

Vendedor profissional!

Em recente conversa com um vendedor pude observar como ele se vangloriava por ser muito bom em vendas, ou pelo menos se considerar muito bom. Ele dizia que quando o cliente entra na loja, ele aproveita a oportunidade e geralmente consegue fazer uma venda. Após ouvir sua história, lhe fiz a seguinte pergunta: você é bom em prospecção? Então, ele respondeu que não gostava de fazer prospecção, porque o negócio dele era vender lá na loja, quando o cliente chega querendo comprar, que essa coisa de ir atrás do cliente não era com ele. Minha outra pergunta foi: você sabe o que é CRM? Afim, ele fez uma "cara de paisagem", até meio espantado, mas foi sincero e disse que não sabia o que era, mesmo trabalhando em uma grande empresa. Minha última pergunta foi se ele costumava ler algum livro sobre vendas ou comportamento humano. Até citei alguns exemplos, como o livro mestre de relações humanas, que é um dos mais lidos no mundo assim como a bíblia: "Como fazer amigos e influenciar pessoas", de Dale Carnegie. E agora, para o meu espanto, ele respondeu que nunca tinha ouvido falar...

Tenho viajado bastante pelo Brasil, dando treinamentos e palestras sobre vendas, e infelizmente tenho encontrado esse tipo de vendedor assistindo aos meus cursos. Vendedores que se orgulham em serem bons quando estão com o cliente, pois conseguem vender quando o cliente quer comprar, e que acham que isto já é o suficiente neste mercado competitivo. Desculpem amigos, mas vender para quem quer comprar é simplesmente o trivial. Vender para quem vai ao estabelecimento ou até você espontaneamente é a coisa mais fácil, basta conhecer o produto, fazer uma apresentação, ter bom preço e fechar o negócio. Esses vendedores são meros tiradores de pedido e, portanto, dispensáveis na empresa. Tem um ditado no surf que diz: "Quando o mar cresce, separam-se os meninos dos homens". Traduzindo para vendas, seria o seguinte: Vender quando o cliente está na sua frente querendo comprar é fácil, mas trazer o cliente até você, construir uma relação duradoura, conquistar sua confiança, suprir as suas necessidades e fazer com que ele torne a comprar com você mesmo não tendo o melhor preço, é um desafio. Podemos dizer que aí está a divisão entre o vendedor menino e o vendedor homem, ou seja, a diferença entre o vendedor mediano e o bom vendedor.

O verdadeiro profissional de vendas tem que ter conhecimento sobre o mercado, manter-se atualizado, ler muito, cultivar relacionamentos, conhecer

a real necessidade dos seus clientes, frequentar cursos e palestras de boa vontade e não apenas por imposição da empresa. A sensação que tenho é que como não há uma faculdade específica de vendas, muitos vendedores se acham bons, mesmo não tendo qualquer qualificação.

Não me esqueço de uma palestra que assisti há mais de dez anos, quando o palestrante disse para as pessoas que estavam na platéia o seguinte: "Se vocês quiserem que seus negócios prosperem, terão que ir buscar seus clientes em casa, afinal cada vez mais eles querem mais conforto".

O que aquele palestrante disse é a mais pura verdade, e funciona para dezenas de profissões e não só para a venda propriamente dita. Cada vez mais temos que ir buscar nossos clientes e trazê-los para a nossa loja, escritório ou casa. Bons exemplos disso são os bancos, administradoras de cartões de crédito, financeiras, lojas de eletrodomésticos e supermercados, que constantemente mandam para nossos lares as suas principais ofertas e melhores taxas de empréstimo. E você vendedor, que precisa aumentar suas vendas e acha que só a propaganda institucional da sua marca ou empresa não está melhorando seu resultado financeiro no final do mês! Será que não está na hora de parar e refletir que, só depender da vinda do cliente até a loja já não é mais suficiente? Mesmo porque ele pode não vir até você e sim a outro vendedor.

O vendedor não pode ser imediatista, ou seja, achar que vender uma única vez para um cliente é o suficiente. O bom vendedor tem que ser paciente, pensar a longo prazo, ser organizado, manter uma lista de contatos de seus clientes, principalmente aqueles formadores de opinião e que possam divulgar o seu negócio para novos clientes, atrair por conta própria outros clientes.

Será que não está na hora de começar não só a usar, mas sim acreditar em algumas ferramentas de vendas? Afinal elas estão aí e devem ser usadas.

Será que não está na hora de começar a desenvolver algumas habilidades, principalmente as que são desconfortáveis, como: prospecção, acompanhamento, indicações e leitura?

Tenho certeza que cada vez mais o vendedor se quiser ser bom, terá que ter várias habilidades e usar várias ferramentas, não só vender quando o cliente está disposto a comprar, pois esse será um divisor entre o vendedor medíocre e o vendedor profissional!



*Desmar Milléo Junior,
Palestrante nas áreas
motivacional,
comportamental e vendas*

Tem um ditado no surf que diz: "Quando o mar cresce, separam-se os meninos dos homens".