

Estudando: Técnicas de Vendas

Técnica 1 - Ferramentas de Persuasão

Os bons profissionais são os que se preocupam, de fato, em atender às necessidades dos clientes. Atualmente, no mercado cada vez mais competitivo, o profissional de vendas diferencia-se pelo uso consciente das suas ferramentas de trabalho.

Estamos acostumados a ver um profissional e associá-lo a uma ferramenta.

Quando falamos, por exemplo, de um médico, imediatamente vem à nossa mente a figura de um estetoscópio. Quando falamos de um dentista, imediatamente nos lembramos da figura de uma broca ou do famoso baticão. Quando falamos de um carpinteiro, imediatamente pensamos em um serrote ou em um martelo. Quando falamos de um fotógrafo, imediatamente imaginamos uma máquina fotográfica.

Porém, quando falamos do vendedor, de qual ferramenta nos lembramos e associamos a esse profissional?

A principal ferramenta de trabalho do vendedor é a PERGUNTA.



Existem 6 tipos principais de pergunta que estão à disposição do vendedor para utilizar durante o processo de venda. Essas perguntas podem auxiliá-lo a conhecer as necessidades do cliente.

1 - PERGUNTA FECHADA: É ruim para estimular o diálogo, porque, em geral, tem como resposta apenas um “SIM” ou um “NÃO”. Entretanto, é ótima para direcionar uma escolha.

Exemplos:

–O senhor já conhece a nossa empresa?

–Já viu o novo lançamento?

–A senhora prefere o verde ou o branco?

Note que os três exemplos que demos são excelentes perguntas para ter uma resposta específica. Mas, se a intenção for estimular o cliente a falar, são inadequadas.

Se você perguntar ao cliente “O senhor já conhece a nossa empresa?”, o máximo que terá como resposta é um sim ou um não.

A Pergunta Fechada, se for usada na hora certa, dará ao cliente a opção de escolha.

Portanto, auxilia na identificação de suas preferências. É necessário, também, que o vendedor esteja atento às demandas do cliente.

2 - PERGUNTA ABERTA: Esse é o tipo de pergunta ideal para estimular o cliente a falar de si mesmo e de suas necessidades.

Exemplos:

- Que critérios o senhor usa para escolher seus ternos?
- Qual a sua opinião sobre o mercado atual de automóveis?
- O que é importante para a senhora numa confecção de verão?

Nenhuma dessas perguntas pode ser respondida apenas com um ‘sim’ ou um ‘não’.

Todas pedem uma resposta mais completa: uma opinião, uma forma de ver as coisas.

Perceba que esse tipo de pergunta, além de fornecer maior riqueza de informação, ajuda o profissional de vendas a demonstrar, na prática, o seu interesse pelas crenças, valores e desejos do cliente. A ausência de Perguntas Abertas pode fazer com que o vendedor tire, precipitadamente, conclusões sobre o cliente baseado apenas no que ele “acha” que o cliente precisa.

3 - PERGUNTA ECO: Tem a principal finalidade de estimular o cliente a falar mais sobre alguma opinião que ele tenha manifestado. é uma forma de aprofundar uma questão.

Exemplo:

Cliente: Acho que isto está muito caro.

Vendedor: Muito caro?

Cliente: Esse tipo de tecido não dura nada.

Vendedor: Não dura?

Ao fazer uma Pergunta Eco, o cliente provavelmente falará mais sobre o que pensa de um produto ou de um preço. Por isso, esse tipo de pergunta é ideal para trabalhar as objeções dos clientes.

Esse tipo de pergunta evidencia que o comentário do cliente é importante para o vendedor, mas também cria a necessidade de aprofundamento da questão apresentada pelo cliente. Uma Pergunta Eco bem colocada pode revelar formas de pensar ou objeções latentes do cliente e o estimula a falar de suas necessidades.

4 - PERGUNTA REFLEXIVA: Como o nome indica, é como se fosse um espelho, só que um espelho verbal: repete os principais pontos de uma conversa ou de algo que o vendedor acabou de ouvir.

Exemplos:

- Se eu entendi bem, o senhor quer um celular com câmera, agenda grande, MP3, mas que seja fácil de operar. é isso?
- Só para confirmar: a senhora está preocupada em fazer este vestido combinar com outras peças que a senhora já tem não é?
- Quer dizer então que o senhor...

Perceba que a Pergunta Reflexiva tem duas grandes vantagens: faz o cliente notar seu interesse por ele e ainda dá a você a chance de confirmar se está entendendo o que ele deseja.

Nada melhor do que saber que estamos entendendo os desejos do cliente durante o processo de venda. Além disso, esse tipo de pergunta pode ter um efeito adicional interessante. Se você estiver fazendo uma venda de

vários itens, a Pergunta Reflexiva poderá fazer o cliente se lembrar de mais uma ou duas coisas de que ele possa ter se esquecido.

5 - PERGUNTA COM BENEFÍCIO: Você pode achar que o seu produto tem um argumento de venda muito interessante, mas não sabe se esse aspecto é também importante para o cliente. Então, esse é o momento de usar uma Pergunta com Benefício.

Exemplo:

- Este é um equipamento confiável e tem três anos de garantia. A garantia é importante para o senhor?
- Este é o tipo de blusa que está na moda agora. Para você, é importante usar coisa da moda ou você gosta de fazer o seu próprio estilo?

A intenção, além de falar de uma qualidade do produto que você vende, é saber se é isso que o cliente busca. Nos dois exemplos, poderíamos ter como resposta:

“Três anos de garantia para mim não é tão importante, porque costumo trocar de equipamento uma vez por ano” ou “De fato, a moda para mim não diz nada. Eu uso o que acho que me cai bem.”

Note que a Pergunta com Benefício transforma argumentos de venda em motivos reais de compra e checka o que é realmente importante para o cliente.

Se o benefício que você mencionou é algo valioso para o cliente, você terá transformado, de forma sutil e eficaz, seu argumento de venda em um motivo real de compra.

6 - PERGUNTA TESTE: É o mais valioso tipo de pergunta para um profissional de vendas. É um verdadeiro termômetro da conversa. Pode ser usada a qualquer momento do contato com os clientes, sem afetar o andamento da relação ou fase da negociação.

Exemplos:

- Se o senhor decidisse comprar um computador, o que gostaria que ele tivesse como benefícios?
- Qual a sua opinião sobre produtos importados de um modo geral?
- O que a senhora acha deste tipo de poltrona com apoio para os pés?

Note que nenhuma das perguntas muda o rumo da conversa. Ao contrário, mantém o diálogo que demonstra seu interesse pelo cliente.

Uma **Pergunta Teste** pode ter basicamente três tipos de resposta:

-Fria-

Exemplos:

“Não gostei desse modelo!” O cliente já descartou o modelo, mas continua no processo de venda.

“Acho que isto aqui não atende a minha expectativa.” Você está diante de uma objeção, é o caso de trabalhar nela. O processo de venda ainda continua.

-Indiferente-

Exemplos:

“é parece bonitinho...” - é o caso de tentar outra alternativa, mostrar outra coisa.

“Hummm...não sei não.” - Ainda não é o que o cliente quer, mas pode estar esquentando. Continue.

-Quente-

Exemplo:

“Nossa, que bonito isto! E demora para entregar?” - é claro que você está diante de uma situação favorável. Feche a venda.

As principais vantagens da Pergunta Teste são:

- é a ferramenta de venda mais valiosa.
- é segura, pois apenas pede uma opinião.
- mede a temperatura do desejo do comprador em comprar.
- oferece a energia de reserva para controlar a entrevista.
- o fato de perguntar como o cliente se sente ou como pensa pode mudar o Rumo da conversa.
- é a única ferramenta de diagnóstico que você pode usar a qualquer momento.
- evita objeções não resolvidas.
- pode revelar tanto as opiniões quanto as resistências do cliente.
- não existem surpresas na Pergunta Teste.
- sempre tente a Pergunta Teste, assim que notar um sinal de compra do comprador.
- use a Pergunta Teste em qualquer hora e lugar e quantas vezes você quiser. Você pode perguntar aos clientes o quanto eles desejam seu produto sem causar problema algum. Não há penalidade em receber uma resposta fria, é apenas uma oportunidade para continuar normalmente um contato.

Veja também:

5 TÉCNICAS DE PERSUASÃO PARA FECHAR VENDAS | THIAG...

