

Dez ideias para te ajudar vender melhor em 2020

“Nada acontece até que uma venda seja feita”, essa frase, cunhada por Red Motley, em 1946, ilustra bem a importância das vendas para os negócios. É a partir de uma venda que o dinheiro entra no caixa da empresa, fazendo com que salários, fornecedores, prestadores de serviços e impostos possam ser pagos e que lucros comecem a ser gerados.

São as vendas que fazem com que a “máquina gire”, ou que comece a girar, para atender as necessidades e desejos do cliente.

Sem vendas a empresa para, cedo ou tarde.

Portanto, vender mais e melhor é uma necessidade fundamental de qualquer negócio contemporâneo. Entendendo esse contexto, preparamos esse conteúdo extremamente objetivo, com dez elementos para ajudar-lhe a vender melhor em 2020 e em qualquer outro ano. Esses elementos são os seguintes:

1. Entenda que venda é um processo
2. Entenda as necessidades do seu cliente
3. Pesquise para quem você está vendendo:
4. Aprenda a se vender
5. Planeje a faça perguntas:
6. Não venda, ajude o cliente:
7. Seja confiável:
8. Evidencie os seus diferenciais:
9. Treine e estude
10. Tenha uma estratégia de vendas definida para sua empresa

Cada um desses elementos está listado e explicado no texto a seguir. Boa leitura:

- 1. Entenda que venda é um processo:** A venda não é um evento isolado, trata-se de um processo com etapas distintas, que pode ser aprendido e aprimorado. O processo de vendas deve fazer parte da estratégia da empresa e cada fase desse processo deve ser entendida pela organização e por seus vendedores para que os objetivos e metas possam ser efetivamente alcançados. A figura abaixo ilustra como o processo de vendas acontece na prática:



2. Entenda as necessidades do seu cliente: Independentemente do que sua empresa venda, antes de tudo é preciso saber o que o seu cliente precisa ou deseja. A razão para isso é óbvia, nenhum cliente comprará aquilo que não quer ou não precisa. Após entender as necessidades e desejos do público-alvo e de como o seu produto ou serviço é capaz de atendê-las, é possível organizar e centralizar a abordagem e o discurso de vendas em torno dessas necessidades, para assim fechar melhores vendas.

3. Pesquise para quem você está vendendo: Vivemos na era do conhecimento e da informação, onde o cliente está extremamente bem informado e cheio de opções similares às suas, portanto você também deve conhecer para quem está vendendo. Para entender as necessidades do mercado, é fundamental estudar cada característica do seu público-alvo, seus gostos, hábitos, interesses, etc. Uma ferramenta que pode auxiliar nessa tarefa é o Mapa de Empatia, desenvolvida pela companhia de pensamento visual XPLANE, que permite compreender melhor aquilo que o cliente está realmente disposto a pagar. A ferramenta pode ser utilizada em reuniões de planejamento de vendas e em pesquisas de mercado estruturadas. A figura abaixo ajuda a compreender a ferramenta:



- 4. Aprenda a se vender:** essa é uma dica que vale tanto para a empresa quanto para seus vendedores. É preciso que o cliente conheça e reconheça a marca da empresa e seus atributos, isso pode ser feito através de ferramentas de comunicação específicas e em sintonia com a estratégia geral do negócio. Quanto ao profissional de vendas, vale lembrar que os negócios são feitos por pessoas, portanto é necessário que o cliente conheça e confie no vendedor. Para isso, o renomado autor Brian Tracy ensina que: “ao fazer um discurso de vendas, reserve um tempo para conhecer seu cliente e deixe que ele conheça você. Conte uma história rápida, faça rir, seja amistoso e deixe sua personalidade brilhar. Se você pode fazer com que seu cliente o veja como uma pessoa e talvez até como um amigo, em vez de apenas alguém que está tentando vender algo para eles, eles estarão muito mais inclinados a comprar algo de você”.
- 5. Planeje a faça perguntas:** Saber fazer as perguntas certas é valioso nas vendas, através das perguntas são obtidas as respostas em relação a quantidades de pedidos, desejos de clientes, necessidades de descontos, verbas disponíveis, etc. Para obter as respostas certas, é necessário fazer as perguntas corretas, para isso é importante colocar tudo no papel. Além disso, as perguntas certas ajudam a estreitar o relacionamento com o cliente, pois você saberá quais são as genuínas preocupações e interesses do comprador.
- 6. Não venda, ajude o cliente:** Na atualidade há uma infinidade de ofertas chegando ao seu cliente, talvez muitas dessas ofertas sejam melhores do que as que você oferece. Para que a sua proposta possa se destacar no

meio da multidão, as pessoas que você vende precisam vê-lo como alguém que as ajuda a resolver um problema por meio do produto que você está oferecendo. Quando você está realmente tentando ser útil quanto a atender às necessidades de seus clientes, seus lançamentos de vendas terão muito mais sucesso. Se manter útil para o cliente é uma responsabilidade do vendedor, compartilhada com a empresa.

- 7. Seja confiável:** 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, que é a base de qualquer bom relacionamento, desde um relacionamento afetivo até as relações comerciais. Independentemente do tipo de solução que a sua empresa ofereça, as pessoas que compõem esse mercado irão comprar de marcas, organizações e profissionais em que confiam. Os consumidores compram de quem confiam, pense nisso. Preparamos um texto especial sobre esse tema, você pode lê-lo [clikando aqui](#).

- 8. Evidencie os seus diferenciais:** em um mercado cada vez mais competitivo e com ofertas semelhantes, para que as boas vendas aconteçam, os diferenciais devem ser corretamente identificados e evidenciados. Porém, se sua empresa ou produto não possui diferenciais claros, é importante repensar o negócio e começar a construir os diferenciais competitivos. Para refletir sobre o tema, acesse o artigo [Qual é o verdadeiro diferencial do seu negócio?](#), clicando [aqui](#).

- 9. Treine e estude:** bons resultados e bom desempenho não acontecem por acaso ou por passe de mágica. Para que haja evolução, é necessário treinamento e aperfeiçoamento das técnicas, comportamentos e métodos. Vale lembrar que a venda é um processo e o treinamento e aprimoramento devem fazer parte da rotina dos profissionais envolvidos em atividades comerciais, bem como da estratégia da empresa. Além disso, como vivemos em uma era de informação abundante, o conhecimento é vital para o profissional de vendas. É preciso conhecer diferenciais da empresa e dos concorrentes, características do mercado e dos clientes e vários outros elementos importantes. Esse conhecimento só se obtém com estudo e treinamento.

- 10. Tenha uma estratégia de vendas definida para sua empresa:** técnicas de venda e estratégias de vendas são conceitos bastante diferentes. Ter uma estratégia de vendas eficiente faz com que o esforço de vendas seja mais organizado e sistematizado, fazendo com que os resultados possam ser alcançados com maior facilidade. Confira um artigo executivo sobre esse assunto [clikando aqui](#).

Finalmente, é importante ressaltar que a melhoria em vendas é uma construção diária, em que se faz necessário o olhar e cuidar da estratégia de vendas diariamente, com elevado nível de profissionalismo. Este artigo executivo teve o objetivo de apresentar ideias e ferramentas práticas, que podem ajudar na tarefa de vender sempre melhor.