

APRENDA VENDER MAIS E MELHOR COM
PALAVRAS E FRASES PERSUASIVAS

PERSUAÇÃO PARA VENDAS



LUDMILA MONTEIRO

APRENDA VENDER MAIS E MELHOR COM
PALAVRAS E FRASES PERSUASIVAS

PERSUAÇÃO PARA VENDAS



LUDMILA MONTEIRO

**APRENDA VENDER MAIS E MELHOR COM
PALAVRAS E FRASES PERSUASIVAS
PERSUAÇÃO
PARA VENDAS**

LUDMILA MONTEIRO

Sumário

Introdução

Aprenda o que é persuasão

6 Técnicas Fundamentais da Persuasão

- 1. Trabalhe a Reciprocidade**
- 2. Tenha autoridade**
- 3. Crie o comprometimento e coerência**
- 4. Faça uma conexão pessoal**
- 5. Crie escassez ou urgência**

As características do vendedor persuasivo

Demonstrar Carisma

Ser dedicado

Comece a venda com a abordagem adequada

Fale dos benefícios primeiro e do preço por último

O que fazer quando o cliente pergunta o preço?

O que fazer quando o cliente diz que está caro?

Palavras persuasivas vendem mais

O nome ajuda a persuadir

O “Porque” explica

Conheça 20 palavras persuasivas

Use PNL para persuadir e venda mais

Técnica do Espelhamento ajuda a conectar

Aprenda os sistemas representativos para persuadir

Técnica da Ancoragem

O que todo o vendedor persuasivo evita?

Esqueça a imposição e arrogância!

Evite discussões!

Nunca aponte o engano do cliente!

Evite o “não” do cliente!

Saiba ser persuasivo em vendas on-line

Prova social é persuasivo em vendas online

Reciprocidade para persuadir online

Desperte a urgência

Invista em Posicionamento

Conclusão

Introdução



Você quer vender mais e persuadir seus clientes? Então leia atentamente este E-book. O primeiro passo para vender bem, encantar e persuadir o cliente é ser um vendedor atualizado!

Independente do nicho, seja produtos ou serviços, você deve observar as mudanças de mercado. Isso porque, o processo de vendas está em constante transformação e exige atualizações frequentes.

Você precisa saber que a venda é a resposta do comprar e não o contrário. Para isso, você vai aprender que um bom vendedor, tem como objetivo, **ajudar seu cliente** na decisão, tirar dúvidas e dar respostas a ele.

Neste e-book vamos falar sobre técnicas — comprovadas pela psicologia e estudiosos do tema— de persuasão, que deixam o cliente mais disposto a ouvir você e aceitar suas propostas de vendas.

Também, vamos ensinar você quais são as características comportamentais que agradam as pessoas. Dessa maneira, além de persuadir com palavras, você conseguirá “encantar” seu cliente com seu jeito de atender. Cliente feliz, é cliente que volta ou indica outro cliente, lembre-se disso!

Então, para mostrar que as **técnicas de persuasão** vencem o tempo e continuam funcionando, mesmo após décadas sendo estudadas, vamos falar brevemente como elas funcionam na internet.

Montamos este e-book para ensinar você a abordar melhor seu cliente ou ter ideia de como construir um relacionamento com ele, baseado na confiança e na credibilidade.

Agora, para melhorar seu jeito de vender e **persuadir** mais clientes a dizer “*sim*”, preste atenção nos temas abaixo e boa leitura!

Aprenda o que é persuasão



Persuasão é uma **técnica de comunicação**, usada para convencer alguém a tomar uma atitude ou, a cativar a pensar da forma que você precisa. Nas vendas, podemos dizer que é a forma correta de vencer a concorrência e ganhar o cliente, fazendo com que ele compre de você!

Mas, a persuasão que estamos falando aqui, não tem nada a ver com a manipulação! O vendedor manipulador quer “enganar” o cliente, para que ele compre algo que não precisa. Ele quer vender a qualquer custo, sem pensar nos benefícios para o cliente. Você sabe qual é o resultado disso?

O resultado pode ser positivo na hora, pois o cliente, muitas vezes acaba comprando, mas provavelmente não voltará mais!

Porque o vendedor manipulador, insistente e chato, faz o cliente tomar uma decisão que ele não quer tomar, ou não estava preparado para tomar ainda. Com o vendedor persuasivo de sucesso, o cliente entende as vantagens e provavelmente voltará se precisar. Aprenda como fazer isso lendo abaixo.

A persuasão para o vendedor de sucesso

Preparamos este e-book para pessoas que querem ser um **vendedor de sucesso** que fideliza o cliente! Esse vendedor que é persuasivo mas quer ajudar o cliente e tem interesse real nas pessoas. Por isso, se tornar um campeão de vendas é consequência do bom serviço prestado por ele.

Esse e-book é para ajudar você, vendedor que vai participar positivamente da

tomada de decisão do cliente! O seu cliente vai entender, que você como vendedor, tem a melhor opção para ele. Ele vai sentir que você está vendendo para ele a solução de problemas ou realização de desejos.

O vendedor persuasivo usa suas técnicas mas tem ética e interesse verdadeiro pelos clientes, por isso atender bem, fica fácil. Se você partir desse princípio, é quase certo que seus clientes vão voltar ou indicar outros clientes.

Use bem as técnicas de persuasão nas vendas e você vai se tornar o vendedor preferido dos seus clientes. Pode apostar!

Agora que você já sabe que deve usar a persuasão de forma positiva nas vendas, que tal aprender um pouco mais sobre ela?

6 Técnicas Fundamentais da Persuasão



Se você ainda não consegue tanto “sim” dos clientes quanto gostaria? Saiba que é possível mudar isso! A **persuasão é uma habilidade de comunicação** que pode ser aprendida e você pode usar ela para vender mais.

Neste começo, para ensinar os pontos fundamentais da persuasão nas vendas, vamos nos basear nos estudos sobre a arte da persuasão, do psicólogo americano, Robert Cialdini. Além de psicólogo, ele é Ph.D. no tema e escritor.

Com mais de 25 livros lançados, sobre diversos temas, principalmente marketing e persuasão, ler os livros desse autor pode ser uma ótima ideia para vendedores que desejam ter sucesso no ramo.

Aqui, vamos nos guiar pelo conteúdo do livro “*Influência: a psicologia da persuasão*”, do Robert Cialdini. Mas, há outros livros desse autor que também podem ser lidos. Entre eles, o com o título “*Armas da persuasão: como influenciar e não se deixar influenciar*”.

De acordo com Cialdini, que é um dos maiores estudiosos da habilidade da

persuasão, nós acreditamos que usamos o **raciocínio lógico** para **tomar decisões**. Mas a verdade, é que o cérebro humano cria “atalhos” para facilitar a tomada de decisões rápidas.

Nem sempre esses “atalhos” fazem com que nós tomemos a melhor decisão, ou a mais lógica. Claro que, muitas vezes, isso nos deixa mais suscetíveis. É aí que a persuasão funciona, criando e usando essa “vulnerabilidade” nas pessoas para influenciar nas decisões.

Usar essas técnicas de comunicação, deixa as pessoas mais pré-dispostas a tomar uma decisão que seja favorável para quem está persuadindo. Mas, como já citamos acima, queremos usar a arte de persuadir, para fazer o bem, ajudar em boas decisões!

Agora que você já sabe disso, vamos entender melhor como a persuasão funciona? Para isso, aprenda as **seis leis fundamentais da mente humana**. Elas foram comprovadas pela psicologia e ajudam você a convencer as pessoas.

Então continue a leitura e veja abaixo os princípios que norteiam a persuasão a ponto de exercer influência na tomada de decisão de outros. No caso aqui, dos clientes!

1.Trabalhe a Reciprocidade

As pessoas estão dispostas a retribuir algo que foi feito por elas. Na verdade, elas se sentem quase que “obrigadas” a retribuir por algo que foi feito por elas.

Quando você ganha um presente, automaticamente fica em uma posição de dívida com quem te presenteou.

É comprovado, que se ficarmos com “sensação de débito” com alguém, ficamos muito mais propensos a dizer sim para aquela pessoa.

Quando um garçom, por exemplo, traz a conta e dá umas balinhas, você pode achar que ele está sendo generoso. Mas a verdade é que um estudo apontou que há um aumento de cerca de 3% no valor das gorjetas quando um brinde é dado para um cliente!

O mesmo estudo também mostrou que se o “brinde” for oferecido em dobro, o valor da gorjeta recebida é quatro vezes maior. Isso porque temos uma tendência natural de querer retribuir mais, quando aquilo recebido gera valor para nós.

2. Tenha autoridade

Você quer ser ouvido e ter a opinião respeitada pelo cliente? Então, se torne uma autoridade no assunto! As pessoas respeitam e ouvem autoridades.

Quando parece que você domina um tema, isso aumenta a confiança e a credibilidade dos outros em você. Mas claro que, não é só parecer, o ideal é que você realmente saiba do que está falando!

Por isso, é importante saber tudo sobre o produto ou serviço que está vendendo. E claro, o ideal é prestar atenção nas informações de mercado e também na concorrência.

Isso dará a você credibilidade e seu cliente terá mais confiança, de que está fazendo a escolha certa comprando com você.

3. Crie o comprometimento e coerência

Aqui, é possível aprender que as pessoas não gostam de desconsiderar grandes ou pequenos comprometimento que elas fizeram. A coerência entre o que se diz e o que você faz é altamente valorizado pela sociedade. Isso porque, é como se cumprir o que disse, provasse a coerência e a dignidade da pessoa que falou.

Apesar de poucas pessoas conseguirem se comprometer, estudos indicam que, se você conseguir que a pessoa faça um pequeno “compromisso” com você, é mais provável conseguir dela um comprometimento “maior” depois.

Mas para funcionar, os compromissos devem ter uma leve correlação. Esse é o detalhe para que essa técnica funcione!

Nas vendas, você pode usar essa técnica conseguindo fazer perguntas de situações pequenas onde você tenha resposta positiva “sim”.

Depois de entender o que o cliente precisa e conseguir algumas respostas positivas, tente marcar a reunião. Você terá mais chances de conseguir um “sim”.

4. Faça uma conexão pessoal

Sabia que dizemos com mais facilidade “sim” para pessoas que gostamos e simpatizamos?

Ainda, estamos mais inclinados a gostar de pessoas que sentimos identificação ou pessoas que fazem elogios para nós.

Você tende a gostar mais de pessoas que têm mais em comum com você! Sejam os mesmos gostos, os mesmos problemas, as mesmas qualidades ou os mesmo defeitos.

Uma pesquisa realizada por correspondências, pode dar um exemplo claro do poder da conexão em pequenas coisas.

A pesquisa que foi publicada em 2005, baseou-se em enviar formulários por correspondências a dois grupos de pessoas e pedia para retornar a resposta.

No primeiro grupo o nome do destinatário era parecido com o do remetente, no segundo grupo não.

As pessoas que receberam cartas com nome do remetente parecido com o delas, responderam duas vezes mais do que o outro grupo. Isso quer dizer que, uma conexão simples, dobrou as chances de sucesso de resposta!

Uma forma fácil de se conectar com os clientes é através de storytelling, ou seja, a arte de “contar histórias”. De preferência que motivem, conectem ou inspirem, claro que com naturalidade e se o momento permitir. Nada de forçar a situação!

Achar pontos em comum com o cliente também é uma prática bastante usada para criar conexões. Mas faça de forma natural, sem desespero.

5. Crie escassez ou urgência

Já percebeu que quanto mais difícil de encontrar, mais valor as pessoas dão para o produto ou serviço? Portanto, gerar um sentimento de escassez pode influenciar no desejo de compra.

Um exemplo clássico é o caso da Coca-Cola. Em meados dos anos 80, a Coca-Cola pesquisou a opinião dos consumidores e produziu uma nova versão desse refrigerante, com mais açúcar.

Apesar das pesquisas serem favoráveis a nova fórmula, quando o produto foi testado, foi um verdadeiro fracasso!

Isso porque, as pessoas perceberam que a versão anterior do refrigerante, estava se tornando algo que não existiria mais. Então, passaram a preferir a versão antiga, devido ao sentimento de escassez.

A explicação é que cérebro humano associa a dificuldade e a raridade de objetos e serviços com valor. Quer dizer que, quanto mais difícil de conseguir uma coisa, mais valiosa ela é para nós!

Por isso lojas ou sites (como a Amazon), colocam a quantidade das últimas unidades. Provou-se que o produto vende mais rápido quando está acabando o estoque.

O mesmo pode ser feito com o sentimento de urgência. O cliente que procrastina a compra, acaba comprando de outro ou não comprando mais.

Para ativar esse sentimento de urgência coloque frases ou condições escritas, da seguinte forma: “Somente enquanto durarem os estoques”, “somente esta semana”, “últimas peças”.

Isso vai causar a sensação de que o cliente precisa tomar uma decisão naquele momento— sentimento de urgência— ou vai perder aquela oportunidade.

6. Valorize a prova social

Nós, seres humanos, temos uma forte necessidade de pertencer a grupos. Essa característica fica ainda mais perceptível quando estamos com sentimento de dúvida ou indecisão.

A tendência é que a gente observe o que outras pessoas estão fazendo, em

relação a mesma situação, para fazemos igual. Isso tem ainda mais força se for alguém que admiramos ou gostamos.

O autor, Robert Cialdini, conduziu um estudo relacionado a reutilização de toalhas em um hotel nos Estados Unidos, que ajuda a provar essa teoria. Primeiro, ele fez um aviso que informava apenas os benefícios para o meio ambiente com a reutilização das toalhas.

Para um segundo grupo, além de colocar a informação dos benefícios para o meio ambiente, o aviso também reforçou que outros hóspedes estavam fazendo a reutilização de toalhas.

No primeiro grupo, cerca de 35% dos hóspedes aderiram ao pedido. Já no segundo grupo, esse número cresceu para 75% dos hóspedes!

Para que você entenda melhor, onde essa técnica é usada no comércio, ela pode ser os depoimentos ou avaliações on-line de outros compradores e clientes. Sempre olhamos a opinião de outros compradores sobre o produto quando o assunto é compra on-line, não é mesmo?

Outro exemplo é quando vamos comer fora e um lugar está cheio, com fila de espera, já o outro, está sem fila de espera e com poucos clientes.

Pela lógica da prova social, nosso cérebro acha que o restaurante com fila de espera é o melhor, porque mais pessoas estão lá. Mesmo que racionalmente, o restaurante mais vazio fosse melhor opção, porque você seria servido mais rápido.

Agora que você já entendeu as “lógicas” dos atalhos usados pelo cérebro humano, ficou mais fácil aplicar essas técnicas para ajudar seu cliente a tomar decisões de compra.

Mas você sabe o que é muito persuasivo? Características pessoais e comportamento, entenda melhor lendo o próximo tópico!

As características do vendedor persuasivo



A venda bem-sucedida começa antes do cliente chegar, ela começa com o vendedor preparado que domina o produto ou serviço que quer vender. Esse **vendedor de sucesso**, já conhece as **técnicas da persuasão** e estuda as principais dúvidas dos clientes.

Ele entende de pessoas, por isso primeiro ouve o que o cliente quer, para depois oferecer o produto. Mas como fazer isso?

O melhor jeito de entender o que seu cliente quer, é perguntando para ele. Saiba que: o vendedor persuasivo não afirma, pergunta para o cliente! Claro que as perguntas devem ser feitas no diálogo, deixando o cliente à vontade.

Continue prestando atenção na leitura, que agora vamos terminar de revelar para você as características e comportamentos que “encantam” o cliente!

Abaixo separamos em subtítulos cada uma dessas características persuasivas, para que as pessoas gostem mais de você, veja.

Gosta do que faz!

No ramo das vendas, um vendedor bem-sucedido é aquele que tem

resultados! E para ter resultado nas vendas, você precisa **gostar do desafio de vender**. Ser o que muitos chamam de: **apaixonado por vendas**!

Quem gosta de vendas acha desafiador bater as metas todo o mês. Esse vendedor persuasivo, se sente motivado para buscar novos caminhos e aumentar os resultados. Ao mesmo tempo, tem tranquilidade, pois sabe que o mercado oscila, só que isso não é obstáculo para o quem confia no potencial que tem!

A confiança do **vendedor de sucesso** é fruto da soma de técnicas persuasivas comportamentais adequadas. Se você ainda não tem essas características pessoais positivas para vendas, a boa notícia é que você pode aprendê-las, se praticar!

Muitas dessas características não nascem com as pessoas, mas elas são aprendidas, incorporadas no dia a dia e passam a ser quase que um dom natural, isso com o tempo.

Quer dizer que, para encantar seus clientes, você deve apresentar **características de personalidade** que inspirem confiança e empatia. Portanto, não adianta apenas “decorar” **técnicas de persuasão de vendas** e reproduzi-las como um robô!

Venda é **relacionamento** entre pessoas. Independente se a transação é com empresas, ou com consumidores, quem decide são sempre pessoas. Isso significa que, as características de quem vende, são levadas em conta!

Sendo assim, além de gostar de vender, você deve aprender as **características comportamentais** de um vendedor de sucesso. Então, preste atenção na leitura abaixo!

Cuida da primeira impressão

Sabe aquele ditado “a primeira impressão é a que fica”? Nas vendas, esse ditado conta muito! Isso porque o vendedor, quase sempre, tem pouco tempo para conseguir a atenção do cliente.

Então, é claro que um vendedor deve estar apresentável e isso já é de domínio de todos que trabalham na área. Até porque, as roupas e a maneira de se portar, são parte da comunicação não verbal.

Então, se o seu mercado de vendas é mais despojado e jovial, você pode usar roupas mais casuais, como camisetas, tênis e até o cabelo com visual diferente.

Mas, se você trabalha em um ramo mais formal, use roupas neutras, dando preferência para o clássico. Roupas no estilo social são bem-vindas, claro na medida certa, sem exageros.

Observe o ambiente, como as outras pessoas se vestem naquele local de trabalho, será um bom parâmetro para você!

Essa parte é o “dever de casa” de todos os vendedores, ter uma boa postura e uma roupa adequada. Mas não custa reforçar isso, não é mesmo?! Agora vamos falar de outra coisa que deixa uma ótima primeira impressão?

Demonstrar Carisma

O carisma é fundamental para um vendedor persuasivo. E a parte boa é que você pode treinar e desenvolver essa característica!

Para ter carisma, tenha uma postura cordial e de preferência com um sorriso no rosto. A hora de ter contato com o cliente é o momento que você “esquece dos problemas”, foca naquele período e se dedica aquela pessoa.

Esse é o momento de entender o que o cliente quer e, para fazer isso com maestria, você deve ter um **interesse verdadeiro no cliente**. Faça as apresentações necessárias, seja cordial e comece com uma ou duas perguntas que façam o cliente falar sobre “a dor dele”.

A “dor do cliente” é um problema que ele precisa sanar, um desejo que quer realizar ou a solução ideal para algo. Você só vai descobrir isso conversando com ele.

Depois de descobrir o que o cliente precisa, ouça o que ele deseja e então, apresente as possibilidades de “solução”. Você vai despertar o interesse e a **confiança do cliente**, se ele perceber que você quer **ajudá-lo de verdade!**

Saiba que um vendedor não vende produtos ou serviços, ele vende soluções e desejos! Portanto, mantenha o ar de positividade e felicidade sem exageros.

O **interesse real pelo seu cliente** é o que realmente vai deixar a conversa interessante e fazer com que ele fique confortável e confie em você.

Pense que, se um cliente sente **simpatia** por você, provavelmente vai voltar quando precisar ou, vai indicar outras pessoas para comprarem com você. Então, aprenda que o cliente é seu amigo!

Ser dedicado

Os vendedores campeões em bater metas são **dedicados**. Isso quer dizer que eles sempre estão atentos às novidades do ramo.

Eles também estudam e sabem tudo sobre os produtos que vendem, para poder tirar as dúvidas do cliente e conversar sobre as vantagens que cada item ou serviço oferece.

Então, a partir da conversa com o cliente, ele entende o que o cliente precisa e **com confiança** indica o que é mais adequado para solucionar o anseio do cliente ou, realizar o desejo de compra.

O vendedor persuasivo deve conhecer as soluções que seus produtos ou serviços oferecem e não apenas “tirar pedidos”.

Isso porque, o cliente atual normalmente não começa a compra na loja. Ele quase sempre faz pesquisas de preço e busca opções na internet. Quando ele decide comprar, já reuniu bastante informação sobre o que precisa.

Portanto, um vendedor persuasivo de sucesso nos dias atuais, deve ser **bem informado** ou passará vergonha sabendo menos que o cliente!

É proativo

Proativo, de acordo com o dicionário, é a característica de tomar iniciativa. O vendedor proativo é aquele que busca melhorar a performance, antecipa situações e ajuda sempre que pode.

Ele ajuda não só o cliente, mas a empresa e também a equipe. Vendedores persuasivos e com a característica de proatividade, **assumem responsabilidades** e antecipam as objeções dos clientes para saber responder quando questionados.

O **vendedor proativo** busca o benefício da organização em que trabalha e dos colegas. Ele vê a situação como um todo e não como egoísta e acomodado.

Com o cliente, o vendedor persuasivo tem disposição para empenhar-se em oferecer, explicar e mostrar a melhor opção!

Agora que você já apreendeu as características pessoais do vendedor

persuasivo, vamos entender como começar com uma abordagem de sucesso?

Comece a venda com a abordagem adequada



É extremamente desagradável sentir que nenhum vendedor te atendeu ou que você até tinha interesse no produto, mas não recebeu nenhuma abordagem no estabelecimento.

Já quando acontece o contrário, de forma é exagerada, também não é bom. Aquele vendedor que mal deixa você olhar os produtos e fica desesperado em cima, querendo forçar a compra, é chato e desagradável. E, como começar a abordagem do jeito certo?

O mais adequado é estudar o perfil do seu comprador! Pesquise qual o tipo de comprador mais busca o nicho que você trabalha.

Depois, observe um pouco o comprador antes de fazer a abordagem. Veja se é uma pessoa mais calada, contida e introspectiva, ou se é uma pessoa mais extrovertida e disposta a conversar.

Outra dica importante, é perceber no que a pessoa está interessada. Ela está olhando algum tipo de produto específico ou está procurando novidades?

Depois dessa breve e rápida observação, uma abordagem agradável é a frase:

seja bem-vindo ou *seja bem-vinda*. Se preferir, pode usar a mais tradicional: em que posso ajudar?

Depois dessa abordagem, provavelmente o seu cliente vai explicar o que deseja ou irá responder que está olhando opções. Deixe-o mais à vontade, mas mantenha-se disponível para ajudar. Se perceber que o cliente está indeciso, vendo muitas opções, você pode tentar a seguinte frase: *O que você realmente está procurando?*

Se o cliente quiser, dê as dicas de produtos ou serviços que mais se encaixam com o que ele procura. Uma **dica sincera**, sem pressionar para a compra, é uma boa opção para obter atenção do cliente.

Fale dos benefícios primeiro e do preço por último



Depois que conseguiu saber do cliente o que ele procura, nada de falar de desconto, IPI reduzido (se for o caso), ou de preço. Agora é hora de falar das vantagens do produto!

Você já foi o vendedor persuasivo que conseguiu escutar o cliente e descobrir o anseio dele. É hora de falar das vantagens que seus produtos oferecem. Se o cliente for daqueles fascinados por novidades, não hesite, mostre também os lançamentos!

Apresente para o cliente duas ou três opções, fale das vantagens daqueles produtos, como eles se encaixam no que o cliente deseja. Só depois, no momento do fechamento da venda informe o valor.

O que fazer quando o cliente pergunta o preço?

Em qualquer área hoje, muito clientes querem poupar tempo de compra e chegam logo perguntando o preço. Você pode responder com uma pergunta aberta, tentando estabelecer um diálogo. Tente as seguintes perguntas:

Você já conhece esse produto?

O que você sabe sobre esse serviço?

Qual sua preferência neste empreendimento?

Pense em perguntas que vão permitir que você, como vendedor persuasivo, possa mostrar o valor do que oferece. Tente contrapor as vantagens e não apenas dar o preço.

Claro que, isso deve ser feito observando a postura do cliente. Se ele estiver impaciente e irritado, sem disposição para saber mais, o ideal é falar o preço sem enrolar muito.

Mas, sempre que possível, tente mostrar mais opções de preço para o cliente, benefícios e outras possibilidades de produtos ou serviços.

O que fazer quando o cliente diz que está caro?

Muitos clientes chegam e querem saber logo o preço. E o vendedor sem alternativas negocia o preço. Diversas vezes, baixa o máximo possível para reter o cliente. Mas, mesmo assim o cliente pega o orçamento e vai tentar negociar um preço ainda menor, em outro lugar!

Como lidar com esse cliente?

O vendedor persuasivo deve ter em mente que **o cliente paga por aquilo que você sabe e ele não sabe**. Porque aquilo que você sabe e ele sabe, ele só negociará com você o preço! Então, tente mostrar as vantagens do que você vende! Explicar o que o cliente ganha comprando com você.

Outra maneira de lidar com isso, é nunca levar para o lado pessoal, sentir-se ofendido. Quando o cliente diz que está caro, tente entender qual é a “referência” que ele está tendo como parâmetro. Reforço: tente entender a referência dele primeiro, antes de continuar o diálogo.

Para fazer isso, a melhor solução é perguntar! Questione ele, mas sempre com tom cordial e tentando oferecer novas possibilidades. Tente perguntas parecidas com essas:

Está caro comparado com o quê?

O que você viu no mercado?

Qual faixa de preço você está procurando?

Aqui, as perguntas são para **entender o que o cliente busca**, para depois tentar fazer uma outra indicação. Isso também pode ajudar você a falar com mais propriedade das vantagens que sua venda oferece em relação ao que o cliente viu com preço menor.

Com tudo que leu até aqui, você já percebeu que a persuasão é baseada principalmente na comunicação, não é mesmo? Então, para ajudar você vendedor a **aumentar seu poder de persuasão**, abaixo vamos ensinar algumas palavras que deixam o cliente mais pré-disposto a comprar.

Palavras persuasivas vendem mais



Algumas palavras têm um efeito positivo nos clientes! Elas ajudam você a **vender mais**, ou induzem as pessoas a comprar!

Essas palavras são usadas por corretores de imóveis, profissionais de vendas de produtos e serviços, vendas online, televisão ou rádio.

São palavras que ajudam a fazer, o que no marketing, é chamado de converter. Que quer dizer, **incentivar a comprar** ou **tomar alguma decisão** que você que está persuadindo queira.

O nome ajuda a persuadir

Para vendedores diretos, de telemarketing ou que possuem o nome do cliente, use! Esse é o som mais doce que a pessoa pode ouvir. Desde os tempos da antiguidade, as pessoas são tão envaidecidas com o nome, que desejam deixá-lo marcado na história.

Há casos de pessoas com poder financeiro, que patrocinam artistas ou músicos só para ter seus nomes nas obras. Pode parecer um pequeno detalhe, mas o nome da pessoa tem grande poder quando é falado.

Quando você chama a pessoa pelo nome, durante a conversa de venda, ela se sente importante e única. O nome mais importante para ela é o dela. Portanto, guarde o nome do cliente e fale ele espontaneamente durante a conversa.

O “Porque” explica

O **porque** mostra a razão porque fazer aquela ação. Mostra o sentido do que estamos tentando induzir. É com o “**porque**” que a pessoa pode perceber que você está tentando ajudar e não manipular.

Quando é explicado o “**porque**”, há sentimento maior de entendimento dos fatos e por consequência mais colaboração.

O Blog [Copyblogger](#), mostra o poder de persuasão do “porque”, embasado na pesquisa de uma psicóloga social chamada Ellen Langer.

Para resumir o estudo, Ellen pede para usar a copiadora de estabelecimentos comerciais. Quando ela citou que tinha cinco páginas e precisava usar a copiadora, ela recebeu cerca de 60% de respostas positivas.

Quando ela fez o mesmo pedido, mas colocou a palavra porque na frase e deu uma explicação rasa. O número de respostas positiva que teve foi para 94%.

Então, sempre que possível, explique o “porque” dos produtos ou serviços que vede, mesmo que pareça óbvio.

Fale “você”

Você é a pessoa que mais importa para você. Então uma palavra bastante persuasiva para usar por vendedores é **você**.

Quando o vendedor persuasivo usa você, dá significado de **exclusividade** e importância. Isso gera mais conexão, mais interesse do comprador.

Imagine-se vendendo e falando algo como: “*olhe esse produto, acho que esse **você** vai gostar*”.

Não dá um sentimento de que o vendedor que ajudar exclusivamente aquele cliente, naquele momento? Mágico né?! Então use!

Conheça 20 palavras persuasivas

Conhecido como o “pai da propaganda”, em 1963, David Ogilvy, fez uma lista com as **20 palavras mais influentes** no cérebro humano, de acordo com os testes que ele fez.

Conheça essas 20 palavras persuasivas que vendem:

Oferta;

Rápido;

Fácil;

Querido;

Depressa;

Barganha;

Comprar;

Desafio;

Mágica;

Milagre;

Surpreendente;

Revolucionário;

Extraordinário;

Sensacional;

Incrível;

Aperfeiçoamento;

Proclamando;

Apresentando;

Agora;

De repente.

Sei que quando falamos em 1963, parece antigo. Mas tenha em mente que os princípios e mandamentos desse homem, são seguidos até hoje por profissionais do marketing e da propaganda.

Então, a dica é: anote em um papel as palavras mais fáceis de encaixar em seu diálogo ou texto (se for vender on-line) e use sempre que ficar natural.

Use PNL para persuadir e venda mais



A PNL é a Programação Neurolinguística, ela surgiu nos anos 70, na Califórnia, criada por Richard Bandler e John Grinder.

Os criadores da PNL afirmam que existe uma conexão no processo de comunicação e nossos padrões comportamentais e as decisões que tomamos. Seja de forma consciente ou inconsciente.

Nas vendas, basicamente, a PNL ajuda você a persuadir o cliente, porque o deixa mais confiante em você.

A PNL não é manipulação, é uma ferramenta de persuasão que ajuda o vendedor a **aguçar o desejo de compra** do cliente.

Claro que você deve fazer isso deixando o cliente satisfeito e apresentando as melhores opções de compra. Porque cliente satisfeito sempre volta!

Técnica do Espelhamento ajuda a conectar

Quando falamos em comunicação, falamos da comunicação verbal e não verbal. Nosso corpo também comunica.

Então, lembra da técnica que falamos lá no começo do e-book, que consiste em **criar uma conexão** pessoal? O espelhamento é algo parecido!

Na técnica do **espelhamento**, você vai usar a linguagem corporal para criar um sentimento de **identificação** do seu cliente com você.

Funciona da seguinte forma, se o cliente fala mais rápido, é animado e gesticula, você vai adotar — sutilmente— a postura e o jeito parecido com o dele.

Já, se o cliente é mais tranquilo, fala de forma mais calma, você procura falar de forma mais calma e adota postura mais tranquila. Para acertar, você tem que prestar atenção no jeito do cliente.

Outra forma de usar o espelhamento, é repetir os gestos do cliente. Mas deve ser feito de maneira natural, vez ou outra!

Por exemplo, se você está conversando e o cliente coloca a mão no bolso, continue a conversa e alguns minutos depois coloque a mão no bolso também. Se ele coçar o nariz, você pode fazer um gesto parecido, colocando a mão no rosto.

A técnica, literalmente, funciona como um espelho. Claro que deve ser feita de maneira discreta! Então, tente usar essa técnica para se conectar com seu cliente e persuadir mais na hora de fechar um negócio.

Aprenda os sistemas representativos para persuadir

Na Programação Neurolinguística, um conceito básico é que, as informações externas chegam até nós pelos sentidos. Aqui a PNL coloca em três grupos o que nosso cérebro absorve de informação pela audição, visão, olfato, paladar e tato.

Os grupos são os sistemas representacionais ou representativos da PNL. Divididos em: visual, auditivo e cinestésico (pessoa que se comunica através da expressão corporal).

Basicamente, explicando de forma simples, cada ser humano tem um dos sistemas mais afluídos, ou seja, capta primordialmente informações vindas pelo sistema representativo que ela desenvolveu mais.

Se você conseguir entender qual o perfil do seu cliente, qual tipo de informação chama mais atenção do cérebro dele, você vai conseguir mais atenção dele.

Tendo mais atenção do cliente, fica mais fácil persuadir e vender! Veja como é cada sistema representativo da PNL:

Os auditivos: eles são analíticos e gostam de ouvir explicações na voz do vendedor, prestam atenção nos detalhes da explicação e nos argumentos que o vendedor falar;

Os visuais: gostam do que chama atenção dos olhos, gostam de gráficos, recursos visuais e imagens para entender melhor o que é explicado na conversa;

Oscinestésicos: provavelmente vão gesticular ou podem tocar o vendedor sutilmente durante a conversa. São mais sensoriais, mas aqui, a dica é usar os sentimentos. Os sentimentos importam muito para esse grupo.

Use o reforço positivo para persuadir

O reforço positivo consiste em reforçar a ação positiva com **elogios**. Essa técnica persuasiva da PNL tem origem em uma corrente da psicologia chamada behaviorista. A intenção é motivar e reconhecer quando alguém faz algo positivo. Mas, como usar essa técnica em vendas?

Você pode persuadir seu cliente elogiando ele, quando ele faz uma objeção. Por exemplo, você pode falar: boa pergunta! E seguir explicando as vantagens que o negócio oferece.

Claro que você responderá a objeção, para que não fiquem dúvidas no cliente. Mas vai **reforçar os pontos positivos** do seu negócio e voltar a conduzir o cliente para o fechamento!

Técnica da Ancoragem

Um conceito elementar da PNL é que as sensações — sejam boas ou ruins — podem ser repetidas. Essa técnica consiste em fazer o cliente imaginar uma situação e ligar com sentimentos que ele já tem guardados na memória dele.

Por exemplo, se você vai vender um celular, você pode mostrar o modelo “prime” e falar: *imagine você no natal, mostrando esse celular novo para seus amigos e familiares.*

A imagem vai trazer uma memória afetiva do natal e dos familiares no cliente, que se sentirá mais alegre. Para clientes mais alegres e receptivos você tem mais chances de vender!

Nesta técnica, basicamente, você liga os sentimentos do cliente que já existem, com a nova ação da compra. Você “ancora” a nova ideia em algo que já existe nas memórias dele.

Agora que você já sabe algumas **táticas de persuasão da PNL** para alavancar suas vendas, que tal ficar atento ao que você **NÃO deve fazer** na hora de vender? Então vamos lá!

O que todo o vendedor persuasivo evita?



Já percebeu quantas técnicas de persuasão você pode usar para vender mais? Desde a personalidade simpática até seu comportamento, podem ajudar a alavancar as vendas. Mas, claro que, algumas coisas devem ser evitadas, porque “avisar” nunca é demais!

Os tópicos abaixo são baseados na leitura de outro livro clássico para vendedores o “*Como fazer amigos e influenciar pessoas*”, de Dale Carnegie.

Apesar da primeira Edição deste livro ter sido lançada em 1936, a leitura dele é praticamente obrigatória para vendedores. Os princípios desse livro norteiam empreendedores até os dias de hoje.

Então, vamos aprender o que o vendedor deve evitar fazer?

Esqueça a imposição e arrogância!

Claro que, você como vendedor persuasivo, pode dar um show de conhecimento sobre seu produto. Você também é dedicado e estudou o comportamento do seu cliente.

Ninguém tem dúvidas que você é preparado e sabe o que fala e faz. Mas qual é o problema disso? O problema é começar a impor suas falas e ser arrogante com o cliente!

Ninguém tolera gente arrogante, ainda mais nas vendas. Por isso, comece de maneira amistosa, nunca tente impor sua opinião.

A regra básica da primeira impressão é sorria, seja amigável e **ouça mais do que fala!**

Evite discussões!

Parece óbvio, mas pode acontecer se você não praticar o princípio que ensinamos acima. Então, se você for cordial e humilde, provavelmente vai evitar discussões.

Mas, vale a pena frisar cada situação que deve ser evitada e é isso que estamos fazendo. O propósito é que você consiga ser persuasivo, vender mais e ter sucesso.

Evitar uma discussão é a única maneira de ganhar ela! Ainda mais em vendas, de forma alguma, discuta com seu cliente. Não se trata de deixar de apresentar as vantagens e ideias do negócio, mas de evitar a **postura de confronto**, de defender a ideia. Fuja disso!

Para evitar discussões e adotar uma postura de exposição de ideias e argumentos, ouça primeiro. Reforce os pontos em que ambos concordam com frases do tipo “*você tem razão*”.

Depois de ouvir, coloque as ideias começando pelos pontos onde vocês concordam e vá falando das vantagens que seu produto ou serviço oferece. É mais inteligente fazer dessa forma do que confrontar o cliente.

Nunca aponte o engano do cliente!

Nunca diga: você está enganado! É desrespeitoso com a opinião do outro e você pode deixar o cliente na defensiva. Um cliente na defensiva, provavelmente não sentirá confiança para comprar de você.

Seja **diplomático** e use a persuasão, para que a pessoa nem perceba que você está “discordando” dela. Diga frases como: *“pode ser que eu tenha me enganado, mas...”*

E aproveitando esse tópico, anote essa outra dica: se estiver enganado, reconheça o erro rapidamente!

Evite o “não” do cliente!

Para Carnegie, quanto mais você conseguir que seu cliente fale “**sim**”, mais chances você terá de conseguir que ele concorde com o negócio.

Portanto faça perguntas em que a resposta naturalmente é sim, por várias vezes. Claro que isso deve ser feito como todas as outras técnicas de persuasão: de forma natural!

Então, quanto mais você conseguir que seu cliente concorde com você ou diga “**sim**”, mais fácil será de fechar o negócio.

Agora, vamos abordar um pouco da persuasão no universo digital?

Saiba ser persuasivo em vendas on-line



O mercado digital está em expansão e mudou muito o modo como vendemos e compramos. Por consequência, houve mudanças em todos os nichos, alguns desapareceram, outros nasceram e muitos ramos se fortaleceram com a internet.

Se você é vendedor e pensa em expandir para o mercado digital, saiba que esse pensamento é bom para os negócios, se for feito do jeito certo.

E como funciona no mundo online? Existem técnicas de persuasão?

Com certeza existem! E a maioria das técnicas de persuasão de vendas que ensinamos aqui podem e devem ser usadas no mercado online!

Veja nos tópicos a seguir algumas técnicas de persuasão de vendas que tem grande peso e como usá-las na internet.

Prova social é persuasivo em vendas online

Na internet, sua reputação vale ouro! Por quê? Não temos como saber como é o serviço prestado, a não ser pela opinião dos outros! Isso pode ser feito por avaliação ou por reclamações.

Mas o fato é que uma **boa reputação** pode te levar a vender cada vez mais. Já uma reputação ruim ou uma reclamação que não foi resolvida, pode acabar com seu negócio!

Então, no modo online de vendas, a reputação é importantíssima, pois um atendimento ruim se propaga com uma velocidade incrível.

Já, se você atende bem e tem a confiança dos clientes, peça para eles mandarem depoimentos e qualificarem bem você.

Uma boa qualificação e boas referências dão credibilidade no universo online e **credibilidade** na internet é muito persuasiva!

Reciprocidade para persuadir online

Na internet criar conteúdo de valor por meio de um blog ou rede social, possibilita relacionamento de reciprocidade com o futuro cliente.

Quando uma empresa ou marca oferece conteúdos de valor, ajudando a tirar dúvidas do cliente, ele fica mais receptivo. O cliente cria confiança, porque sente **reciprocidade** e entra no que explicamos acima no começo deste e-book, é como se ele tivesse “obrigação” de devolver a gentileza.

Então, se deseja vender na internet, pense em criar e promover conteúdos bons sobre seu nicho, para ajudar os clientes. Isso é conhecido na internet como **marketing de conteúdo** e garante clientes fies e uma marca sólida a longo prazo!

Você pode fazer o conteúdo e distribuir em redes sociais, Blog ou YouTube. Tudo depende do tipo de público, por isso pesquise antes.

Desperte a urgência

Lembre-se que já explicamos sobre sentimento de urgência e escassez? Pois então, no mercado online a urgência é bastante usada para fechar vendas!

Se você vende um curso ou produto, primeiro desperte os sentimentos bons que adquirir seu produto podem trazer. Depois, use frases de impacto como: *você vai adiar um sonho? Quanto tempo você vai esperar para mudar e vida? Vai esperar para quê?*

Colocar sentimento de escassez também funciona, como: *ultimas vagas, somente essa semana, as 10 primeiras vendas.*

Isso pode persuadir o cliente a fechar a venda com receio de perder a oportunidade de realizar um sonho ou resolver um problema.

Como você já percebeu, pelas dicas que demos acima, todas as técnicas de persuasão e de excelência no atendimento, podem ser usadas na internet! Então, se seu negócio é online, aplique já as técnicas de persuasão que ensinamos neste e-book!

E como a concorrência na internet é grande, preste atenção em alguns pontos que você deve pesquisar para vender mais.

Invista em Posicionamento

Você já se perguntou qual o critério dos sites de busca (como Google e Yahoo) usam para posicionar os primeiros lugares nas pesquisas? Se ainda não perguntou, é hora de pensar nisso se deseja ter um negócio online.

Posicionamento é fundamental para ser encontrado nas pesquisas dos clientes. Quanto melhor posicionado, mais você venderá! Portanto, pense em pesquisar a respeito disso se for levar a sério os negócios online.

São mais de 200 fatores de ranqueamento, aqui vamos mostrar o básico que você precisa aprender e buscar mais sobre eles:

Aprenda sobre SEO: é a sigla para Search Engine Optimization, que traduzindo quer dizer: otimização para mecanismos de buscas. Os sites como o Google usam mecanismos de buscar a informação. O SEO é a técnica que otimiza o conteúdo para que ele seja encontrado mais facilmente pelos clientes;

Tenha um site seguro: várias plataformas oferecem sistema de segurança para sites de compra, com certificados e garantias antifraude. Esse é um passo importante, garantir a segurança do cliente que compra de você;

Cuide da logística: embale bem o produto e mande rápido, de preferência poste no dia da compra. A mercadoria comprada na internet gera expectativa e cada dia que você não manda o cliente sente frustração.

Conclusão



A persuasão nas vendas é uma técnica usada há décadas, como mostramos neste e-book. Perceba que o tipo, o jeito e como vender muda, mas a relação entre vendedor e comprador é fortificada sempre pelos mesmos métodos: a credibilidade e a confiança.

A forma como o ser humano gosta de ser atendido, sente simpatia ou fica suscetível, permanece praticamente o mesmo ou com poucas alterações mesmo depois de décadas.

Portanto, a grande lição de persuasão de vendas é bom **relacionamento** com cliente! Invista no relacionamento humano, antes de ser um ótimo vendedor, seja uma ótima pessoa. Como fazer isso? Treine as características de personalidade e comportamento que ensinamos neste e-book.

Além de ter sucesso nas vendas e nos negócios, esse sucesso com certeza irá contagiar todas as áreas de sua vida. Ser um ser humano persuasivo — para o bem — que tem interesse real e verdadeiro em ajudar as pessoas, fará você ser querido por aqueles que estão a sua volta, inclusive os clientes.

Para acertar, invista em persuasão positiva, venda, cresça e ganhe dinheiro,

fazendo o bem para as pessoas. Seja um vendedor consultivo do cliente e veja ele como seu amigo.

Para isso, se você esquecer de todas as regras de persuasão, use a empatia! O ato de se colocar no lugar do outro é poderoso e faz você tomar uma atitude melhor.

No mais, dedique-se a fazer um bom trabalho, que com certeza suas vendas vão aumentar e você será um vendedor persuasivo de sucesso. Porque como já diz a frase de um autor desconhecido: “*Nada resiste a um bom trabalho*”. Então persista para ter sucesso!