



Guia Prático

Trilha de Excelência em Vendas da Hapvida

Aprenda, aplique
e venda mais!

vendas  on

 **Hapvida**

Guia Prático
Trilha de Excelência em
Vendas da Hapvida



Introdução

Neste e-book você encontra os principais conceitos apresentados durante a trilha de Excelência em Vendas da Hapvida. Utilize esse material como guia diário para reforçar seu aprendizado e maximizar suas vendas.

Aqui você encontrará mais informações sobre:

Vendas Consultivas

- Atitudes e Comportamentos
- Diferença entre Preço e Valor
- SPIN Selling
- Mapa da Empatia
- Prevenção e Contorno de Objeções
- Fechamento



Vendas Consultivas

A venda consultiva acontece quando você vai além da oferta tradicional de produtos e busca entender profundamente quem é o seu cliente, quais desafios ele enfrenta e como seu produto pode realmente solucionar esses problemas. Ser consultivo significa estabelecer um diálogo sincero e personalizado, focado em gerar valor genuíno para cada cliente, transformando o atendimento em uma experiência memorável.



Para você lembrar:

- Entenda profundamente o cliente antes de oferecer soluções.
- Ofereça benefícios personalizados, não apenas produtos.
- Construa confiança sendo um consultor presente e informado.

Atitudes e Comportamentos

Seu comportamento como vendedor influencia diretamente o resultado das suas vendas. Atitudes positivas como paciência, gentileza, empatia genuína e escuta ativa mostram ao cliente que você realmente se importa com ele. Além disso, sua postura profissional e segura durante todo o atendimento gera confiança, fortalece relacionamentos e aumenta significativamente as chances de sucesso.



Para você lembrar:

- Escute ativamente: ouça 70% do tempo e fale apenas 30%.
- Demonstre empatia real e compreenda as emoções do cliente.
- Seja paciente, claro e assertivo ao lidar com o cliente.



Mapa da Empatia

O Mapa da Empatia é uma ferramenta prática que permite compreender o cliente em profundidade, colocando-se literalmente no lugar dele. Ao usá-lo, você analisa o que seu cliente pensa e sente, quais são suas reais necessidades, desejos, inseguranças e expectativas. Assim, você consegue oferecer exatamente aquilo que ele busca, aumentando sua satisfação e fidelidade no longo prazo.



Para você lembrar:

- Entenda profundamente seu cliente, refletindo sobre:
- O que ele pensa e sente?
 - Quais são suas preocupações e dores?
 - Quais são seus desejos e expectativas?

Para facilitar o seu entendimento sobre o Mapa da Empatia. Abaixo há uma tabela diferenciando a abordagens de um vendendo com empatia e outro sem.

Tabela comparativa das abordagens.

ASPECTOS DA VENDA	VENDEDOR COM EMPATIA	VENDEDOR SEM EMPATIA
Abordagem	Personalizada e adaptada ao cliente	Genérica e padronizada
Escuta	Ativa, focada nas necessidades reais	Passiva, superficial
Comunicação	Centrada no cliente e benefícios específicos	Centrada no produto e nas suas características técnicas
Resultados	Conquista confiança e fideliza	Dificuldade em conquistar confiança e fidelidade
Percepção do cliente	Sentimento de valorização e compreensão	Sentimento de ser apenas mais uma venda



Diferença entre Preço e Valor

Embora preço e valor sejam frequentemente confundidos pelos clientes, cabe a você diferenciá-los claramente durante a venda. Preço é o dinheiro pago por um serviço, enquanto valor está relacionado aos benefícios concretos que o cliente percebe ao contratar uma solução. Quanto melhor você comunicar esse valor — destacando vantagens claras, benefícios emocionais e tranquilidade futura — mais fácil será convencer o cliente sobre a real importância do investimento.



Para você lembrar:

- Preço é o valor monetário do produto ou serviço.
- Valor é o benefício percebido pelo cliente.
- Demonstre claramente como os benefícios justificam o preço.





SPIN Selling

O SPIN Selling é uma técnica poderosa baseada em perguntas estratégicas que conduzem o cliente até o fechamento da venda. Primeiro, investigue a situação atual do cliente (Situação). Em seguida, descubra suas dificuldades específicas (Problema). Depois, mostre o impacto negativo de não resolver esse problema (Implicação). Por último, demonstre claramente como seu produto oferece exatamente a solução necessária (Necessidade da Solução).



Para você lembrar:

Use perguntas estratégicas para conduzir o cliente:

- **Situação:** Entenda o contexto atual do cliente.
- **Problema:** Identifique claramente as necessidades.
- **Implicação:** Mostre as consequências de não resolver os problemas.
- **Necessidade de Solução:** Apresente soluções específicas que atendam ao cliente.



Prevenção e Contorno de Objeções

Objeções são comuns em vendas, mas você pode antecipá-las e até evitá-las com preparo adequado. Antes mesmo que surjam dúvidas, esclareça proativamente os principais pontos que costumam preocupar o cliente. Se a objeção aparecer, transforme-a em uma oportunidade de conversa, fazendo perguntas abertas para entender melhor o que realmente impede a decisão. Dessa forma, você pode mostrar claramente o valor da sua solução e aumentar suas chances de fechar a venda.



Para você lembrar:

- Antecipe dúvidas comuns e esclareça antes que surjam.
- Encare objeções como oportunidades de venda.
- Transforme objeções em perguntas para entender melhor o cliente.

Fechamento da Venda



Técnicas eficazes para fechar vendas:

- Faça perguntas claras e assertivas para direcionar ao fechamento.
- Confirme o entendimento e a satisfação do cliente.
- Demonstre segurança e confiança ao solicitar o fechamento

Exemplos práticos de perguntas de fechamento:

- “Podemos formalizar sua adesão agora mesmo?”
- “Você prefere iniciar seu plano ainda hoje?”
- “O que falta para fecharmos agora?”





Checklist Diário do Vendedor Hapvida

Antes do atendimento:



Revise mentalmente perguntas-chave SPIN

- “Que perguntas posso fazer para entender melhor a situação do cliente?”
- “Como posso identificar claramente os problemas e necessidades dele?”



Consulte rapidamente o Mapa da Empatia

- “Quais são as dúvidas e preocupações mais comuns dos meus clientes?”
 - “O que meu cliente provavelmente valoriza e deseja em um plano de saúde?”
-



Prepare mentalmente seu discurso sobre valor

- “Quais benefícios posso destacar para justificar claramente o valor do nosso plano?”



Durante o atendimento:

- Inicie a conversa com perguntas abertas e empáticas

- "Me conte mais sobre o que você considera essencial em um plano para você e sua família."

- Reforce o valor, não apenas o preço

- "Além do valor financeiro, quais outros fatores são importantes para você decidir sobre um plano?"

- Contorne objeções com perguntas estratégicas

- "O que especificamente te gera dúvida em relação ao plano?"
 - "Entendo sua preocupação. Posso te explicar melhor sobre como funciona essa cobertura?"

- Verifique o entendimento e satisfação constantemente

- "Até aqui, consegui esclarecer suas dúvidas?"
 - "Esse plano atende bem suas expectativas?"

No fechamento:

- Confirme satisfação e entendimento do cliente

- Faça perguntas diretas de fechamento
 - Agradeça e reforce a confiança do cliente

Exemplos práticos de perguntas de fechamento:

- "Podemos formalizar sua adesão agora mesmo?"

- "Você prefere iniciar seu plano ainda hoje?"

- "O que falta para fecharmos agora?"





vendas 

 Hapvida

Guia Prático
Trilha de Excelência em
Vendas da Hapvida