

# A evolução na arte da venda

Uma das conseqüências diretas da Era Collor foi à liberação das importações de carros há mais de 10 anos, o que ocasionou o aumento da concorrência na indústria automobilística nacional. Só para vocês terem uma idéia, só no mês de abril deste ano, foram 10 lançamentos entre veículos nacionais e importados. Mas não é só na área de carros que os consumidores brasileiros passaram a ter mais opções e acesso a novas marcas e tecnologias. Hoje podemos comprar qualquer coisa que queremos, seja um celular, uma televisão, eletrodomésticos, alimentos e muito mais, com muita facilidade e com preços bem competitivos. Não sofremos mais com a inflação galopante, quando não tínhamos tempo para pesquisar, era chegar e comprar, pois as máquinas de remarcação de preços não davam folga. Além da estabilidade econômica, a abertura para os produtos importados e o surgimento de novos veículos de venda, como internet, televisão, via telefone, contribuíram para o aumento da concorrência.

Essa concorrência deixou o consumidor mais seletivo e exigente, afinal variedade de produtos gera variedade de opções e escolhas. Quando se tem um cliente que pesquisa e pensa melhor antes de comprar, é preciso em contrapartida atendê-lo melhor também. Conquistar o cliente, perdido nessa avalanche de ofertas, não depende somente de quão bom seja o produto ou do preço. Produto bom ou barato é o que não falta no mercado. Os fatores de decisão cresceram proporcionalmente a quantidades de produtos, e com certeza alguns deles não são mensuráveis, como: atendimento, empatia, educação, cordialidade e atenção.

O que tenho observado de muitos vendedores em geral, principalmente durante os treinamentos, é que quando falamos que ser vendedor hoje em dia requer conhecer muito como funciona o processo de uma venda e que cada vez mais se tem que usar este processo, alguns deles me olham e tenho certeza que pensam que estou louco. Eles acham que usar um processo que parece engessado em alguns passos, seria um absurdo, pois acabaria com aquela de: sentir o momento, o cliente e aí escolher o melhor caminho.

Se realmente fosse só assim, as vendas ainda seriam fechadas somente pelo tão conhecido "Feeling", aquele sentimento que alguns vendedores acham que tem e que somente isso seria suficiente para atender seus clientes.

Particularmente acho que se deve usar o "Feeling" durante uma venda, mas seria loucura não usar "Processo", afinal qualquer livro, manual ou revista sobre vendas fala disto. Acredito que esses escritores não estejam loucos, eles dividiram a vendas em etapas, criaram ferramentas para serem usadas, desde o primeiro contato com o cliente até o momento da decisão de compra, estendendo para o pós-venda na tentativa de manter o cliente fiel.

O que mais me preocupa em meus cursos, não são os vendedores que não usam o processo de venda durante um atendimento, e sim aqueles que não acreditam nele.

Mesmo fazendo muitos cursos, esses vendedores continuam perdendo clientes e colocando a culpa, no preço, na concorrência, pois não descobriram que:

"O cliente evoluiu e quer um profissional de vendas para atendê-lo e não apenas um vendedor!" **S**

*"O cliente evoluiu e quer um profissional de vendas para atendê-lo e não apenas um vendedor!"*



Desmar Milléo Junior: Eng. Mecânico e Palestrante nas áreas motivacional, comportamental e vendas.  
[www.milleo.com.br](http://www.milleo.com.br)