

## Conceito de Venda

Antes de prosseguir, temos que entender o conceito de venda. Muito se engana quem julga venda como apenas a simples troca de uma mercadoria/serviço, por um valor monetário. O conceito de venda assume um papel muito mais amplo. Segundo Aísa Pereira<sup>1</sup>, especialista em marketing e vendas de softwares, a venda é uma atividade que pode ser dividida em três princípios fundamentais: espelho, conforto cognitivo e relação.

### Venda é um espelho!

Difícilmente o cliente sentirá conforto em ouvir as propostas do vendedor que não esteja alinhado com sua linguagem, comportamento, cultura, problemas e pensamentos. Quanto menos barreiras houver, o cliente estará bem mais propenso a concretizar o negócio. Cabe ao vendedor identificar o perfil do cliente e adequar sua abordagem. Vestimenta inadequada, ambiente impróprio, conversas desnecessárias, fazem a diferença no primeiro contato com o cliente. Afinal, para o cliente, o vendedor representa a imagem do que está vendendo.

### Venda é conforto cognitivo!

Os pensamentos e conclusões do cliente sobre o produto/serviço apresentado, influenciam diretamente na decisão de compra. Será que o cliente compreendeu como funciona realmente o produto/serviço? Persiste alguma resistência que impede o fechamento do negócio? O cliente consegue visualizar a aplicação do produto/serviço nas rotinas da sua empresa? Quais as vantagens em relação aos concorrentes? Por que é interessante adquirir esse produto ou serviço? São algumas perguntas-chaves que eventualmente passam na cabeça do cliente, e não são claramente respondidas pelo vendedor no ato da negociação.

---

<sup>1</sup> PEREIRA, Aísa. Vendendo Software. 1ª. ed. São Paulo: Novatec, 2004.

## **Venda é uma relação!**

Absolutamente tudo nas nossas vidas é pautado em relações, e com vendas não é diferente. Uma boa relação consiste em trocas que sejam vantajosas para ambas as partes. No caso das vendas, o cliente espera soluções pontuais para seus problemas; o vendedor almeja aumentar sua carteira de clientes; e a empresa detentora do produto/serviço, espera crescer e lucrar no mercado. Para construir uma relação sólida e bem-sucedida com o cliente, é necessário estabelecer três pilares: confiança, competência e credibilidade.

É indispensável ao vendedor conhecer o mercado onde se aplica o produto além da parte técnica e operacional. A competência será notada pelo cliente quando o vendedor for capaz de demonstrar o produto/serviço com propriedade, sanando todas as dúvidas apresentadas, e mostrando de forma prática como aplicar o produto/serviço para aumentar a produtividade ou reduzir custos.

No aspecto da confiança, o primeiro passo é prometer somente o que for capaz de cumprir. A honestidade nunca pode ser deixada em segundo plano. Prefira entregar um produto/serviço que realmente irá atender as expectativas, e não frustrar o cliente com promessas fantasiosas. Um cliente insatisfeito pode ser muito mais prejudicial para a imagem do produto/serviço, do que uma venda não concretizada.

A credibilidade é o aspecto mais difícil de construir, pois depende da capacidade do vendedor em fazer com que os clientes acreditem na sua palavra. Pequenas atitudes, como entregar o produto/serviço dentro do prazo, ou até mesmo antes do combinado; ouvir e aplicar o que o cliente fala; ser transparente em todos os aspectos e cumprir com o que é acordado, são essenciais para a construção de uma boa imagem com o cliente.