10° FASCÍCULO

SINAIS DE COMPRA E OBJEÇÕES

Em qualquer ponto de vendas, o cliente pode levantar uma objeção, exprimir uma preocupação ou expressar relutância em se comprometer com você.

O vendedor não deve se sentir desconfortável quando isto acontece. Quando o cliente exprime preocupações, ele está demonstrando interesse em tirar dúvidas quanto a possibilidade do produto ofertado não satisfazer as suas necessidades.

Não fugir das preocupações e sim estimular a livre expressão das preocupações e facilitar uma troca aberta de informações sobre elas, demonstra seu compromisso de ajudar o cliente a tomar decisões conscientes e mutuamente benéficas.

Uma série de razões podem levar o cliente a ter preocupações quanto a capacidade do produto ofertado não atender suas necessidades. As mais comumente enfrentadas nos pontos de vendas são as seguintes:

- Dúvida;
- Produto;
- Preço;
- Desvantagem.

Na seqüência, veremos como enfrentar estas situações.

DÚVIDA OU CETICISMO

Dúvida ou ceticismo é quando o cliente não tem certeza quanto as informações e argumentos passados pelo vendedor. Normalmente é conseqüência de uma sondagem mal feita ou falta de segurança do vendedor devido ao pouco conhecimento do produto ofertado. Neste caso, o comportamento do cliente é caracterizado por desculpas ou objeções evasivas.

Neste momento, o vendedor deverá apresentar argumentos ou provas relevantes quanto a veracidade de seus argumentos.

Fique atento à esta situação, pois é uma das objeções mais apresentada pelos clientes.

PRODUTO

A falta de conhecimento sobre a empresa, produtos e serviços prestados é a maior causa de preocupações dos clientes. É necessário aprofundar a sondagem para saber exatamente qual foi o fator que gerou insatisfação e preocupação do cliente. Uma vez identificado, ficará bastante fácil contornar este problema, desde que o vendedor seja qualificado profissionalmente.
Cuidado com afirmações quanto a capacidade do produto e/ou serviços, como também quanto aos diferenciais competitivos da sua empresa. Lembre-se que hoje o cliente é muito bem informado. Não subestime o conhecimento dele.

PREÇO

Sebrae Biblioteca On Line

È uma das objeções mais preocupantes, principalmente para os vendedores com pouca experiência. Nesta nova economia globalizada, com muita competitividade e muitas opções para o cliente, a busca de preço e qualidade é uma constante no comportamento do novo consumidor. Mas, por incrível que pareça, é uma das objeções mais fáceis de serem tratadas.

O vendedor deverá ter habilidade para identificar em relação a que, o cliente está achando o produto ofertado caro. Se for mais caro em relação à concorrência, a decisão de perder ou não perder o cliente deverá ser a questão. Neste caso, provavelmente a resposta virá da supervisão ou da gerência. No segundo caso, se o achar caro for em relação ao produto, o vendedor deverá saber trabalhar com custo/benefício. Ele provará ao cliente que os benefícios que o produto proporcionará ao cliente, justificam o preço, o tornando mais barato devido a qualidade, durabilidade, conforto, etc.

DESVANTAGEM

É uma das preocupações mais difíceis de serem contornadas, e quando forem, tem o risco de se perder o cliente.

Ela se manifesta quando o cliente percebe que o produto ofertado apresenta ou falta características cujos benefícios ou a falta deles inviabilizam a negociação. A melhor política é “deixar a porta aberta”, não forçando a venda, pois se ela acontecer, o cliente ficará insatisfeito e nunca mais voltará. Lembre-se que vender começa com a satisfação das necessidades do cliente.

TÉCNICAS PARA CONTORNAR OBJEÇÕES

Uma das técnicas mais eficazes para contornar objeções é a técnica de responder fazendo perguntas. Além de desarmar a resistência, ela ajuda para obter fechamentos parciais, obtendo “sim“ do cliente.

Exemplo:

CLIENTE – Seu prazo de entrega é muito demorado.

VENDEDOR – Se eu conseguir um prazo de entrega satisfatório, está fechado o negócio?

Exemplo:

CLIENTE – Seu preço é muito alto.

VENDEDOR – Caro em relação à que, Sr. Cliente?

CLIENTE – Tem produto similar mais barato.

VENDEDOR – Se o custo/benefício do meu produto for superior ao similar, está fechada a compra?

OBJEÇÕES SÃO BEM VINDAS

Os vendedores mais experientes, sabem perfeitamente que objeções ou preocupações dos clientes são bem vindas. É que ninguém, que não tiver interesse em comprar, questionará o vendedor quanto alguma dúvida surgida, pois é indiferente para o cliente esclarecer algo que não vai importar para ele.

A verdade é que somente quando o cliente estiver realmente interessado em comprar desejará esclarecer todas as dúvidas ou incompreensões geradas na entrevista de venda.

Sebrae Biblioteca On Line

Por isso, quando surgirem problemas (objeções e/ou preocupações), alegre-se pois, se os mesmos forem contornados, a venda será fechada.

10 DICAS PARA PREVINIR OBJEÇÕES

- Sonde para identificar claramente as necessidades do cliente;
- Conheça profundamente seus produtos, sua empresa e os concorrentes mais diretos;
- Nunca inicie uma frase com palavras negativas;
- Evite usar expressões técnicas que o cliente não conheça;
- Venda corretamente os serviços adicionais, mesmo que pago pelo cliente;
- Use linguagem adequada ao perfil sócio-cultural do cliente;
- Venda os benefícios do seu produto, pois características significa nada para o cliente;
- Nunca diga " Eu acho que ... ." Vendedor não deve achar nada, tem que ter certeza;
- Não use verbos no condicional, como: "Eu gostaria ... , Eu poderia... , etc. Procure ser mais impositivo, demonstrando confiança e certeza;
- Fique restrito às responsabilidades e as limitações do seu cargo.

Sebrae Biblioteca On Line

DIFERENCIAL COMPETITIVO

Quando analisamos as características e o perfil dos vendedores campeões, identificamos no que tange as suas habilidades, uma grande facilidade no trato das preocupações e objeções dos clientes.

Ao verificarmos o porquê desta facilidade, verificou-se que o fator preponderante estava no conhecimento do produto, da sua empresa e da concorrência. Fica evidente que conhecer as características e os benefícios gerados pelos produtos, conhecer bem a sua empresa, suas políticas comerciais e conhecer os pontos fortes e fracos da concorrência, torna o profissional de vendas apto para enfrentar e contornar as objeções de venda apresentadas pelos seus clientes.

Com esse conhecimento e habilidade para argumentar, expor suas idéias, o vendedor não terá dificuldades para enfrentar as tão temíveis e assustadoras objeções.

QUESTIONÁRIO

1 – O que você entende como objeção de vendas?

2 – O que é sinal de compra?

3 – Cite 05 dicas para evitar objeções:

4 – Qual o pré-requisito para um profissional de vendas enfrentar positivamente as objeções de vendas?

5 – Quais os tipos de objeções mais usuais?

6 – Como contornar uma objeção referente a preço?

7 – Idem para produto.

8 – Porque as objeções são bem vindas numa entrevista de vendas?

9 – Explique, com exemplo, a técnica de responder as objeções com perguntas.

10 – O que é uma objeção por percepção de desvantagem?

Sebrae Biblioteca On Line