

## **Confiar, comprar e vender**

*Por Flávio Paim Rodrigues*

Vender é uma necessidade fundamental no mundo dos negócios. É a atividade de vendas que faz o dinheiro entrar em uma empresa, contribuindo significativamente para a sustentabilidade financeira de um negócio.

Todos sabem disso, incluindo a sua empresa e os seus concorrentes. E todos querem vender, fazendo com que a imensa maioria dos segmentos de mercado sejam altamente concorridos.

Empresas e profissionais disputam intensamente a atenção e interesse dos potenciais compradores, com o objetivo de que esses clientes escolham o seu serviço ou produto como opção definitiva de compra.

Porém, a mudança mais importante no processo de vendas ocorrida nos últimos anos está na revolução da informação. Vivemos em um tempo em que o cliente é cada vez mais bem informado e, conseqüentemente, mais criterioso com suas decisões de compra.

O consumidor nunca teve tantas opções e alternativas como na atualidade e também nunca foi tão bombardeado com informações sobre os mais variados produtos, ideias e serviços. Em inúmeros casos, essas informações são apresentadas de formas conflitantes, gerando dúvidas na mente dos compradores. Os consumidores, em inúmeras situações, se pegam em dúvida em como saber de quem adquirir um produto ou serviço.

A responsabilidade de vender é, primordialmente, das empresas, por isso a atividade de divulgação continua (e continuará) sendo extremamente importante. Afinal, uma pessoa só irá adquirir algo que conhece.

Porém, apenas conhecer uma empresa, produto, serviço ou ideia não basta. Dentro de um contexto de incontáveis alternativas, o processo de decisão do cliente passa por um elemento presente nas relações humanas desde o princípio da vida em sociedade: a confiança.

Independentemente do tipo de solução que a sua empresa ofereça ao segmento de mercado em que atua, as pessoas que compõe esse segmento irão comprar de marcas, organizações e profissionais em que confiam. O nível de confiança entre a empresa e os seus clientes é que torna a venda possível de ser realizada.

É importante ressaltar que a decisão, de comprar ou não, é e sempre será, do cliente. E o cliente, antes de qualquer outra coisa, é uma pessoa, que deseja ser respeitado e entendido em seus desejos, necessidades e sentimentos.

Marcas que enfrentam dificuldades em manter seus volumes de venda dentro de um patamar desejado devem questionar se estão se mantendo confiáveis aos clientes que desejam atender. Do mesmo modo, organizações com volumes satisfatórios de vendas devem observar o que fazem para manter o nível de confiança do cliente em patamares elevados.

**Confiança é a chave.**