



**Igreja Evangélica  
PENTECOSTAL**

Ouro Verde de Minas/MG  
[www.iepouroverdemg.com.br](http://www.iepouroverdemg.com.br)

**Família Pentecostal!  
Faça parte desta Família.**

# **CURSO PREPARATORIO E GERENCIAL**

**Técnicas de Vendas, Telemarketing,  
Comercio no Exterior**

**MODULO V**

**PROMOÇÃO**

**Igreja Evangélica Pentecostal**



**Família Pentecostal! Faça parte desta Família!**

***Igreja Evangélica Pentecostal***

**Rua Santa Izabel,225, Centro – Ouro Verde de Minas – CEP: 39855-000 /Fone (33) 988792993 E-mail:  
[iep.ouroverdemg@gmail.com](mailto:iep.ouroverdemg@gmail.com)**



## Técnicas de vendas e atendimento

A mensagem principal destas técnicas usadas durante o atendimento ao cliente para fechar uma venda é a seguinte: Saiba focar nos benefícios de seus produtos ou serviços que atendem às necessidades do cliente. Mostre o valor das soluções oferecidas na resolução de problemas específicos. Isso é o que chamamos de **construir valor para o cliente**.

### 1. Entenda o que o cliente compra

Todo produto ou serviço tem características, vantagens e benefícios. Mas as decisões de compra do cliente sempre estarão focadas nos **benefícios**. Você precisa conhecer todos os elementos de seu produto antes de focar nos benefícios para o cliente, veja:

**Características:**

Atributos e particularidades de um produto ou serviço apresentados em detalhes.

**Vantagens:**

Mostram como diferenciais de seu produto ou serviço podem ajudar um cliente.

**Benefícios:**

Agora acertamos o alvo: os benefícios mostram como as características ou vantagens podem **atender às necessidades e resolver um problema específico expresso por seu cliente**.



*“Clientes procuram benefícios, não características ou vantagens”*

### 2. Foque sempre no benefício

É aqui que está o pulo do gato! Você precisa identificar no seu cliente um problema específico que as vantagens e características de seu produto podem solucionar. Aí, sim! Isso se torna um benefício que traz valor para ele!

Veja os exemplos:

- **Característica:** nosso produto utiliza tecnologias modernas de última geração.
- **Vantagem:** essas tecnologias de última geração trazem muito mais agilidade e assertividade ao usar nosso produto.
- **Benefício:** Com toda tecnologia embarcada em nosso produto, essa questão da demora e falta de precisão para emissão de notas fiscais será totalmente resolvido.



Pronto: agora seu cliente enxergou o benefício que seu produto pode trazer para ele ao resolver um problema que ele realmente tem!

### 3. Possíveis entraves ao fechamento da compra

É importante ficar claro porque falar demais em características e vantagens não é uma boa técnica de venda e atendimento ao cliente. Veja as possíveis considerações que o cliente pode fazer ao ouvir cada uma delas durante seu atendimento:

- **Características:** Ao elogiar características, normalmente o cliente fica preocupado com o preço.
- **Vantagens:** O que é vantagem para um, não necessariamente é vantagem para aquele cliente específico, que começará a levantar **objeções** ao seu produto ou serviço.
- **Benefícios:** Assim que você evidenciar ao cliente como aquela vantagem se encaixa adequadamente para resolver um problema que ele tem, ele vai tentar entrar em um acordo com você para adquirir o produto ou serviço!

Em resumo:

- **Características:** trazem preocupações de preço ao cliente.
- **Vantagens:** o cliente levanta objeções.
- **Benefícios:** o cliente vai buscar um acordo

Existem mais 2 pontos importantes:

- Com explicitar benefícios para que o cliente não entenda o valor de nossa oferta como uma mera vantagem?
- E, nesse caso, como contornar objeções para fazer o cliente entender os benefícios?



São estas duas técnicas de vendas e atendimento que vamos apresentar a seguir.

*Mostre para seu cliente o valor do benefício de seu produto ou serviço.*

### 4. Possíveis valores de um benefício

Tente entender do seu cliente o que ele precisa fazer na empresa dele, que problema é preciso resolver. Para isso,



**Igreja Evangélica  
PENTECOSTAL**

Ouro Verde de Minas/MG  
[www.iepouroverdemg.com.br](http://www.iepouroverdemg.com.br)

**Família Pentecostal!  
Faça parte desta Família.**

use a seguinte lista de perguntas e descubra como seu produto pode agregar esse valor para seu cliente:

1. Como meu produto ou serviço pode **economizar** tempo, energia ou dinheiro para o meu cliente?
2. Como meu produto ou serviço pode **proteger** investimentos, sua própria operacionalidade ou o patrimônio do meu cliente?
3. Como meu produto ou serviço pode **minimizar** riscos, gastos ou problemas do meu cliente?
4. Como meu produto ou serviço pode **melhorar** a imagem, o relacionamento ou a notoriedade do meu cliente?
5. Como meu produto ou serviço pode **aumentar** o lucro, a satisfação ou a confiança do meu cliente?
6. O que meu produto ou serviço pode fazer para **trazer mais clientes** para o meu cliente?
7. O que meu produto ou serviço pode fazer para **atender, satisfazer e reter mais clientes do meu cliente**?

Estes são apenas alguns exemplos de valor que transformam vantagens em benefícios. Mas se mesmo assim seu cliente apresentar objeções, fique calmo: existe mais uma técnica de venda e atendimento que pode ajudar você, confira:

### **5. Identificando objeções**

Para começar, é preciso identificar o que é uma objeção para diferenciá-la de um **rejeição**. Quando o cliente simplesmente rejeita seu produto ou serviços, é preciso repensar toda a estratégia. Não vai adiantar insistir e transformar sua venda em um confronto: a rejeição só vai aumentar!

A dica é: se for uma objeção, tente contorná-la mostrando valor. Se for uma rejeição, recue momentaneamente.

#### **A diferença é a seguinte:**

Uma objeção tem um motivo. Por exemplo, o cliente diz: – Não compro seu software porque minha equipe de vendas não está treinada para usá-lo.

Neste caso, você não deve atacar a objeção em si, mas o motivo: falta de treinamento. E mostre como sua empresa pode resolver isso para ele.

No entanto, quando o cliente simplesmente rejeita seu produto ou serviço, sem dar um motivo, não há como fazer isso.

***Igreja Evangélica Pentecostal***

**Rua Santa Izabel, 225, Centro – Ouro Verde de Minas – CEP: 39855-000 / Fone (33) 988792993 E-mail:  
[iep.ouroverdemg@gmail.com](mailto:iep.ouroverdemg@gmail.com)**



**Igreja Evangélica  
PENTECOSTAL**

Ouro Verde de Minas/MG  
[www.iepouroverdemg.com.br](http://www.iepouroverdemg.com.br)

**Família Pentecostal!  
Faça parte desta Família.**

#### 6. Dicas para contornar objeções:

1. Não se mostre em oposição ao seu cliente. Ele não pode achar que você quer mostrar que ele está errado.
2. Nunca o interrompa quando ele estiver falando.
3. Ouça mais, preste atenção e seja objetivo ao falar.
4. Muitas vezes o cliente tem **falta de conhecimento no assunto**. Na verdade ele não sabe exatamente como seu produto ou serviço pode ajudá-lo. Explique isso para ele.
5. Há casos em que **o cliente está desconfiado** da qualidade e eficiência de seu produto. Mostre cases de outras empresas, estudos técnicos, depoimentos de clientes e outros elementos que possam trazer confiança a ele.
6. Outra objeção comum é enxergar algumas **desvantagens de seu produto** em relação à concorrência. Nesse caso, você deve mostrar de forma concreta outros benefícios do seu produto ou serviço que compensam aquela desvantagem.

## Telemarketing

**Telemarketing** é o termo que designa a promoção de vendas e serviços por telefone. Com o tempo, passou a designar também serviços de cobrança e outros, como atendimento ao consumidor e suporte técnico por telefone. Com o tempo, passou a designar também serviços de cobrança e outros, como atendimento ao consumidor e suporte técnico por telefone. Estes serviços são feitos por empresas especializadas em trabalhos de divulgação e de orientação aos clientes em vários segmentos do mercado e utilizam em suas operações, grandes ambientes denominados *call centers* ou centrais de atendimento, chamadas de SAC (serviço de atendimento ao cliente), permitindo variantes como por exemplo, SAT (serviço de atendimento ao telespectador).

## Vantagens

O Telemarketing tem sido utilizado eficazmente para potencializar negócios e impactar diretamente o consumidor. De entre as principais vantagens para as empresas utilizarem o Telemarketing enquanto meio de comunicação com o seu consumidor atual ou prospecto destacam-se as seguintes:

**Interatividade:** O Telemarketing constitui um meio muito pessoal e interativo;

**Flexibilidade:** As ações de Telemarketing tem uma flexibilidade muito grande porque pode servir para, num determinado momento, potencializar uma campanha, e no momento seguinte para incentivar os consumidores a ir ao ponto de venda.

***Igreja Evangélica Pentecostal***

**Rua Santa Izabel, 225, Centro – Ouro Verde de Minas – CEP: 39855-000 / Fone (33) 988792993 E-mail:  
[iep.ouroverdemg@gmail.com](mailto:iep.ouroverdemg@gmail.com)**



**Igreja Evangélica**  
**PENTECOSTAL**

**Família Pentecostal!**  
**Faça parte desta Família.**

Ouro Verde de Minas/MG  
[www.iepouroverdemg.com.br](http://www.iepouroverdemg.com.br)

**Rapidez** A qualquer momento uma estratégia pode ser modificada, uma vez que as informações sobre a implementação das ações chegam rapidamente;

**Optimização** Num só contacto podem ser recolhidas muitas informações sobre um cliente e as suas necessidades e preferências

**Controle** As operações de Telemarketing são relativamente fáceis de controlar e de implementar, se devidamente alicerçadas num sistema informático

**Foco** O fornecedor de serviços de telemarketing adapta facilmente o conteúdo e o preço dos seus serviços consoante a segmentação desejada

**Cobertura** Pode atingir distâncias continentais em segundos, pois permite uma cobertura larga e controlada

**Comodidade** Tanto para o comprador quanto para o vendedor

**Custo** Vender por Telemarketing tem custo mais flexíveis já os custos de comissões, estrutura e logística são menores do que num ponto de venda físico

**Rapidez** Um operador de Telemarketing pode efetuar mais contatos do que um vendedor de campo num mesmo período de tempo.

## **Comercio no Exterior**

O profissional de Comércio Exterior entende das técnicas e dos métodos de compra e venda de produtos e serviços entre empresas e governos de diferentes países. Ele acompanha os acontecimentos internacionais, tanto econômicos quanto políticos, e eventuais conflitos armados, para caracterizar mercados consumidores ou empresas fornecedoras. Analisa as tendências dos mercados nacional e internacional, identifica as necessidades de seus clientes e fornecedores, identifica oportunidades de compra ou venda, elabora estratégias de negócio e marketing e define a logística, como frete e estocagem dos produtos importados ou exportados. Seu campo de trabalho inclui empresas importadoras ou de logística, empresas privadas dos mais diversos setores, que fazem importação e exportação, instituições financeiras, agências governamentais de desenvolvimento econômico, empresas de câmbio e de seguro. Você pode ingressar na carreira com um curso tecnológico.

### **Mercado de Trabalho**

A globalização leva um número cada vez maior de empresas a oferecer seus produtos e serviços no mercado internacional. Ao mesmo tempo, essas empresas precisam muitas vezes recorrer a fornecedores estrangeiros. Isso favorece o mercado de trabalho para o profissional de Comércio Exterior. Ele é procurado para dar a uma organização condições de competir com outros

***Igreja Evangélica Pentecostal***

**Rua Santa Izabel, 225, Centro – Ouro Verde de Minas – CEP: 39855-000 / Fone (33) 988792993 E-mail:**  
**[iep.ouroverdemg@gmail.com](mailto:iep.ouroverdemg@gmail.com)**



# **Igreja Evangélica PENTECOSTAL**

**Família Pentecostal!  
Faça parte desta Família.**

**Ouro Verde de Minas/MG**  
**www.iepouroverdemg.com.br**

vendedores, negociando melhor com os compradores estrangeiros. Ou para comprar no exterior insumos e produtos acabados sob condições mais vantajosas. As áreas de logística, legislação aduaneira, prática cambial, exportação e importação, marketing e negociação internacional são as que mais demandam profissionais. Além de atuar em empresas privadas, é possível trabalhar, também, em agências governamentais e em organismos internacionais, e oferecer assessoria e consultoria a empresas de pequeno e médio. A maioria dos empregos encontra-se nos estados do Rio de Janeiro e de São Paulo. Crescem as oportunidades na Região Sul e são boas as perspectivas para o Nordeste, com destaque para Bahia, Pernambuco e Ceará, principalmente nos polos industriais desses estados.

## **A carreira em Comércio Exterior**

Quem pretende seguir carreira na área de Comércio Exterior tem algumas opções de formação, podendo fazer o bacharelado Administração ou Economia seguido de uma pós-graduação, ou optar por um curso superior tecnológico em Comércio Exterior.

As atividades que este profissional realiza em seu cotidiano dependem do setor da economia, do porte da empresa onde ele trabalha e também de seu cargo e responsabilidades. Normalmente, envolvem o gerenciamento de operações como:

**Importação**

**Exportação**

**Transações cambiais**

**Despacho e legislação aduaneira**

**Prospecção e pesquisa de mercados**

**Definição de planos de ação**

**Negociação e execução de operações legais**

**Contratos**

**Logística internacional**

**Controle do fluxo de embarque e desembarque de produtos**

O profissional formado no curso de Comércio Exterior pode trabalhar em indústrias, comércio, instituições financeiras e empresas de logística, entre outras, além de ocupar cargos públicos em secretarias municipais e estaduais, ministérios e órgãos federais.

***Igreja Evangélica Pentecostal***

**Rua Santa Izabel, 225, Centro – Ouro Verde de Minas – CEP: 39855-000 / Fone (33) 988792993 E-mail:  
iep.ouroverdemg@gmail.com**