

EDSON OLIVEIRA

POWER SALES

7 SIMPLES PASSOS PARA DOBRAR
SUAS VENDAS EM 30 DIAS
OU MENOS



MAIS PERSUASÃO

Introdução

Podemos dizer que o setor comercial de uma empresa possui função vital em um negócio, sem vendas não há crescimento. A chave para alcançar sucesso em um negócio está na compreensão das etapas da venda e da psicologia humana.

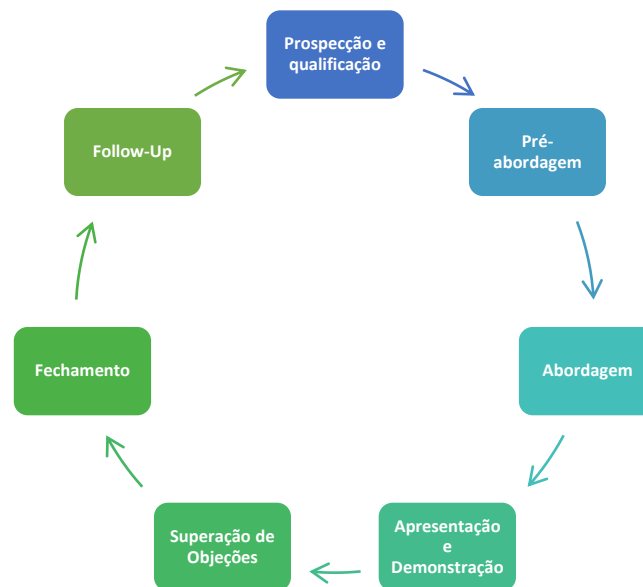
Um produto ou serviço possui uma razão de existir, ou serve para solucionar um problema ou atender um desejo das pessoas, entender esse simples conceito vai fazer com que você já tenha resultados incríveis.

Saiba que pessoas não compram produtos ou serviços, elas compram soluções e transformações, o que você está vendendo é apenas o meio pelo qual elas vão alcançar um objetivo final que é o alcance de um determinado estado emocional. Sabendo disso, você então não deve vender o produto e suas características, deve vender a transformação, a solução, o estado emocional que a pessoa vai ter ao utilizar o que você está vendendo.

Nesse material você vai ter acesso as 7 etapas de uma venda, ao compreendê-las e aplica-las certamente vai fazer com que tenha um aumento de pelo menos 50% em seus resultados financeiros.

A partir de agora você terá em mãos um conhecimento valioso para aplicar em seu negócio e assim obter um retorno exponencial em faturamento e vendas.

As 7 Fases da Venda



- **Prospecção e Qualificação:** A primeira fase se caracteriza pela pesquisa e identificação de potenciais clientes.
- **Pré-abordagem:** a pré-abordagem caracteriza-se pelo estudo do potencial cliente e o levantamento de suas necessidades.
- **Abordagem:** após pesquisar e qualificar o profissional deve fazer uma abordagem estratégica de forma que gere credibilidade e confiança ao futuro cliente.
- **Apresentação e Demonstração:** nessa fase o profissional demonstra como o produto vai ajudar o futuro cliente.
- **Superação de Objeções:** os clientes quase sempre têm objeções na apresentação de um produto, nesse ponto o profissional deve saber como superar cada uma delas.
- **Fechamento:** Após demonstrar o produto e superar as objeções o profissional deve fazer o fechamento da venda.
- **Follow-up:** Nessa fase o profissional deve assegurar a satisfação do cliente para que o mesmo retorne e compre mais vezes, aqui é a fase do acompanhamento e fidelização.

Fase 1 - Prospecção e Qualificação

Se você deseja se tornar milionário, há um método simples para isso:

- Primeiro, encontre um problema que não foi resolvido, ou que pode ser resolvido de forma mais rápida e eficiente.
- Segundo, formate uma solução para esse problema através de um produto ou serviço.
- Terceiro, dê escala nessa solução apresentando o produto para quem deseja comprar.

Todos os negócios multimilionários existentes seguiram esses três passos, é um processo simples (Simples não quer dizer que seja fácil). A primeira fase do processo de vendas é a prospecção e qualificação do público comprador potencial, sempre venda para quem tem interesse de comprar.

Descobrir seu público alvo requer que você destine um tempo para pesquisar e levantar as informações, pular essa etapa é o mesmo que querer cortar madeira com o machado cedo, você vai desperdiçar muita energia.

Antes de realizar a venda de qualquer produto ou serviço, levante as informações do seu público alvo. Caso realize transações de alto valor para clientes específicos, faça o levantamento de informações focado nesse cliente.

Para levantar as informações e alcançar resultados incríveis, responda detalhadamente as perguntas sobre Cliente e Produto da próxima página:

Estratégia de Qualificação

Cliente

1. Qual é o resultado final que meu cliente quer atingir? Qual é o seu sonho?
2. Por que o resultado final é tão importante para meu cliente? O que ele realmente quer? Por quê?
3. Qual é o grande problema? O que realmente impede o meu cliente de alcançar o seu resultado final ou sonho?
4. Quais são os principais obstáculos ou etapas que meu cliente precisa superar para alcançar o objetivo final?
5. Qual é a principal preocupação, o maior medo que eles possuem em não atingir o objetivo final? Por quê?
6. Quem é meu cliente? Idade, sexo, localização etc...

Produto

7. Qual será o meu principal argumento de venda? Como o meu produto ou serviço realmente vai resolver o problema do meu cliente?
8. Eu era como meu prospecto? Como consegui resolver?
9. Eu tenho clientes que passaram por situações semelhantes? Como resolvi? Tenho depoimentos?
10. O que o meu produto faz pelo meu prospecto? Por que o meu produto tira a frustração e a dor do meu prospecto?
11. Qual é o principal diferencial do seu produto?
12. Se houver concorrentes, por que meus clientes devem comprar de mim?
13. O que o meu cliente ganha ao aceitar a oferta? E o que ele perde caso não aceite a oferta? (Procure por algo não palpável)
14. O que faria o meu cliente agir imediatamente?

Obs: Lembre-se que pessoas compram a transformação que o produto ou serviço oferece a elas.

Fase 2 - Pré-abordagem

Após realizar o levantamento das informações iniciais, nessa fase você deve focar em descobrir onde está o seu cliente em potencial para que assim consiga planejar melhor as estratégias de abordagem e apresentação.

Na pré-abordagem você deve saber:

1. Quais são os locais que meu cliente potencial frequenta?
2. Qual é a melhor maneira de abordá-lo?
3. Ele vem até meu estabelecimento ou eu tenho que ir até ele?
4. Qual a melhor forma de chamar a atenção do meu cliente?
5. Qual a melhor forma de despertar a necessidade do meu cliente?
6. Qual é a melhor forma de se vestir para abordar o meu cliente?

Caso você venda algo para pessoas específicas deve levantar o máximo de informações sobre a pessoa, seja através de pesquisa na internet, telefonemas, email etc, quanto mais você souber sobre o seu cliente em potencial melhor.

Fase 3 - Abordagem

Os 3 primeiros segundos de contato com seu potencial cliente são cruciais para o negócio, você deve sempre causar uma ótima primeira impressão, seja pessoalmente, por telefone, via internet etc.

Em apenas 3 segundos as pessoas rotulam as outras em várias categorias, em vendas as três mais comuns são:

- **Categoria 1** – Pessoa confiável, simpática, segura que posso fazer negócios.
- **Categoria 2** – Pessoa insegura, vigarista, não passa credibilidade.
- **Categoria 3** – Pessoa arrogante, gananciosa que só quer saber de vender.

Estar na categoria 1 é vital para o seu sucesso e você pode fazer isso através de sua linguagem corporal e da forma como você se veste.

A aparência física é muito importante, esteja sempre bem arrumado, limpo, com odor agradável e procure se vestir cerca de 10% melhor que seu cliente, isso vai lhe atribuir uma figura de autoridade (Um poderoso gatilho mental) fazendo com que o processo de venda seja muito mais simples.

O segundo passo é ter uma linguagem corporal adequada, para isso, veja meu vídeo sobre o tema:

[\[Vídeo\] 10 Dicas Simples Para Uma Linguagem Corporal de Poder](#)

Fase 4 - Apresentação e Demonstração

Nessa fase você deve apresentar o seu produto ou serviço com emoção, nesse momento você vai utilizar estratégias de persuasão para ajudar o seu cliente enxergar em seu produto ou serviço a solução que ele deseja.

Antes de apresentar o produto ou serviço você deve descobrir o que o seu cliente acha importante, ao fazer isso você vai eliciar seus valores, fazendo com que você tenha em mãos uma informação muito valiosa para a tomada de decisão e fechamento.

Faça ao seu cliente as seguintes perguntas:

“[Nome], o que é importante para você em relação ao [Produto/Serviço]”

“O que você busca em um [Produto/Serviço]”

Essas perguntas farão o cliente explicitar o que ele está buscando na aquisição do seu produto ou serviço, ou seja, o objetivo final. Ao descobrir quais são esses valores você deve apresentar a oferta mostrando como ela vai ajudar o cliente a ter o que ele quer e está buscando naquela compra.

Caso não seja possível levantar essas informações direcione a sua apresentação do produto ou serviço para os valores universais, esses são os interesses de todos, em maior ou menor grau, as pessoas estão buscando eles.

Lista de Valores Universais

Logo abaixo irei mostrar a relação universal do que todas as pessoas querem ter e querem evitar, ao utilizar em suas apresentações perceberá um aumento incrível de fechamentos.

O que queremos	Que queremos evitar
Mais Dinheiro	Perder dinheiro
Estima	Rejeição
Ser elogiados	Fracassar
Segurança	Perder algo
Saúde	Críticas
Ter controle	Ser manipulados
Conforto	Estresse
Amados	Parecer tolos
Atratividade Física e Sexual	O desconhecido
Fazer parte de um grupo	A morte

Em maior ou menor grau todos nós buscamos alcançar ou evitar o que está na tabela acima. Em sua apresentação buque mostrar como o seu produto ou serviço fará com que seu cliente se afaste do que ele não quer e se aproxime do que ele quer.

Uma maneira de realçar a necessidade do seu produto ou serviço é mostrando como será doloroso para o cliente se não o adquirir e o prazer que ele vai ter se efetivar a compra.

Para evitar o “Não Preciso” lembre-se de levantar as necessidades e valores do cliente, como mencionado anteriormente, e sempre faça a apresentação focada no resultado que você deseja e que o seu cliente quer.

Resistências

Alguns cliente ficam indecisos na hora de decisão, para esses você pode utilizar um poderoso gatilho mental, o apelo a consequência. Faça-se a seguinte pergunta e una a resposta com os interesses do cliente:

“Qual a pior coisa que poderia acontecer se o cliente não comprar o seu produto ou serviço agora?”

Passando Confiança e Simpatia

Na fase de Apresentação e Demonstração também é importante que você demonstre simpatia e competência, dessa forma ganhará a confiança do seu cliente e facilitará a venda. Logo abaixo seguem as características de um profissional Competente e Simpático.

Características de um Profissional Competente:

- Se move menos
- Fala mais devagar
- Tem olhar estável
- Usa vocabulário profissional como: com certeza, garantia, é claro, senhor, satisfação etc.
- Nunca grita
- Gerencia suas emoções
- É calmo
- Tem boa dicção
- Evita: insultos, gírias, linguagem cotidiana, erros de português, negatividade.

Características de um Profissional Simpático:

- É sorridente
- Possui postura ereta e aberta
- Conversa sobre os interesses do cliente
- Usa palavras como: fantástico, ótimo, incrível, muito bom, alegria etc.
- Faz Rapport com o cliente o tempo todo

Fase 5 - Superação de Objeções

Saber lidar com as objeções dos clientes é uma peça fundamental no processo de persuasão e vendas. Não adiantará você criar sequências lógicas de argumentos e padrões de influência se chegar ao final não conseguir dissolver uma objeção, que a pessoa possa vir a ter. Para muitas pessoas, esse é, sem sombra de dúvida, um dos assuntos mais desafiadores dentro de uma abordagem, seja sobre vendas, ou relacionamentos, negociações e afins. Mas, em meio a esse desafio, há uma saída extremamente poderosa e efetiva, a técnica que irei demonstrar a seguir vai te mostrar 2 estratégias para diluir as mais fortes objeções em relação à sua oferta.

Essas estratégias são estruturas verbais que nos permitem organizar um discurso para influenciar as crenças dos demais mudando assim sua forma de perceber a realidade. Seu objetivo é ajudar as pessoas a superar as crenças limitantes e aderir a sua forma de pensar, para isso mudando o foco de percepção para onde você deseja.

Essa técnica é tão forte que o uso contra a vontade da outra pessoa a transforma em uma verdadeira técnica de manipulação, por isso, procure sempre ter o foco no ganha-ganha, dessa forma você estará contribuindo para transformar o mundo em um lugar ainda melhor, ajudando pessoas a resolverem seus problemas e as tornando cada vez mais felizes.

Para melhor aprendizado, procure entender a lógica estrutural da sentença e a treine incansavelmente.

Estratégias para Vencer Objeções

1. Estratégia da Intenção: Direciona o foco de atenção para a intenção positiva que há por trás da objeção.

Estratégia - Qual é a intenção positiva por detrás dessa afirmação/Objeção?

Exemplo:

“Esse produto muito é caro!”

Modelo de Intenção

[Eu sei que você quer] + [Intenção Positiva] + [e/mas] + [Complementação]

*“Eu sei que você quer **economizar**, mas eu fico me perguntando quanto vai lhe custar ficar sem os benefícios que esse produto vai lhe trazer.”*

2. Estratégia da Redefinição: Substitui uma palavra por outra nova que significa aproximadamente o mesmo, mas que tem outras implicações.

Estratégia – Quais palavras podem descrever melhor a objeção, dando um enfoque diferente a ela?

Exemplo:

“Esse produto é muito caro!”

Modelo de Redefinição

[Talvez não seja] + [Objeção] + [Talvez seja] + [Novo enfoque]

*“Talvez não seja que esse produto seja **muito caro**; Talvez seja que esse produto não tenha despertado os valores que você realmente acha importante em uma compra.”*

Fase 6 - Fechamento

Nessa fase muitos profissionais acabam errando, pois não sabem como fazer um fechamento assertivo e concluir a venda. Logo abaixo irei compartilhar 3 poderosos padrões hipnóticos que farão você realizar qualquer fechamento de forma rápida, simples e efetiva:

1. Eu não lhe diria _____, porque ...

Explicação: De qualquer forma já estou dizendo, porém, minha negativa inicial quebra a resistência, e a palavra mágica "porque" atribui autoridade ao que digo ao mesmo tempo em que desvia a atenção do comando embutido.

Função: Quebrar a resistência inicial e dar um Comando Embutido

Exemplos:

"Eu não lhe diria para se *decidir agora*, porque você já sabe que este é o **melhor momento.**"

"Eu não lhe diria para *fechar essa venda agora*, porque nessas condições **essa é a melhor decisão que** você pode tomar."

2. Estou me perguntando o que você gostaria de fazer primeiro, _____ ou _____

Explicação: A cláusula temporal "primeiro" contida nesta pergunta embutida faz pressupor que ambas as escolhas vão ocorrer de qualquer jeito. O consciente é desviado pela preocupação com a ordem em que vão ocorrer.

Função: Pressupor inevitabilidade.

Exemplos:

“Estou me perguntando o que você gostaria de fazer primeiro, **comprar esse produto agora ou tomar um café.**”

“Estou me perguntando o que você gostaria de fazer primeiro, **garantir a sua vaga agora ou fazer o pedido de reserva para depois.**”

“Estou me perguntando o que você gostaria de fazer primeiro, **assinar o contrato ou rever todos os benefícios.**”

3. “Estou feliz que tenhamos chegado a um acordo, o que você fará primeiro _____ ou _____”

Explicação: Esse padrão contém uma pressuposição que o cliente já concordou em aceitar a proposta, ele direciona o foco de atenção para a finalização e uso futuro do produto ou serviço.

Função: Pressupor Inevitabilidade.

Exemplos:

“Estou feliz que **tenhamos chegado a um acordo**, o que você fará primeiro **chamar sua família para sair ou guardar esse carro em sua garagem?**”

“Estou feliz que **tenhamos chegado a um acordo**, o que você fará primeiro **convidar os amigos para visitar seu novo apartamento ou ligar para sua esposa para dar a notícia?**”

Fase 7 - Follow-UP

Após transformar o prospecto em um cliente é hora de fazer o acompanhamento do mesmo e garantir sua satisfação, um cliente é extremamente valioso e ao garantir que ele ficou satisfeito com a compra do produto ou serviço é um grande indicador que ele fará novas compras com você.

Logo abaixo listarei algumas dicas pontuais para você utilizar na fase de Follow-Up:

- Após concluir a compra envie um carta ou um email para seu cliente agradecendo a confiança e se colocando à disposição para esclarecimentos futuros.
- Envie um brinde personalizado para seu cliente.
- Convide o cliente para um café e faça o levantamento de novas necessidades, porém não venda nada, ainda.
- Pegue a data de aniversário do seu cliente e procure ligar para a felicitação.
- Envie informações relevantes para seu cliente, fazer isso através de uma ferramenta de email marketing é simples e efetivo.

Ainda há uma infinidade de estratégias de Follow-Up, no entanto ao seguir essas acima você vai perceber que seus resultados vão dobrar em pouco tempo, pois você estará construindo uma relação de confiança, e nós compramos de quem confiamos.

Considerações Finais

Você teve acesso as 7 fases de uma venda, para aumentar seus resultados baixe meus outros materiais e assista meus vídeos no YouTube. Você perceberá, mais cedo ou mais tarde, que esse material contém as estratégias que profissionais de vendas de elite utilizam em suas abordagens.

Esse material contém apenas uma parcela do universo de técnicas de persuasão e vendas, fique atento ao seu email, de tempo em tempo faço Workshops Online onde apresento e demonstro estratégias incríveis e simples para influenciar pessoas. Essas técnicas aplicadas a vendas já geraram um aumento de 258% em poucas semanas para vários de meus clientes.

Lembre-se, informação sem ação é ilusão, então coloque em prática tudo que você viu aqui e faça as variações para o seu mercado, e em seu primeiro resultado, por favor, me comunique, fiquei muito feliz em saber.

Um grande abraço e Viva com Paixão!

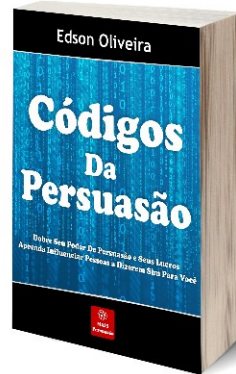
Edson Oliveira

Para mais dicas me siga nas redes sociais:



Ebook Códigos da Persuasão

Garanta o ebook “Códigos da Persuasão” e descubra como aplicar as mais avançadas e poderosas técnicas de persuasão do mundo para elevar seus resultados em vendas para o próximo nível:



Nesse Material Você Vai Descobrir:

- Como aplicar na prática mais de 50 poderosos padrões hipnóticos da linguagem para influenciar a mente inconsciente de seus clientes;
- Como criar confiança e afinidade instantaneamente com qualquer pessoa;
- Como aplicar 7 estratégias avançadas para dissolver qualquer objeção;
- Como criar um desejo intenso de compra em seus produtos;
- Como aplicar 6 poderosos gatilhos mentais que despertam um comportamento imediato em qualquer pessoa;
- Como aplicar a metodologia de 3 fases para influenciar pessoas;
- Como aplicar cada técnica e em qual momento;
- Como ter uma autoconfiança incrível e não se abalar com um “Não”.

Quem é Edson Oliveira?

Edson Oliveira



Psicoterapeuta, Empresário, Autor, Consultor Pessoal e Coach Especialista em Persuasão Aplicada.

Mestre em Programação Neurolinguística e International NLP – Master reconhecido pela Metaforum International – Akademie Für Kompetenzentwicklung e pela International Association for Neuro-Linguistic Programming.

Possui formação e certificação em Professional and Life Coaching, Practitioner em PNL, Emotional Freedom Techniques, Business

Administration e Gestão Empresarial. Um dos poucos brasileiros a utilizar a Linguística Quântica em suas abordagens. Autor dos livros: **“Desenhando Seu Destino”, “A Arte de Convencer”, “Códigos da Persuasão” e “Gatilhos Mentais”.**

Participou de diversos cursos e seminários de desenvolvimento pessoal no Brasil e nos Estados Unidos, dentre eles, Taking Care, ministrado pessoalmente pelo Dr. Patch Adams (EUA). Generative Coaching, ministrado por Robert Dilts (EUA), e UPW – Unleash the Power Within em New York, ministrado por e Joseph McClendon (EUA).

Vem se desenvolvendo profundamente na área desde 2007 e tem sido formado pessoalmente por pessoas de classe internacional na área de Desenvolvimento Pessoal, tais como Robert Dilts, Tom Best, Arline Davis, Anhard Von Lachner, Bernd Isert, Gilson Pacheco, George V. Szenézi e Anthony Robbins.

Reconhecimento internacional – Formação e Certificação



“O primeiro passo para a realização pessoal é dado quando você toma a decisão de agir, e não aceita nada menos do que a vida tem de bom para te oferecer”

Edson Oliveira