

Dicas importantes para Vender mais e conquistar relacionamentos

Vendas é um trabalho de formiguinha, todos os dias são necessários dedicar-se tempo e atenção para um trabalho que muitas vezes leva alguns dias, meses e até anos para ter o retorno.

Temos que ter sempre em mente que vendas/atendimento é buscar sempre o melhor e servir bem àqueles com quem se mantém a sua atividade diariamente: seus clientes. Com pequenas ações é possível manter uma carteira de clientes fiel e assim ter uma remuneração estável e equilibrada, sem a preocupação com o que acontecerá no dia seguinte.

Como manter-se estável, vendendo mais e melhor?

Crie uma proximidade

A chave para você aproximar as pessoas e ter sua atenção é chamar seu nome. Sim, o nome da pessoa é a palavra mais doce que ela gosta de ouvir. Usar o nome do seu cliente na conversa aproxima o relacionamento e faz com que a pessoa escute com mais atenção o que você tem a dizer. Experimente isto em todos os seus relacionamentos, seja em casa, seja no trabalho, comece colocando o nome da pessoa sempre que puder na frase, ela vai prender a atenção com maior facilidade em você.

Não importa se o contato for por telefone ou pessoalmente, usar o nome da pessoa é a fórmula para ganhar a atenção dela e fortalecer os relacionamentos. Criar esta proximidade fortalece seu relacionamento e você conquista empatia em seus atendimentos.

Conheça seu cliente

É fundamental conhecer com quem estamos falando. Nos primeiros contatos a formalidade é bastante necessária, principalmente se for negociações B 2 B (empresa com empresa). A maneira de falar, de escrever um e-mail deve ser formal, para que a primeira impressão seja de profissionalismo. Com o passar do tempo, alguns clientes serão mais acessíveis a brincadeiras ou conversas mais longas, mas isto somente pode ocorrer com o tempo. Conhecer o estilo de cada cliente é fundamental para você não passar uma impressão errada da empresa.

Conheça seu produto



Conhecer o segmento de mercado não é suficiente para que você venda com qualidade. É preciso conhecer o produto, sua composição, seus diferenciais, suas características técnicas e, principalmente, seus benefícios. Diferenciar o que são as características do produto e os benefícios que ele traz é fundamental para que você tenha um bom argumento de venda.

Saiba exatamente o que sua empresa pode oferecer para seu cliente, quando for a uma visita, tenha “armas” para negociar, veja antes tudo que for possível para que você tenha embasamento na negociação. Dizer para o cliente “vou ver com meu chefe” faz com que você perca um pouco de credibilidade na negociação. Então esteja preparado, veja as possibilidades de pagamento, possibilidade de pós-venda, entregas, produtos similares, etc..

Se você dominar isto, terá uma grande chance de convencimento na venda. “Perca” um tempo se preparando e ganhe mais resultados.

O foco sempre vai ser o cliente

Suas vendas não podem ser pautadas apenas no valor monetário que geram. Você deve pensar em gerar valor para o seu cliente, ofertando produtos de qualidade, que vão trazer algo de bom para ele. Preocupando-se com o cliente você escolhe representar produtos de melhor qualidade, aumentando o interesse das pessoas pelo seu trabalho.

Vender deve ser algo sequencial para você, então não tente vender produtos que não irão satisfazer a necessidade do cliente, pois será apenas uma venda. Vender solucionando os problemas de seus clientes é fundamental para você ter o relacionamento duradouro para com eles, além de ganhar sua confiança.

Faça demonstrações

Nada melhor do que provar um produto antes de poder comprá-lo, portanto, se for possível, promova demonstrações dos produtos que você vende, visando atrair a atenção das pessoas e assim conquistar mais e melhores clientes. Explique os benefícios do produto utilizado e mostre para eles o rendimento que eles terão. Nada melhor que comprovar na prática o que sua comunicação vem falando dos produtos. Se tiver oportunidade na visita, leve um produto demonstração para que as pessoas enxerguem como a empresa acredita nos produtos que fazem.



Construa uma base de clientes

À medida que for obtendo mais clientes, solicite alguns dados básicos para manter o contato e poder oferecer soluções personalizadas. O nome, o telefone e o e-mail já bastam para que você comece a sua base de dados e possa então iniciar estratégias de e-mail marketing para ampliar suas vendas.

Após iniciar este trabalho, nas conversas que terão futuramente, instigue o cliente em falar, seja um bom ouvinte e anote todas as informações no sistema de sua empresa. Este histórico vai facilitar muito em futuros atendimentos. Nada melhor que no atendimento mensal do cliente você resgatar os assuntos que foram falados, ele vai perceber a sua importância para a empresa.

Sempre venda com qualidade

Mais do que vender um grande número de produtos, é preciso vender com qualidade, atendendo bem o seu cliente e demonstrando o uso correto dos produtos. Se o cliente necessitar ser cobrado por falta de pagamentos, ou outra formalidade, passe o assunto ao setor pertinente, não faça você as cobranças, pois pode minar o bom relacionamento.

Venda sempre com honestidade e esclarecimento para não provocar reclamações e devoluções, isto pode destruir o seu esforço em construir uma boa reputação no mercado e com o cliente.

Lembre-se: as reclamações e experiências negativas são sempre passadas adiante, ainda mais com as redes sociais hoje em dia. Fale sempre as informações, mesmo que você deduza que o cliente já saiba, pois às vezes o que é claro para você, não é tão esclarecedor para o cliente. Peque por falar e não por calar.

Usando o sistema da empresa

A organização é um dos fatores fundamentais para o sucesso das vendas, e contar com a ajuda de um sistema que gerencie suas vendas é ágil e fundamental. Registre seus atendimentos, se o sistema permitir agendamentos, use esta ferramenta, pois é muito bom para o cliente quando ele pede para você ligar daqui a um mês e você liga mesmo. Ainda mais usando o histórico que o vendedor já vem registrando e reviver a conversa com o cliente. Este vai se sentir especial no seu atendimento, ainda mais sendo chamado sempre pelo nome.

Por Silvia Regina – SR Comunicação & Marketing