

## 4. Fases da Negociação

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

Nas aulas anteriores conhecemos alguns tipos de vendedores e suas características.

E também nos familiarizamos com alguns tipos de clientes e a melhor forma de abordá-los

Nesta aula vamos conhecer um roteiro completo de vendas, da preparação ao fechamento

Ele envolve 5 fases e tem 14 técnicas que podem ser exploradas

Diferentemente do que vimos até agora, que envolvia um ambiente mais ligado ao das vendas no varejo, agora veremos uma situação mais voltada para o mundo dos negócios.



De qualquer forma, mesmo que não seja o seu tipo de mercado, ele pode nortear um bom caminho para que você possa obter sucesso na realização de uma venda.

Vamos a ele então

## 4.1. Fases da Negociação

### 4.1.1. FASE 1: PREPARAÇÃO

Essa é a fase mais importante de todo o processo de venda. Não seja afobado! Prepare-se adequadamente e chegue superconfiante à reunião, com todas as respostas e dados na ponta da língua.

Para isso, apresentaremos 4 técnicas de vendas que você precisa aplicar antes de partir para o fechamento.

#### 1. O que o cliente quer comprar?

Estamos muito viciados em falar de características e vantagens de nossos produtos ou serviços, em um esforço de impressionar o cliente ao comparar nossas soluções com as da concorrência.

No entanto, o que o cliente busca é um benefício! Ele quer adquirir algo que se traduza em uma solução para os problemas dele.

É claro que você precisa conhecer a fundo as características e vantagens dos produtos, mas você verá como apresentar os benefícios será determinante nas fases de confirmação da preparação e apresentação da proposta.



## 2. Conheça a pessoa com que vai negociar

Se é um cliente antigo e você já conhece seu jeito de ser, ok. Mas mesmo assim, não custa descobrir se ele foi promovido ou se algo diferente está acontecendo com ele.

No caso de ser o primeiro encontro, descubra o estilo dessa pessoa, o que ela gosta de fazer, seu poder na empresa e tudo mais que possa ajudar a criar empatia. Redes sociais e o site da empresa podem ser grandes aliados nessa hora.

## 3. Balanço de forças

Antes de sair para a reunião, faça um balanço entre “tempo e informação” e “poder” para saber quem está mais forte.

Quem tem mais tempo para decidir e consegue mais informações, geralmente terá mais poder.

O poder também está relacionado com o valor da sua solução para o cliente. Como esse valor é definido por ele, utilize o tempo e as informações para tentar aumentar a sua força e poder nessa equação!



## 4. Defina sua estratégia de negociação

Pode ser que você precise redefini-la depois da fase de confirmação, mas é importante já ter em mente se você vai:

- **buscar a competição** (obtendo a maior vantagem possível);

- **evitar a negociação** (rarissimamente indicado);
- tentar uma **estratégia de colaboração** (em que ambos buscam a melhor solução);
- **acomodação** (em que uma das partes cede em excesso),
- ou ainda a **conciliação** (em que não se conseguiu o melhor para ambos, mas as partes estão parcialmente satisfeitas com o resultado).

A melhor estratégia costuma ser a de colaboração.

#### 4.1.2. FASE 2: CONFIRMAÇÃO DA PREPARAÇÃO

Ok, você fez o melhor para se preparar para a reunião, mas antes de começar a usar as demais técnicas, confirme se o que você descobriu realmente corresponde à realidade.

Para isto, utilize mais estas duas técnicas de vendas:

##### 1. Foco no benefício!

Você já tem na ponta da língua como sua solução beneficia o cliente, mas verifique se está correto mesmo, se realmente o benefício tem valor para ele. Para isso, utilize a seguinte técnica de venda:



##### 2. SPIN Selling

Caso você não tenha ouvido falar neste acrônimo, vamos explicá-lo, entendendo o que significa cada uma das iniciais de SPIN (situação, problema, implicação e necessidade):

**Perguntas de Situação:** Entenda o contexto da compra e da empresa.

**Perguntas de Problema:** Entenda o que está incomodando o cliente e mostre que quer resolver isso para ele

**Perguntas de Implicação:** Se o problema não for solucionado, isso implica em que para o cliente?

**Perguntas de Necessidade:** Entenda como sua solução se encaixa na necessidade dele, resolvendo seu problema.

Agora que você sabe se está no caminho certo e fez ajustes na estratégia, se necessários, apresente sua proposta!

#### 4.1.3. FASE 3: APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA

Nesta fase você deve explorar ao máximo as seguintes técnicas:

##### 1. Escuta ativa:

Ouçã mais do que fale e sinalize corporalmente para incentivar o comprador a “se abrir”.

##### 2. Mostre o valor do benefício:

Agora que você tem certeza de como seu benefício vai resolver o problema dele, evidencie isso para o cliente, deixando claro que se preocupa em ajudá-lo.





### 3. Identifique objeções:

Durante seu discurso, perceba as objeções do cliente. Ele sempre apresentará um motivo, por exemplo: – Não compro esta máquina porque meu engenheiro não sabe operar.

Ofereça uma solução para isso (se houver) algo como: – Nós incluímos o treinamento no pacote!

### 4. ZOPA (Zona de Possível Acordo)

Muitas negociações fracassam por causa do preço e, às vezes, até havia a possibilidade de ambos cederem.

Determine seu preço mínimo de venda e o preço ideal. Tente perceber qual é o máximo e o mínimo que o comprador está disposto a pagar.

Muitas vezes, existe uma boa folga entre esses dois extremos para se negociar, é a chamada Zona Possível de Acordo.

#### 4.1.4. FASE 4: NEGOCIAÇÃO

Dividiremos esta fase em duas técnicas

#### 1. Técnica de vendas PICO:

Caso você não conheça este outro acrônimo, vamos entender o que significa cada uma das iniciais de **PICO**:

- **Problema:** É o que precisa ser solucionado!
- **Interesses:** Busque os interesses comuns.
- **Critérios:** Seja lógico e justifique suas propostas e contrapropostas de forma clara e objetiva.
- **Opções:** Negocie, seja flexível, tenha opções e busque a estratégia colaborativa para chegar a um acordo mutuamente vantajoso.

Negocie sempre baseado nestes 4 princípios de PICO.



## **2. Contorne Objeções:**

Mais que empregar técnicas de vendas, contornar objeções significa usar sua experiência e não ser impulsivo, nem interromper o outro quando fala.

Não bata o pé. Às vezes, o cliente não entende do assunto e precisa ser educado sobre seu produto ou serviço.

Em outros momentos, o cliente não confia em sua solução: apresente cases e dados concretos.

### **4.1.5. FASE 5: FECHAMENTO**

Com tudo já alinhavado, é hora de bater o martelo!

#### **1. De novo: foque no benefício!**

Muitas vezes, falar em características e vantagens gera entraves ao fechamento.

Quando se fala muito em características, o cliente costuma se preocupar com o preço. Já as vantagens são relativas, o que é bom para um cliente não é necessariamente para outro.

Não se esqueça de que o seu cliente quer um benefício!

## 2. Carta na manga

Caso esteja tudo praticamente alinhado, mas o cliente ainda relute, lance uma última concessão, algo como: – Ok, vou fazer assim: fechamos por este preço e o frete e a instalação ficam por nossa conta!

É apenas um exemplo, cabe a você guardar essa pequena concessão psicológica para o final!



Bom, com isso chegamos ao final desta aula

O objetivo dela foi agrupar diferentes técnicas de vendas, com estilos variados, em um único processo, com começo, meio e fim, para tornar seu desempenho mais organizado e efetivo.

Agora faça os seus exercícios para uma melhor fixação do conteúdo visto até aqui

Até a próxima aula!



## EXERCÍCIOS

(Abra o Microsoft Word, crie um novo arquivo com o nome de "Exercícios 4 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) Quais são as Fases de Negociação vistas ao longo desta aula?**
- 2) O que significa a sigla SPIN?**
- 3) O que significa a sigla ZOPA?**
- 4) O que significa a sigla PICO?**
- 5) O que é o Balanço de Forças durante a preparação?**
- 6) Quais estratégias devem ser definidas durante a preparação?**
- 7) O que são as perguntas de necessidade?**
- 8) O que deve ser feito em "Critérios", da técnica PICO?**
- 9) Explique o que é a "Carta na Manga"**
- 10) O que a técnica ZOPA sugere?**



CLIQUE AQUI  
PARA CONCLUIR