



7

TÉCNICAS INFALÍVEIS PARA VENDER MAIS AGORA

(Sem mimimi emocional)



hope

Treinamentos Corporativos



 **UNILÍDERES**

INTRODUÇÃO

Sim, é isso mesmo e eu não vou me justificar. Este livro é para pessoas que trabalham com vendas ou querem se tornar venderes natos, com poder de persuasão e resultados em números. Infelizmente, por estar na era da informação, todos viramos especialistas e professores de assuntos que não conhecemos profundamente, e muitas dessas pessoas acreditam que podem levar outra pessoa a um resultado que nunca foi experimentado por ambos. Pode até ser, mas acho pouco provável ensinar algo só na teoria. Este livro é um manual prático que contém técnicas testadas e comprovadas há mais de 15 anos, na experiência do cotidiano do autor, para vender e se tornar uma pessoa agradável. Mas por que me tornar uma pessoa agradável faz parte do processo? Simples: pessoas agradáveis têm mais facilidade para vender, e este é nosso foco.

Muitas pessoas me perguntam o que tenho contra a profissão coaching: absolutamente nada. Tenho grandes amigos coachings e respeito muito alguns coaches. Porém, essa profissão virou uma modinha da nossa década, principalmente na internet. Até mesmo as pessoas que praticam a profissão concordam com meu raciocínio. Sou contra pessoas que nunca tiveram resultados, não colocaram seus métodos em prática e forçam a barra com frases de efeitos, tentando te levar a trilhar um caminho que eles nunca passaram. Sabe aquela sua tia que sempre ficou em casa vendo programas de fofoca e de repente fez um curso de R\$ 10 mil e começou a aconselhar toda a família sobre como se deve ter um relacionamento, mesmo ela sendo divorciada? Sabe aquele seu amigo que teve a faculdade paga

pelos pais, nunca saiu da casa deles, teve inclusive o curso parcelado no cartão da mãe e agora senta na sua frente com algumas ferramentas e fala “Vamos definir suas metas”, “Onde você está e onde quer chegar”. Claro que pode dar certo, mas a probabilidade é a mesma de pedir informações de motor de carro para o padeiro que, por sorte, pode ser também mecânico (e vice-versa).

Provavelmente, se você adquiriu este livro, deve ser um pouquinho como eu, um verdadeiro devorador de informações sobre vendas e empreendedorismo e definitivamente está em busca de um aperfeiçoamento pessoal ou de potencializar sua performance. Bem-vindo ao grupo, amigo. Vou em quase todas as palestras que posso, fiz muitos cursos, li muitos, mas muitos livros sobre o assunto e passo grande parte do meu tempo vendo vídeos dessa área e acredite: cada dia mais sei que tenho muito a aprender. Sempre tem algo novo e essa é a graça dessa área que escolhemos. Mas também esbarro com muita porcaria e informações desconstruídas, principalmente nas famosas palestras motivacionais (por favor...).

Mais uma vez me perguntam por que não gosto de palestras motivacionais. A maioria das palestras motivacionais que eu fui na vida são ótimas, animadas, tem aquele momento que você tem que ficar pulando como uma criança, tem aquele momento das dinâmicas que ninguém entende o sentido, mas todos se divertem e, nas mais ousadas, tem sempre aquele momento em que o palestrante fala: “Olhe para a pessoa ao lado, pegue na mão dela e diga bem alto: você é um vencedor” (e você pensa: “Mas eu nem conheço o cara e agora?”). Todos saem sorridentes e alegres desses seminários e o sentimento realmente é bom... mas

na segunda-feira você volta para o seu trabalho e se pergunta: “Onde mesmo eu deixei aquela motivação toda que senti lá?”. Ela foi embora. E sabe por quê? Porque foi um estado superficial, criando um clima que, com músicas e gatilhos mentais, te levaram àquilo. Muitos conseguem manter porque era exatamente o que faltava para dar o primeiro passo e virar a chave, mas a grande maioria volta à estaca zero, pois não teve um embasamento teórico para saber lidar com aquilo e, principalmente, fazer a ponte que leva até a ação.

Essa é a função deste livro, por isso, em todos os capítulos, vou fazer como faço em meus treinamentos, entendeu? Então vamos exercitar... você terá o passo a passo sobre como aplicar cada técnica no seu dia e aí verá os resultados. Quando isso acontecer, você vai gostar ainda mais e praticar ainda mais. E será muito legal, porque é isso que eu chamo de motivacional, esse é o verdadeiro motivo para agir. Sabe aquela pessoa que começa a fazer dieta, que no início é difícil, mas quando ela começa a ver o resultado fica mais legal? Vai acontecer isso com você antes da última página deste livro: **RESULTADO!**



01	TÉCNICA UM.....	6
02	TÉCNICA DOIS.....	10
03	TÉCNICA TRÊS.....	13
04	TÉCNICA QUATRO.....	15
05	TÉCNICA CINCO.....	17
06	TÉCNICA SEIS.....	20
07	TÉCNICA SETE.....	23
08	CONCLUSÃO.....	26



01

TÉCNICA UM



01

TÉCNICA UM

VAMOS DIRETO AO PONTO: O TÍTULO DIZ 7 TÉCNICAS INFALÍVEIS PARA VENDER MAIS SEM MIMIMI EMOCIONAL. ENTÃO VAMOS LOGO PARA A AÇÃO!

Você precisa preparar o terreno e limpar a casa, então a dica é começar a se ouvir. Se você fala muito “Eu”, cuidado! Se você é do tipo que, enquanto ouve alguém falar, está pensando em como argumentar sobre o assunto, cuidado! E, principalmente, se você é o cara tipo o do “prego”, você precisa muito dessas informações e colocá-las em prática rápido, pois provavelmente perdeu muitos relacionamentos e oportunidades de negócios por conta da sua forma de ser até agora.

Mas quem é o cara do “prego”?

Certa vez fui a um espetáculo com um grupo de pessoas agradáveis, mas, como todo grupo tem um chato, lá estava ele... reclamando do ar-condicionado, da fila, do assento. Mas, de repente, ele começou a ficar em silêncio e realmente curtiu assim até o final. Depois, todos pararam para fazer aquele lanche e falar da peça. Depois de vários argumentos, ele falou estava tudo muito legal, mas questionou o que será que aquele prego estava fazendo na parede. Resumindo, existem pessoas que tem um espetáculo rolando na frente delas e elas só focam no que tem de errado, mesmo que seja do tamanho de um prego na parede. Conhece gente assim? Eu sei que sim.



"EXISTEM PESSOAS QUE TEM UM ESPETÁCULO ROLANDO NA FRENTE DELAS E ELAS SÓ FOCAM NO QUE TEM DE ERRADO, MESMO QUE SEJA DO TAMANHO DE UM PREGO NA PAREDE."

Prática

Preste muita atenção em suas conversas e tente perceber quantas vezes você sente a necessidade de falar de você e das suas qualidades ou experiências. Foque na quantidade de "Eu" que sai da sua boca.

Quando perceber que está falando muito sobre você, e acredite em mim, a partir de agora você vai perceber, mude o foco da conversa para a outra pessoa. Pergunte como vai a família, o trabalho... sei lá. O foco é permitir que a pessoa fale sobre ela.

Se aprender essa habilidade, terá todas as informações necessárias para argumentos de vendas e fechamentos.



02


TÉCNICA DOIS

02

TÉCNICA DOIS PRÁTICA E REPETIÇÃO

QUANTO TEMPO LEVA PRA EU FICAR BOM?

Existe uma lógica de aprendizado que pode ser dividida em 4 fases, sendo a primeira onde você é completamente **inconsciente e incompetente**. Funciona assim: pensa em quando você tinha 11 anos de idade e olhava alguém dirigir. Quando fez 18 anos, você foi tirar a sua carteira de motorista. Nesse momento, você teve a consciência de que era incompetente para dirigir, olhaaaaa! Agora você está na segunda fase: **consciente e incompetente**. Ou seja, eu sei que eu não sei algo e começo a procurar uma forma de aprender. De repente você encontra e lá vamos nós para a terceira fase, onde você é **competente e consciente**. Nesse momento, você tirou sua carteira e está dando seus primeiros passeios de carro, mas você ainda está ligado em tudo: “Opa! Estou vendo minha esquina. Para a curva, preciso reduzir e ligar a seta”. Você fica pensando e prestando atenção em tudo, até que de repente você se torna **inconsciente e competente**. É quando você chega em casa e não lembra se foi pelo meio da cidade ou pela marginal. Você estava perdido nos pensamentos e dirigir se tornou algo natural pra você. Você olha a esquina cantarolando a música e, quando percebe, já fez a curva. Seu cérebro já registrou a redução de velocidade e a seta sem te “consultar”



"VOCÊ VAI COMEÇAR A
VENDER E SER AGRADÁVEL
NATURALMENTE,
INDEPENDENTEMENTE
DE QUAL NÍVEL VOCÊ SE
ENCONTRE AGORA."

conscientemente. E as vendas funcionam da mesma forma: você vai começar a vender e ser agradável naturalmente, independentemente de qual nível você se encontre agora. Mas tem um porém bem grande: tem gente que fala que a prática leva à perfeição. Eles estão errados! Se você praticar da forma errada por mil anos, estará sempre errado. Por isso, tenha calma e faça as técnicas e aplique as práticas exatamente do jeito que estou propondo. Experimente: o pior que pode acontecer é você constatar que a sua forma dá mais resultado.

Prática:

Veja os vídeos das técnicas várias vezes, leia os mesmos livros várias vezes, escute treinamentos repetidamente até você absorver essas ideias... principalmente a próxima!

03

TÉCNICA TRÊS

03

TÉCNICA TRÊS

DIRECIONAMENTO

Tem algumas técnicas que você precisa usar antes desta, mas eu não acho que venda seja uma coisa engessada. Você pode começar pelo final e, em muitos momentos, vai dar certo, o importante é que você consiga colocar o máximo de técnicas possíveis em uma negociação. Resolvi colocar logo o direcionamento, porque gosto de desafios. Se você colocar esta técnica logo em prática, verá o resultado imediato. E, assim como eu falei antes, você vai ficar animado para testar as outras. E tem mais: vou começar a trabalhar já de cara a sua convicção. Grave esta palavra na sua mente, esta é a palavra mágica para vender, é o nosso abracadabra.

Nós somos seres naturais, estamos diretamente ligados a todas as leis da natureza, inclusive a seus milagres e fenômenos. Sendo assim, precisamos ter consciência de como nós, seres humanos, “funcionamos”. E vamos começar dizendo que, naturalmente, somos preguiçosos. Sim, você pode dizer que é superdisposto, e pode até ser, mas essa habilidade foi desenvolvida. Naturalmente, nosso corpo tem a tendência a economizar energia, a natureza tem essa tendência. Logo, vamos começar a usar isso a nosso favor, fazendo que nosso cliente tenha que pensar menos para tomar as decisões. Vamos “meio que” decidir por ele, digamos assim, mas sem tirar a sua liberdade de escolha. Isso pode assustar, vamos colocar trilhos para que ele possa caminhar no sentido que queremos e vamos ainda ajudá-lo a antecipar uma decisão. Mas como isso funciona na prática? A

maioria das pessoas no mundo tem a tendência em fazer perguntas abertas e deixar o outro pensar nas possibilidades. O problema é que as possibilidades são infinitas e nunca saberemos onde nos perdemos ou mesmo o porquê.

Por isso, a partir de hoje vamos reduzir as possibilidades para duas e, no máximo, três. “Espera aí, Albert. E se o meu cliente não aceitar nenhuma delas?” Aí você vai apresentar mais duas e depois mais duas e depois mais duas, até ele fechar a venda. Simples assim.

Vamos dar um exemplo da forma errada que a maioria faz hoje. Imagine a situação de uma vendedora de cosméticos que foi indicada para uma amiga da sua cliente.

Exemplo:

A vendedora se chama Karin, a cliente se chama Josefa e a indicação se chama Alice.

A Alice estava visitando a Josefa e elogiou a sua maquiagem. A Josefa então comentou que a Karin era a representante e disse a seguinte frase: “Vou pedir para ela te ligar e falar dos produtos”.

Vamos fazer um parêntese aqui: parece que a venda já está fechada, mas a maioria das empresas que me contrata para treinamentos e a maioria das pessoas que me pedem ajuda têm uma lista enorme de indicações e propostas, mas não conseguem finalizar a venda ou fechar o contrato. É pra isso que esta técnica serve.

Voltando ao exemplo, a Karin vai visitar a Josefa, que passa o contato da Alice. Ela liga para a cliente em potencial e fala mais ou menos assim:

- Olá, eu sou a Karin, a Josefa me passou seu telefone e tenho muitos produtos com

boa qualidade. Quando podemos marcar para eu te apresentar esses produtos? Nessa hora deve tocar uma sirene no seu cérebro: beeeeeeeeeeeeeeeeeennnnnmmmmm errrrraaaaaddddooooooo!!!

Nesse momento, passou todos os compromissos da semana pela cabeça da Alice, ela fez um checklist mental de tudo o que ela tinha que fazer, dia por dia, e, muitas vezes, essa ligação pode não dar em nada. A maneira certa de fazer seria a seguinte:

- Olá, eu sou a Karin, a Josefa me passou seu telefone e tenho muitos produtos com boa qualidade, quando podemos marcar para eu te apresentar essa nova linha. PODE SER HOJE OU AMANHÃ?

- AMANHÃ? ÓTIMO! PODE SER PELA MANHÃ? OU VOCÊ PREFERE À TARDE?

- AMANHÃ TRABALHO ATÉ AS 18H. PODE SER À NOITE?

- CLARO! PREFERE ÀS 19H OU ÀS 21H?

- PODE SER ÀS 21H.

Bingo! Você tem um agendamento.

Note que você colocou as opções, você esteve no controle da situação o tempo todo. Caso o cliente diga que esses dias não serão possíveis, você pode usar as semanas ou os meses, mas é importante que você feche um compromisso com a pessoa e use todas as suas ferramentas para isso. Mande uma mensagem depois para fechar o comprometimento da pessoa com algo tipo: "Apenas confirmando nosso bate-papo hoje às 21h". Assim você venderá mais. E isso serve pra tudo. Ser um bom vendedor e ter uma personalidade agradável melhorará seus relacionamentos também. Use muito essa técnica, não existem limites. Ligue para

aquela pessoa que você tem interesse e que provavelmente terminou a conversa com a fatídica frase: “Vamos marcar algo qualquer dia desses”. Sabe quando esse encontro aconteceria antes da leitura deste capítulo? Provavelmente nunca. Pegue agora o telefone e marque: “Que tal sair, dar uma volta e beber algo comigo?”; “Você prefere tomar um café ou um chope no final de tarde? Pode ser durante a semana ou prefere no final de semana?” E por aí vai... tome as rédeas das conversas, acredite que o mundo precisa das suas decisões pra acontecer. Isso é verdade: o seu mundo só gira se você colocá-lo em movimento. Está achando sua vida parada? Aí vai uma reflexão: se você está parado, está vendendo pouco, a culpa é sua! Não é culpa da política, do comercio, nada desse tipo. Você cria suas próprias oportunidades e vai começar a fazer isso agora!

Prática:

Exemplo Profissional:

Pegue o celular agora! Não... não é depois. É agora mesmo. Pegou? Vamos lá. Dê uma olhada na sua agenda e nos seus contatos e ligue para um cliente em potencial que já demonstrou o mínimo de interesse no seu produto ou serviço. Calma, pensa bem que tem sim, pode procurar. Achou? Ligue e marque um agendamento para esta semana ou para próxima. Use a técnica. Vai dar certo, acredite. Não deu, não tem problema. Tente outro. Você está proibido de continuar esta leitura sem passar por esta etapa.

Exemplo pessoal

Pegue o telefone ou alguma rede social. Escolha aquela pessoa que você está querendo encontrar há um tempo, mas nunca rolou, ou que quer ver novamente

e não rolou mais.

Achou? Tem que ser alguém interessante. Se for muito fácil não tem graça. Achou? Mande uma mensagem fazendo um elogio sincero, algo como: “Gostei da sua foto” ou “Lembrei que tem bom gosto pra vinho” ou ainda “Lembrei que tem um bom gosto musical”, sei lá. Tem que ser algo que ligue você a essa pessoa para que ela sinta que o convite é pra ela e não para qualquer pessoa que aceitar. Faça essa pessoa se sentir lembrada. Exemplo:

“Olá! Estou lendo um livro legal de vendas e desenvolvimento pessoal. Como nos encontramos em uma palestra sobre o assunto, resolvi te ligar pra comentar. Vamos marcar um café pra conversar sobre o livro? Pode ser hoje ou amanhã?”.

Bingo! Você tem um encontro, parabéns!



04

TÉCNICA QUATRO

04

TÉCNICA QUATRO

ENTENDA COMO SEU CLIENTE SE RELACIONA COM O MUNDO AO SEU REDOR.

PERFIL PREDOMINANTE DE EXPRESSÃO

Agora você já está percebendo que, para vender mais e melhor e se tornar uma pessoa mais agradável, cada vez mais isso tem a ver em perceber que o mundo não gira em torno do nosso umbigo e que, quanto mais prestarmos atenção no outro, mais ferramentas teremos para poder persuadir ou mesmo acelerar uma decisão de compra.

Cada ser é diferente, claro, somos únicos, mas existem alguns padrões de funcionamento do cérebro que podem nos dividir em grupos. São muitos, mas basicamente conhecendo três grupos podemos “classificar” quase todos os clientes: sinestésico, visual e auditivo. Essas são as três principais formas de interagir com o mundo e, a partir de agora, você terá esse poder nas suas mãos. A palavra que atualmente é praticamente sinônimo de resultados e vendas é ATENÇÃO. Quem consegue mais atenção vende mais. Como é dando que se recebe, a partir de agora vamos começar a prestar atenção em como nossos clientes se comunicam com o mundo e ali teremos dicas de como seu cérebro funciona. Assim, podemos tornar a venda uma experiência muito agradável para ambos, pois nossa meta é falar a mesma língua. Vamos lá!



05

TÉCNICA CINCO

05

TÉCNICA CINCO

UTILIZE ARGUMENTOS E ATITUDES QUE ESTIMULEM O TATO

Perfil predominante sinestésico

Quem são?

Esse grupo de pessoas são aquelas que costumam ver com as mãos. Pessoas sinestésicas costumam dar muita atenção à textura, ao toque e gostam de ter esse sentido, no caso o tato, estimulado com frequência e exagero. É do tipo de cliente que toca em tudo dentro da loja. Essas pessoas não se contentam e ver ou ouvir, elas têm que pegar e sentir. Normalmente, esse grupo também se comunica por verbos e palavras que indicam suas tendências. Essas pessoas costumam ser mais emotivas e normalmente estão mais ligadas com seus sentimentos. A sensação é mais importante para esse grupo. Muitas vezes, sinestésicos são mais inquietos, gesticulam mais, demonstram



mais ansiedade em sua postura corporal. Mas cuidado com a padronização: essas são apenas dicas, existe um grupo de sinais que você irá aprender a notar agora. Essas pessoas normalmente têm um poder de decisão interna, ou seja, não são muito influenciados por opiniões de terceiros (diferentemente dos auditivos).

Como identificá-los

Os sinestésicos têm como principal característica buscar a sensação e o tato nas suas experiências. É do tipo de pessoa que, quando você abre a porta do carro que está vendendo, ele senta, aperta o volante, encosta as costas para sentir a totalidade do banco, sente o cheiro, liga o ar... está sempre em busca de sensações. Normalmente, eles se comunicam com palavras e verbos que expressam esse sentimento (pegar, sentir, alcançar, quente, frio, entre outros).

Exemplos de frases:

- Este carro está um pouco fora do alcance do meu orçamento.
- O clima da reunião esquentou. A conversa pegou fogo.
- Estou sentindo que está na hora de aprender inglês definitivamente.

Como vender para os sinestésicos

Imagine um corretor de imóveis apresentando um apartamento. Como ele já leu o capítulo anterior, sabe que, pra poder ter sucesso na venda, precisa saber mais sobre seu cliente, logo, ele faz perguntas e presta a atenção nas respostas.

- Que tipo de apartamento seria ideal pra você? (Corretor)
- Quero algo tranquilo, que traga segurança para minha família, que seja perto do meu trabalho.

Bingo! Identificamos o perfil predominante.



A partir desse momento, você irá massagear o cérebro dele, promovendo sensações.

– Este bairro é muito seguro, você pode pegar a avenida principal e chegar rápido no trabalho. Toca nesta parede e sente a textura que foi feita no gesso. Caso escolha este apartamento, onde colocaria o sofá? Este quarto recebe muito sol no final da tarde.

Provavelmente, você irá ouvir:

– Pode pegar o contrato, pois vamos ficar com este apartamento! rs

A close-up photograph of two individuals in dark blue business suits shaking hands. The background is a blurred cafe or office environment with warm lighting. In the foreground, a white coffee cup on a saucer and a laptop are visible on a table.

06

TÉCNICA SEIS

06

TÉCNICA SEIS

UTILIZE FRASES QUE COMUNIQUEM DIRETAMENTE COM OS DESEJOS INCONSCIENTES DO SEU CLIENTE

PERFIL PREDOMINANTE AUDITIVO

Quem são?

Auditivos normalmente são pessoas mais serenas, atenciosas, muitas vezes são mais comedidos em suas ações e expressões. Normalmente, estão muito atentos aos sons, ao vocabulário, ao timbre de voz e à altura da fala, eles mesmos costumam falar mais baixo e de forma mais pausada. Costumam ser mais seguros e diretos e normalmente estão nos grupos dos desconfiados, gostam de ser convencidos e tem um ponto de referência externo. Normalmente chegam até você por indicação e podem perder o interesse em algo de acordo com opiniões de terceiros. A linha do seu queixo normalmente está alinhada ao horizonte, diferentemente do sinestésico, que costuma olhar mais para baixo, e do visual, que normalmente está com o queixo erguido, observando tudo ao seu redor.

É do tipo de pessoa que fala para o grupo, ouviram isso? E logo depois para o carro para conferir o pneu.

Como identificá-los

Assim como todos, essas pessoas costumam demonstrar interesse através de verbos e palavras marcantes e, principalmente, são ótimos ouvintes. Se

you place a folder or a presentation material on the table, do not be offended if he only looks at the first and second page and asks you to talk about the product or service.

Examples of phrases:

- I heard that there is a promotion every Wednesday.
- I was talking to a friend who mentioned your store.
- Everyone is talking about this movie.

Como vender

First, pay attention to the tone of voice. When selling to a synesthete, it is important to carry the words with feelings, when selling to an auditory person, use softening and emphasize phrases and words.

Still using the example of the real estate agent presenting an apartment:

- What type of apartment would be ideal for you?
(Salesman)
- I want something far from the city noise, that brings peace for my family, where we can talk and live without much agitation.





Bingo! Identificamos o perfil predominante novamente.

A partir desse momento, você irá massagear o cérebro dele, promovendo sensações.

Feche as janelas e fale quase sussurrando:

- Está ouvindo isso? (Corretor)
- Não!!!
- Exatamente! Este é o som do silêncio e do sossego que você procura. Essas janelas foram projetadas para abafar o som externo, trazendo mais paz para quem precisa. Todas as portas são feitas com um tipo de dobradiça antirruído e aqui pela manhã é tão tranquilo que dá pra ouvir os pássaros cantando.

Provavelmente você irá ouvir:

- Pode falar com proprietário. Avisa que vamos fechar! rs

07

TÉCNICA SETE

07

TÉCNICA SETE

FAÇA OS OLHOS DO SEU CLIENTE BRILHAREM

PERFIL PREDOMINANTE VISUAL

Quem são?

As pessoas desse grupo gostam de encher os olhos com detalhes e cores. Normalmente falam mais rápido que os outros dois grupos apresentados e provavelmente estão assimilando apenas metade das informações que estão ouvindo. Sua opinião é dividida entre referência interna e externa e costumam ser os mais indecisos. Por incrível que pareça, podem ser os menos exigentes de todos se gostarem muito da cor de um carro. De repente podem até não se importar com a quilometragem, são naturalmente vaidosos e gostam de elogiar e de serem elogiados. Costumam



falar mais alto e, se você observar, sentirá que têm uma certa dificuldade em olhar nos olhos e manter o foco do olhar. São detalhistas e podem notar de forma minuciosa situações apenas com poucos detalhes. Aquela pessoa que solta comentários do tipo: “Você percebeu que a porta deste carro foi pintada? A pintura dela está um pouquinho diferente do resto do carro, será que ele foi batido?”.

Como identificá-los

Em um grupo, normalmente ele será o mais ativo. Costuma ser sociável e sensível à beleza, priorizando os detalhes. Assim como os outros, você deve usar palavras ligadas ao sentido.

Exemplos de frases:

- Vi que estão anunciando este produto na internet.
- Já li alguns artigos sobre o benefício deste produto, mas gostaria de ver o resultado.
- Todo mundo que viu este filme elogiou.

Como vender

Primeiro, certifique-se e tenha cuidado com os detalhes, pois um pequeno e colorido detalhe pode induzir a compra de uma pessoa visual. Mantenha o campo de visão aberto, evite ficar na frente do produto que está sendo visualizado e valorize as embalagens. Diferentemente do sinestésico, que prefere sentir o perfume, o visual pode optar por achar que o recipiente é mais bonito e, assim, valorizar mais o produto inconscientemente. Ainda usando o exemplo do corretor de imóveis apresentando um apartamento:

- Que tipo de apartamento seria ideal pra você? (Corretor)
- Precisa ter sacada e com uma boa vista, algo que seja amplo, com uma bela área de lazer.

Novamente identificamos o perfil predominante.

Leve-o direto para a sacada e mostre a vista:

– Está vendo como o bairro é tranquilo? (Corretor)

– Da janela do quarto dá pra ver o parque!!

– Vamos descer e dar uma olhadinha no condomínio e na piscina? Observe que esse preço está abaixo do valor da vizinhança.

É importante saber que todos nós normalmente temos um pouquinho de cada um dos perfis, mas devemos manifestar um deles de forma mais acentuada. É claro que eu usei exemplos exagerados para que você entenda o ponto, mas você sempre deve apimentar suas frases e atitudes usando essa poderosa informação sobre o seu cliente.

Na sua vida pessoal, no momento que começar a prestar atenção nas pessoas que estão ao seu redor, saberá como pode ser mais agradável com cada um, mesmo que seja mudando o tom de voz (se é visual), ou permitindo-se tocar e abraçar uma pessoa (se perceber que é sinestésico), ou até mesmo para acertar na hora de comprar um presente para seu amigo visual. Isso comunicará para eles que você realmente está prestando ATENÇÃO em seus sinais e, nesse caso, não perca a oportunidade de surpreender, seja com palavras ou atitudes, pois, a partir de agora, você já sabe o que agrada o próximo.

Vamos ao exercício prático?

Profissional

Tenha sempre em mãos um folder ou um cartão de visita e observe atentamente como será a reação da pessoa que receber.

Sinestésico: sentirá o papel, pode até passar o dedo no relevo do verniz, por exemplo, ou ficar brincando com as pontas e curvando o cartão enquanto você fala.

Auditivo: entregue o cartão e reforce as informações, falando o que está escrito, repetindo o endereço, por exemplo, observe como ele irá reagir, pare uns segudinhos e faça um breve elogio sobre a textura ou logo do cartão.

Visual: você deve dar o cartão e ficar em silêncio. Se perceber que ele está lendo, observando os detalhes do cartão, importante: lembra que comentei que este é o grupo mais vaidoso? Se ele te der o cartão dele, faça uma pausa dramática e observe o cartão cuidadosamente. Ele se sentirá lisonjeado. E se você simplesmente guardar o cartão sem nem olhar, irá mandar uma mensagem negativa para o subconsciente dessa pessoa.

Exercite usar as palavras como no exemplo do corretor. Não seja tão exagerado como no exemplo, pode ficar estranho e até um pouco ridículo. Seja sutil e perceba as reações do cliente.

Pessoal

Pegue um objeto e mostre para alguém, falando sobre ele em uma mesa, frente a frente com a pessoa. Coloque o objeto no meio do caminho e observe se a pessoa ficará tentada a pegar e manusear o objeto ou se ela presta pouca ou nenhuma atenção ao objeto e mais no que você está falando sobre ele. Ou, ainda, perceba se ela começa a observar o objeto e se, por alguns segundos, você sente que essa pessoa parou de prestar atenção em você.

Faça perguntas do tipo: "O que você achou desse filme?" (ou livro) e use a técnica CB (cale a boca) e preste atenção nos verbos: senti medo, fiquei com sono, já vi melhores, a crítica falou muito bem, mas eu não gostei... essas e outras frases infalivelmente irão aparecer.



VOU FICANDO POR AQUI

Fico extremamente feliz e lisonjeado por você ter chegado até aqui. Desejo, do fundo do meu coração, que essas informações possam melhorar seus resultados práticos. Estou muito empolgado em poder dividir minhas experiências diárias com você, saiba que trabalho com vendas todos os dias. Vivo de bater metas e tudo que falo em meus vídeos, cursos e treinamentos são frutos de práticas reais e com resultados.

Técnicas são como ferramentas, podemos utilizar um martelo para machucar alguém ou para construir algo. Cabe a você colocar em prática da forma que achar que deve.

Estou completamente aberto a críticas e perguntas, gostaria muito de saber sua opinião sobre este conteúdo que venho produzindo. Saiba que tudo é feito com muito carinho e profissionalismo.

Nos vemos em breve!



Albert Guedes
HOPE TREINAMENTOS

Gostou do conteúdo ?

Nas minhas redes sociais, tem várias sacadas que podem contribuir com seu sucesso em vendas! Inscreva-se, curta e compartilhe.



@albertguedesoficial



@hopetreinamentos



hopetreinamentos

www.albertguedes.com.br

Apoio:

MÉTODO
LÍDERES DO BRASIL

Secretaria de
Desenvolvimento Econômico,
Trabalho e Renda 