

O Novo Mercado

Ícaro de Carvalho

AULA 166 – Aprendendo a fechar contratos.

O que será discutido na aula?

Nessa aula vamos aprender a postura que você deve ter ao fechar um contrato.

INTRODUÇÃO

Nós temos algumas aulas sobre fechar contrato que ficaram famosas no **Novo Mercado**. A aula “cafezinho” (aula 094) é, com certeza, uma das 20 melhores aulas da escola.

Mas nessa aula nós vamos falar de um outro ponto que eu vejo que vocês travam muito na hora de fechar o contrato.

Essa aula é, especialmente, para prestadores de serviço.

DISCUSSÃO

O contrato antecede o momento da negociação onde você pode ganhar ou perder dinheiro.

Na aula do cafezinho você aprende 2 instrumentos importantíssimos que norteiam a minha maneira de negociar e encarar a vida quando o assunto é dinheiro:

1) Pré-Framing

Quando você aprende a fazer pré-framing, você aprende a criar a cama antes de qualquer negociação.

2) O que mata é o “talvez”

Temos que entender que o Sim e o Não são bons, mas o “talvez”, o “mais tarde te retorno” são matadores.

As pessoas têm medo de receber um “não”, mas pior do que receber um “não” é fechar com um cliente ruim.

Um contrato ruim começa com o fechamento de contrato ruim, ou seja, quando você está naquela síndrome de leilão, na pressa de fechar e aceita cláusulas e acordos que não aceitaria, se tivesse parado um dia para refletir.

É fácil diagnosticar quando você caiu nesse erro porque no momento em que o dinheiro cai na conta você já se arrependeu.

Também lá no cafezinho eu aponto quais são os 5 maiores erros do contrato:

1) Quando o contrato não tem dono

Isto é, quando tudo o que envolve o projeto não está, claramente, entre eu e o meu contratante. Ou seja, quando mais pessoas podem dar palpite.

2) Quando o contrato não anda só para frente

O contrato tem que dividir o projeto em vários checkpoints. Se não estiver assim, é um convite para você ter de recomeçar do zero toda vez que o cliente mudar de ideia.

3) Quando alterações não são cobradas

A principal característica de um cliente ruim é a avareza. Ele é ruim porque quer demais.

Se a interação dele contigo for regida por um bom contrato – aquele que irá cobrar por alterações não previstas –, se o contrato for capaz de se adiantar à avareza do envolvido, ele se comportará como um bom cliente.

4) Quando se tem medo de um contrato justo

As pessoas têm medo de não serem amigas do cliente. Eu entendo que muitas pessoas não se sentem bem falando de dinheiro, mas esse medo só faz com que percam dinheiro.

5) Não inclusão de multas

As pessoas não reforçam as proibições do contrato com multas. Atrasos, alterações e os fornecimentos que o cliente exige precisam estar condicionadas.

O pulo do gato

Entenda o que **o cliente quer** e o que **você quer**.

O cliente quer preço! Acabou. Você quer entregar rápido e referência.

Você precisa estruturar o seu discurso, fazer o pré-framing, para que o cliente entenda e aceite as suas condições, em troca do preço, e não incorra em todos os problemas que citei acima.

Como o cliente se importa com preço, ao negociar o valor de um projeto, use o seguinte discurso:

"Eu não trabalho com desconto (1). Esse valor que estou retirando do projeto é gordura dos meus prazos (2). Então, só farei isso (3) com duas condições: não haver atraso (4); atrasos serão cobrados (5);"

É importante fornecer uma margem, uma "concessão", já no contrato. Por exemplo: "vou lhe conceder duas alterações mínimas durante o projeto sem que incorramos em multa" (neste caso, o que "alteração mínima" é precisa estar claro no contrato).

Alguém falou no chat: "o problema é quando o contratado tem costume de atrasar". Se você é profissional e tem costume de atrasar, vá agora para aula do cafezinho. Você, contratado, não pode atrasar!

E se o contratante tem costume de atrasar... Cara, eu não quero esse tipo de cliente. Porque *cliente que atrasa processo atrasa pagamento*.

Se o cliente rejeitar suas cláusulas, aumente o preço de novo. É sua bala de prata. O preço que você está cobrando implica não aceitar alterações, atrasos e todos os problemas que surgem em um projeto e prejudicam seu bom andamento.

Mas cá entre nós: eu prefiro dar até 15% de desconto no valor do projeto se estas cláusulas forem aceitas (eu sei que vou ganhar parte de volta quando ele recorrer a alterações) do que assinar um contrato de valor cheio sem as cláusulas proibitivas – sem elas eu tenho certeza que o trabalho vai atrasar 30%.

PONTOS DE CONTROLE

Você precisa estabelecer pontos de controle no seu contrato. Alguns exemplos são:

- 1) **Horário de atendimento.**
- 2) **Prazo para a resposta.**
- 3) **Não trabalho em... (final de semana, feriados, após certo horário)**
- 4) **Taxa de emergência**

Ela é um coringa no teu contrato. Ela vai servir para te proteger da arbitrariedade do cliente. Quando ele vier pedindo uma “coisa rapidinha” fora do horário combinado, você ativa a cláusula. Se ele se irritar, não há problema.

Assim você educa seu cliente a fazer a parte dele.

Outra coisa, apontaram aqui no chat: **entrega final!** Você precisa colocar no contrato que ao final do projeto todas as cópias (o que for) serão entregues e você não armazenará nada.

Se não fizer isso o cliente volta 2 anos depois pedindo alguma coisa.

DICAS:

Eu não faço call. Só aceito ligação se o cara já estiver pagando. Ao invés de aceitar uma call, peça um *briefing* do projeto e a verba disponível por e-mail (se achar que pedir a verba disponível é muito agressivo, substitua por “te respondo no dia seguinte”).

Ao responder esse e-mail, você já manda a proposta.

Outra coisa: 90% da proposta é ignorada. O que o cliente vai notar é preço e prazo. Por isso, minha proposta tem 4 linhas.

Quando for fazer uma reunião, marque o início e o fim.

A melhor forma de lidar com o cliente que pede informação demais, o cara que quer mais uma reunião – e entenda: cada reunião é uma consultoria que o cliente não está te pagando –, o cara que quer descobrir se consegue fazer sozinho é perguntar exatamente o que mais ele quer saber e, no momento em que ele terminar de te passar as dúvidas que ainda tem, você informa que irá enviar um e-mail com as respostas (no ligar da reunião) e pergunta se caso você entregue o e-mail com as respostas no prazo X vocês já fecham o contrato.

Então, você encurralou o cliente.

❖ Se ele responder “sim”: perfeito, você fecha o contrato.

❖ Se ele responder “não”:

você questiona (isso está lá no cafezinho) “mas você tem mais alguma dúvida? O problema é falta de informação mesmo ou é outra coisa? É o preço? Quer que eu te explique o que não ficou claro?”. Assim você recoloca ele na posição de aceitar o contrato ou confirmar que só está buscando informação grátis.

❖ Se ele **mentir**: se o cliente mentir é uma mentira muito barata. Ao não fechar o contrato como combinado, ou ao perder o prazo do pagamento inicial, você já demite o cliente e não perde mais tempo com ele.

❖ Se ele disser “**depende**”: é a mesma postura do não. “O que você precisa para assinar?”

Vocês lembram que eu digo que a coisa mais importante em um lançamento é escassez? No contrato é a mesma coisa.

Outro ponto importante é que um contrato que começa ruim só fica pior.

O momento mais barato de um contrato é no momento em que ele é assinado. Não tenha medo de confrontar seu cliente no começo, caso ele cometa um erro. É melhor corrigir o problema no começo (mesmo que signifique cancelar o projeto) do que carregar essa possível bomba na mão.

Q & A

❖ **Alguém comentou: com 5 minutos eu já consigo determinar se demito ou não um cliente.**

Cara, hoje em dia eu sou assim. 5 minutos basta para você identificar o perfil do cliente que está na sua frente e decidir o que fazer.