

Sejam Bem vindos!!



Treinamento Técnicas de Vendas

Abra Cadabra



Etapas da Venda de Sucesso



Apresentação

Atividade 1: Meta

Vamos falar do novo
varejo e
consumidor!

Neoconsumidor

- Agnóstico a Canal (Está consumindo o tempo todo)
- Informado (Informação amplamente disponível e de fácil acesso)
- Social (O que importa é a opinião da comunidade)
- “Empoderado” (O cliente é coautor da marca)
- Cada vez mais global (Mais exigente)

Futuro em Vendas

Fonte: Fórum do Varejo, palestra ministrada pelo Thiago Mello da Consultoria Azov - 2016



Varejo Padrão vs Varejo Moderno

Fatores de Influência na Compra	%	Loja Física/Online
Tocar nos Produtos	69%	Loja Física
Levar o Produto para Casa Imediatamente	68%	Loja Física
Barganhas	57%	Ambos
Reviews (Avaliações)	53%	Online
Comparação de Preços	48%	Online
Experiência	46%	Loja Física
Opções Ilimitadas	36%	Online
Comprar com Amigos	34%	Loja Física
Idéias e Inspirações	32%	Ambos
Compra com apenas 1 click	31%	Online
Equipe de Vendas	24%	Loja Física
Venda Sugerida (Produtos Correlacionados)	20%	Online

Varejo Padrão vs Varejo Moderno

Nós não temos mais que
ir as lojas, nós
precisamos querer ir as
lojas!

Porque os clientes vão embora?

- Só 15% mudam para um produto mais barato;
- Só 15% porque encontram um produto melhor;
- **30% por causa do Produto;**
- 21% pela falta de contato e atenção pessoal;
- 49% porque a atenção recebida era de baixa qualidade
- **70% por causa do atendimento**

Evolução da Equipe de Vendas

- Atendente
- Vendedor
- Consultor

Paixão por Vendas



Paixão pelo negócio

- Não perca seu tempo, torne tudo real
- Adote uma atitude positiva e espalhe-a ao seu redor. Nunca deixe se transformar em vítima.
- Seja e cerque-se de pessoas que tenham a convicção de que tudo é possível

Vendedores Empreendedores

“Vender é servir, é compreender as necessidades das pessoas, é a arte de transformar dinheiro em amizade, é conseguir êxito. Na verdade, todo ser humano que consegue êxito vendeu algo. Todas as pessoas deveriam aprender a arte de vender, e exigir da vida melhor recompensa monetária, vivendo de forma mais equilibrada e próspera sempre”
Livro – “A Lógica de Venda”, de Paulo Silveira

Os motivos pelos quais os Vendedores costumam falhar

De acordo com o Livro de Paulo Silveira, através de pesquisa, cerca de 4 a 5 vendedores falham no primeiro ano de trabalho, a grande maioria entre o terceiro e quarto mês. As principais razões:

Os motivos pelos quais os Vendedores costumam falhar

- Para os amadores, vender parece pedir esmola:



- **Falam demais:** Ouça e perceberá que os clientes dirão como querem ser “servidos”.



- Vendem o que querem vender



- Respondem a perguntas que não foram ditas



- **Não qualificam o orçamento do cliente:** normalmente vendedores iniciante tem medo de fazer pergunta sobre dinheiro. Pergunte algo como: “E quanto você imaginava investir neste...”.



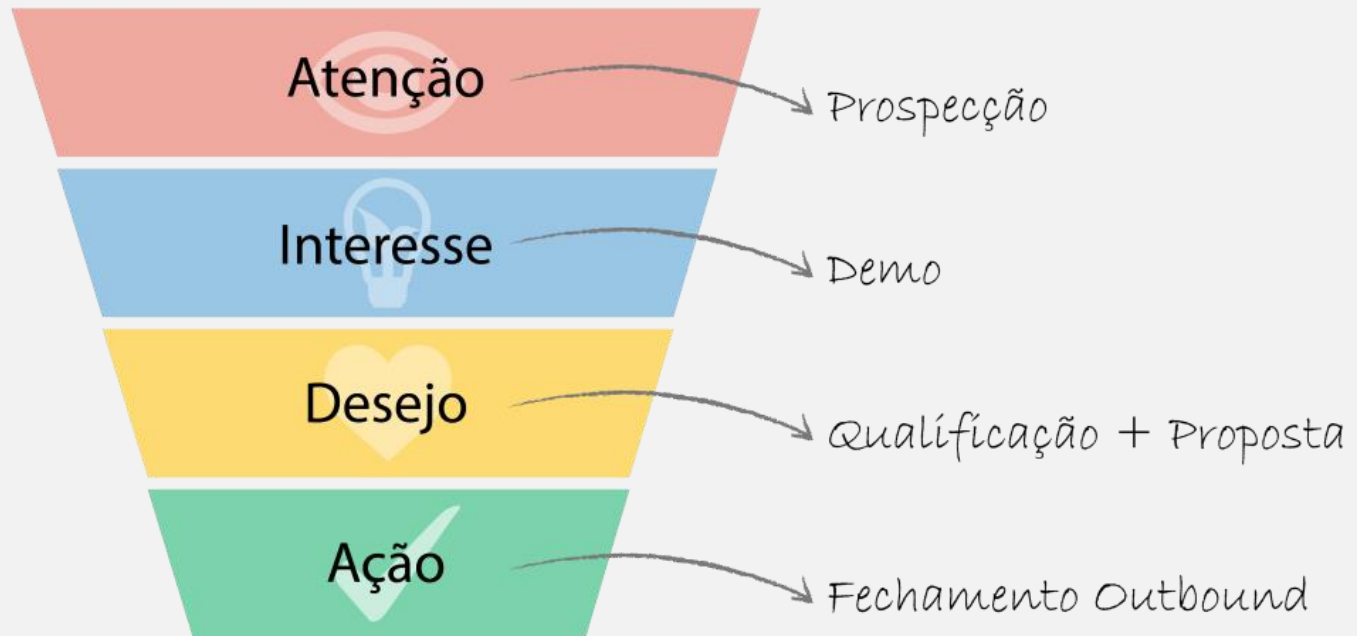
- **Gastam tempo demais ficando amigo dos futuros clientes:** Estabelecer um relacionamento é importante, mas não esqueça do que faz que é Vender. O trabalho de venda sendo bem feito com simpatia, naturalmente surgirá uma amizade e por consequência o seu networking pessoal e profissional crescerá, trazendo ganhos mútuos.



- **Tem medo de ouvir não:** O Vendedor tem que estar preparado e motivado para ouvir muitos não's, se quiser ter sucesso em vendas.



- **Não tem um sistema:** foque em suas metas e tenha um sistema mental de vendas para o atendimento ao cliente



Regra de ouro

- **Manter um networking constante:** O networking nos trás diversos ganhos mensuráveis e imensuráveis. Conquiste pessoas ao seu redor e mantenha o contato.



Atividade 3:

Atividade:

1°

- Dividir em grupos no máximo 4 pessoas.
- Escolher um cliente em que tiveram uma dessas falhas e a venda não ocorreu.

2°

- Apresentar um plano de ação de como vocês contornariam ou contornaram a situação.

APRENDIZADO =
MUDANÇA

Treinamento

- O treinamento é responsável por 10% do potencial para mudar a performance no trabalho. (Rummler & Brache, 2015)
- E o resto?
- 90% é o dia a dia (feedback, desenvolvimento contínuo)

Nossa Cultura

- Seguir os Passos da Venda
- NUNCA! Oferecer somente aquilo que o cliente procurou.
- Bater as Metas!
- Manter o Desenvolvimento Contínuo!

Perfil Profissional

Que impressão você quer deixar?



Que impressão você quer deixar?



Você só tem uma chance de causar uma boa primeira impressão!

Perfil Profissional e Postura:

- Nosso atendimento é motivo do cliente nos elogiar a cada novo contato.
- Para o cliente, a ABRA é você! Simples assim!
- Os Profissionais são a Imagem da marca, seus produtos e serviços.

Preparação diária



Preparação diária

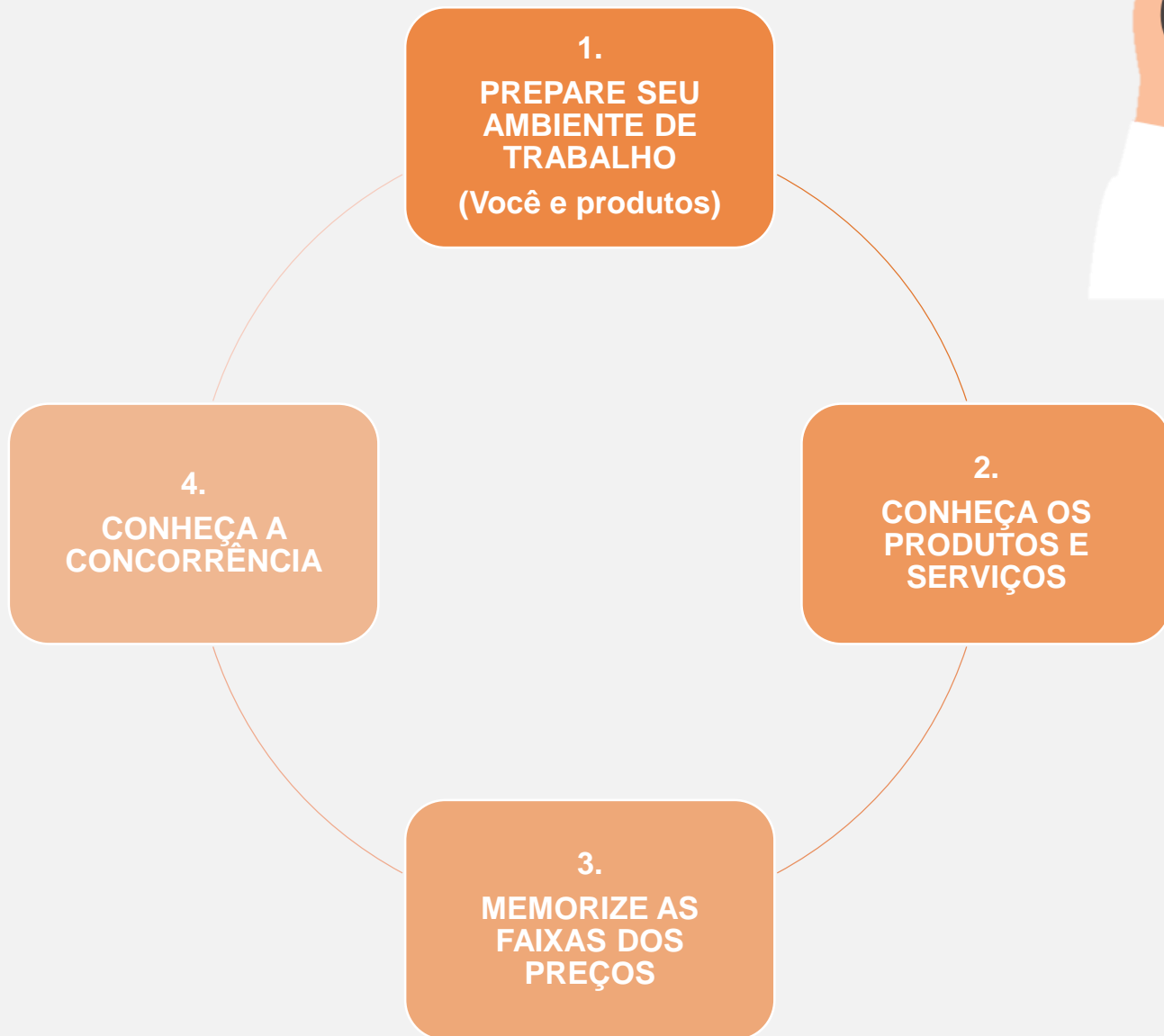
- Alguma vez você já viu um vendedor descobrir na frente do cliente, que um produto teve o seu preço alterado?
- Já perdeu uma venda porque o cliente pediu uma informação específica sobre um produto e você não soube responder?

“A preparação diária tem como objetivo fazer o profissional de vendas sentir-se confiante e pronto a cada dia de trabalho”.



Você tem o controle

Para isso:



Movimento, Dinamismo e Ação !

1. É isso que o cliente deve perceber quando observa a loja, mesmo quando ainda não entrou. Por isso, esteja sempre em atento e evite ficar em “rodinhas”.
2. O corpo fala: Atenção para movimentos dos braços, pernas, corpo, olhos, expressões faciais, mãos, etc.
3. Quando o cliente entrar demonstre através do não verbal que está realmente interessado em atendê-lo.

TÉCNICAS DE VENDAS

Venda!

❖ VENDA = CONFIANÇA

CULTURA DE ATENDIMENTO

- ✓ O Único indicador que mostra o comprometimento de construir cultura e gestão de atendimento é:

ELOGIOS POR DIA!

- ✓ O elogio qualifica o atendimento, diz em que estamos acertando e mostra a vontade do cliente em continuar a pagar pelo valor que agregamos ao que vendemos em nossa marca.

GANHE O SEU HOJE!

Experiência na prática

UAU

Fazer mais do que o Cliente espera...

Fazer só o que o Cliente espera...

Fazer menos que o Cliente espera...

S.C.R.I.P.T.

Antimarketing

Abordagem

Atividade 4: Verificando

Abordagem

NÃO USAMOS

“QUER UMA AJUDA?”

“POSSO AJUDAR?”

“QUER DAR UMA OLHADINHA
EM ALGUM PRODUTO?”







OS OBJETIVOS DA ABERTURA DA VENDA SÃO:

- VENCER A RESISTÊNCIA INICIAL DO CLIENTE
- ESTABELEECER UM RELACIONAMENTO PESSOAL COM O CLIENTE

Dicas de como obter sucesso na abertura da venda !

Como abordar seu cliente?

- Sorria 
- Seja você mesmo 
- Dê bom dia, boa tarde ou boa noite 
- Caso tenha abertura, se apresente e pergunte o nome do cliente 
- Pergunte o que ele está procurando

Abordagem

1. Se o cliente disser que está só dando uma olhadinha! Responda: Que bom que escolheu nossa loja para olhar hoje. O que você veio procurar ou o que te chamou atenção. Já viu nossas novidades?
2. Se o cliente insistir que está só olhando, o papel do vendedor é apresentar a loja. Na esquerda temos ambientes infantis e ao lado os carros de passeio para bebê.



Muita atenção nos primeiros momentos da venda: Você só tem uma chance para causar uma boa primeira impressão

Abordagem

Muitos vendedores perdem este momento porque:

- Não **percebem a entrada** do cliente;
- Estão com uma **aparência ruim**;
- Estão **encostados** ou mostrando desinteresse;
- Falam muito baixinho, demonstrando **insegurança**;
- **Julgam os clientes** pela aparência;
- Estão com **conversas** não relacionadas ao trabalho;
- Assustam-se quando percebem um cliente com **troca**.

Tipos de clientes

TIPO DE CLIENTE	O QUE FAZER
“Hoje não vou comprar”	Venda sua imagem e a da loja.
“os interessados”	Siga o processo dos passos da venda.
“vou comprar”	Faça primeiro a venda pretendida e depois sugira itens adicionais.



Dicas de como obter sucesso na abertura da venda !

LOJA COM POUCO MOVIMENTO

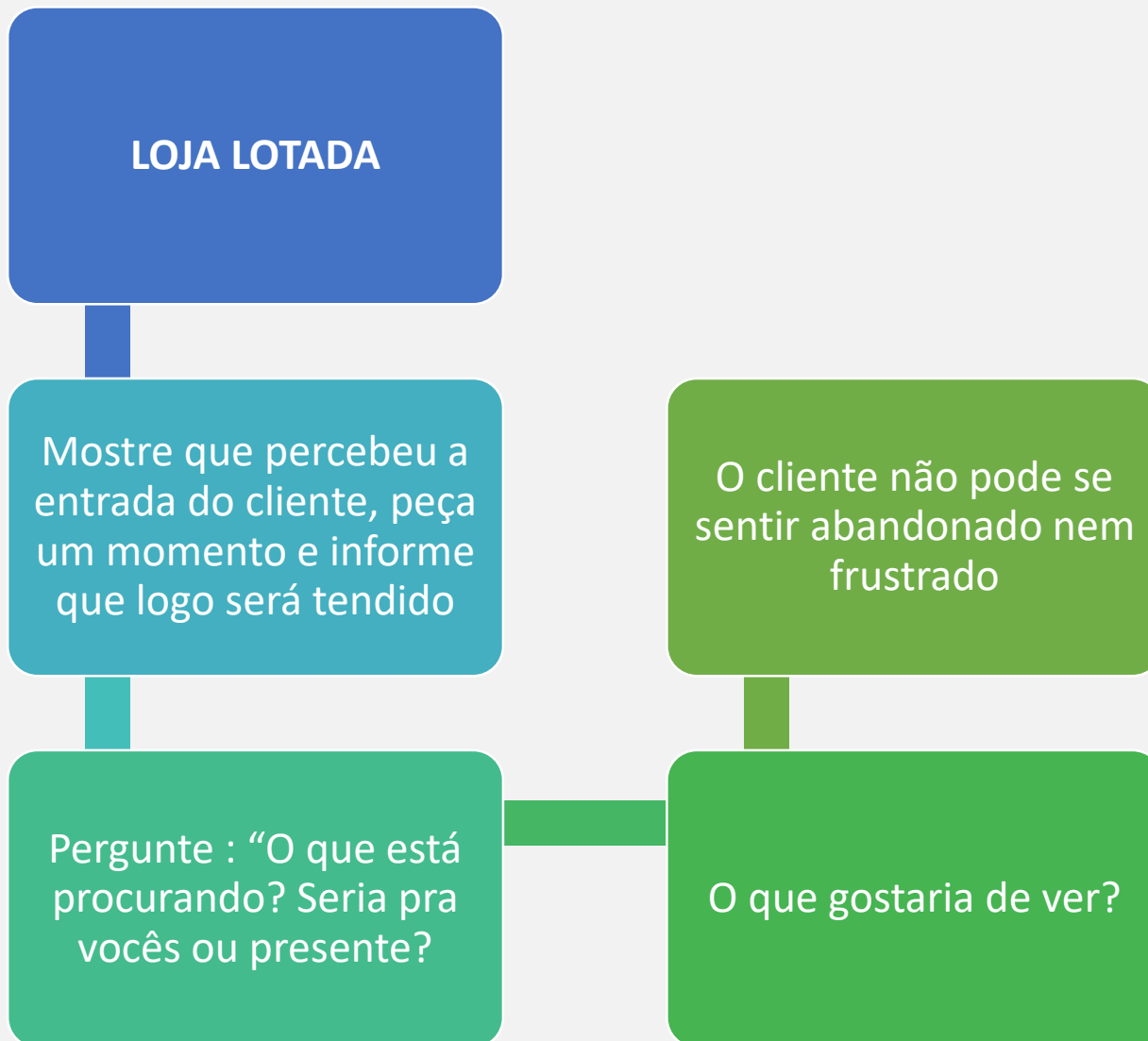
Aproveite o tempo com seu cliente

Faça o Telemarketing ligue para seus clientes, peça uma posição sobre o orçamento realizado e ofereça nossos produtos, vantagens e promoções

Faça o guia turístico

Mostre as novidades, convide seu cliente ofereça café, água

Dicas de como obter sucesso na abertura da venda !



Dicas de como obter sucesso na abertura da venda !

**ATENDENDO MAIS
DE UM CLIENTE**

Mais importante,
dê sempre
satisfação ao seu
cliente.

Diga: “Me aguarde
um minutinho, já
vou atender você,
meu nome é

Dicas de como obter sucesso na abertura da venda !

TROCA

Lembre-se, as vendas podem aumentar ou diminuir, mas os bons serviços ficam pra sempre!

A troca é sempre uma possibilidade de venda.

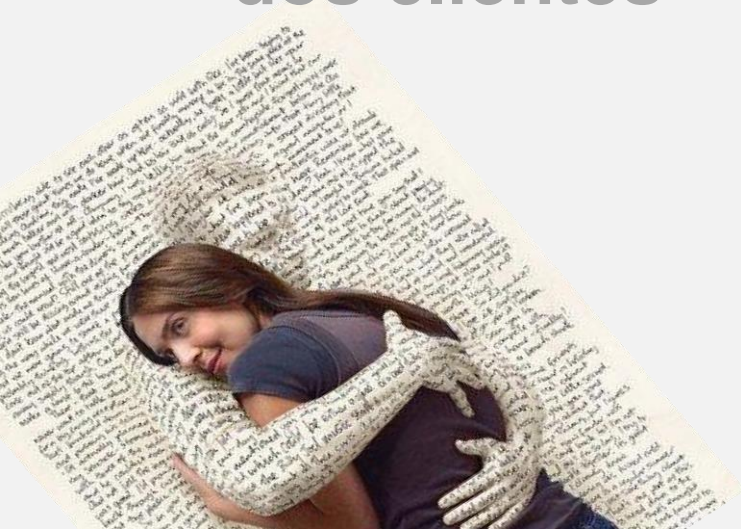
Mostre sempre compreensão e empatia

Escutar e sondar o cliente



Escutar e sondar o cliente

- Conhecer as necessidades do cliente é uma tática importante para os consultores de vendas.
- Ao pesquisar interesses, o consultor de vendas consegue ser mais eficiente na demonstração de produtos e **ganha confiança dos clientes**



Escutar e sondar o cliente

- Ouvir bem o cliente significa identificar:
- O que o ele gosta?
- Que cores ele prefere?
- Onde ele vai usar?
- Quais as situações de uso?
- Se tem alguma móvel com a qual ele queira combinar?

- Faça perguntas que gerem um bate papo. Use perguntas abertas, como aquelas que comecem com: Qual, O que, Onde, Quando, Por que, etc.

Atividade 5:

- Em dupla, criem perguntas abertas para situação abaixo.

“Entra um cliente na loja e diz que esta procurando um presente para filha que irá nascer”

Demonstração de Produto

Demonstrando o Produto



“As pessoas não sabem o que querem até você mostrar a elas”

Demonstrando o Produto

- Apresente os produtos de acordo com o que o cliente descreveu e pediu;
- Convide o cliente a experimentar os produtos, sentar, acomodar, faça com que ele se sinta em casa
- Verifique se os produtos estão agradando e, se não estiverem, substitua por produtos similares que atendam sua necessidade conforme sua sondagem
- Fale das nossas vantagens de pagamento, sendo o valor do parcelamento em 10x e a vista com 10%

Características, Vantagens, Benefícios e Atração

Falar as qualidades do Produto

- Provoque o desejo de compra enfatizando o que o cliente ganhará com seu uso. A técnica usada para isso é a Apresentação de Características + Benefícios:
- **CARACTERÍSTICAS:** São as especificações técnicas de um determinado produto e que o tornam especial e interessante para o seu cliente.
- **BENEFÍCIOS:** São as vantagens para o cliente. Ele sempre compra benefício que o produto proporciona!

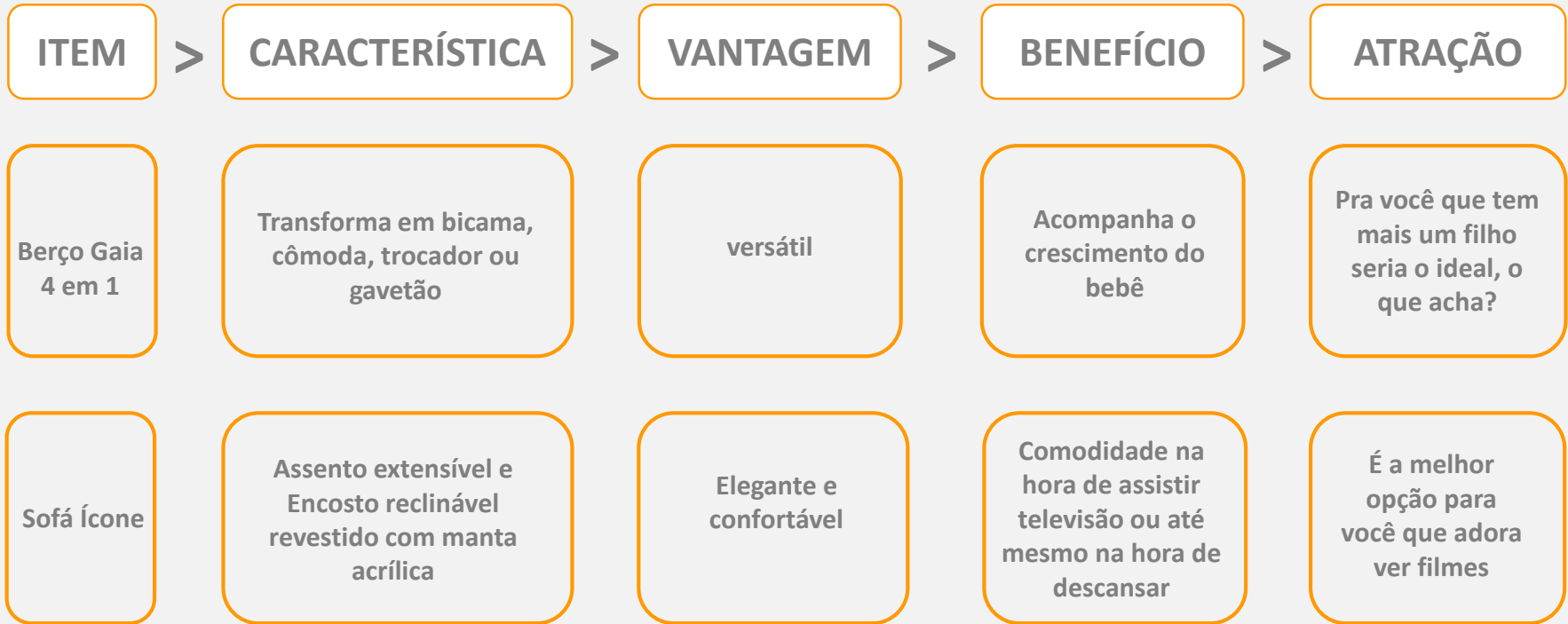
+ Características e Benefícios



CARACTERÍSTICAS	BENEFÍCIOS
TUDO AQUILO QUE É VISTO	TUDO QUE É PROPORCIONADO
COR	BELEZA/DESIGN
TAMANHO	CONFORTO
MATERIAL QUE É FEITO	EXCLUSIVIDADE
DETALHES TÉCNICOS	SEGURANÇA
ESTILO	PRATICIDADE
MEDIDAS	CREDIBILIDADE

Características, Vantagens, Benefícios e Atração

CVBA



“AS PESSOAS NÃO COMPRAM O QUE O PRODUTO TEM, MAS O QUE ELE PROPORCIONA.”

Atividade 5:

- Dividir em grupos no máximo 4 pessoas.
- Escolher um produto que consideram a venda difícil.
- Criem uma música harmonizando as características do produto e benefícios
- 7 características para 7 benefícios
- exemplo: Big mac – Mc Donald's

Contornar Objeções

- A objeção é aquele momento em que você está prestes a fechar uma venda e alguém dá um passe errado! Não desista! Esteja preparado para recuperar a venda e fidelizar o cliente!



Se o cliente diz

O consultor de vendas contorna a objeção dizendo...

O design não está legal

Sabe qual é a tendência do momento?

É para presente

Você saberia descrever o estilo da pessoa?

Está caro!

(Reforce os benefícios do produto)

Não era o que eu queria

O que você tem em mente?

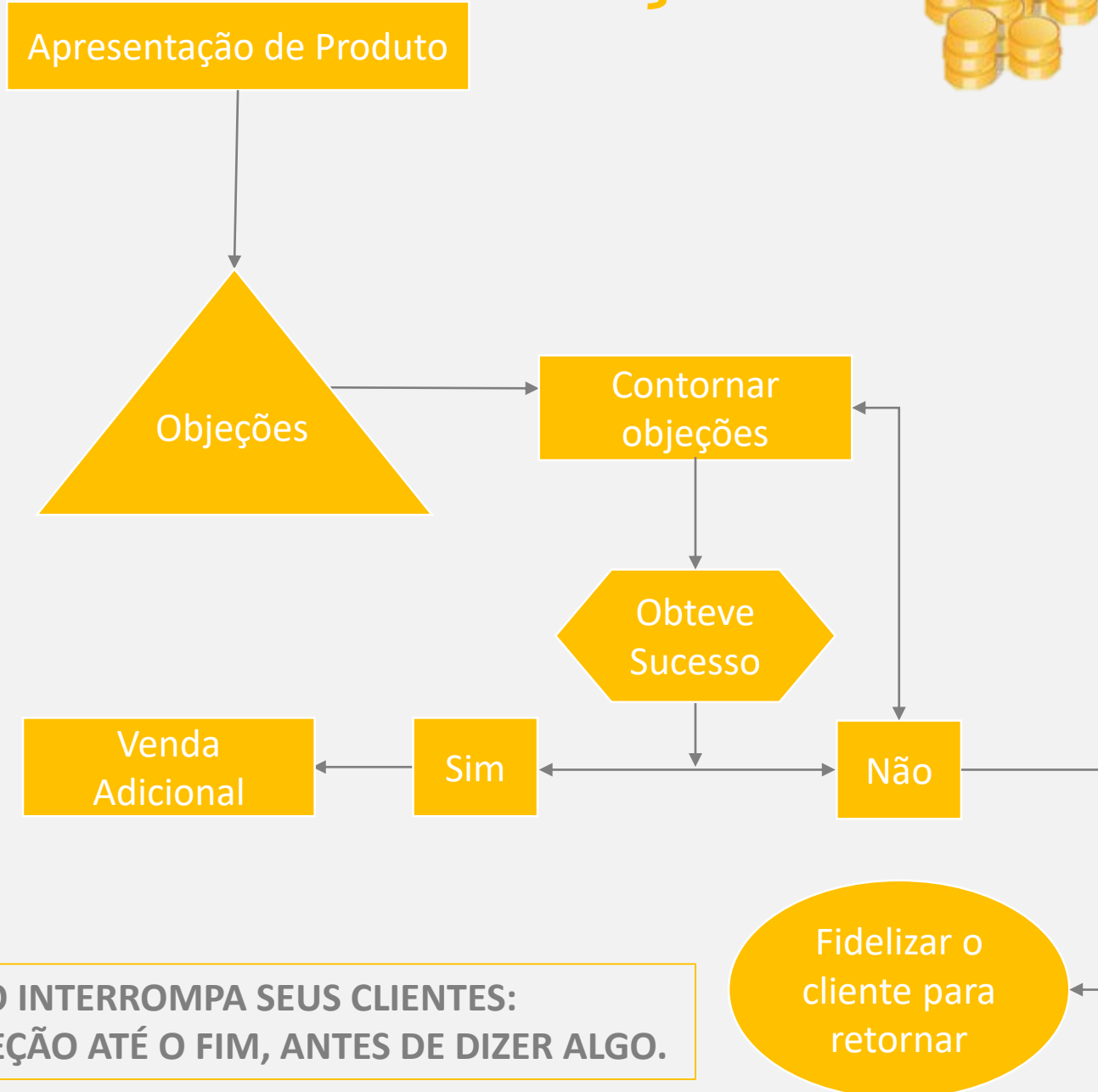
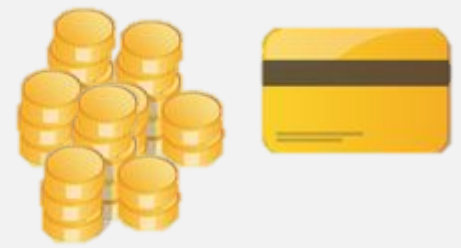
Não gostei dessa cor

Qual cor você procura?

Não vai caber em casa

Qual o tamanho do espaço que você tem, temos modelos nesse tamanho, vou te mostrar

Momento de transição



**NÃO INTERROMPA SEUS CLIENTES:
OUÇA A OBJEÇÃO ATÉ O FIM, ANTES DE DIZER ALGO.**

Explorar a Venda Adicional



Explorar a Venda Adicional

- Muitos vendedores não se tornam consultor de vendas porque se limitam a apresentar apenas os produtos solicitados pelos clientes. Explore suas vendas, **oferecendo itens adicionais** e fazendo com que o cliente se encante por outros produtos – além daquilo que ele procurava



Calcule quantos itens serão vendidos a mais no final do mês se você conseguir vender 1 ou 2 produtos a mais para cada cliente? Já parou para pensar que se você vende 2 itens, em média, para cada cliente e passa a vender 3, seu resultado melhora 50%?

Explorar a Venda Adicional/ Dicas

1. NÃO PERGUNTE: MOSTRE!
2. NÃO MOSTRE NADA SEM UM MOTIVO!
3. USE REVISTAS DE DECORAÇÃO PARA EXPOR OS PRODUTOS
4. CONSIDERE OS AMBIENTES MONTADOS DA LOJA



**Consultor de vendas tem iniciativa, MOSTRA AO
CLIENTE e VENDE/VENCE**

Venda Adicional

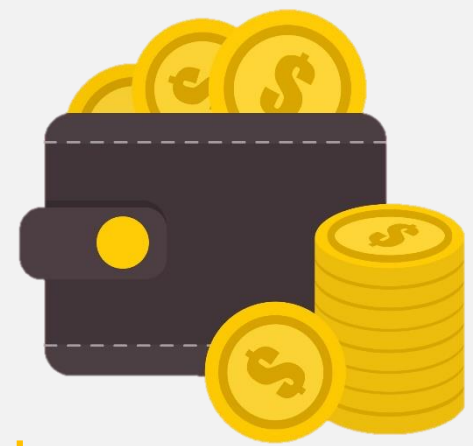


Fechamento Experimental

➔ Prestar atenção nos sinais de compra.

- Como posso pagar?
- Era isso que eu queria!
- É um belo produto!
- Vai ficar perfeito na minha sala.

Fechamento da Venda



Ao ouvir o sinal de compra, feche a venda!

Use frases:

- Você disse que reside em Bangu, entregamos na 2^a e 4^a feira, qual o melhor dia para você?
- Você vai aproveitar e comprar a vista com 10% de desconto ou prefere parcelar em 10x no cartão?



Confirmações e convites

Ao invés de dizer

Qualquer problema nós trocamos

Caso ela não goste...

Desculpa qualquer coisa

Obrigado pela preferência

Acho que ela vai gostar!

Volte Sempre!

É só isso mesmo?

O consultor de vendas diz

Você fez uma ótima compra!

Ela vai adorar!

Espero que tenha gostado!

Obrigado por ter escolhido a
Abra Cadabra!

Certamente, vai acertar!!

Será um prazer atendê-lo
novamente!

Você fez uma boa escolha!

Formula da Felicidade

**Deseje aquilo que você
não tem, se alegre com
aquilo que você já
conquistou, e diminua a
tristeza de quem está do
seu lado.**

Corrida para o Abraço!

O treinamento começa quando termina. Afinal, só quando você aplica os conteúdos é que o treinamento vale a pena! Por isso, responda o questionário e dê sua opinião ! 😊