

1. Tipos de vendedores

1.1. Introdução

Olá, seja bem-vindo ao nosso curso de Técnicas de Vendas.

Ao longo das próximas aulas iremos explorar este fantástico mundo das Vendas e suas particularidades.

Iremos abordar os principais conceitos que movem um profissional de Vendas e conhecer algumas técnicas utilizadas para torná-lo mais eficiente.

Para isso, será essencial conhecermos melhor todos os elementos envolvidos neste processo.

Isso inclui conhecermos bem não só a própria empresa e o negócio no qual ela esteja inserida.

Mas também sabermos mais sobre o cliente, que é o alvo principal e objetivo de conquista de nossa atividade.



1.2. História

Antes de começarmos, vamos conhecer um pouco mais sobre a História desta atividade, para entender melhor como ela surgiu e como foi evoluindo ao longo do tempo.

Documentos relativos à história da Grécia Antiga revelam que a venda estava ali presente como atividade de troca, e que o termo vendedor já era utilizado.

A profissão de vendedor como a conhecemos hoje, foi concebida no contexto da Revolução Industrial, na Inglaterra, da metade do século XVIII até a metade do século XIX.

Antes desse período o comércio era realizado por mercadores e artesãos e outras pessoas que exerciam a atividade de vendas.

Na fase da idade média, os primeiros vendedores "porta a porta" apareceram sob a forma de vendedores ambulantes. Coletavam produtos do campo e vendiam na cidade e em contrapartida os produtos manufaturados nas cidades eram por eles comercializados no campo.



Até o início do século XIX, a venda pessoal já estava bem caracterizada na Inglaterra, mas apenas engatinhava no Novo Mundo. A situação se altera significativamente após 1850, com a influência do início da industrialização, sobretudo nos EUA e de certa forma também no Brasil.

Com a implantação das estradas de ferro no País, o vendedor caixeiro viajante ganha destaque e ares de personalidade, com a comunicação precária principalmente nas pequenas cidades do interior, era o irradiador de informações.

O período entre guerras que data de 1915 a 1945 foi marcado por duas grandes guerras mundiais e a grande depressão de 1929. Nesses 30 anos toda atividade econômica mundial passou a se concentrar no esforço de guerra, não se desenvolveram novos métodos para vendas.

A depressão, no entanto, passou a exigir a depuração de negócios e somente empresas com vendedores agressivos sobreviveram à derrocada econômica. Somente com a prosperidade do pós-guerra, 1945 é que as empresas investiram no aperfeiçoamento de vendas.

A partir da metade dos anos 40, a venda pessoal torna-se mais profissional, sobretudo nos EUA. Não apenas pela exigência dos compradores cansados da venda de alta pressão e de conversas fiadas dos vendedores, mas, sobretudo por desejarem mais informações na venda.



Com isso torna-se crescente a necessidade de profissionalização dos vendedores até então amadores. Em 1946, a revista Harvard Bussiness Review publicou um artigo, "A venda de baixa pressão" que se tornou um clássico.

Uma grande ênfase na profissionalização de vendas parece ter sido a tônica dessa era. O termo profissionalização destacando a abordagem da orientação para o cliente, a busca da satisfação do cliente.

Em resumo, o vendedor moderno não deve ser apenas um apresentador de informações acerca de seus produtos ou serviços; ao contrário, deve estar apto a responder a uma enorme gama de necessidades do seu cliente antes, durante e após a venda.

1.3. Cenário Atual

Atualmente a abordagem de vendas se faz com uma análise de fatores críticos ao negócio das empresas. Em que se estabelecem mudanças e responsabilidades.

Por exemplo, verifica-se o crescimento da concorrência em contrapartida há uma iniciativa por parte das organizações em estabelecer relação de longo prazo com o cliente.

Outro caso, maior ênfase no incremento da produtividade de vendas requer mais especialistas de vendas para cada tipo de cliente.

Entre outras novidades, a diversificação dos canais de distribuição e vendas, através da internet requer da empresa uma adaptação a essa nova realidade. Maior ênfase no treinamento de sua equipe e formas de motivar e manter o moral do time de vendas elevado.

Enfim, a profissão de vendedor é uma das mais antigas do mundo, porém é uma das áreas profissionais que mais se desenvolveu e se adapta a realidade do mundo contemporâneo.

1.4. Tipos de Vendedores

Se você conhece alguns vendedores, sabe que existem **vendedores diferentes**, com maneiras de trabalhar diferentes e formas diferentes de conduzir o processo de vendas.

Mas, como tudo na vida, alguns vendedores parecem ter mais **resultados positivos** com sua personalidade e sua forma de agir com os clientes.

Parece que eles têm mais **carisma**, conhecem melhor o seu mercado e são mais bem recebidos pelos potenciais clientes do que os outros. O que será que eles têm de diferente?

Muitas vezes é apenas o **estilo de vender**. O jeito de conduzir o processo e tratar com o cliente faz uma grande diferença. E é nesse momento que eles se destacam.

Obviamente, todo vendedor quer ter mais chances de vender e de ter **sucesso** em seu processo de vendas.



E para isso, seria ótimo se você soubesse qual é o **perfil de vendedor** que o seu cliente (ou potencial cliente) valoriza, para que você possa fazer o máximo possível para se aproximar desse perfil e aumentar a sua chance de sucesso.

Aqui estão **5 tipos de vendedores** que são mais **valorizados** por clientes e outros envolvidos no processo comercial.

1.4.1. Construtores de relacionamento

Por definição, um construtor de relacionamento é **generoso com o tempo**, se esforça para atender todas as necessidades e resolver qualquer tipo de tensão.

Eles tentam se dar bem com todo mundo, como uma característica primordial. E como vender é sobre **construir relacionamentos** com pessoas, eles estão sempre 1 passo à frente de todo o resto.

Esses vendedores sabem que o **relacionamento é a chave para o sucesso nas vendas** e acabam sendo verdadeiros advogados dos clientes dentro de suas empresas.

Dessa maneira, além de levar seus relacionamentos como prioridade em suas vidas, esse tipo de vendedor sempre está recebendo novos contatos, uma vez que seus clientes se sentem bem representados, sabendo que eles estão fazendo o possível para servi-los da melhor forma possível.

Um relacionamento sadio e maduro é a chave para o sucesso em vendas, e os construtores de relacionamento sabem bem como fazer isso.

1.4.2. Resolvedores de problemas

Esse é o tipo de vendedor que sempre está se posicionando como um **solucionador de problemas de seus clientes**.

Se os construtores de relacionamento estão buscando novos relacionamentos para construírem e novas pessoas para se relacionarem, os resolvedores de problemas estão buscando **novas oportunidades de ajudar** um potencial cliente.



Ele sabe bem qual é o problema do seu prospect e sabe bem como ele se sente quando não consegue resolvê-lo. Por isso, ele sempre toca no ponto de dor de um cliente, mostrando como o problema pode ser resolvido.

Como eles estão sempre buscando problemas para resolver, essa é uma ótima maneira de encontrar novos e potenciais clientes.

1.4.3. Os hard workers

Esses são os profissionais que sempre estão **vendendo**. Nem sempre estão promovendo o seu produto, nem vendendo diretamente para seus clientes, ou apresentando para seus prospects.

Mas tudo que os hard workers fazem é pensando em um **resultado relacionado à venda**. Mesmo que não seja uma venda imediata.



Geralmente, quando falamos dos hard workers, estamos falando daquele vendedor que trabalha duro, que sempre tem cartões em sua carteira, e que muitas vezes, até em um jantar romântico pode encontrar alguns minutos para trocar cartões e conhecer novas pessoas.

Eles estão sempre pensando em vendas, e pensando em como podem **encontrar novos potenciais clientes**, em como podem ajudar um novo prospect que encontraram, e assim por diante.

É assim que funciona a cabeça dos hard workers. E eles normalmente não conseguem separar vida profissional e pessoal. Estão sempre fazendo as 2 coisas juntas.

1.4.4. Os lobos solitários

Os lobos solitários são aqueles vendedores que gostam de **trabalhar sozinhos**. Geralmente eles têm o próprio processo de vendas, e não se misturam com o resto da equipe de vendas.

Eles têm um **jeito próprio** de fazer as coisas e têm uma maneira peculiar de enxergar o seu papel dentro de uma organização.

Embora esses lobos solitários sejam difíceis de encontrar dentro de uma organização, uma vez que muitas empresas presam pelo trabalho em equipe e pelo time, eles ainda têm muito a entregar para seus clientes.



Por conta disso, muitas vezes acabam sendo **representantes comerciais**, já que preferem buscar empresas que respeitem sua maneira de trabalhar, e não empresas que tentem mudar seus hábitos.

Assim, mesmo tendo bons resultados, são constantemente desligados das empresas, por não cumprirem com regras nem utilizarem os sistemas que as empresas adotam.

Lembre-se: apesar de serem lobos solitários e terem métodos próprios de vendas, esse tipo de vendedor tem muito **sucesso** com os clientes.

1.4.5. Os challengers

Os challengers usam o seu profundo entendimento do que vendem e de seus clientes para assumir o **controle do processo comercial**.

Eles não têm medo de compartilhar seus pontos de vista controversos, uma vez que são **assertivos** e sabem o que estão dizendo, porque estão dizendo, e principalmente, como dizer.

As características que definem os challengers são: oferecer aos clientes perspectivas únicas, fortes **habilidades de comunicação**, ser orientado a gerar valor para os clientes e gerar resultados para os negócios, e um ótimo **timing**.

Isso é muito importante se quisermos um vendedor que consegue **influenciar** seus clientes e sempre vender com qualidade.

Esses são profissionais estratégicos, que sempre estão interessados em encurtar o processo de vendas e atingir o maior número possível de pessoas para seus negócios.



Certamente os challengers adoram o desafio das vendas e estão prontos para entregar os números que as empresas precisam, influenciando seus clientes e abrindo mercado.

Qual o tipo de vendedor mais combina com você?

Agora que você conhece os 5 tipos de vendedores mais valorizados pelos seus clientes, onde você se encontra?

Você faz o tipo advogado de clientes, que leva o seu cliente em primeiro lugar e defende ele dentro da sua empresa? O lobo solitário, que não se curva às regras das empresas, mas que conhece muito de vendas? Os hard workers que estão sempre pensando em vendas? Ou os challengers, que são vendedores meticolosos, sempre tentando aprimorar seus conhecimentos e resultados?

Independente da categoria que você se encontre, é importante entender que o seu **papel como vendedor é sempre servir o cliente**, mostrar como a sua empresa pode ajudar sem nunca pressioná-lo.

Bons vendedores precisam usar a **influência** para fazer os clientes seguirem adiante, nunca a pressão.

É justamente isso que vai fazer com que você alcance o sucesso e os resultados esperados pela sua empresa, sem que com isso, você passe por cima dos seus clientes.

Bom, com isto finalizamos nossa primeira aula. Agora faça os exercícios referentes à esta aula para que possa fixar melhor o conteúdo visto até aqui

Até a próxima aula!

EXERCÍCIOS

(Abra o Microsoft Word, crie um novo arquivo com o nome de "Exercícios 1 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) Em que época/ano as empresas passaram a investir no aperfeiçoamento de seus vendedores?**
- 2) Para uma maior ênfase no incremento da produtividade de vendas, o que vem sendo cada vez mais requisitado?**
- 3) Quais os 5 tipos de vendedores vistos nesta aula?**
- 4) Cite uma característica dos Construtores de Relacionamento**
- 5) Cite uma característica dos Resolvedores de Problemas**
- 6) Cite uma característica dos Hardworkers**
- 7) Cite uma característica dos Lobos Solitários**
- 8) Cite uma característica dos Challengers**
- 9) O que os Challengers não tem medo de compartilhar?**
- 10) Com qual dos 5 tipos de vendedores vistos na aula, você acredita que se identifica mais?**



CLIQUE AQUI
PARA CONCLUIR