

Segredos para alcançar os melhores

RESULTADOS NO VAREJO

-PALESTRA-

VENDAS 360°

Shopping Cidade

LI
QUI
DA



Introdução.....	03
A importância da motivação.....	04
Técnicas de Vendas.....	07
PNL e Vendas.....	11
Gatilhos Mentais.....	14
Funil de Vendas.....	17
Dicas para o varejo.....	20
Vitrine: O Vendedor Silencioso.....	22
Jornada do Cliente.....	24
12 pecados mortais do vendedor.....	25



Introdução

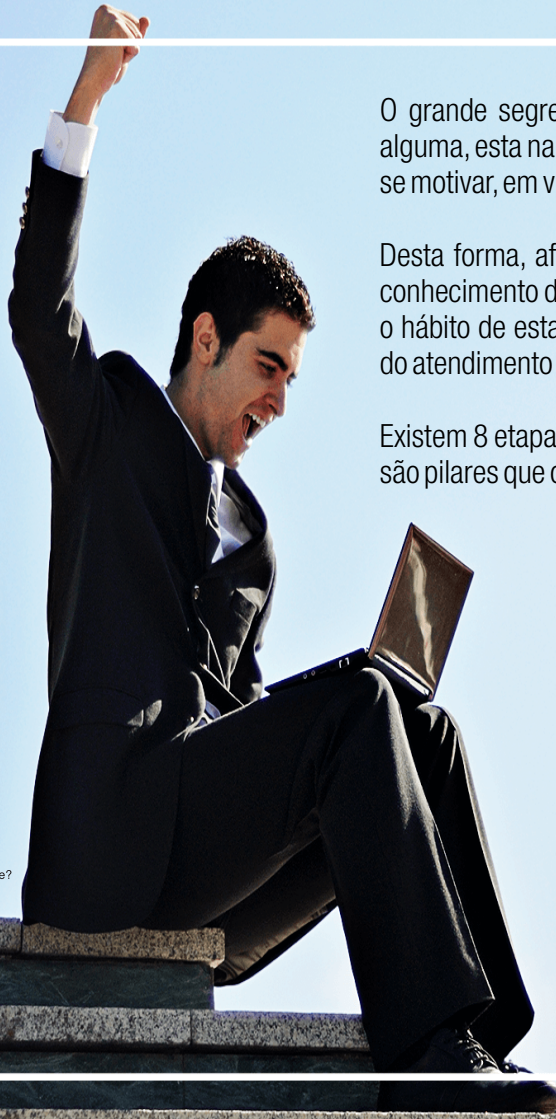
O atendimento é, sem dúvida, um dos momentos mais importantes para o sucesso em um negócio. Não importa qual é o seu segmento, se é um produto ou um serviço. É nessa hora que você vai mostrar ao cliente que pode ajudar a resolver o problema ou necessidade que ele tem.

Estamos vivendo uma nova era em vendas, onde o consumidor tornou-se mais exigente, por tanto, faz-se necessário uma nova abordagem. Que chamo aqui de vendas consultivas.

Nesse e-book, trago o que existe de mais atual no tema Vendas de Alta Performance, reuni, em cada um dos capítulos, conceitos que vão ajudar a mudar sua mentalidade, para que você enxergue todas as oportunidades que estavam escondidas.

“Liberte-se de conceitos preestabelecidos.
Foque na demanda do seu cliente,
satisfaça as necessidades dele e venda!”

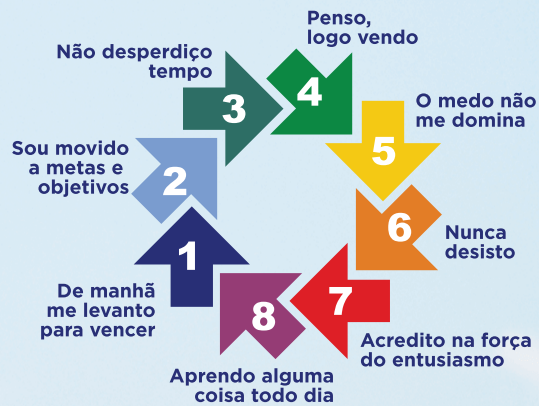
A importância da motivação



O grande segredo para se obter o sucesso em vendas, sem dúvida alguma, esta na capacidade e nas habilidades que o profissional tem em se motivar, em vibrar positivamente, em estar feliz com a sua função.

Desta forma, afirmo com muita convicção, de que nada adianta ter o conhecimento das técnicas de vendas se o profissional não desenvolver o hábito de estar altamente motivado e irradiando entusiasmo na hora do atendimento ao cliente.

Existem 8 etapas para se ter sucesso na sua vida pessoal e profissional, são pilares que o levarão a uma mudança de postura e mentalidade.



Não sei quem você é;
Não conheço sua empresa;
Não conheço o produto de sua empresa;
Não sei o que sua empresa representa;
Não conheço os clientes de sua empresa;
Não conheço o histórico de sua empresa;
Não conheço a reputação de sua empresa;
... Agora, o que você estava mesmo querendo vender-me?
(McGraw-Hill Publications)



A importância da motivação

Treine sua mente para o pensamento positivo

Lembro de uma história que ouvi, é sobre um pescador: toda vez que ele fisgava um peixe grande, ele jogava fora, mas quando era um peixe pequeno, vibrava muito e o guardava. As pessoas que estavam observando foram questionar porque ele jogava fora os peixes grandes? Ele respondeu: os maiores não cabem na minha frigideira..

...essa história serve apenas pra lembrar que todos nós possuímos algum tipo de crença, ela pode ser positiva ou negativa.

Portanto, o seu modelo mental, o seu mindset, afeta diretamente o seu resultado. Portanto, é impossível uma mudança comportamental sem um processo de mudança mental. Você precisa aprender a desenvolver uma mentalidade vencedora, que é a porta para uma venda de sucesso e, conseqüentemente, para resultados de sucesso.

E aqui entra em cena a Neurociência que, com os avanços da última década, tornou-se uma das mais importantes formas de estudo e compreensão do que acontece no cérebro humano. Tanto que algumas dessas aprendizagens foram aplicadas para compreender o pensamento e o processo de decisão de compra do cliente. Afinal, saber como funciona a mente humana é essencial para o sucesso das vendas e suas estratégias.



“A negatividade é igual areia movediça:
quanto mais você reclama, mais você afunda”

“Não importa o quão difícil algo
possa parecer, eu vou alcançar.
Pense nisso e surpreenda-se.”

Técnicas de vendas

Um dos erros mais comuns dos pequenos empresários, principalmente no varejo, é achar que os clientes simplesmente aparecerão, basta abrir meu negócio, e as coisas vão acontecer, como num passe de mágica.

Seria maravilhoso se isso de fato acontecesse. Talvez, depois de alguns anos que você tenha sua clientela fidelizada, pode ser que isso aconteça.

Atualmente, muito se fala de Alta Performance em vendas, mas o que seria isso afinal: Atingir de forma consistente e sustentável objetivos desafiadores.

Conquistar novos clientes e fazer com que eles continuem comprando em sua loja é o desejo de qualquer vendedor e lojista, porém, essa também é uma das grandes dificuldades enfrentadas pelos profissionais de varejo. A concorrência cresce a cada dia e saber se direcionar ao público certo, falar a linguagem de seus consumidores e entender as necessidades deles são questões fundamentais para o sucesso em vendas.

Nas próximas páginas apresentaremos técnicas e conceitos que o ajudarão a traçar novos objetivos, mas lembre-se, só será possível atingir resultados extraordinários se você tomar o poder da decisão e fazer isso acontecer.



Técnicas de vendas **Tudo começa peça capacitação!!!**

Quando começamos a falar sobre treinamento e técnicas de vendas, precisamos antes avaliar: eu invisto em treinamento e qualificação, minha e da minha equipe? Treinar a equipe não é necessariamente um investimento elevado. Por outro lado, não treinar sua equipe pode regar custos muito mais elevados!

Quais são as premissas iniciais para uma boa qualificação interna (ANTES DA VENDA PROPRIAMENTE DITA).

- Troca de experiências entre os profissionais;
- Um ajuda o outro;
- Revistas e livros sobre o assunto;
- conteúdo pela internet;
- Palestras, workshops e seminários;
- Seja o produto do produto, conheça e use;
- Conheça tudo sobre a loja
- Treine sua comunicação

Dica de ouro:

- Aprenda a fazer perguntas, converse com o cliente crie um relacionamento breve;
- Entenda a «dor» do seu cliente;
- Ofereça a solução... **FECHE A VENDA!**
- Tenha um pós venda!



Técnicas de vendas

Processo Mental de motivação do cliente

- Motivação é a razão que leva as pessoas à ação.
- As pessoas agem para alcançar seus objetivos pessoais e profissionais.
- As pessoas, normalmente, passam por um processo mental, muitas vezes inconsciente, para tomar uma decisão.
- A realização de objetivos obriga as pessoas a ter necessidades. Uma necessidade gera um desejo, cria um problema que requer uma solução, levando-nos a buscar uma negociação.
- A negociação é uma ação que deve, sempre, satisfazer a uma necessidade.
- Os clientes são pessoas, e, como tal, para serem motivados precisam ser compreendidos.
- O cliente faz coisas pelas suas razões, e não pelas razões do vendedor. Os clientes querem satisfazer as suas próprias necessidades e não as necessidades do vendedor.



Técnicas de vendas

Os três princípios fundamentais para uma mudança duradoura são:

- Levantar padrões
- Mudar convicções limitadoras e acreditar que podemos atingir novos padrões antes de tentar fazê-lo,
- Mudar a estratégia (aprendendo com quem atingiu o sucesso).

Não é sua situação que vai definir seu futuro e sim sua **DECISÃO**
- Tony Robbins -



Uma disciplina diária constrói um caráter e isso é igual a um hábito!



Fórmula da mudança na sua vida

$$P + S + C = R$$

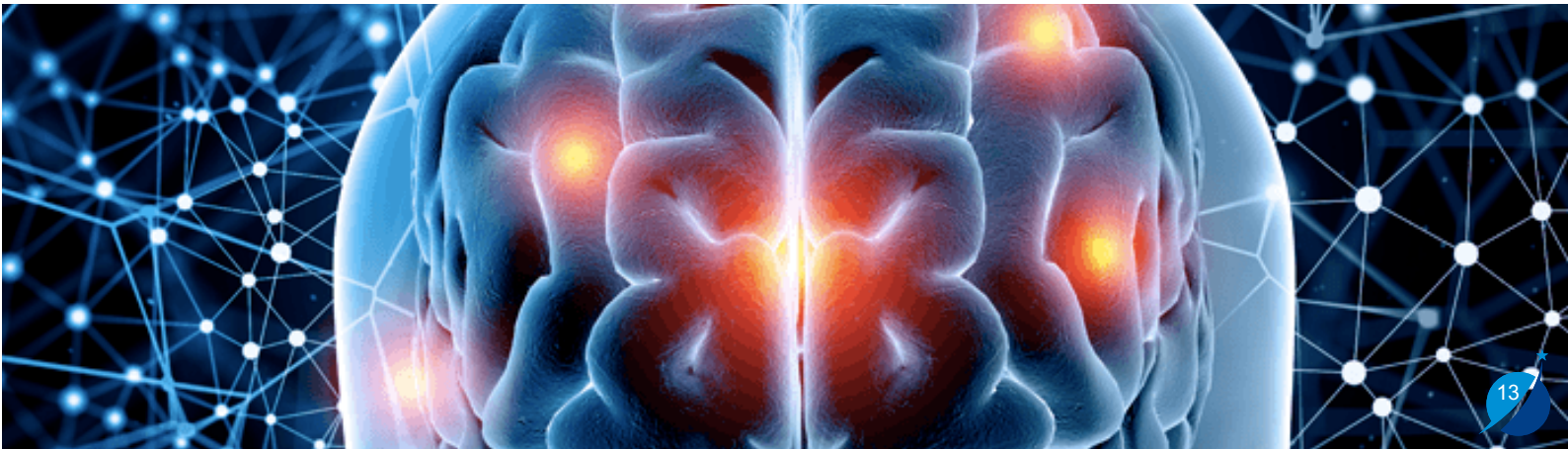
Pensamento -> Sentimento -> Comportamento = Resultado



Definição de um motivo, qual é o seu PORQUE?

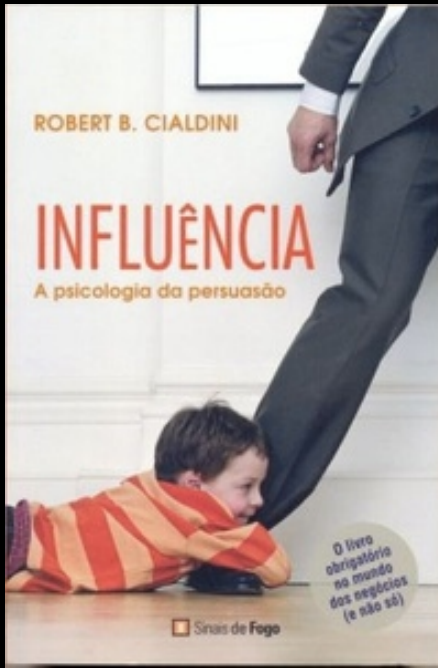
Quando se tem um Porque suficientemente grande,
o quando e o como não importam,
eles serão a consequência de suas ações.

Defina seu porque e faça com que ele seja
o seu combustível diário.

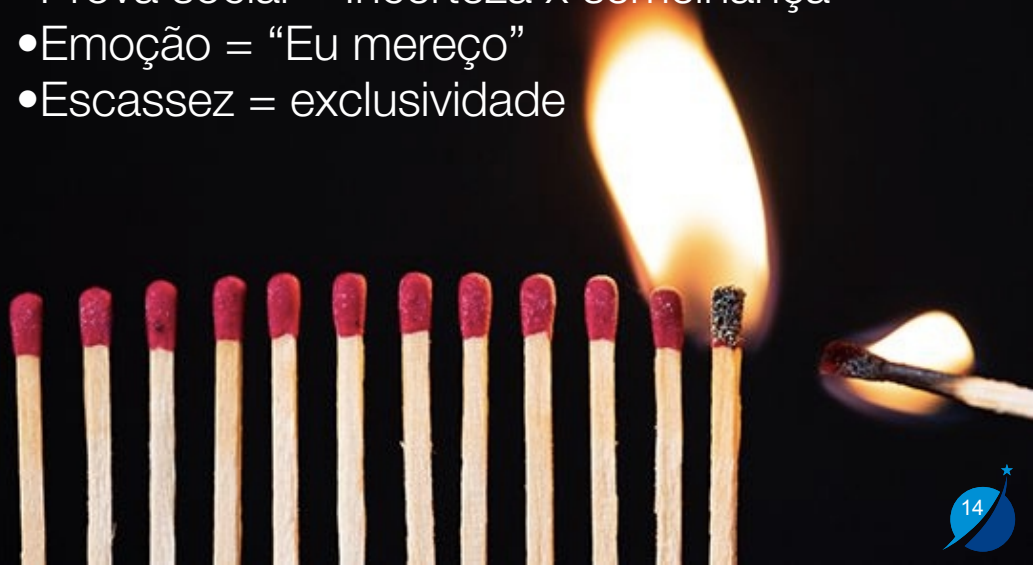


Gatilhos Mentais

Usando todo o poder da PNL



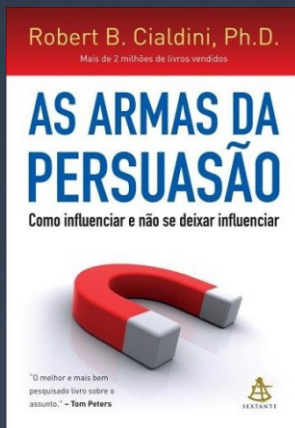
- Cérebro quer sempre um atalho
- Reciprocidade: Devolver um favor
- Autoridade = Credibilidade
- Comprometimento e Consistência
- Conexão – simpatia
- Prova social = Incerteza x semelhança
- Emoção = “Eu mereço”
- Escassez = exclusividade



Gatilhos Mentais

Usando todo o poder da PNL

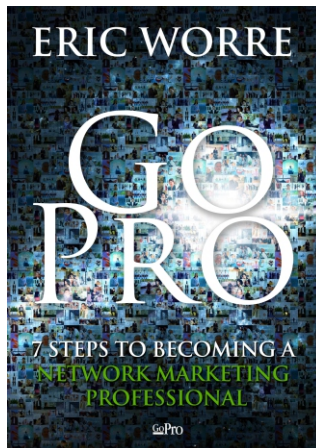
- Tenha uma lista
- Saiba fazer perguntas
- Seja transparente
- Relacionamento pós venda
- Uso de tecnologias
- Trabalhe argumentações
- Você não vende produto, você vende emoções!!!
- Cordialidade
- Saiba Mensurar seu negócio
- Sempre Tenha COMBOS.



Gatilhos Mentais

Usando todo o poder da PNL

- 95% das decisões são inconscientes (emoção)
- 5% consciente
- Seja um especialista no assunto!
- Habilidade de comunicação
- RAPORT...
 - Autoconfiança (Acredite em você)
 - Seja Firme
 - LISTA (orgânica) = Combustível



Funil de Vendas

Conhecendo o modelo A.I.D.A



FUNIL DE
VENDAS

Funil de Vendas

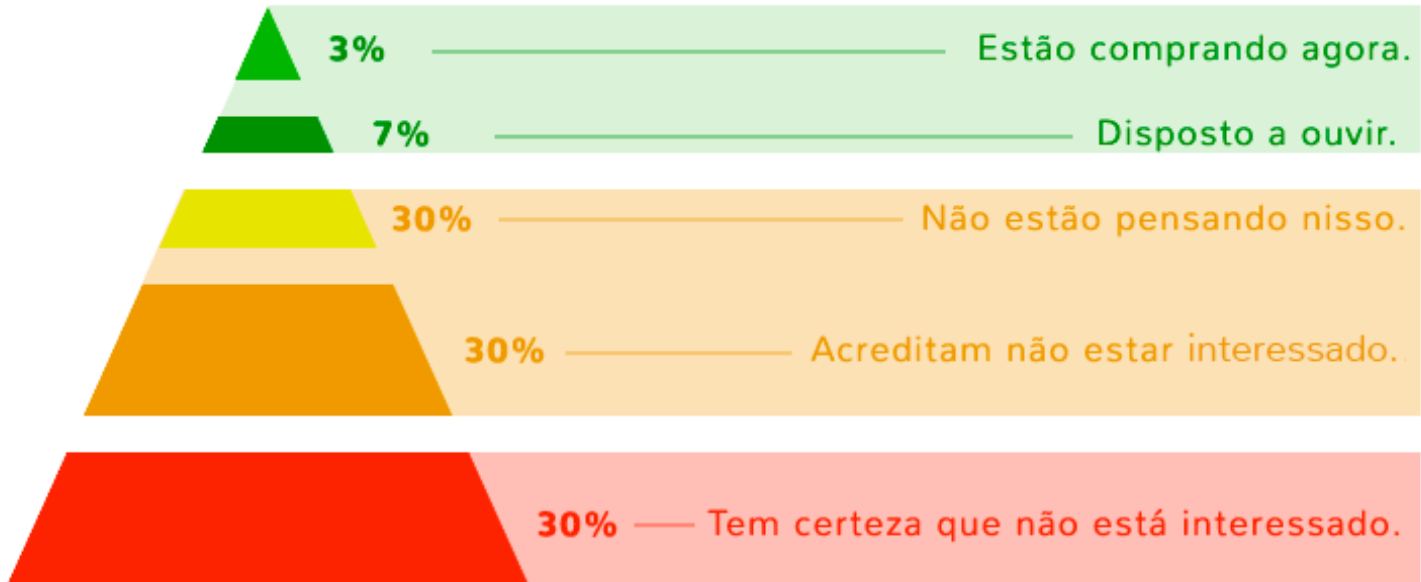
Conhecendo o modelo A.I.D.A

De uma forma geral, o seu cliente passa por 4 passos durante a jornada de compra:



- 1. Reconhecimento do Problema ou dor:** O cliente neste momento sente alguma dificuldade, mas não entende claramente qual é o problema ou sua necessidade;
- 2. Aprendizado ou Busca de Informações:** Em seguida o cliente se dá conta que tem um problema e passa a se aprofundar no assunto;
- 3. Avaliação de Alternativas:** De posse do conhecimento claro sobre sua necessidade o cliente passa a avaliar as opções disponíveis;
- 4. Decisão:** Com base na avaliação, o cliente toma a decisão de compra do produto que melhor atende sua necessidade.

Pirâmide do cliente Aonde está seu LEAD?



"O cliente não sabe o que quer,
até que você mostre a ele" Steve Jobs

Dicas para o varejo

Segredos de vendas!

- Converse da mesma forma que troca uma idéia com seus amigos! PERGUNTE!!!!!!!!!!!!
- Escute atentamente o cliente, olhe nos olhos e largue a droga do celular!
- Não almoce dentro da loja e por favor, não feche sua loja na hora do almoço!
- Entregue algum material físico, mesmo que seja um folder. (sinestésico)
- Nunca minta para seus clientes, omitir suas fraquezas ainda vale, mentir nunca.
- Não existem, não fique puto ou com raiva por perder uma venda
- Preço baixo não significa nada, só é útil quando consegue influenciar seus clientes.
- Cuide da sua aparência.
- Domine sua comunicação, linguagem clara é fator determinante na venda
- Acredite no seu produto, mas antes, acredite em você
- Leia ao menos 2 livros de vendas da sua área!
- Promova mais reuniões
- Mapeie seu funil, mensure seus resultados. Como é o processo de compra da sua loja?
- Nunca pergunte: Vai querer? A melhor maneira de vender é dizer: você vai querer P ou M? Prefere preto ou vermelho? Prefere pagar AV ou no cartão?
- Primeira experiência de compra tem que ser fantástica, entregue um brinde, surpreenda!
- A primeira impressão é a que fica, a primeira venda também!

Dicas para o varejo

Segredos de vendas!

- Mantenha um histórico de seus clientes.
- Ofereça exclusividades aos clientes mais especiais.
- Cliente mais velhos valorizam a interação humana.
- Os “Baby boomers” são clientes mais exigentes. Clientes dessa geração (nascidos entre 1945 e 1965) querem gentileza, simpatia, mas nada que os faça perder tempo. Eles não querem saber de “blablabla”.
- Clientes da “Geração X” sentem-se à vontade com a tecnologia.
- Se você é pequeno ou médio lojista, use seu tamanho a seu favor. Essa proximidade facilita – e muito – o atendimento personalizado e voltado às necessidades específicas de cada cliente.
- Incentive a experimentação: Há uma coisa que só a visita a uma loja é capaz de fazer pelo cliente: o “ver com as mãos”.
- O toque humano faz toda diferença (CHAMO ISSO DE ANCORAGEM).
- Fique atento aos detalhes. (dê uma balinha de menta ou um chocalatinho por exemplo)
- Treine sua equipe para identificar oportunidades de venda adicional.
- Saiba o momento certo para oferecer outro produto.
- Mostre credibilidade para dar confiança ao cliente. (prova social).

Vitrine, o vendedor silencioso

A vitrine não se limita apenas a um vidro fechado com produtos dentro!!! Ela tem o papel de expor os produtos, aproximando-os do cliente.

A vitrine é, nesse sentido, um vendedor silencioso, pois tem o poder de condicionar o consumidor a fechar a compra apenas pela forma como expõe os itens da loja.



Como ter uma vitrine irresistível?

O consumo envolve toda percepção que o cliente tem sobre sua marca ou seu produto. A compra é a efetivação do consumo ou o ato de adquirir um produto. Consumimos para satisfazer necessidades e temos uma percepção que seleciona aquilo que é essencial para nosso cotidiano e para essa satisfação.



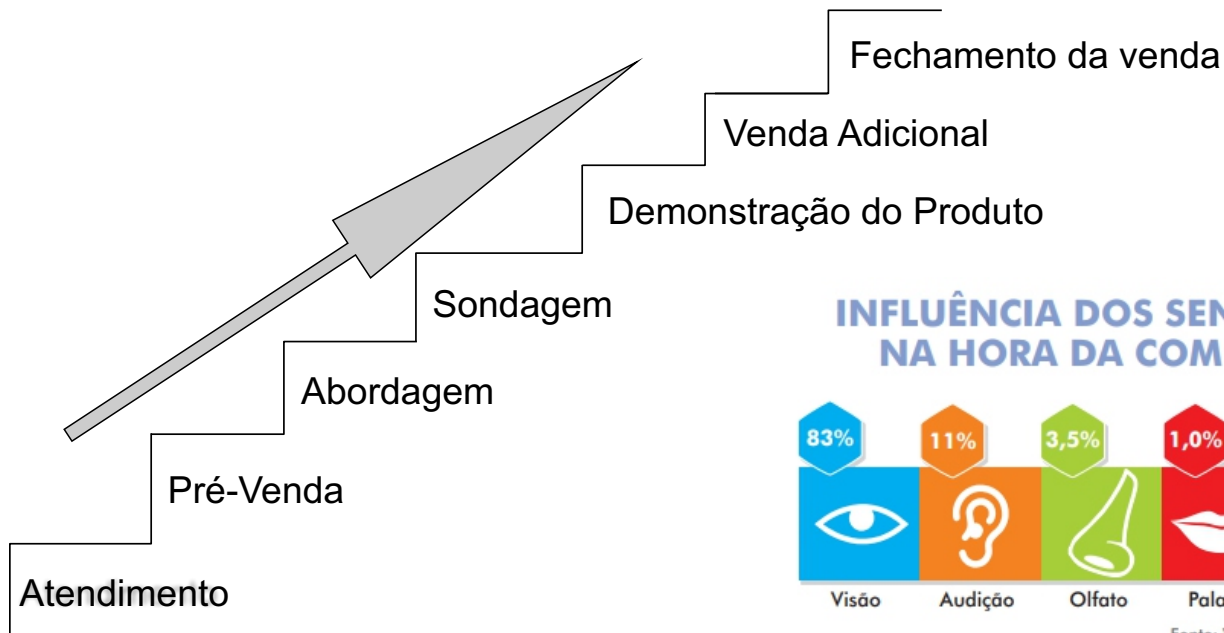
Dica 1. Pense na exposição de um padrão visual, escolha objetos e cores para que a percepção dos consumidores selecione sua vitrine em todos os espaços comerciais frequentados. Criar padrões é fazer com que a marca seja lembrada todas as vezes que o consumo é transformado em compra. Lembre-se: um padrão conceitual traz valores agregados aos produtos..

Dica 2. Aposte na exposição de um mix de produtos que chame a atenção para outros dentro da loja. A venda deve conduzir o comprador a desejar e necessitar outro produto e, assim, efetivar uma nova compra. Tenha cuidado para não poluir a vitrine com uma diversidade de produtos sem relação entre si, muito menos com o corredor de compras. Mantenha “certa” relação com as vitrines de seus concorrentes, para atrair outros consumidores.

Dica 3. Trabalhe na exposição dos objetivos temporais de suas vendas, como o lançamento de uma coleção nova, vendas em datas comemorativas (como Natal, Dia dos Namorados, etc.), períodos de liquidação ou, até mesmo, na inovação de troca dos elementos decorativos de sua vitrine. Consumidores gostam de compreender claramente qual o objetivo da vitrine, isso faz parte da relação de consumo e compra.

Jornada do Cliente dentro do funil de vendas

Entender a trilha do sucesso da sua loja facilita o trabalho de treinamento da equipe de vendas e ainda pode ser avaliado possíveis falhas no processo de venda!



INFLUÊNCIA DOS SENTIDOS NA HORA DA COMPRA!



Fonte: Veronis Suhler Stevenson

12 Pecados mortais de um vendedor!!!

- Não se preparar para a venda;
- Não Sorrir;
- Rodinhas de vendedores;
- Abordagem desanimada;
- Não dar espaço para o cliente;
- Abandonar o cliente;
- Não fazer perguntas;
- Não dar alternativas;
- Não tentar fechar a venda;
- Não fazer pós venda;
- Não dar seu máximo/corpo mole;
- Não se atualizar, não ler, não ir para palestras.



**JAMAIS SE
ATUALIZE**

**O MERCADO SEMPRE IRÁ QUERER O QUE
VOCÊ VENDE E OS CLIENTES SEMPRE
RETORNARÃO, PODE APOSTAR!**



FERNANDO WILDNER COACHING



wildner@gmail.com



/fernando.luciwildner



+55 41 9687-8987



PROF. ESP. FERNANDO WILDNER MASTERCOACH EM VENDAS

Empresário ramo educacional desde 2003, 41 anos, CEO da CEDUC e Gestor do Grupo Educacional UNINTER. Professor MBA NeuroPsicoPedagogia - NeuroCoaching; Entre as formações destacam-se: Executive & Business; PNL e Hipnose Eriksoniana; Master & HeadTrainer; Analista Comportamental DISC; Practitioner em PNL pela The Society of Neuro-Linguistic Programming - Richard Bandler – USA; Unleash the Power Within 2017 - Antony Robbins – USA; Business Mastery 2018 - Antony Robbins - USA. Graduado em Análise de Sistemas pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná especialista em MBA Planejamento e Gestão Estratégica - Mapas Mentais e MBA Gerência de Projetos. Co-Autor do Livro Nichos de Mercado do Coaching – 2018 Ed. Ser e Saber