

Vender, a habilidade eterna

*por Flavio Paim Rodrigues**

Estudos recentes afirmam que um em cada três postos de trabalho serão substituídos por tecnologia inteligente, robôs ou serão automatizados até 2025. Obviamente, essa é uma informação que preocupa e é resultado de um mundo em intensa transformação. A cada novo dia, tecnologias revolucionárias se apresentam e desafiam a sociedade.

Entretanto, é preciso reforçar que, apesar dessa intensificação da artificialidade, o mundo continuará sendo formado por pessoas. Tudo continuará envolvendo gente, mesmo que a automação se intensifique, as pessoas ainda serão o principal elemento do Planeta Terra.

Com um cenário cada vez mais desafiador uma habilidade continuará sendo essencial: vender. Todas as tecnologias e melhorias pensadas para o futuro e para a atualidade tem como objetivo tornar a vida das pessoas mais fácil.

Mesmo com uma elevada automação das atividades humanas, sempre haverá a necessidade de fazer com que as novidades, sejam elas tecnologias, produtos, serviços ou soluções, cheguem até o consumidor. Essas novidades, em sua maioria, chegarão até o consumidor através de canais de vendas, pois na economia de mercado em que vivemos, as novidades precisam gerar lucro para os envolvidos. O poeta inglês Robert Louis Stevenson já dizia, em meados do século XIX, que “todo mundo vive de vender alguma coisa”, talvez essa frase nunca tenha tanto significado quanto na atualidade. Afinal, vendemos hoje ideias, conceitos, estilos de vida, imagem pessoal e uma infinidade de produtos, serviços e soluções.

Mas afinal, o que é vender?

Um dos conceitos mais consistentes e aplicáveis às empresas é trazido pela Associação Americana de Marketing (*AMA – American Marketing Association*) e difundido amplamente pelo autor brasileiro Alexandre Las Casas, que define vender como uma atividade que é desenvolvida a partir da orientação do fluxo de bens e serviços do produtor ao consumidor ou usuário. Esse conceito evidencia a responsabilidade das ações e estratégias do vendedor para realizar a venda, seja esse vendedor uma empresa ou pessoa.

É importante destacar uma realidade de mercado bastante dura e implacável: em vendas se destaca quem vende melhor, não necessariamente quem tem o melhor produto ou serviço. Certamente existem concorrentes que possuem um produto ou serviço inferior ao que a sua empresa comercializa, mas os clientes acabam tendo como referência essas outras marcas. Se isso acontece na sua organização, há um motivo claro para isso: seus concorrentes vendem melhor do que você. E os motivos podem ser diversos, desde uma

melhor estratégia de comercialização ou até mesmo uma atitude mais proativa dos profissionais envolvidos com a venda.

O mercado é, e continuará sendo, competitivo. Essa intensa competitividade fará com que a habilidade de vender seja sempre valorizada. Mesmo que tenhamos robôs em todos os lugares, haverá seres humanos pensando em maneiras de vender, de forma cada vez melhor, as ideias, comportamentos e atitudes.

Vender é eterno.