

PATOGĒ

**UM GUIA COM
AS MELHORES
TÉCNICAS
PARA SEUS
VENDEDORES**





Desde a linguagem corporal até a famosa técnica "quebra gelo", sua equipe precisa estar preparada. Descubra aqui quais as melhores técnicas de vendas para ajudar seu time comercial a vender mais.

Antes de qualquer coisa, você precisa ler dois outros e-books que já postamos por aqui! O primeiro vem com dicas para manter seus **vendedores engajados** e o segundo irá te ajudar a transformar a famosa frase "**Estou dando só uma olhadinha**" em vendas.



Se ainda não leu, recomendamos a leitura. Pois irá complementar o conteúdo deste e-book, que dará dicas sobre linguagem corporal, como quebrar o gelo e como conquistar a confiança do seu cliente.

Tudo pronto para começar a colocar essas técnicas em prática e ajudar seus vendedores? Então, tome nota!

Índice de Conteúdos

- 1. Talento ou Esforço?**
- 2. O corpo fala!**
- 3. Quebre o gelo**
- 4. Venda Online
x Venda Tradicional**
- 5. O gerente de vendas**

1. Talento ou Esforço?

Muita gente acha que o bom vendedor já nasce com um talento especial. Geralmente associado às pessoas que gostam de conversar, que são comunicativas e também as chamadas "cara de pau", que não têm vergonha de abordar os clientes e oferecer seus produtos. Existe uma meia verdade nesta afirmação, mas as vendas estão associadas muito mais ao **treinamento adequado, esforço e trabalho em equipe**.

Abaixo uma tabela baseada no livro "The Challenger Sales: take Control of the Customer Conversation", dos autores Matthew Dixon e Brent Adamson.

Eles fizeram um estudo com 6 mil vendedores e chegaram nesse insight

com os 5 perfis mais comuns dos profissionais de vendas:

Construtor de Relacionamentos (Relationship Builders): Os vendedores deste perfil são ótimos em construir relacionamento com o cliente. Se esforçam para atender bem todas as necessidades e geralmente conseguem fidelizá-los. Sabem que um bom atendimento demanda tempo e atenção.

O Trabalhador Árduo (Hard Workers): É aquele vendedor que abre a loja e é o que apaga a luz no fim do dia. Está sempre focado nas metas. Geralmente são os que fazem mais calls e visitas que qualquer outro na equipe.



Lobo Solitário (Lone Wolves): São autoconfiantes e possuem o próprio jeito de fazer as coisas. Não gostam muito de seguir processos.

Solucionador de Problemas (Reactive Problem Solvers):

São excelentes com o pós venda. Buscam sempre solucionar os problemas dos clientes rapidamente e por isso são vistos como mais "confiáveis" pelos clientes. É o famoso bombeiro, que "apaga incêndios" na empresa.

Desafiadores (Challengers):

Conhecem muito bem seu cliente e por isso usam as informações de forma estratégica para conduzir as conversas. Questionam os gostos dos clientes e oferecem outras soluções sem medo. Nem sempre são os que mais agradam, mas falam a verdade.

NOTA IMPORTANTE: É possível que o vendedor tenha mais de um desses perfis, mas certamente tem algum deles que seja predominante.



E QUAL A CONCLUSÃO DOS AUTORES? TEM ALGUM PERFIL QUE SEJA MELHOR OU PIOR?

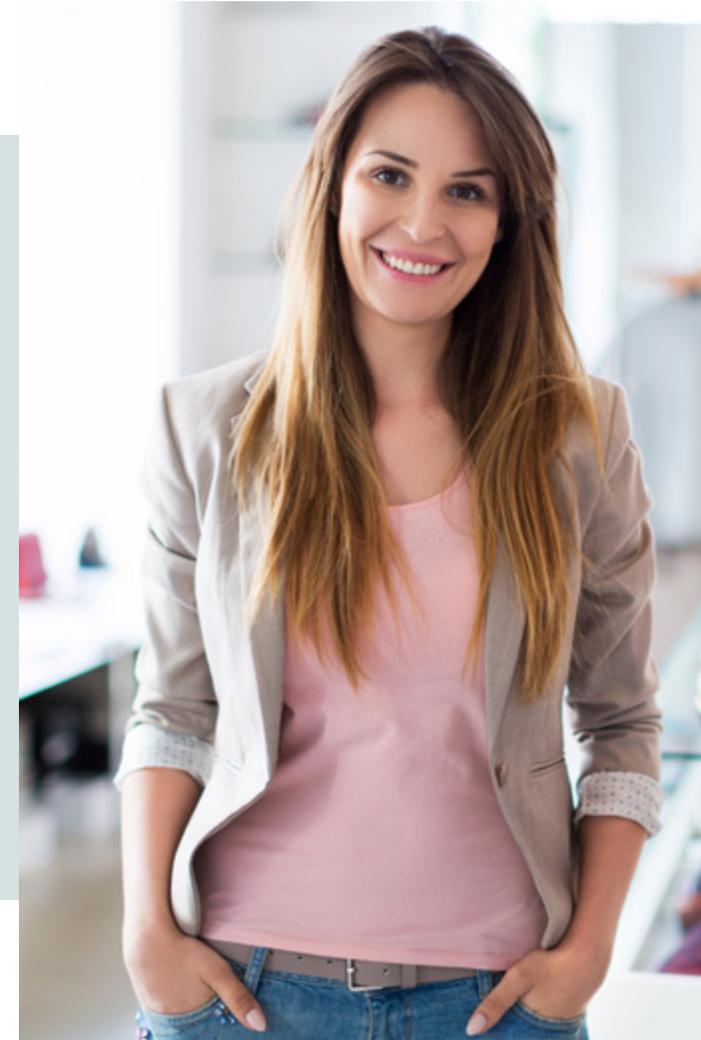
Eles falam que 40% dos melhores vendedores se enquadram no perfil "Challenger", que basicamente desempenham 3 atividades:

- Possuem o controle das vendas: Não são agressivos, mas sim assertivos. Questionam o cliente com facilidade.
- Conhecem bem seus clientes: eles sabem exatamente o que seus clientes precisam e por isso oferecem sempre as melhores soluções.
- Educam seus clientes: propõe ideias que antes o cliente nem cogitava.

Como isso funciona na prática:

O cliente pede um super desconto de 30%, sendo que essa porcentagem fica inviável para a empresa. O vendedor com perfil "Construtor de Relacionamento" provavelmente tentará dar um jeitinho e agradar seu cliente, enquanto que o "Challenger" terá mais jogo de cintura para falar "não" sem soar ofensivo.

Mas é claro que cada perfil tem as suas vantagens, e todos eles, independente de como trabalham, devem colocar algumas técnicas de vendas em prática. E é disso que iremos falar nos próximos tópicos.



2. O corpo fala!

A linguagem corporal é um fator que precisa ser trabalhado nos vendedores para que os resultados sejam otimizados, independente do perfil que ele tenha.

Separamos algumas dicas práticas que irão ajudar a sua equipe comercial a ter uma postura mais coerente com o trabalho que desempenham:

#1. LINGUAGEM CORPORAL: CONTATO “OLHO NO OLHO”

Forma de transmitir confiança, atenção e verdade. Isso é uma forma de como “fazer a venda para os olhos do cliente”. Não fuja do contato “olho no olho” (pois pode transmitir

hesitação ou falta de confiança) e nem faça muito contato visual (pois pode fazer você parecer intimidador e desesperado). O ideal é manter contato visual com o seu cliente por alguns segundos de cada vez.

#2. APERTO DE MÃO FIRME E AMIGÁVEL

Não se torne neurótico pelo aperto de mão perfeito, mas fique atento a seus fundamentos básicos. Aperte a mão de seu cliente com firmeza e agite 2 vezes, mantendo o contato visual. Nada de iniciar as coisas com um aperto de mão excessivamente mole, ou com um aperto de mão monstruoso.



#3. TENHA UMA BOA POSTURA

A postura ideal demonstra um ar de confiança e permite que você se envolva mais plenamente com seus clientes. Você também pode se inclinar levemente para frente, para demonstrar interesse na conversa. Ficar com os ombros caídos e andar arrastando os pés passa a impressão de que você não quer trabalhar.

#4. TENHA EXPRESSÕES FACIAIS SIMPÁTICAS

As expressões faciais são um componente-chave da comunicação não-verbal e podem efetivamente demonstrar seu envolvimento na conversa. Sorria para seu cliente, levante as sobrancelhas para ilustrar o interesse e expressar a sua seriedade.



#5. SEJA INTERESSADO

Dê atenção à conversa. Evite olhar para a porta da loja ou para seu celular. A maneira mais fácil de fazer isso é manter seu rosto voltado para quem está falando com você. Tente não parecer distraído, pois isso pode causar uma impressão negativa.

#6. LIDERE

Tomar a iniciativa é uma grande sugestão não-verbal de confiança. Seja o primeiro a sorrir ou oferecer um aperto de mão. Tomar a frente dessa maneira vai fazer você ser mais ousado, carismático e, claro, mais digno de conseguir fechar uma venda.

3. Quebre o gelo



Se você é uma pessoa tímida, sabe o quão difícil pode ser fazer uma prospecção ou iniciar um relacionamento com o cliente. Por isso a dica que damos aqui é tão importante quanto as outras presentes neste e-book.

"Quebrar o gelo" nada mais é do que se aproximar da pessoa sem parecer invasivo demais, de forma que você construa confiança.

Ao invés de chegar logo de cara oferecendo vários produtos, comente de forma leve sobre algum acontecimento do cotidiano. Fale sobre o trânsito, o clima ou algo que aconteceu a 5 minutos atrás. Desta forma seu cliente fica mais relaxado e não se sente pressionado.

Só tome cuidado com o tipo de assunto que vai iniciar. Evite coisas polêmicas. Nada de sair criticando a religião do outro, falar mal de outro cliente ou mesmo comentar sobre política. Seja o mais neutro possível e leve.

4. Venda tradicional x Venda Online

É bem possível que, além da loja física, você já esteja começando a fechar algumas vendas através das redes sociais. Hoje em dia muitas lojas já atuam no meio virtual também.

A principal diferença entre a venda tradicional e a venda online é a necessidade de que os profissionais envolvidos tenham conhecimentos específicos.

Nas vendas tradicionais o vendedor precisa ter um treinamento para conhecer o produto, saber mais sobre as tendências da próxima temporada e focar bastante na linguagem corporal

e no "quebra gelo", já que ele terá um contato cara a cara com o cliente.

Já nas vendas online, o vendedor precisa dominar a comunicação. A pessoa que for responder os potenciais clientes do outro lado da tela precisa saber exatamente qual o tom de voz da sua empresa. Aliado ao desempenho de quem atende o seu público no mundo virtual, é muito importante que sua loja invista em SEO (Search Engine Optimization), um bom marketing de conteúdo nas redes sociais e diversas outras técnicas para ganhar espaço no mercado online.



DICA: Já fizemos um e-book com dicas para vender pelo WhatsApp e outro sobre **consultoria de estilo como ferramenta de vendas!** ;) Aliar as estratégias online e offline é essencial nos dias de hoje.

5. O gerente de vendas



O gerente da sua loja tem uma posição extremamente estratégica dentro da empresa, pois ele é o responsável pelo resultado das vendas. Planejar, treinar, distribuir, controlar, avaliar e estimular a equipe de vendas são tarefas que o gerente deve desempenhar com eficiência.

Então, pensando nas funções de um bom gerente, separamos algumas dicas para que o GERENTE consiga melhorar os resultados de vendas através do TREINAMENTO da sua equipe.

Treinamento #1

CONHECENDO A EMPRESA

Após a contratação, o vendedor precisa conhecer a empresa. Até, antes mesmo, de conhecer os produtos que vende. Isso quer dizer que ele deveria conhecer os concorrentes e o mercado.

Para que um profissional represente a empresa é preciso que ele seja uma espécie de executivo. Essa abordagem visa evidenciar que o primeiro papel de um gerente de vendas é formar vendedores impecáveis que conhecem bem o negócio.



Treinamento #2

CONHECENDO OS CLIENTES E OS PRODUTOS

Quando se vai treinar um vendedor para uma loja de roupas, por exemplo, é impossível fazer com que ele entenda minimamente cada um dos milhares de produtos do catálogo e todas as tendências da estação.

É mais importante, por exemplo que o vendedor tenha um treinamento para entender quem é o cliente daquela marca e saiba como lidar com ele.

Em resumo, o treinamento de produto pressupõe conhecimento dos produtos, de suas funcionalidades e, principalmente, dos benefícios que os clientes buscam neles.

A pergunta que se faz é: são essas as informações principais que um cliente que vai comprar moda quer obter? Ou são informações que ele pode solicitar e que podem ajudar a definir a compra?

Treinamento #3

MÃO NA MASSA! É HORA DE VENDER!

Esse tipo de treinamento inclui saber fazer um bom atendimento, que consiste em ouvir, entender, propor e ganhar a confiança do cliente.

É neste momento que as técnicas de venda entram em ação. O quebra gelo, a linguagem corporal, a forma como os vendedores devem abordar os clientes e, finalmente como devem negociar para fechar a venda.

Treinamento #4

PÓS VENDA

Não precisa chamar seu cliente para jantar, basta pegar o contato dele para saber o que achou da experiência de compra, desde a venda à solução de eventuais problemas. O vendedor deve, ainda, estar com o ouvido aberto a novas oportunidades e feedbacks.

Os vendedores devem ser pontes permanentes entre consumidor e empresa, recebendo críticas, elogios e sugestões. Uma das tarefas mais importantes do vendedor é identificar as razões porque determinados clientes

deixam de comprar. São informações de altíssimo valor estratégico para a empresa. Muitas vezes o cliente deixa de comprar por problemas nos produtos, por mudança geográfica, por achar que os preços aumentaram muito. Enfim, existem muitas razões, além do próprio atendimento.

Sem contar que ter o contato do cliente ajuda muito para a construção de um mailing. Faça uma base de dados para convidá-los para os próximos eventos na sua loja, para divulgar promoções ou avisar sobre algum produto que recebeu reposição no estoque.



PATOGÊ



patogeooficial



Patogê Jeans



patoge.com.br

