

Fazer do dever de Casa

Quando você estudava no colegial fazia espontaneamente o seu dever de casa ou dependia da cobrança da mãe, pai, avôs etc ?

O que acontecia quando você não cumpria com a tarefa de casa?

Costumava ficar de castigo?

As minhas mais de três décadas de experiência no varejo revelam que a grande maioria das pessoas que atuam na área de vendas não se importam muito em fazer o “dever de casa”. Mesmo os que atuam em setores especializados como o de luxo, imóveis e automóveis não se dão conta de como poderiam ser bem sucedidos se seguissem a cartilha dos mandamentos das vendas.

Muitos vendedores que conheço preferem recorrer a justificativas a agir proativamente. É incrível como muitos não se preocupam com as tarefas mais básicas, como cadastrar clientes. Recentemente fizemos uma pesquisa junto ao setor automotivo e constatamos que somente 18% dos clientes que compraram veículos tiveram os emails cadastrados, e deles somente 8% eram válidos.

A nossa pesquisa revelou, também, que alguns empregadores, criaram mecanismos para garantir que o telefone e email dos clientes fossem cadastrados pelos vendedores. Foi incrível, constatar que muitos deles preferiam inventar as informações, a perguntar os dados ao cliente.

Todos aqueles que atuam em vendas sabem o quanto é importante obter indicações dos clientes para a conquista de novas vendas. Apesar da prática ser conhecida da maioria, poucos são os que recorrem a ela. O mais incrível é quando a empresa toma a iniciativa e obtém tais indicações e repassam para que eles possam “trabalhar” os potenciais clientes.

A tarefa é encarada como um castigo e não raro boicotada pelos vendedores. O lado triste de tudo isso é a constatação de que a maioria dos vendedores não está preocupada com seu cliente e sim com o que vai ganhar com ele.

Poucos desejam saber o que os clientes pensam deles. Querem mesmo é ver o valor do contracheque no final do mês. Mas para os que buscam um futuro próspero, isso não é o bastante.

Tenho viajado mundo a fora, já visitei mais de quarenta países e apertei a mão de dezenas de campeões de vendas, quase todos possuíam independência financeira. Daí, sempre quero saber o que eles fazem para diferenciarem-se e ganharem tanto dinheiro.

Esses verdadeiros profissionais de vendas vêem a profissão como uma carreira de sucesso e não como um emprego temporário. Eles pensam a longo prazo, perguntam-se sempre o que estão fazendo pelo comprador, tem seu próprio método de prospectar e fidelizar clientes.

Sabem que para colher é preciso plantar com sabedoria. A diferença básica é que os consultores de vendas plantam e colhem bons frutos, já os falsos vendedores querem apenas coletar, daí não conseguem prosperar.

Mas, se você deseja ser bem sucedido na profissão, nunca é tarde para começar. Aos interessados, as dicas abaixo evidenciadas, podem ajudar a trilhar o caminho do sucesso:

Pensar iniciante – você deve se perguntar: de quem é o cliente (do fabricante, da loja ou meu)? Você estará no caminho do sucesso quando a resposta for meu. Porém, a resposta a esta questão deve ser dada pelo cliente e não por você;

Pensar vencedor - Você deve se perguntar sempre: como posso ajudar o meu cliente?

Ao invés de: como posso ganhar do cliente?

Pensar fidelização - Estou cadastrando os clientes que atendo ?

Estou mantendo contatos com eles ?

Pensar prospecção - Tenho solicitado indicações dos meus clientes ?

Estou mantendo contatos inteligentes com eles ?

Pensar lição - Seja ético com os clientes e saiba que o banco de dados atualizado e de qualidade é a base para o seu sucesso. Vivemos no mundo do conhecimento, em que a informação de qualidade é o primeiro degrau na escada do triunfo.

Pensar campeão - Leia, estude, participe de treinamentos, palestras e todas as formas de manter-se atualizado. Descubra novas maneiras de se relacionar e encantar os clientes.

Recentemente ao final de uma palestra um rapaz disse que era impossível prospectar novos clientes para o seu produto.

Daí, eu lhe perguntei qual era o seu setor de atuação. Ele disse que vendia suplemento alimentar, mas que o nome da empresa estava muito desgastado no mercado. Queria saber o que fazer.

Sugeri que visitasse as imobiliárias de sua região a fim de fazer pesquisa para saber quem desejava ter boa saúde e qualidade de vida otimizada.

Naturalmente, 100% disseram que essas coisas eram tudo que buscavam. Sabendo disso ficou fácil oferecer o seu produto. O consultor de vendas que busca o sucesso, sempre consegue um meio para obtê-lo, já o vendedor medíocre prefere arrumar uma desculpa.

O bom é saber que você terá sempre a opção de escolher o lado que deseja ficar. No mais é como disse o ilustre matemático Arquimedes: “Dê-me uma alavanca e um ponto de apoio, e eu moverei o mundo”.

Pense nisso.

Autor: Evaldo Costa (Consultor)