



Vender não é algo que venha de berço e que já se nasce sabendo. É uma profissão e tem sua ciência. Requer método e planejamento. Isto é o que ensina o especialista Thiago Concer, com sugestões bem práticas de como conquistar o cliente e, assim, mais vendas. Leia e coloque em prática!

#EPISÓDIO 08 | THIAGO CONCIER COMO VENDER SEM DESCONTO

Já se nasce sabendo vender? A pergunta é do treinador de vendas Thiago Concer, autor do best-seller "Vendas não ocorrem por acaso". E ele mesmo responde: vendas não é jeitinho, nem algo que nasce com a pessoa. É uma profissão, uma atividade que tem muita ciência por trás. "E se tem ciência a boa notícia é que você pode aprender", lembra.

Concer cita uma frase de um empresário em um livro: "sozinho, o trabalho duro alcançará resultados notáveis, mas com um método e um sistema realizará milagres visíveis. Ninguém pode lucrar mais pela realização dessas verdades do que a pessoa que vive de vendas".

Como aumentar as vendas? Para responder, ele faz analogia com uma mangueira com um nó, que faz com que saia menos água. Para sair mais água, ou se aumenta a pressão ou se tira o nó.

Aumentar a pressão é trabalhar mais, com mais força. E isso é importante. Mas se não trabalhar de forma inteligente, as vendas têm um teto. O melhor, portanto, é ser estratégico, pensar onde está vazando dinheiro e onde está se perdendo oportunidade.

Mas como fazer para tirar o nó de forma prática?

"Quando a gente entende que vendas é um método, é um passo a passo, isso fica mais fácil", explica Concer. Vendas é como se fosse um trabalho de funil. Lá em cima, antes de qualquer coisa, existe um planejamento com os números a alcançar, que tipo de cliente conversar, quais produtos vender. Este planejamento pode ser semanal, quinzenal, mensal e anual.

Depois vêm as oportunidades, através de leads, de WhatsApp, de telefone. Ou ainda de prospecção. Depois tem a abordagem, levantamento, apresentação, objeção, negociação e pós venda, para que se venda mais para os mesmos clientes. Cada uma dessas etapas, no final, deve se reverter em vendas.

PERGUNTAR SEMPRE

Concer reafirma algo que sempre fala. "Perguntas talvez sejam as ferramentas mais poderosas de venda, porque seus clientes compram pelos motivos dele, não pelos seus motivos! E como a gente descobre o



motivo deles? Quando a gente pergunta! E aí, quando você sabe contornar objeções e negociar, você fecha mais vendas”.

Se o cliente passou por uma experiência ruim e agora está conversando com você, pode ser que ele diga: “um outro vendedor tentou me vender isso e eu me dei mal”. Como você pode reverter essa situação? Mostrando-se genuinamente interessado e fazendo perguntas pertinentes para entender o caso e apresentar soluções.

Concer também cita uma pesquisa feita nos Estados Unidos, em uma rede de supermercados. Em alguns dias, expunha seis sabores de uma geleia. Em outros dias, colocava 24 sabores. Nos dias com 24 sabores as vendas eram de 3%. Com seis sabores, as vendas subiam para 30%, ou seja, dez vezes mais. A conclusão foi que quando o cliente tem muita opção ou quando está com muita informação na cabeça, ele fica confuso. E cliente confuso ou na dúvida, não compra.

“Quando a gente pergunta, pode esclarecer o que o cliente está imaginando. E aí ajudamos nas boas decisões. Perguntas inclusive ajudam na expansão da sua carteira, que é vender mais para os mesmos clientes”, observa Concer. Para isso, é essencial fazer um trabalho básico de expansão, selecionando primeiro seus principais clientes, aqueles que têm mais potencial. Depois, escolhe os produtos ou linhas que eles podem consumir e que não comprem ainda com você. Com essa primeira etapa você cria uma expansão e vende mais para a mesma carteira.

Veja um pequeno roteiro que Concer sugere. “Olha, Fulano, eu sei que você já compra de um tal fornecedor, ou sei que você compra tal produto ou uma tal marca. Eu tenho esse produto e uma marca talvez melhor. Mas eu queria entender primeiro o que mais chama atenção em você ou como que a gente poderia sentar para negociar e você começar a comprar da gente.”

É bom lembrar que 68% dos profissionais com melhor desempenho colocam as necessidades do cliente em primeiro lugar. Entender o seu cliente e ofertar aquilo que vai ajudá-lo de maneira efetiva demonstra que você é um grande especialista, passando confiança para ele. Este é, de acordo com Concer, o principal pilar para a melhoria dos resultados. E todo mundo sai ganhando.

Thiago Concer é treinador de vendas, autor do best-seller “Vendas não ocorrem por acaso” e fundador do movimento #OrgulhoDeSerVendedor.

