

Estudando: Técnicas de Vendas

Técnica 6 - Identificando Objeções de Compras no meu Negócio

Nem tudo acontece como queremos durante o processo de compra do cliente.

Em determinados momentos, podemos nos deparar com clientes que colocam objeções de compras. A pergunta que fica é: como fazer para superar essas objeções de compras? Existe um limite do que o vendedor deve aceitar como resposta final para não perder o cliente?



Existem três tipos básicos de rejeição que são colocadas pelos clientes:

1 – REJEIÇÃO: expressões como “Não gosto desse modelo”, “Não obrigado(a)”, “Achei isso horrível” e “Isto está fora de moda” representam um “Não quero”.

Nesse caso, há pouca coisa a fazer a não ser deixar a possibilidade de um contato futuro, porém sem muita insistência. Na maioria das vezes, forçar as coisas, nessa situação, é estimular o aumento da rejeição.

ATITUDE ADEQUADA: aceitação tranquila.

AÇÃO RECOMENDADA: planejamento de contato futuro (longo prazo).

2 – ADIAMENTO: expressões como “Preciso consultar o meu marido”, “Vou pensar e depois volto”, “Vou trazer minha esposa para ver” e “Não quero decidir isso agora” são algumas respostas comuns quando o cliente, por qualquer razão, não se sente preparado para decidir.

Nesse caso, portanto, é preciso deixá-lo à vontade para refletir. É claro que, se pudermos apurar os aspectos sobre os quais ele precisa pensar, será melhor. Se tivermos conquistado um nível de credibilidade, durante as fases anteriores, que justifique a pergunta, podemos e devemos perguntar se restou alguma dúvida que possa ser mais bem esclarecida. Porém, há certo cuidado a tomar aqui, pois, se o cliente se sentir pressionado, pode transformar o ADIAMENTO em uma REJEIÇÃO.

ATITUDE ADEQUADA: acolhimento à necessidade de tempo do cliente.

ATITUDE RECOMENDADA: planejamento de contato próximo (curto ou médio prazo).

3 – INVESTIGAÇÃO: a expressão “Acho isso caro” pode querer dizer “Prove me que vale isso” “Vocês demoram para entrega” pode querer dizer “Me dê segurança da entrega” “Nunca ouvi falar dessa marca” pode querer dizer “Posso confiar em você?”

Em geral, essas expressões estão relacionadas com coisas concretas, aspectos do produto, serviço, política da empresa e da marca, modelo, nível de conhecimento e popularidade da empresa no segmento em que atua, por exemplo.

ATITUDE ADEQUADA: receptividade às preocupações dos clientes.

ATITUDE RECOMENDADA: tratar a objeção com tranquilidade e firmeza.

Como podemos ver, praticamente todas as objeções podem ser classificadas em três grupos.

Se pensarmos que, para cada produto vendido, existem, no máximo, oito ou, talvez, dez objeções, significa que podemos nos preparar para elas. Objeções de REJEIÇÃO e ADIAMENTO são menos frequentes. A maioria ou as mais frequentes são as de INVESTIGAÇÃO. Então, se estivermos preparados para lidar com elas, estaremos preparados para superar mais de 80% das objeções do nosso dia a dia.

Veja também:

COMO LIDAR COM OBJEÇÕES - PARTE 01 Saiba co...

