

## Estudando: Técnicas de Vendas

### As Funções do Vendedor

Na lição anterior, vimos as mudanças que o ramo do varejo sofreu ao longo dos anos. Ao perceber essas mudanças, fica muito fácil concluir que as empresas não podem continuar com as mesmas práticas de antigamente, ou seja, muda o varejo, mudam as práticas das empresas para enfrentar essa nova realidade.

Entre as práticas para melhorar o atendimento e o relacionamento com o cliente em todas as suas formas, a primeira que veremos é Espaço Ativo - Ponto de Venda Inteligente (PVI).



Para entender o conceito de Espaço Ativo, analisaremos, inicialmente, as seguintes afirmações:

- As pessoas podem comprar mais ou menos em um local, dependendo de como se sentem e de que emoções o lugar desperta nelas.
- A maioria dos fatores que estimulam a compra depende mais de vontade e empenho do que de grandes investimentos.
- Vontade e empenho estão entre as coisas menos encontradas no varejo, especialmente em estabelecimentos com mais de dez anos de existência.

Espaço ativo é o espaço pensado e preparado para facilitar a vida do consumidor, para fazer com que ele se sinta feliz e bem vindo.

Os fatores que compõem o Espaço Ativo são: iluminação, informação, orientação, organização, educação e sugestão.

Para auxiliar o nosso amigo Eduardo Silveira a verificar se, em sua loja, existe esse espaço criativo, veremos, neste momento, cada um desses fatores.

A ILUMINAÇÃO utilizada na loja destaca os produtos e o ambiente da loja? A iluminação utilizada é adequada?

Lembre-se de que a ILUMINAÇÃO não é a luz natural que o comerciante “aproveita” para manter as lâmpadas desligadas e economizar energia. O que ele acaba economizando é a venda.

Para quem está dentro da loja pode até parecer que não seja necessário acender a luz, porque a visão está acomodada à luz interna. Mas, para quem vem de fora, de um dia claro (e pior ainda, se estiver fazendo sol) a menor intensidade de luz dentro da loja causa a impressão de escuridão. É fácil perceber isso. Saia de sua loja; cruze a calçada e veja, do lado de fora, como sua loja parece escura ou iluminada.

Se houver vários estabelecimentos comerciais em uma rua, a tendência é os clientes se sentirem atraídos pelos que estiverem bem iluminados.

Os vendedores prestam INFORMAÇÕES consistentes sobre os produtos? Entre os vendedores, existe a prática constante de prestar informações aos clientes?

A INFORMAÇÃO é o que pode fazer a diferença entre o cliente comprar mais, comprar só o que precisa ou nem comprar. A sinalização feita por tabuletas pendentes no teto informando a localização de produtos ou os corredores dedicados a grupos de produtos podem economizar o tempo do cliente que entra na loja. Com um pouco mais de tempo, a chance de que o cliente veja outras coisas é maior. Se, em vez disso, o consumidor gastar mais tempo procurando o que precisa, ao encontrar, terá a tendência de ir embora sem comprar.

Os vendedores ORIENTAM adequadamente os clientes ou simplesmente apontam com o dedo quando um cliente pergunta?

Veja: a ORIENTAÇÃO não é simplesmente dizer onde está o produto. É levar o cliente onde o produto está. Orientação é estar disponível ao cliente, sem invadi-lo, mas fazendo com que sinta que estamos na loja para auxiliá-lo em suas compras, para sugerir, para apresentar produtos e ajudá-lo a decidir.

A loja é ORGANIZADA? Os produtos estão dispostos de maneira organizada? Sempre que os vendedores desarrumam as estantes e os produtos, preocupam-se em arrumar imediatamente?

Lembre-se de que a ORGANIZAÇÃO é o conjunto de uma arrumação bem feita, planejada, com sequências corretas de produtos salgadinhos próximos a bebidas, por exemplo e com os produtos adequadamente expostos nas gôndolas, prateleiras, displays e expositores, sem caixas, engradados ou mercadorias espalhados atrapalhando a passagem ou empilhados na frente de outros produtos.

Embora pilhas de produtos possam ser um bom recurso promocional, precisam estar em locais estratégicos de modo a atrair, e não atrapalhar o cliente. Algumas lojas entulham tanto seu espaço interno com mercadorias que podem acabar perdendo vendas, porque alguns produtos ficam escondidos.

O cliente é tratado de maneira educada e cordial? As regras básicas de EDUCAÇÃO, como Bom dia, Boa Tarde, Até Logo, Como Vai, são seguidas? Quando um cliente entra na loja, as atividades são interrompidas ou pedimos “um minutinho” ao cliente?

Veja: a EDUCAÇÃO, nesse caso, não é apenas o comportamento que esperamos de qualquer pessoa. Também nos referimos à EDUCAÇÃO PROFISSIONAL. Cada pessoa que trabalha no ramo do varejo precisa entender que a sua atribuição é atender ao cliente e servi-lo. Todas as demais atividades são secundárias.

Arrumar mercadorias, dobrar roupas, empilhar caixas, limpar embalagens, ajeitar latas, tudo, absolutamente tudo, tem que ser interrompido quando o cliente entrar na loja ou precisar de ajuda. Isso inclui estar atento(a) aos clientes, mesmo fazendo essas outras tarefas, pois, nem sempre, os clientes pedem ajuda; vão embora.

Os vendedores preocupam-se em ouvir os clientes e identificar suas necessidades para, então, apresentar SUGESTÕES? Empenham-se na tarefa de entender o cliente e sugerir?

É importante entender que a SUGESTÃO é o que, feito com habilidade e entendendo o perfil de cada cliente, fará com que outros produtos sejam vendidos.

Da sugestão depende o que chamamos de VENDA ADICIONAL. Para isso, é preciso: estar

atento(a) ao cliente, conhecer o que temos na loja, ser fácil e rápido encontrar os produtos e que tudo funcione ao mesmo tempo quando o cliente estiver na loja.

Ao analisar todos os questionamentos que apresentamos, o Sr. Eduardo Silvarejo entendeu que poderá transformar a sua loja em um Espaço Ativo Ponto de Venda Inteligente.

Outro ponto que destacamos são as funções do vendedor no varejo. No curso Atendimento ao Cliente, existem muitas informações importantes sobre o profissional de atendimento e que servem para o profissional de vendas, ou seja, para o vendedor.

Não deixe essa oportunidade passar e faça, também, o curso Atendimento ao Cliente.

Podemos destacar quatro funções importantes do vendedor no varejo:

- 1- Procurar conhecer as necessidades dos clientes.
- 2 - Conhecer os produtos e serviços que sua empresa vende.
- 3 - Fazer o cliente se sentir acolhido e bem vindo.
- 4 - Promover o encontro ideal entre o que o cliente busca e o produto que satisfaz essa busca.

A função de vendedor é uma das mais antigas do mundo e, por mais que o varejo mude, o vendedor ainda continuará existindo. Então, um bom vendedor sempre terá boas condições de arrumar um emprego.

Veja também esta aula, com mais algumas dicas:

**Como Ser um Bom Vendedor Iniciante? 5 Dicas de Vendas co...**

