

## 5. Preparação para a Venda

Olá, seja bem-vindo a mais uma aula de nosso curso de Técnicas de Vendas

Nesta aula iremos falar mais um pouco sobre a preparação de um vendedor, para que ele se torne um profissional de sucesso

### 5.1. Comece a vender antes da venda - Prepare-se!

Todo vendedor que almeja sucesso em sua carreira deve dominar uma etapa essencial no processo de vendas: identificar e criar oportunidades de venda.



Antes de praticar as principais etapas da venda, tais como abordagem, sondagem, negociação, fechamento e outras, o vendedor tem que saber preparar o solo para que as vendas aconteçam com excelentes resultados.

Vender com resultado pode ser uma consequência de uma pré-venda bem executada, com planejamento bem desenvolvido, o qual possibilita todas as condições necessárias para agir com a estratégia certa.

“Vender sem ter uma estratégia é como piscar o olho para uma pessoa no escuro: nós sabemos o que estamos fazendo, mas ninguém mais sabe”. (Edgar Watson)

A criação de oportunidades de vendas faz parte da pré-venda e sem ela não existe venda compensadora.

Porém, são poucos os vendedores que criam e identificam oportunidades para vender com maior lucratividade para si e para a empresa.

Para saber qual é a melhor tática a ser adotada no futuro é preciso, primeiro, criar o contexto favorável à venda.

Todo profissional de venda, quando não consegue identificar oportunidades de venda, deverá criá-las.



O vendedor que sai a campo para vender seu produto ou serviço, mas que não sabe criar e identificar oportunidades de venda, esse, com certeza, não atingirá o sucesso.

Lembre-se que todo cliente atual foi um dia um prospect (cliente em vista), ele se tornou um cliente seu, pois, de alguma forma, você, ou a empresa, criou as condições para conquistar tal cliente.

Existem várias formas para criar oportunidades para que as vendas lucrativas aconteçam, entre elas existem as opções a seguir, as quais você deverá utilizar de acordo com o seu negócio:

- Esteja sempre munido de seu cartão de visita e não perca a oportunidade de apresentá-lo às pessoas onde você for, pois uma

oportunidade poderá surgir conversando com alguém em uma fila de banco ou até mesmo no caixa de um restaurante fora do horário de trabalho;

- Vá a campo, para isso marque visitas em horários que sejam apropriados para o prospect.

- Não adianta ficar esperando que os clientes caiam do céu, eles precisam saber que você existe e que seu produto ou serviço tem benefícios importantes para eles;

- Utilize e-mail marketing com uma linguagem que seja apropriada ao seu futuro cliente, com o objetivo de vender sua imagem antes da venda cara a cara;

- Peça indicações para os clientes atuais, não tenha medo de pedir nomes de pessoas ou empresas que podem vir a ser seus clientes, pois indicação é sinal de confiança do atual cliente e fica mais fácil vender quando o futuro cliente sabe quem o indicou;



- Forme parcerias de sucesso para criar as oportunidades, por exemplo, se você é arquiteto, faça parcerias com lojas de decorações, de materiais de construção, de paisagismo e outras;

- Esteja presente em feiras e congressos e procure ampliar sua rede de contatos;

- Pesquise seu nicho de mercado, descubra quem é o seu público-alvo e utilize-se de malas diretas personalizadas, pesquise na internet, converse com fornecedores que vendem para os seus possíveis novos clientes, obtendo referências;

- De vez em quando, olhe para as ações da concorrência para que você possa se antecipar e sair na frente.

Enfim, existem inúmeras táticas para identificar e criar oportunidades de vendas. Acreditamos que existam outras que sejam especiais para o seu tipo de negócio.

Criar e identificar oportunidades de vendas serve para vender antes da venda, e essa pode ser a diferença entre aqueles que obtêm sucesso em vendas e aqueles que não saem do lugar.

Um dos maiores exemplos de criação de oportunidades de venda vem de Joe Girard, que alcançou reconhecimento pelo livro Guinness de Recordes Mundiais como o maior vendedor de carros do mundo durante muitos anos.



Joe é um verdadeiro exemplo de percepção, foco e dedicação na construção e identificação de oportunidades. No livro, Como Vender Qualquer Coisa a Qualquer Um (1982), Joe Girard conta como obteve sucesso em vendas a ponto de ser considerado o melhor vendedor.

Joe chegava a vender em torno de 150 carros mensais, o que dava uma média superior a 5 carros zero quilômetros por dia. Enquanto a maioria dos vendedores levava em torno de seis anos para vender 500 automóveis, Joe em um ano vendia esse número.

Ele utilizava-se de táticas eficazes, entre elas as indicações que recebia de parceiros, os quais ele chamava de “perdigueiros” - aqueles que “caçavam” clientes para ele mediante uma comissão pré-estabelecida.



Ele fazia relacionamentos com pessoas que o ajudasse a obter melhores resultados.

Esse vendedor acreditava que “o bom negócio tem como base as parcerias”, tanto é que boa parte dos negócios de Joe vinha das parcerias que ele desenvolvia com clientes, pessoas de outras áreas e fornecedores.

Se você vende um produto ou serviço tenho certeza de que você almeja alcançar sucesso em seu negócio, então, comece desde já a identificar e a criar as oportunidades que o levará a obter maior lucratividade.

Para fazer isso, saia da sua zona de conforto, faça algo diferente para não ficar no “círculo vicioso da mesmice”, pesquise mais, porém, conheça profundamente o que vende e se prepare, pois quando as oportunidades surgirem e você não estiver preparado, não adiantará reclamar da sorte.

## 5.2. Preparação pessoal para a visita ao cliente



Um segredinho: é aqui que se descobrem os que SÃO vendedores e os que apenas ESTÃO atuando como vendedores. Percebe a diferença?

Uma lista de coisas básicas realizadas pelos que realmente são vendedores

- Preparar-se mentalmente antes de visitar o cliente para falar as coisas certas e descobrir as suas necessidades prioritárias;
- Saber o que vai vender antes de visitar;
- Mostrar o que a concorrência e o mercado em geral estão fazendo (é óbvio que isso precisa estar relacionado com o produto ou serviço que você vende);
- Mostrar os benefícios do produto e não as características. Não é todo mundo que entende isso sem um exemplo, então lá vai: você não vende um airbag que infla em N milésimos de segundo, você vende um air-bag que assegura a vida do seu cliente. Pegou a diferença?
- Preparação é já pensar nas principais objeções e responder antes mesmo que o cliente as faça. E se for preciso, ter documentos impressos para deixar com o cliente para ele avaliar e entender as respostas;

Preparação é muito subjetiva, mas tenha a certeza de que vale a pena preparar-se para visitar um cliente. Coloque em prática: teste por apenas uma semana, você só tem a ganhar com isso.

O mundo das vendas é uma infinidade de soluções e estratégias que toda empresa necessita para sobreviver e principalmente crescer. Elaborar um plano de vendas, uma estratégia e direcionar a massa de vendas são funções desempenhadas pela empresa, assim como os treinamentos e reciclagens desses funcionários.



Mesmo assim é obrigação do profissional de vendas se atualizar, buscar novas ferramentas e principalmente se preparar para executar da melhor forma possível a tarefa de vender, e vender muito bem!

Muitos vendedores se perdem no egocentrismo de achar que já são perfeitos e não precisam de novas técnicas e novos treinamentos, mas acabam esquecendo que a todo o momento o consumidor e o consumo mudam e paralelamente a isso a venda deve mudar.

Visando essa mudança de consumo e no formato de vendas, um bom vendedor deve fazer algo a mais, ter sempre um diferencial do concorrente e na interação com os seus clientes, esse diferencial pode ser a sua preparação.



Partimos do princípio que muitos profissionais de vendas não executam essa etapa da venda, não se preparam, apenas saem em busca de pessoas para serem atendidas e sem nem mesmo definir, quem, como, e por que abordá-las.

Uma venda consistente começa na preparação do vendedor e essa preparação pode ser notada nos treinamentos que ele busca, na dedicação em todos atendimentos, na preocupação em atender bem, mas principalmente ela está nos momentos antes da venda.

Definir como será a sua abordagem, qual diferencial você irá usar – a extroversão, a simpatia, a inteligência... – e como sairá das objeções para chegar ao fechamento de suas vendas.

Vendedores que não se preparam são facilmente envolvidos nas objeções e contra-argumentações dos consumidores cada vez mais conhecedores de tudo, inclusive da sua venda e com isso perdem muitos fechamentos.

Além disso, quando estamos bem preparados, atendemos melhor, prestamos o melhor serviço, fazemos mais amizades, trabalhamos mais tranquilos e com uma carga menor de cobrança interior e consequentemente vendemos com muito mais qualidade.

Prepare-se mentalmente antes de falar com o cliente – Crie na mente um cenário mental positivo antes de visitar o cliente. Isso vai ajudar a concretizar o seu objetivo na presença desse.

Faça um levantamento detalhado do prospect – Procure conhecer um pouco do segmento em que o cliente atua, sua empresa, perfil, produto ou serviço, e cadastre num banco de dados para que fiquem registradas todas as informações. Lembre-se: o vendedor que busca mais informações e melhor conhece o seu cliente acaba obtendo melhores resultados.



Antes de visitar o cliente prepare um roteiro adequado para a entrevista – Selecione na sua agenda um script com perguntas-chave para identificar as necessidades do cliente e leve junto os principais diferenciais do seu produto ou serviço. Com isso, você personaliza a venda e evita ser pego de surpresa pelo cliente.

Seja organizado e tenha o material necessário em mãos – Organize, antes de visitar o cliente, todo o material necessário para a



visita: folder, cartão de visita, tabela, caneta, bloco de anotações, etc. O cliente vai perceber a sua organização e terá uma predisposição maior em realizar negócio com você. Você compraria de alguém desorganizado?

Enfim, pratique perguntando para si próprio algumas questões que são essenciais para o seu bom desempenho:

- O que representa um cliente satisfeito?
- Qual a importância do cliente na minha vida?
- O que mais me motiva no trabalho?
- Como devo evitar a desmotivação?

Procure sentir a gratidão de estar empregado e de ter, através do seu próprio esforço, a oportunidade de crescer profissionalmente.

Bom, com isso chegamos ao final de mais uma aula de nosso curso de Técnicas de Vendas

Agora é com você. Faça seus exercícios para afixar melhor o conteúdo visto nesta aula

Até a próxima!

## EXERCÍCIOS

(Abra o Microsoft Word, crie um novo arquivo com o nome de "Exercícios 5 de Técnicas de Vendas", e utilize ele para escrever as suas respostas, e no final, salve o arquivo em sua pasta – se precisar de alguma orientação quanto a isto, converse com seu instrutor)

- 1) O que o vendedor deve fazer antes de praticar as principais etapas da venda?**
- 2) Qual foi a premissa que Edgar Watson nos ensinou?**
- 3) O que acontece com o vendedor que não sabe criar e identificar oportunidades de venda?**
- 4) Por que é importante preparar-se mentalmente antes de visitar o cliente?**
- 5) Devemos nos preocupar em demonstrar principalmente os benefícios ou as características do produto?**
- 6) Como fazemos um roteiro para a entrevista com o cliente?**
- 7) Qual o material necessário para se ter em mãos ao visitar um cliente?**
- 8) O que representa, para você, um cliente satisfeito?**
- 9) Qual a importância para você, do cliente em sua vida?**
- 10) O que mais motiva você no trabalho?**



CLIQUE AQUI  
PARA CONCLUIR