

2

CAPÍTULO 2

Envolvimento

ÁREAS DE VALOR 1 & 3



Como diz o ditado, “a primeira impressão é a que fica”. Sua aparência, o que você diz e o seu comportamento podem ter um impacto significativo na percepção do cliente em relação a você, sua loja e toda a empresa.

Este capítulo é todo sobre primeiras impressões – porque elas são importantes e como você pode tirar o máximo proveito delas. Veremos aqui, o primeiro passo da venda – a Abertura da Venda – o que colocará você no caminho certo para desenvolver uma relação pessoal com seu cliente e estabelecer as bases para o resto do processo de vendas.



Sinopse

O objetivo deste capítulo é enfatizar a importância da Abertura da Venda através do estabelecimento de uma relação pessoal com seus clientes, quebrando qualquer resistência por parte deles. Após completar este módulo, você estará melhor preparado para iniciar conversas não-relacionadas à venda, estabelecer uma relação pessoal com os clientes e, então, fazer a transição para a Sondagem de modo a determinar suas necessidades e desejos.

Passo da Venda 1: Abertura da Venda

Perguntas

- Por que os clientes sempre dizem “Estou só olhando” quando os Vendedores se aproximam?
- Por que alguns clientes se esforçam tanto para evitar os Vendedores?
- Por que tantas pessoas dizem que não precisam de ajuda?
- Como você pode fazer para que os clientes aceitem sua ajuda?
- O que você deve fazer quando os clientes ficam *muito* na defensiva?
- Como você pode atender adequadamente dois clientes ao mesmo tempo?

O senso comum nos diz que envolver os clientes é uma tarefa fácil, simples e objetiva. Ou ele vai até você ou você vai até ele. Por que, então, tantos Vendedores consideram esta tarefa um desafio? Logo, você descobrirá que a resposta envolve um pouco de psicologia e de coreografia. Ambas são ingredientes importantes para a Abertura da Venda.

Este capítulo foca os objetivos da Abertura da Venda e apresenta a você algumas formas inteligentes (e divertidas) para atingi-los. Antes de ir para os pontos específicos, é preciso ter uma visão geral.

Muitos dos desafios associados com a Abertura da Venda têm suas raízes na natureza humana mais básica. Uma das razões de a humanidade ter sobrevivido, (enquanto outras espécies não) é a habilidade que o ser humano tem que se adaptar. Quando nos deparamos com uma situação perigosa, desagradável ou difícil, modificamos nosso comportamento para evitar destino semelhante no futuro.

Por exemplo, quando alguém queima a mão ao segurar uma panela quente, aprende a usar luvas térmicas quando cozinha. Alguém que tem azia ao comer comida muito temperada, normalmente aprende a escolher refeições menos condimentadas. De modo geral, nossa tendência natural para evitar desconforto continua a nos servir bem em termos de proteção. Mas logo você verá que esta mesma aversão a “experiências ruins” pode gerar algum desafio quando se trata de envolver os clientes em uma loja de varejo.



Mensagem
Importante

Corra que o Vendedor vem aí!

De uma forma ideal, o processo da venda aconteceria assim: você se aproximaria do cliente e diria “olá”. Ele responderia ao cumprimento, vocês jogariam um pouco de conversa fora e depois começaria a venda. Você faria algumas perguntas e o cliente, agradecido, aceitaria a sua ajuda. Claro, isso poderia acontecer... Mas talvez seja melhor que você espere sentado.



Questão
Fundamental

Quando você está no salão de vendas tem a impressão de que os clientes fazem tudo para evitá-lo. Por quê? Porque alguns indivíduos maltreinados, dotados de pouca habilidade, têm dado à profissão uma reputação não muito positiva. Pense em todos os estereótipos negativos:

- O astuto corretor de seguros;
- O sórdido Vendedor de carros usados;
- O funcionário mal-informado;
- O dono de boutique arrogante.

Exageros à parte, mas com um fundo de verdade. O fato é que a maioria das pessoas já teve uma experiência ruim com pelo menos um Vendedor e, por isso, detestam *todos*. Considere os exemplos a seguir:

- O Vendedor sumiu quando precisavam dele;
- O cliente comprou um item desnecessário ou incorreto, orientado por um Vendedor;
- O Vendedor era muito insistente;
- O Vendedor forneceu informação inexata sobre o produto;
- O Vendedor deixou o cliente de lado para atender outro que estava comprando um item mais caro;
- O Vendedor não fez nenhum esforço para determinar as necessidades e desejos do cliente.

Embora a maior parte dos Vendedores não fique alheia aos clientes intencionalmente, encontros infelizes como estes acontecem todo dia, reforçando a imagem negativa.



Ponto-chave

O resultado está aí: **“resistência do cliente”**.



Mensagem Importante

Quando você tem uma experiência ruim com Vendedores, ela fica guardada em sua memória. Mais tarde, quando alguma coisa ativa esta lembrança, você acaba reagindo sem perceber o que está fazendo.

Veja isso como uma ciência: para cada causa, há um efeito. Para cada ação, há uma reação igual e oposta. Para cada estímulo, há uma resposta.

A resposta negativa automática que os clientes dão aos Vendedores geralmente resulta em uma das seguintes afirmações ou ações:

- “Estou só olhando.”;
- “Estou só de passagem.”;
- “Só estou matando tempo.”;
- “Estou olhando para ter umas ideias.”;
- O cliente vai em direção oposta toda vez que um Vendedor se aproxima.

A Abertura da Venda se baseia no envolvimento do cliente de uma forma que evite a resposta negativa, superando a resistência e desenvolvendo um relacionamento pessoal com ele.



Exercite-se

Exercício

Quando está fazendo compras, o que você faz para evitar os Vendedores?

