofereceu a ele.

Por que esta técnica funciona?

O prospect é induzido a tomar uma decisão e se sua demonstração foi

convincente e foi feita de forma linda e maravilhosa a probabilidade de compra aumenta. E diferente da técnica “Solicitar”, o “Formulário do Pedido” é mais sutil, mais cadenciada e menos assustadora. O cliente responde às perguntas, até certo ponto inocentes, mas que ele sabe que são relativas à decisão dele em adquirir o produto.

TÉCNICA 3. OU/OU

O fechamento “Ou/Ou” é outra forma de disfarçar a pergunta de fechamento com algo mais sutil e ameno. Nesta técnica, você deve utilizar perguntas diretas, porém discretas. Consiste em perguntar qual das alternativas (no mínimo duas) oferecidas é a mais aceitável ao prospect. Qualquer que seja a resposta, ela terá caráter afirmativo e fará com que o prospect se comprometa cada vez mais com a compra. Exemplos:



- O senhor prefere que eu instale o seu produto na quarta feira ou na sexta-feira?
- A senhora prefere fazer no débito ou no cartão de crédito?
- Quer que eu entregue na parte da manhã ou de tarde?
- O senhor prefere pagar com cheque ou com dinheiro?

Esta forma de indução é melhor e mais eficiente do que o tradicional “vai comprar ou vai comprar?” Na verdade, qualquer uma das respostas significa um sim ao processo de compra.

Parta para as técnicas números 1 e 2!

Por que esta técnica funciona?

Porque ela é mais uma técnica que induz o prospect ao fechamento.

TÉCNICA 4. CHAVE DE BRAÇO

Quando o prospect usa de frases evasivas, ele, muitas vezes, pode estar expondo as suas verdadeiras objeções em relação ao produto ou a ideia que você está vendendo. Pode ser que ele deseje comprar o produto desde que sua objeção seja sanada e é função do vendedor ajudá-lo a tomar esta decisão. Para usar esta técnica é preciso conhecer muito bem o produto, suas características e principalmente seus benefícios. Esta técnica de vendas não poderá ser usada se o produto não preencher os requisitos apresentados pelo cliente.

Quando o cliente verbalizar uma objeção em forma de pergunta você deve responder a ele com uma nova pergunta de fechamento. Vou usar como exemplo a venda de um eletrodoméstico.

- Será que a sua assistência técnica funciona?
- Se eu provar para o senhor que minha assistência técnica funciona, o produto interessa ao senhor?

O cliente pode dizer: “depende!” Volte a pergunta a ele, pergunte novamente:

- Se eu provar que funciona o produto lhe interessa?
- Sim me interessa.



Parta para o fechamento usando as técnicas 1 e 2.

- Seu nome é...

Exemplo de como conduzir:

Se o prospect respondeu *sim*, preencha o pedido!

O prospect pode dizer:

- Você ainda não provou!

-Mas seu provar interessa, correto?

-Sim, então me prove!

- Fique tranquilo. Me deixe preencher o pedido e aí eu vou provar.

Neste momento o prospect fica intrigado. Depois que você preencheu o formulário, diga ao prospect:

- Rubrique aqui pra mim!

O prospect vai dizer:

-Você ainda não provou!

-Sabe como eu vou provar ao senhor? Eu vou mandar instalar o produto e se o meu produto não funcionar, eu devolvo o dinheiro ao senhor, joga a minha pasta fora e nunca mais trabalho nesta empresa! Rubrica aqui pra mim!

a verdade, a técnica por trás foi neutralizar a objeção utilizando sua credibilidade e partir para o fechamento utilizando as técnicas 1 e 2.

Outro exemplo, o cliente pergunta sobre o preço.

- Seu produto é caro?

Responda com outra pergunta:

- Se for barato, interessa ao senhor?

Pode ser que ele responda:

- Se for barato, sim.

Parta para o fechamento usando técnicas 1 e 2.

- Seu nome é...

Faça a mesma coisa, parta para o fechamento primeiro, depois fale sobre preço.

Por que esta técnica funciona?

Porque você transforma uma possível objeção em uma oportunidade de fechamento da venda.

TÉCNICA 5. DUQUE DE WELLINGTON

Muitas vezes o cliente está realmente em dúvida se o produto será útil ou se é necessário no momento e você, como vendedor, tem o dever de ajudá-lo a tomar uma decisão.

Esta técnica de fechamento é a única que envolve o cliente psicologicamente e fisicamente. A tática consiste em fornecer uma folha de papel ao cliente e pedir para que ele faça uma lista de todos os motivos pelos quais deve comprar ou não o produto.

Há dois aspectos importantes a serem observados:

A coluna do **sim** deve ficar sempre a esquerda. Nesta fase o vendedor deve ajudar o comprador a lembrar de todos os aspectos que ele achou positivo no produto.

A coluna do **não** deve ficar à direita da folha de papel. Nesse momento o vendedor deve ficar calado e deixar que o prospect preencha essa parte sozinha.

Dê-lhe de um a dois minutos e depois compare o resultado das duas colunas. Na maioria das vezes os pontos positivos serão superiores aos negativos. Ai é só partir para o fechamento, utilizando as técnicas 1 e 2.

Por que esta técnica funciona?

Porque ela conduz de uma forma racional o fechamento da venda.



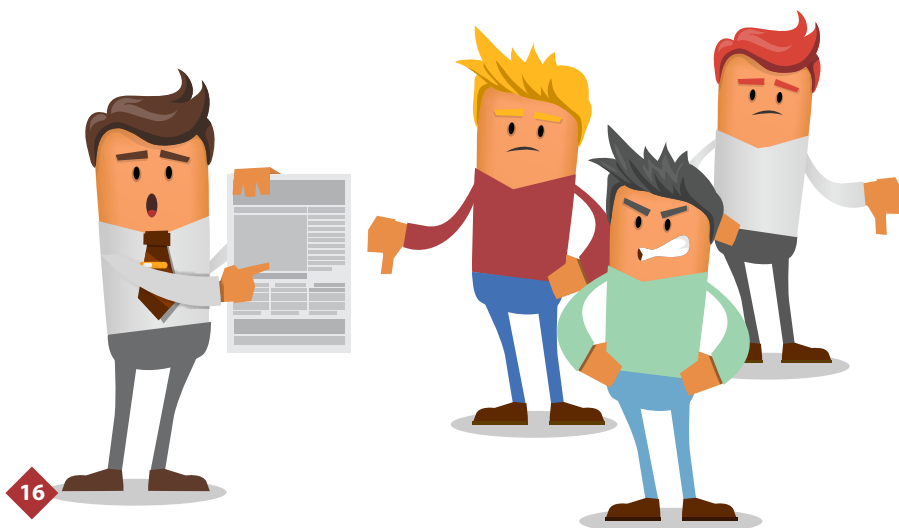
TÉCNICA 6. A HISTÓRIA INTIMIDANTE

Esta é outra ferramenta para auxiliar os prospects que estão inseguros a tomar uma decisão. A técnica consiste em dar provas positivas ou negativas, utilizando casos reais e exemplos de outras pessoas com o objetivo de ajudar o cliente a tomar uma decisão, induzindo-o a fechar a venda.

Conte uma história que faça o prospect se identificar com o seu produto ou ideia que você está vendendo.

Vou dar exemplo de quando eu vendia planos de saúde.

- Veja o que aconteceu com um amigo para o qual eu havia feito uma demonstração do plano de saúde. Como o senhor, ele pediu para pensar e eu acabei não procurando por ele de novo. Achei que ele iria me procurar e acabei esquecendo. Na verdade nós temos saúde e nunca acreditamos que algum problema possa acontecer conosco. Este meu amigo estava descendo do seu carro para ir à padaria e veja o que aconteceu. Uma bicicleta veio descendo e o atropelou na contra mão. O guidão da bicicleta entrou na parte lateral da cabeça dele e na hora teve que ter socorros médicos. Ele teve que ir para o hospital e não tinha plano de saúde. Aconteceram dois problemas, ele morreu e ainda deixou a conta do hospital pra viúva pagar. O que eles fizeram pra pagar a conta do hospital? Como eles não tinham plano de saúde e muito menos dinheiro, tiveram que vender a casa para pagar a conta. Desculpe, mas não posso deixar



de insistir, sua família é a coisa mais importante que o senhor tem na vida, vamos protegê-la! O nome do senhor é João do que?

Neutralizada a objeção com a “História Intimidante” é hora de partir para o fechamento utilizando as técnicas 1 e 2.

É de fundamental importância utilizar dados reais para criar uma história intimidante. No caso dos produtos ou ideias podem ser citadas reportagens de jornais, revistas e TVs relatando os problemas que eventualmente seu produto ou ideia possa resolver.

Um bom exemplo para vender filtros de água é o caso, que foi divulgado nacionalmente, dos garotos que foram sugados por uma caixa d'água em São Paulo, ou a reportagem veiculada pela TV mostrando os perigos para saúde de se beber água armazenada em caixas d'água de amianto. Para ter estas informações o vendedor deve estar sempre atento recortando matérias de jornais e revistas ou gravando reportagens de TVs para utilizar os dados na hora do fechamento da venda.

Porque esta técnica funciona?

Ele leva o prospect a se imaginar *sem* ou *com* o seu produto e aumenta a vontade do seu prospect em ter o seu produto.

TÉCNICA 7. A VENDA PERDIDA

Após receber uma resposta que pode ser considerada como uma objeção definitiva o vendedor deve reconhecer a impossibilidade da venda e através de uma solicitação sincera perguntar ao cliente em qual aspecto falhou ou qual característica que eventualmente o cliente não tenha gostado do produto.

Esta é uma boa tática para se descobrir uma objeção que esteve oculta o tempo todo. Faça com que o cliente verbalize sua objeção e então reinicie o processo de venda até chegar novamente à pergunta de fechamento.

Vamos a um exemplo prático:

- Se eu tivesse ido bem na apresentação deste produto, o senhor estaria ansioso para comprá-lo, uma vez que o senhor está pensando na sua saúde e na de sua família. Mas não está, e a culpa foi minha. Lamento muito. Para não incidir no mesmo erro, onde foi que eu errei? Por favor, me diga, não gostaria de desapontar meu próximo cliente.

Ao ouvir este tipo de argumentação, o prospect pode acabar externando qual a sua objeção real.

Vamos continuar com o exemplo:

- Na verdade eu não fiquei muito satisfeito com a durabilidade do seu produto.

O cliente em vez de dizer a sua real objeção, ele diz NÃO, por isso é importante descobrir qual a real objeção. Se for possível superar essa objeção, a venda ainda pode ser fechada. Reinicie todo o processo e parta para a pergunta de fechamento.

Por que esta técnica funciona?

Para ir para o fechamento, é importante descobrir e neutralizar a objeção e a técnica “Venda Perdida” pode ajudá-lo neste sentido.



TÉCNICA 8. O PROCESSO DE ELIMINAÇÃO

Esta é uma técnica utilizada quando você, vendedor, ainda não descobriu a objeção real. Por processo de eliminação, através de perguntas, o vendedor vai descartando o que pode estar impedindo o cliente de fechar a venda. Nesse caso cada vez que o cliente diz **não** significa na verdade um **sim**.

Veja os exemplos:

- O senhor não gostou do produto?
- Não, não, não é isso?
- Foram os benefícios que desagradaram o senhor?
- Não, não, não é isso?
- Foi algo que eu tenha dito não o agradou?
- Não, não, não é isso?

- Então qual é o motivo?

Faça as perguntas até encontrar a verdadeira objeção do cliente. Descobrimo o motivo, reinicie o processo até conseguir chegar a pergunta de fechamento. Descobriu a objeção, neutralize ela e parta para as técnicas 1 e 2.

Por que esta técnica funciona?

Porque cada vez que o cliente disse **não** na verdade está descartando uma objeção para não comprar e com isso também vai induzindo o prospect a revelar sua real objeção. Lembre-se, isto não significa que o prospect vai revelar a sua real objeção, mas utilizando esta técnica a probabilidade de você descobrir a verdadeira objeção aumenta.



TÉCNICA 9. EU VOU PENSAR

Todo cliente diz que vai pensar. Na verdade ele não tem coragem de dizer **não** e utiliza o “vou pensar” para adiar a decisão para outra hora ou para despistar o vendedor.

Quando o cliente disser “vou pensar” parabeneze-o pela decisão e reinicie o processo de venda conduzindo-o, através de um diálogo positivo e utilizando o processo de eliminação, para esclarecer a objeção verdadeira.

Todo processo de fechamento leva a uma pergunta de fechamento. Após fazer a pergunta de fechamento cale-se e fique imóvel. Não há pressão maior do que o silêncio. Se você não falar primeiro, o cliente falará e neste caso ele dirá sim ou irá expor sua real objeção.

Vamos a uma simulação:

O vendedor fez a apresentação, explicou os benefícios do produto, mas o cliente ainda não se decidiu e diz:

- Eu vou pensar.

- Isso é ótimo! Não gostaria que tomasse uma decisão apressada sobre uma coisa tão importante. O senhor não iria pensar se não tivesse realmente interesse

no produto, não é verdade?

- É, tem razão. Vou dar ao assunto especial consideração.

Depois faça uma pergunta direta olhando nos olhos do seu prospect e pergunte

- O senhor não iria pensar se não tivesse gostado do produto, não é verdade?

- Sim.

Então olhe nos olhos dele e pergunte:

- Por que o senhor vai pensar?

Neste momento, você vai perceber se o prospect diz a verdade ou não. Pode ser que neste momento ele revele a verdadeira objeção e aí você tem condições de neutralizar e partir para o fechamento.

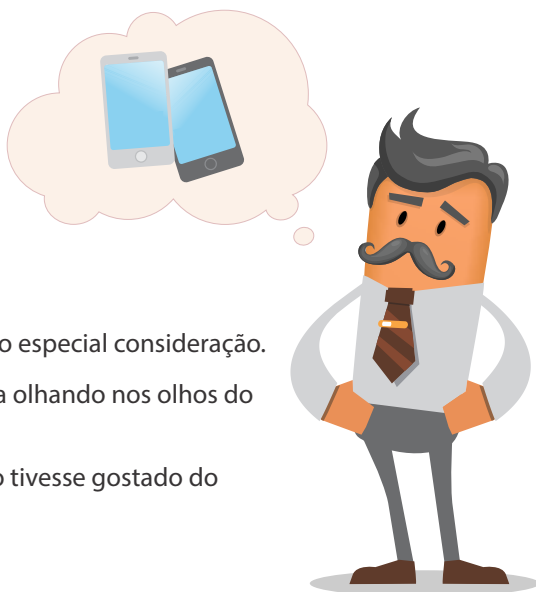
Se mesmo assim você não descobrir a objeção verdadeira, volte para a técnica "Processo de Eliminação".

- Para que o senhor tenha em mente todos os fatos, poderia me dizer em quais pontos eu deixei de satisfazê-lo? O senhor tem dúvidas quanto aos benefícios do produto?

Perceba que você vai e volta nas diversas técnicas de fechamento de venda.

Por que esta técnica funciona?

Porque toda vez que você pergunta "por que?" olhando nos olhos do seu prospect, o "por que?" bloqueia pensamentos e induz o cliente a falar verdade. Tente se recordar das crianças perguntando "por que?" cada vez que você dá uma resposta negativa a elas. Por que? Por que? Por que?



TÉCNICA 10. OBJEÇÃO FINAL

Esta tática tem o objetivo de conseguir fazer com que o cliente concorde que há uma única razão para ele não comprar o produto. Identificada a objeção peça para o cliente repetir e a ouça atentamente e tenha certeza de ter compreendido.

Depois que o cliente verbalizar a objeção, peça que ele explique porque esta objeção é tão importante assim. Ao reapresentar sua objeção, ela pode começar a parecer insignificante até para o próprio cliente. Caso contrário, a objeção é legítima e caberá ao vendedor vencer este obstáculo com outras técnicas e benefícios.

E fique bem atento: Você, como vendedor, só pode utilizar a técnica da objeção final se tiver consciência de que realmente pode satisfazer a necessidade do cliente, superando a objeção.

Veja como agir nesta simulação:

- Enquanto eu não ficar satisfeito neste ponto não haverá negócio.
- Então é isto, senhor? Olhe, só para ter certeza de que entendi bem, essa observação que o senhor fez sobre nossa assistência técnica é tão importante que anula todos os benefícios que o produto pode trazer para a sua saúde e de sua família?
- Receio que sim....
- Foi apenas a questão da assistência técnica que impediu a nossa negociação?
- Certamente, o produto é muito bom, mas lamento!
- Só para esclarecer, o senhor poderia explicar novamente para que eu entenda por que é tão importante?

Assim que o cliente explicar o motivo mais uma vez, reinicie a demonstração, esclareça todas as suas dúvidas e o conduza ao fechamento.

Por que esta técnica funciona?

Não tem como partir para o fechamento da venda se você não neutralizou a objeção.

Curta nossa página



fb.com/tatsuoacademy