

## Mercado&

# Você sabe vender?

Conheça 3 simples passos simples que podem ajudar praticamente qualquer segmento de empresa a aumentar a conversão em vendas

Poucos fatores são tão decisivos no mundo dos negócios quanto a competência de vendas, muitos afirmam, inclusive, ser o fator número 1 ou pré-requisito de empresas de sucesso. Quando se fala do universo de pequenas e médias empresas, isso se torna ainda mais crítico. A falta de foco na área comercial se torna uma receita, quase que certa, para a falência. A tendência é que esse cenário se torne cada vez mais crítico e competitivo, fato que será bom para alguns e catastrófico para outros. Saber vender de forma tática, profissional e ética não pode mais ser considerado algo secundário, ou um luxo, mas nesse sentido fica a pergunta: você realmente sabe vender? Quando faço essa pergunta, me refiro ao seguinte: sob demanda e de forma inusitada, você saberia utilizar uma metodologia e passos simples com o qual se basear para elevar suas chances de ter sucesso em uma venda ou negociação? Embora alguns tenham aptidão nessa competência, a grande maioria dos empreendedores responderia não e existe uma razão muito específica para isso: embora promover vendas seja uma das maiores causas de sucesso na empresa, não é um assunto treinado e estudado como realmente necessário. Nesse sentido, preparei um raciocínio simples para encerrar reuniões de vendas de maneira tática e eficaz, mas antes permita-me fazer uma analogia deste mesmo raciocínio com uma situação em que todos já passamos na vida. Imagina que ao chegar com dores a um consultório médico você espera mais de duas horas. Com uma dor quase insuportável você é chamado à sala. Ao entrar, o médico mal olha para você e não te convida a sentar. Quando você está prestes a relatar suas dores e o que sente, ele simplesmente te corta e fala que você tem uma

doença terminal e que por isso precisará fazer uma cirurgia caríssima. O que você faria em uma situação dessas? Com certeza, eu iria procurar outro especialista!

Agora, voltando à nossa temática sobre vendas. Acontece que a grande maioria das pessoas vende exatamente da mesma forma que o médico da analogia. Não criam relacionamento e não promovem a confiança de seus clientes, não escutam suas dores e não diagnosticam corretamente suas necessidades por estarem focados somente em faturar. Nesse sentido, leia com muita atenção o processo de 3 simples passos que podem ajudar praticamente qualquer segmento de empresa a aumentar a conversão em vendas.

### Diagnóstico

Diagnóstico significa entender e levantar as reais necessidades do seu potencial cliente. Quais são seus problemas, dores e implicações futuras, para ele e seu negócio, de permanecer na mesma situação.

### Receita

Apresentar de maneira profissional a melhor solução que irá resolver o problema do potencial cliente. Qual o caminho mais adequado em termos de superioridade técnica, custo benefício, entre outros atributos. É somente aqui, após levantar as reais necessidades do cliente, que apresentamos qualquer solução, serviço ou produto, nunca antes de diagnosticá-lo.

### Tratamento

Tratamento significa fechar a venda, acordar os detalhes, finalizar a transação e iniciar a implementação da solução ou serviço ou simplesmente entregar o produto. Lembrando sempre dos devidos cuidados com o pós-venda.

Convido você agora a refletir: em qual desses passos você ou sua equipe pode colocar mais atenção e energia?

Ao melhorar continuamente em termos de competência, é simplesmente natural colher melhores resultados! Afinal, se colhe aquele que se planta.

Ao ler até aqui, você entendeu a criticidade de profissionalizar as vendas de sua empresa e também três simples passos que podem alavancar seus resultados comerciais. Convido agora a colocar esse conhecimento em prática e, assim, se tornar um empresário, ou profissional, mais competente e com maiores resultados. ■



Foto: Divulgação

### Valdez Monterazo

é master coach, especializado em negócios, psicologia positiva e carreira. É partner associado na Sociedade Brasileira de Coaching, maior referência em desenvolvimento de negócios e soluções corporativas no Brasil e Coach Executivo e de Negócios no BNI (Business Networking International)

# ATENÇÃO IMPORTA

Nunca foi tão difícil para a publicidade capturar a atenção. Neste quesito, as revistas são imbatíveis\*

- **Leitores** prestam mais atenção ao ler revistas do que quando se envolvem com outras mídias
- **82%** dos leitores gostam da publicidade nas revistas
- **58%** dos leitores disseram que não fazem mais nada enquanto leem uma revista
- **43%** concordaram que a publicidade em revistas é relevante
- **57%** concordaram que a publicidade em revistas faz parte da experiência – mais do que para qualquer outro canal



\*Fonte: Projeto Pay Attention



AÉROPOSTALE

@aeropostale.brasil  
VALE SUL SHOPPING