
ESTÉTICA AUTOMOTIVA

30 TÉCNICAS DE VENDAS

PARA CONQUISTAR CLIENTES

Mario Medice



PARA VOCÊ VENDER MUITO MAIS

30 TÉCNICAS DE VENDAS PARA CONQUISTAR CLIENTES

Você gostaria de entender tudo sobre técnicas de vendas, se tornar uma referência no seu segmento e aumentar significativamente suas vendas?

A crença de que basta falar bem para vender bem deixou de ser verdade na mesma proporção que o cliente começou a se tornar o foco.

Dessa maneira, para muitas pessoas, as técnicas de vendas ainda recebem uma conotação diferente do que ela realmente tem.

Até hoje, existem pessoas que acreditam que elas falam sobre como falar corretamente com o cliente e, dessa maneira aumentar as vendas.

Mas a verdade é que o significado é bem mais amplo que isso.

Para se ter uma ideia, a tecnologia e até mesmo questões científicas, psicológicas e comportamentais procuram as melhores técnicas de vendas.

A verdade é que o cenário mudou completamente, e sequer poderia ser diferente disso.

Como manter as técnicas de vendas na realidade de algum tempo atrás?

Meu conselho é: aprenda tudo o que puder pois esse é o momento!

Independente da posição que você ocupa.

As técnicas de vendas vão buscar o cliente antes mesmo dele se dar conta de que deseja o produto ou serviço oferecido.

Além de apontar as melhores técnicas, como aplicar e tudo o que aborda o tema, você ainda vai sair daqui um expert.

Boa leitura!

O QUE SÃO AS TÉCNICAS DE VENDAS?

Tudo envolve vendas. Todos são vendedores. Se engana quem pensa que um advogado, por exemplo, não é um vendedor. Ele vende algo sim: a imagem dele como um advogado responsável e um profissional que seus clientes certamente podem confiar. Dessa maneira ficou bem claro, não é?

Então, acredito que você também concorde que todos são vendedores.

Vamos falar sobre as técnicas de vendas, que devem ficar bem claras para não serem confundidas com dicas de aumentar as vendas. As técnicas de vendas são estudos muito bem elaborados que visam a potencialização do poder de persuasão daquele que vende. Elas são exaustivamente estudadas e colocadas em prática antes de ser tratada como uma técnica reconhecida. Acredito que torne mais fácil a compreensão se eu disser a você que técnicas de vendas são estudos que se baseiam nas reações dos consumidores. A ideia é sim o aumento das conversões, mas não expondo o produto como elemento central.

Vou explicar.

Se eu perguntar a você o que a Ferrari vende, certamente, a primeira resposta que vai vir à sua mente será “carros”.

E se eu disser que está errado? Veja bem.

A marca não vende seus carros, ela vende sonhos. Ela vende a imagem de que você será bem-sucedido se possuir um de seus modelos. É verdade que a maioria das técnicas trabalham com o subconsciente dos clientes, e é justamente isso que as tornam tão interessantes. Mas não pense que elas são alguma maneira de tapear as pessoas.

Elas somente trabalham de maneira a potencializar sentimentos e reações que já carregamos conosco diariamente.

A ideia é justamente transmitir sensações agradáveis para cada pessoa que entrar em contato com a marca, como a Ferrari faz.

REVOLUÇÃO QUE AS TÉCNICAS DE VENDAS ESTÃO SOFRENDO

Acreditava-se que, para conseguir conquistar uma venda, era necessário seguir uma receita. Uma receita exata, como a receita de um bolo perfeito que é passado de geração para geração, permitindo a todos conquistar o mesmo resultado.

Existiam as palavras certas a dizer, a abordagem certa, a publicidade perfeita e todos que a seguissem, teriam sucesso. Atualmente, nada disso faz mais sentido.

Primeiro porque cada vendedor desenvolve suas próprias habilidades visando um melhor trabalho com seu público. Existem sim técnicas, mas elas podem ser moldadas em cada corporação ou segmento. A revolução da qual se fala, é justamente essa: a liberdade de vender.

Fuja das vendas robóticas, no estilo de algumas empresas de telemarketing.

Eu mesmo fico muito cansado quando tento conversar com um vendedor e percebo que ele não está me ouvindo, não está prestando atenção nas minhas necessidades.

As pessoas precisam saber que estão sendo ouvidas.

E essa, sem dúvida, é a maior de todas as revoluções: o cliente é o centro de tudo.

COMO É DIFÍCIL VENDER, NÃO ACHA?

É preciso atrair o possível cliente, apresentar o produto a ele, convencê-lo sobre a funcionalidade e qualidade para, quem sabe, conquistar uma venda.

Mas calma, não precisa ser esse sofrimento todo.

Existem maneiras de atrair os clientes, e elas são chamadas de técnicas de vendas.

E eu estou aqui justamente para ajudar você e sua corporação com isso. Ajudá-lo a ser um empreendedor de sucesso.

Tudo o que for passado pode ser moldado e adaptado à realidade da empresa, mas passar o aprendizado para a frente é essencial.

O que vale lembrar, para trabalhar todas as técnicas de vendas, é que você está trabalhando com outros seres humanos. Trate-os como gosta de ser tratado quando precisa adquirir algo.

Feita essa observação, vamos às 30 melhores técnicas de vendas!

1. CONHEÇA SEU PÚBLICO-ALVO

Conhecer o público-alvo é tão imprescindível que deve constar no primeiro lugar de qualquer lista que elenca as características de um bom vendedor.

Posso dizer até que é mais um princípio de atuação do que apenas uma técnica de venda, mas não posso deixar de mencioná-la aqui.

Conhecer o público significa identificar os desejos e necessidades dos compradores, além de características demográficas e interesses.

Todas essas informações são úteis para definir a solução ideal e a estratégia de venda que será adotada.

2. AJUDE O CLIENTE A ENTENDER O QUE ELE PRECISA

Nem sempre o cliente vai à loja sabendo o que quer comprar.

Muitas vezes, ele tem uma ideia aproximada, mas não sabe ao certo se aquilo é realmente o que precisa.

Cabe a você, vendedor, entender o problema dele e sugerir a solução adequada.

Para isso, escute com bastante atenção o que o seu cliente tem a dizer e faça as perguntas certas para extrair as informações necessárias.

3. FOCUE NO BENEFÍCIO

Esqueça um pouco que você é um vendedor e pense como um comprador.

Quando você pretende adquirir um produto ou serviço, quer ter a certeza de que está tomando a decisão certa, não é verdade?

Para isso, é importante compreender os benefícios da sua compra.

Então, no papel de vendedor, você deve se lembrar de que o cliente precisa ter clareza das vantagens.

Certifique-se de que não resta nenhuma dúvida sobre isso.

4. CONHEÇA SEU PRODUTO

Um bom vendedor conhece o seu produto de cabo a rabo, como se tivesse participado da idealização e desenvolvimento do item.

Portanto, estude bastante sobre o que está vendendo e garanta que o seu conhecimento é, de fato, absoluto. Assim, você saberá responder às perguntas feitas pelos clientes.

E, ainda que seja um questionamento até então desconhecido, procure buscar as informações.

Conhecer o produto é essencial para oferecer a melhor solução ao comprador.

5. TENHA UM PREÇO COMPETITIVO

O mercado é extremamente competitivo.

Além da qualidade dos produtos e serviços comercializados, o preço também é um fator que influencia na decisão de compra.

Por isso, tenha muito cuidado ao definir o valor que será cobrado.

Não estou dizendo que você deve vender seus itens a preço de banana, mas uma boa análise da concorrência garantirá um valor justo.

6. ESTABELEÇA UMA RELAÇÃO DE CONFIANÇA COM O CLIENTE

Quando digo que o vendedor deve estabelecer uma relação de confiança com o cliente não me refiro a criar laços de amizade, como muita gente entende.

De certo, isso pode acontecer dependendo do negócio em que você atua.

Mas que fique claro que a relação de confiança precisa ser construída no campo profissional.

O cliente precisa confiar no seu trabalho e nos produtos e serviços que você vende.

7. SEJA HONESTO

Para conquistar a confiança do cliente, evidentemente, você precisa ser honesto.

Eu sei muito bem que existe pressão para vender e bater metas, mas isso não justifica enganar e ludibriar as pessoas.

Além do mais, eu nem acredito que um vendedor com essa postura consiga aumentar as vendas e sustentar as mentiras por muito tempo.

A honestidade, por sua vez, leva a resultados positivos, uma vez que representa um diferencial na consideração dos compradores.

8. SEJA FLEXÍVEL

Há vendedores que decoram um script e, simplesmente, reproduzem as palavras do discurso.

E aí, quando algo foge desse roteiro, ficam sem saber o que fazer. Isso é um enorme equívoco.

Trabalhar com vendas requer jogo de cintura.

É preciso ser flexível e aprender a lidar com as mais variadas situações.

Encare isso como um desafio e não se frustre se os planos não correrem como você espera.

Vale dizer ainda que os clientes, normalmente, percebem a habilidade do vendedor de se adaptar às circunstâncias, o que se torna um ponto positivo para fechar negócios.

9. NÃO SUBESTIME O CLIENTE

Eis que esta é uma das maiores ciladas em que um vendedor pode cair.

Jamais menospreze o seu comprador, ainda que ele aparente total desconhecimento sobre o que precisa e em relação aos seus produtos e serviços.

Hoje em dia, principalmente, o cliente tem acesso rápido à informação e, em poucos segundos, é capaz de descobrir e dominar tudo o que for necessário.

Lembre-se sempre disso.

10. IDENTIFIQUE OBJEÇÕES

Sabe quando você está prestes a fechar a venda, mas o cliente coloca empecilhos sobre uma condição, como, por exemplo, a forma de pagamento?

Isso não é uma rejeição, mas, sim, uma objeção, e identificá-la pode fazer toda a diferença no sucesso da sua venda.

Uma objeção é apenas um obstáculo para efetivar a compra, e o seu papel é contorná-lo.

Se não for possível atender à solicitação do cliente na negociação, pelo menos, explique o porquê e enfatize os benefícios de comprar na sua loja.

Sua missão é não deixar com que esses impasses atrapalhem a sua venda.

11. SEJA RESILIENTE

A resiliência é uma característica muito falada no ambiente de trabalho, mas nem todo mundo entende o verdadeiro significado dela.

Ser resiliente é ter a capacidade de se recobrar sem dificuldades ou de se adaptar a mudanças.

Ou seja, manter a cabeça erguida e dar a volta por cima quando surgem as adversidades.

No universo das vendas, por exemplo, a falta de resiliência pode ter a ver com o insucesso de um negócio.

Os contratemplos não podem ser encarados de forma negativa, mas, sim, servir de aprendizado e estímulo para o progresso.

12. TENHA SENSO DE ORGANIZAÇÃO

Não há nenhum segredo sobre o que é organização, não é mesmo?

Talvez, o mistério esteja em como identificar os melhores métodos para se organizar.

Mas esse é um esforço que você precisa fazer.

A organização é essencial para a gestão de vendas.

Já pensou um cliente te ligar para falar de uma compra e você nem saber do que se trata porque não registrou a venda?

Não dá, né? Nem preciso falar mais nada.

13. DESENVOLVA UM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Dizem por aí que vender é uma arte.

Eu não discordo, mas também não acho que só o talento basta.

Para mim, confiar plenamente na atuação momentânea da venda é uma falha enorme.

É preciso haver planejamento e estratégia para que a vocação seja sustentada.

O plano de vendas envolve todas as diretrizes que devem ser seguidas, ainda que imprevistos possam ocorrer e seja necessário ativar o modo improvisado.

14. SEJA CRIATIVO

Nós consumimos, em média, 34 GB de informação por dia, o equivalente a quase 12 horas.

Imagina só a quantidade de propagandas a que somos submetidos durante todo esse tempo.

Então, por que é que o consumidor vai despertar interesse justamente no seu anúncio?

Ou, ainda, como ele vai se lembrar no final do dia do seu produto ou serviço?

Não tem uma fórmula mágica, mas a criatividade conta muito.

Fazer diferente é uma forma de chamar a atenção do seu público e prendê-lo ao seu discurso de vendas.

15. ACREDITE NO QUE VOCÊ FAZ

Se eu te perguntasse agora se você se considera um bom vendedor, qual seria a sua resposta? Bem, eu espero que seja afirmativa.

A autoconfiança tem um poder expressivo na percepção do público.

Afinal, como o cliente vai acreditar em você se nem você mesmo acredita?

Portanto, tenha convicção no seu trabalho e assuma uma postura segura diante da clientela.

16. APOSTE NOS CLIENTES JÁ EXISTENTES

Conquistar um novo cliente custa entre cinco e sete vezes mais do que manter um atual.

Essa é uma boa razão para você investir em estratégias de fidelização e recompra.

Um exemplo de ação é oferecer condições especiais para a sua base de clientes.

Como eles já conhecem a sua marca, a decisão de compra pula a etapa de consideração.

É como se o funil de vendas fosse encurtado.

17. TENHA REFERÊNCIAS

O boca a boca sempre existiu e foi significativo para a decisão de compra.

Mas, com o avanço da internet, a opinião de outros clientes tornou-se ainda mais imprescindível para os consumidores.

Por isso, procure colher depoimentos de quem já comprou com você e use esses argumentos a seu favor durante a venda.

18. INICIE TODA VENDA DE FORMA POSITIVA

A abordagem escolhida para iniciar a venda faz toda a diferença no resultado do processo.

Começar de maneira positiva é um aspecto que ajuda a criar conexão e simpatia com os clientes.

Dessa forma, receba os potenciais compradores com bom humor e procure falar de assuntos agradáveis.

19. UTILIZE A ABORDAGEM “AGORA OU NUNCA”

“Agora ou nunca” é uma técnica de venda bastante eficaz para clientes indecisos.

Ao perceber que o consumidor despertou interesse no produto ou serviço, mas, ainda assim, se sente receoso com a compra, você pode aplicá-la.

Ofereça benefícios imediatos e faça ele tomar a decisão naquele exato momento.

20. ACEITE DESCONTOS E RESPONDA COM TENTATIVA IMEDIATA DE FECHAR NEGÓCIO

Os clientes devem ter liberdade para sugerir condições durante a negociação.

Alguns pedem desconto, outros sugerem meios de pagamento diferenciados e por aí vai.

Em vez de encarar isso negativamente, você deve enxergar como uma oportunidade de finalizar a venda.

É só aceitar o que o cliente pediu e fazer uma espécie de contraproposta, confirmando o acordo se a compra for imediata.

21. UTILIZE TÉCNICAS DE REMOÇÃO DIANTE DE PEDIDOS DE DESCONTOS

O pedido de desconto é natural em uma negociação.

Entretanto, muitas vezes, o cliente sugere um valor inviável, justamente por desconhecer o processo de precificação.

Se isso acontecer, você deve mostrar a ele que o desconto custa a remoção de um benefício do pacote, como, por exemplo, transporte grátis, garantia estendida ou aplicação mais específica de algum produto especial.

22. JAMAIS FALE MAL DOS CONCORRENTES

Posso até dizer que essa técnica de vendas é como um princípio de código de ética de vendas.

Você não deve falar mal dos concorrentes ao seus clientes.

Além de parecer jogo sujo, o consumidor deve escolher a sua marca pelas vantagens que ela apresenta, e não porque a concorrência é ruim.

Deu para entender?

23. TRACE PARALELOS E USE METÁFORAS

Usar uma linguagem simples é algo indispensável durante a venda.

Uma forma de facilitar a compreensão do cliente é explorar as metáforas.

Em vez de usar termos técnicos e explicações muito específicas, adapte a mensagem a situações do dia a dia.

Isso, certamente, ajudará o cliente a entender com mais facilidade.

24. OFEREÇA DIFERENTES CANAIS DE CONTATO

Nem todo cliente se sente confortável para participar de uma videochamada, por exemplo.

Por essa razão, é fundamental estruturar canais de contato diferenciados e oferecer os meios para que o consumidor possa escolher a melhor forma.

telefone, whatsapp, email, seu site, seu instagram, facebook e por aí vai.

25. EVITE INTERROMPER SEU CLIENTE

O cliente quer ser ouvido, justamente, para garantir que o vendedor entenda as suas necessidades e desejos.

Interrompê-lo pode causar um estresse na negociação e até mesmo fazer com que o consumidor desista da compra.

Deixe que o cliente conclua as frases e só depois assuma a sua vez de fala.

26. TÉCNICAS DE VENDA PELO TELEFONE

O método de vendas por telefone é um dos mais tradicionais.

É inegável que ele ainda funciona, embora muitas pessoas não gostem desse canal.

Além da linguagem e entonação, a interação com o cliente também ajuda a manter o foco.

Faça perguntas constantemente e ouça o que o seu cliente tem a dizer.

Procure explicar com cuidado o seu produto e confirme com o cliente se não ficou nenhuma dúvida.

As pessoas costumam destinar as segundas e terças-feiras para adiantar os afazeres e solucionar eventuais problemas.

Por isso, esses dias da semana não são recomendados para o contato telefônico, já que poderia interromper o foco do seu cliente.

Os melhores dias, então, são quarta e quintas-feira, considerando que o seu cliente já teve a oportunidade de concluir as demandas e, provavelmente, terá um tempo livre para ouvir com mais atenção a sua proposta.

27. TÉCNICAS PARA VENDAS PRESENCIAIS

As vendas presenciais costumam surtir mais efeito do que os outros métodos.

O contato cara a cara, se bem executado, tem grandes chances de sucesso.

Para isso, anote essas:

Explore o poder da linguagem corporal, Ela é composta por 55% de linguagem corporal e 38% de modulação da voz, enquanto apenas 7% são de fala.

Ou seja, seus gestos valem muito mais do que suas palavras.

Por isso, fique de olho nos seus movimentos e procure manter uma postura confiante.

Sorria muito mais, ainda que esteja tratando de um assunto formal, a seriedade no semblante pode causar desconforto e tensão em seu cliente.

Os sorrisos ajudam a aliviar essa impressão negativa e ainda podem transmitir mais confiança às palavras.

28. DEMONSTRE CONFIANÇA

Por falar em confiança, esse é, sem dúvida, um dos principais fatores de sucesso em vendas.

Para transmitir uma postura convicta, você deve saber explicar o seu produto ou serviço de forma clara e detalhada.

Uma simples brecha na sua segurança pode arruinar a negociação. Por isso só ofereça serviços que pode entregar

29. MANTENHA-SE 100% ATENTO AO CLIENTE

Aquela máxima de que temos dois ouvidos e uma boca para ouvir mais e falar menos deveria servir de mantra para vendedores.

Falar, obviamente, faz parte da rotina de vendas e, sem isso, é impossível concluir a negociação.

No entanto, é igualmente importante ouvir o que o cliente tem a dizer.

Além disso, não se deve deixar que as distrações atrapalhem o foco.

O cliente precisa sentir que você está 100% atento à conversa.

30. VENDAS PARA QUEM JÁ É CLIENTE

Como já disse aqui, o custo de aquisição de novos clientes é muito mais alto do que o investimento para reter os que já existem.

Por essa razão, é fundamental apostar na fidelização.



SOBRE O AUTOR

ORGULHO DO TRABALHO

Apaixonado por veículos desde criança, foi influenciado pela pequena coleção de carros antigos do pai. Em seu primeiro emprego aos 13 anos, quando começou a receber seus primeiros salários, COMPARAVA seu dinheiro com os investimentos do pai nas restaurações dos carros. E o que era para ser uma decepção, por conta do baixo salário de aprendiz, se tornava um COMBUSTÍVEL DIÁRIO. Sem saber já tinha um OBJETIVO DEFINIDO.

Trabalhando como aprendiz do Senai durante o dia, (em uma montadora de carros lógico!), estudando a noite e aos finais de semana, estava sempre melhorando os CONHECIMENTOS para um dia poder INVESTIR nos carros. Porém apesar da dedicação aos estudos, percebeu aos 17 anos, logo após formado no colégio técnico, que teria que estudar e trabalhar muitos ANOS ainda, para poder investir nos carros. Decidiu então, montar um 1o negócio no comércio, isso aos 18 anos, pesquisou muito mas este nunca saiu do papel. Porém quando se tem um objetivo, o universo conspira e uma oportunidade apareceu: Uma recém formada pequena indústria, estava precisando de um sócio. Pediu a conta! Deixou o emprego estável e garantido na montadora de carros e embarcou no mundo do empreendedorismo. GANHOU dinheiro, experiência e passado poucos anos, conseguiu os SONHADOS rendimentos para seu objetivo de infância, podia investir nos carros. Mas apareceu outra questão: o TEMPO! Como se dedicar aos carros? Tinha que se dedicar primeiro ao negócio! Algo não se encaixava, ele não estava feliz. Quando se tem OBJETIVO DEFINIDO, você tem que ir atrás. E na maioria das vezes NÃO enxergamos, esperamos a vida toda, para um dia, "QUEM SABE" fazer O QUE GOSTAMOS. Ele não esperou, GIROU A CHAVE! Precisava ter TEMPO e DINHEIRO para seu objetivo. Criou a CARRO DE CENA, que se tornou a maior locadora de veículos especiais da televisão brasileira. Gosta de carros? Gostou do início desta história? GIRE A CHAVE você também!

PENSE NISSO:

**O sucesso de um negócio deve
ser avaliado através dos seus
clientes.**

MARIO MEDICE

ESTÉTICA AUTOMOTIVA GESTÃO INTELI[~]GENTE

Mario Medice



CONHECIMENTO

PRINCIPAL REQUISITO



INVISTA AQUI, SEMPRE!

O melhor investimento que fazemos na vida é investir em nós mesmos. Quando investimos em nossa formação, estamos fazendo um investimento para o futuro. Saibam que na vida podem lhes tirarem tudo, mas a única coisa que não pode lhes tirar é o conhecimento.



MAIS SUPORTE

TORNE SEU SONHO PROFISSIONAL EM REALIDADE

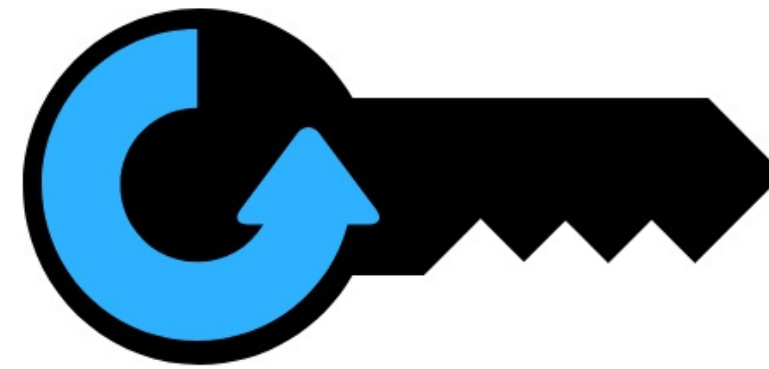
Estou muito grato em poder compartilhar todas essas valiosas dicas com você. Espero que sejam úteis e ajudem no planejamento dos seus objetivos.

Um abraço,

Mario Medice

Se você gostou das dicas de planejamento, mas não tem um negócio formatado, dê uma olhadinha em tudo o que posso oferecer para você em meu site:

Quero saber mais



www.mariomedice.com.br

Curta e acompanhe os canais

