

O modelo de 4S aplicado aos negócios e vendas

Por Flávio Paim Rodrigues

Vender mais e melhor é um desafio constante para qualquer profissional do mundo contemporâneo, também é preciso vender mais e melhor os produtos e serviços da empresa, assim como é preciso apresentar melhor a imagem do profissional. Buscando auxiliar no processo comercial diário, o presente texto apresenta, de forma bastante objetiva, o modelo de 4S aplicado aos negócios e vendas, onde se oferece uma orientação sobre como os profissionais de vendas devem agir e pensar, a partir da visão do cliente, que é a razão de ser de qualquer empresa e profissional de negócios. O modelo aqui descrito foi obtido a partir da obra *Administração de Vendas*, coordenada pelo professor Júlio Cesar Tavares Moreira. O modelo de 4S apresenta quatro premissas básicas no cotidiano das vendas: Solução, Serviço, Seriedade e Sinceridade, que são descritos a seguir:

Solução: parte-se da premissa mais básica das vendas: conhecer efetivamente a necessidade do cliente, buscar saber o que ele precisa efetivamente e oferecer ao consumidor algo que solucione essa necessidade. Ou seja, o cliente não compra apenas um produto ou serviço, mas aquilo que resolva a sua necessidade.

Serviço: como a concorrência normalmente é intensa na maioria dos mercados, é preciso que sejam oferecidos diferenciais consistentes ao cliente, se adequando aos desejos, comportamentos e cultura do cliente. Desse modo, uma prestação de serviços diferenciada pode ajudar a fidelizar o cliente e alavancar vendas através de um serviço diferenciado, que pode se notabilizar por um atendimento diferenciado ou por uma entrega bem feita, por exemplo. Evidentemente, há de se buscar entender quais serviços interessam e impactam positivamente na percepção do comprador.

Sinceridade: vendas e negócios acontecem através de pessoas, e os seres humanos valorizam e anseiam por sinceridade nas relações. O princípio da sinceridade nas relações comerciais se baseia em considerar a relação com o outro, sendo transparente em limitações e principalmente em pensar primeiro naquilo que é melhor para o cliente e não necessariamente naquilo que irá simplesmente agradar esse cliente.

Seriedade: faz parte das relações comerciais a necessidade de se manter um nível adequado de credibilidade de seriedade e credibilidade. É essencial que empresas e vendedores mantenham sua reputação em alta conta com os seus consumidores, assumindo responsabilidades e cumprindo com o que foi estabelecido e combinado durante as negociações.

Cada um desses elementos pode e deve ser considerado para uma melhoria geral no desempenho dos vendedores, com conseqüente resultado nas vendas. As quatro premissas do Modelo 4S ainda permitem que as empresas pensem suas estratégias de comercialização e aproximação com o mercado sejam realizadas de forma mais eficiente, permitindo aos seus clientes uma percepção muito melhor da imagem e reputação da empresa.