

Entrevista de Vendas



25 horas

Formadora: Marta Cruz

A abordagem inicial



A primeira impressão

Que imagem estamos a
passar quando
abordamos um cliente?



Elementos da comunicação



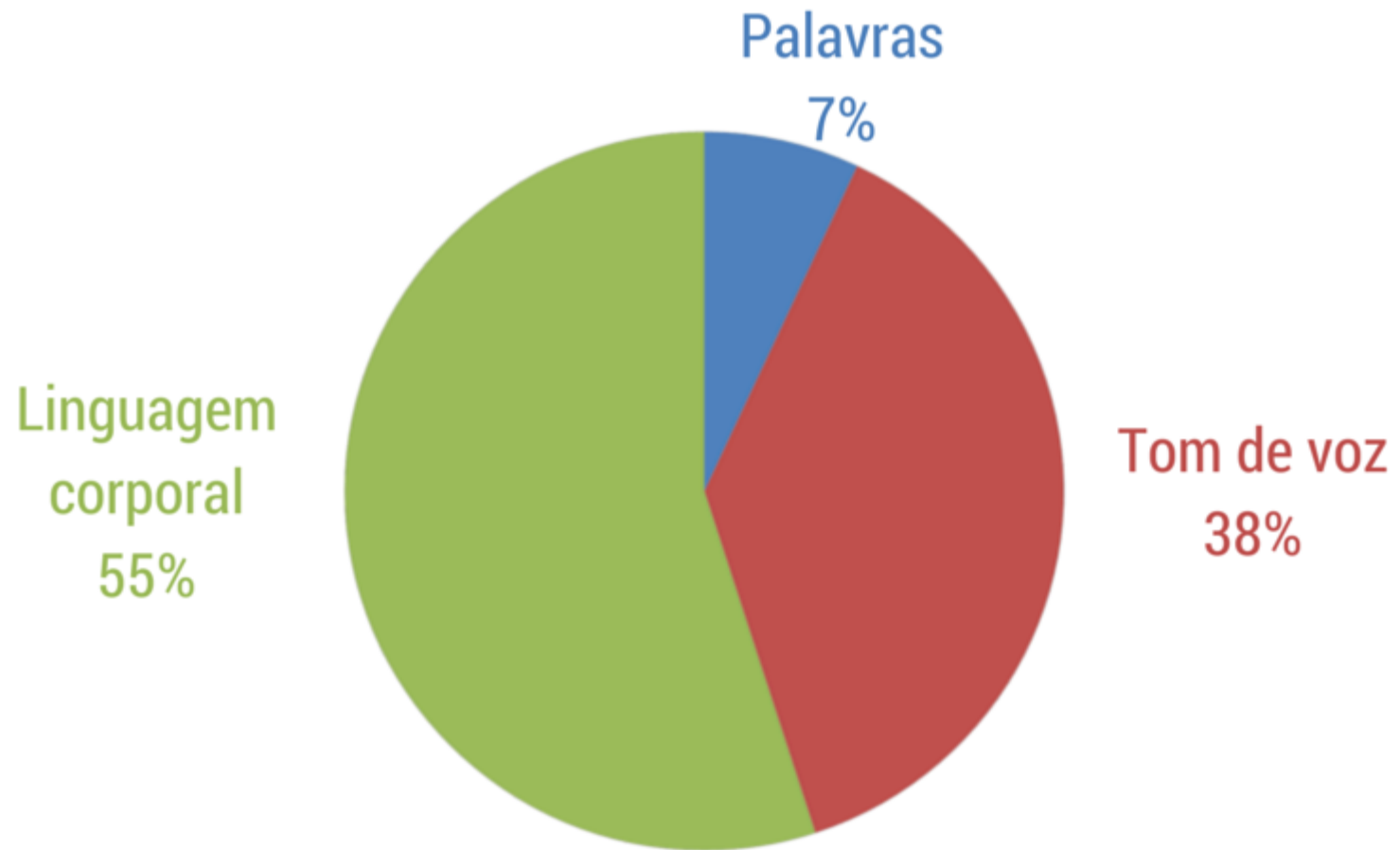
Tipos de Linguagem

- **Verbal:** a comunicação verbal é o modo de comunicação mais familiar e mais frequentemente usado. Divide-se em:
 - **Verbal-oral:** refere-se a esforços de comunicação tais como dar instruções a um colega, entrevistar um candidato a um emprego, e assim por diante).
 - **Verbal-escrita:** refere-se a memorandos, relatórios por escrito, normas e procedimentos.
- **Simbólica:** as pessoas cercam-se de vários símbolos, os quais podem comunicar muito a outras pessoas. O lugar onde moramos, as roupas que usamos, o carro que dirigimos, a decoração do escritório e outras coisas que expressam parte da nossa personalidade.

Tipos de Linguagem

- **Não verbal:** refere-se à transmissão de uma mensagem por algum meio diverso de fala e da escrita. Incorpora o modo como usamos o nosso corpo, os nossos gestos e a nossa voz para transmitir certas mensagens.

É através da comunicação não verbal que transmitimos muitas das nossas emoções e dos nossos sentimentos. Muitas vezes, a linguagem não verbal, que acompanha a linguagem verbal oferece um significado mais profundo e verdadeiro que esta última. Investigações efectuadas nesta área revelam que cerca de 90% da impressão que transmitimos aos outros têm origem nestes processos.



Linguagem não verbal - exemplos

Paralinguística

A paralinguística é uma das componentes da comunicação não verbal. Através dela, o sujeito veicula os seus sentimentos e as suas emoções, enriquecendo o conteúdo da mensagem verbal. A paralinguística corresponde ao modo como falamos e como projectamos a nossa voz, através do tom de voz, do timbre da articulação das palavras, a pronúncia, a velocidade, etc.

Factores que podem intervir no processo de comunicação

Exercício prático: Que factores podem bloquear o processo de comunicação?

Objectivo: identificar os factores bloqueadores da comunicação verbal e não verbal

Barreiras à Comunicação

Barreiras externas (distância entre emissor e receptor, separações entre ambos por exemplo).

Barreiras internas:

- Falar uma linguagem que não é entendida pelo interlocutor;
- Empregar palavras ambíguas;
- Problemas na nossa estrutura pessoal que nos façam ter medo de falar de determinado assunto ou de falar com determinada pessoa;
- Valores e crenças de cada um;
- Papeis sociais desempenhados;
- Estado de cansaço ou doença

Escuta Ativa

Sabia que...

Imediatamente após ter ouvido uma mensagem, o ouvinte médio lembra-se apenas de metade da mensagem verbal. Oito horas depois, só recorda cerca de um terço e após dois meses, recorda apenas 25%?

Escuta Ativa

A capacidade de escutar tem então como objetivos:

- Focar as mensagens comunicadas por outra pessoa;
- Obter um complexo e exato entendimento da comunicação da outra pessoa;
- Transmitir interesse, consideração e atenção;
- Encorajar plena, aberta e honestamente;
- Desenvolver uma aproximação “centrada no outro” durante a interação.

Escuta Ativa

Técnicas para uma escuta ativa:

- Ouvir exatamente como gostaríamos que fossemos ouvidos;
- Estabelecer empatia com o outro;
- Manter contacto visual com o interlocutor, prestando toda a atenção possível;
- Devolver feedback gestual e mímico adequado;
- Evitar preconceitos, ouvir com abertura;
- Procurar o objetivo do outro;
- Orientar o diálogo com uma atitude de reformulação.

Escuta Ativa e Reformulação

Reformular consiste em dizer, por outras palavras, ou de uma forma resumida o que o interlocutor acabou de dizer.

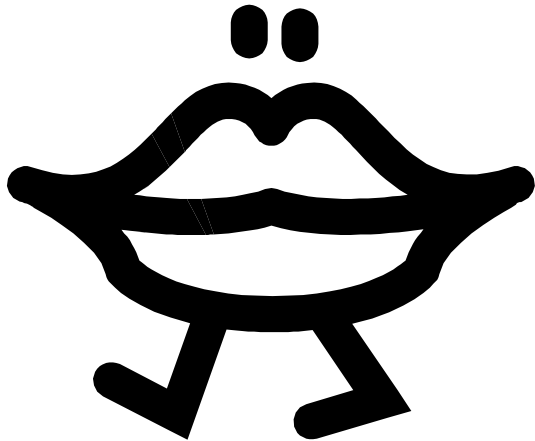
A técnica da reformulação deverá ser aplicada quando:

- Pretendemos mostrar que compreendemos;
- O interlocutor tem dúvidas;
- O interlocutor mistura várias ideias e opiniões;
- O interlocutor tem ideias pouco claras.

Escuta Ativa

Lembrar sempre:

Dois ouvidos, uma boca... usá-los em proporção!



Feedback

Feedback é o modo pelo qual comunicamos/informamos os outros como eles estão a desempenhar/desenvolver o seu trabalho, ou as suas atividades e quais aspetos do seu comportamento que estão a afetar a sua eficiência ou os seus resultados.

Assertividade na comunicação

Podemos definir quatro estilos de comportamento na comunicação e na relação com os outros:

- Agressivo;
- Passivo;
- Manipulador;
- Assertivo

Questionário sobre assertividade

Assertividade na comunicação

Comportamento agressivo:

É aquele em que a pessoa expressa as suas necessidades ou preferências, emoções e opiniões mas de uma forma que é hostil, exigente, ameaçadora ou punitiva para com o interlocutor. A pessoa que tem este comportamento defende os seus

Exemplos

	Directo	Indirecto
Verbal	Comentários hostis, insultos ameaças.	Sarcasmo, intrigas.
Não verbal	Gestos hostis, violência física	Gestos hostis quando a atenção do interlocutor está orientada para outro lado.

Assertividade na comunicação

Comportamento passivo – a negação de si próprio

É aquele em que a pessoa falha na expressão das suas necessidades ou preferências, emoções e opiniões. Na medida em que a pessoa que tem este comportamento é a primeira a violar os seus próprios direitos, acaba por dar ao outro a permissão, para também ele o fazer.

Exemplos

Aceder a realizar actividades que não lhe interessam só porque lhe foi solicitado;

Não pedir um favor que é legítimo e do qual se necessita;

Não manifestar desacordo perante algo que não concorda.

Assertividade na comunicação

Comportamento manipulativo:

É aquele em que a pessoa expressa as suas necessidades ou preferências, emoções e opiniões de uma forma implícita ou indirecta, frequentemente com mensagens mistas, em que há contradições no conteúdo ou entre o conteúdo e o comportamento não verbal. A pessoa que tem este tipo de comportamento procura a satisfação das suas necessidades violando os direitos dos outros, mas fá-lo de forma indirecta.

Assertividade na comunicação

Comportamento assertivo:

É a capacidade de afirmação das opiniões, vontades e sentimentos próprios, respeitando e promovendo os dos outros. Traduz-se na auto-afirmação da pessoa, visando simultaneamente a afirmação do outro, aceitando-a. É pois um comportamento que habilita o indivíduo a agir no seu interesse, defender-se sem ansiedade excessiva, expressar os seus sentimentos de forma honesta e adequada, fazendo valer os seus direitos sem negar os dos outros. Neste sentido, a assertividade promove uma melhor negociação com o outro.

Técnicas de Abordagem ao Cliente

- Sorria para o cliente;
- Sintonia entre o produto e o vendedor;
- Atente no modo como comunica (gestos e palavras abertos);
- Demonstre interesse no cliente;
- Não sufoque o cliente;
- Desenvolva perguntas criativas que façam o cliente pensar;
- Mostre interesse;
- Coloque questões abertas.

A arte de colocar questões

Há perguntas que são tão boas, que não valem ser respondidas rapidamente.

Albert Einstein

O que fazem as perguntas?

- ✓ Do ponto de vista do vendedor a principal razão para se fazer perguntas é criar empatia;
- ✓ Boas perguntas fazem-nos pensar;
- ✓ Boas perguntas obtêm boas informações;
- ✓ Boas perguntas esclarecem o que o cliente precisa;
- ✓ Levam ao objetivo comum de descobrir se o produto combina com a necessidade do cliente.

Características importantes de uma boa pergunta

- ✓ A pergunta deve ser simples e restrita a um único tópico;
- ✓ Deve ser clara e de fácil entendimento;
- ✓ A pergunta não deve conter um teor amedrontador ou estar carregada de palavras emocionalmente pesadas.

O que devemos então evitar:

- Não fazer perguntas;
- Fazer perguntas pouco inteligentes ou destrutivas;
- Fazer demasiadas perguntas abertas ou fechadas;
- Assumir que a pessoa tem todas as respostas às nossas perguntas;
- Não usar perguntas para responder a objeções;
- Não ouvir as respostas às nossas perguntas;
- Não fazer perguntas de confirmação;
- Fazer perguntas dirigidas (Ex: não acha que...?)

O que deve o vendedor perguntar?

Em qualquer venda é necessário descobrir o motivo da compra, a necessidade do cliente. Como?

- ✓ O que procura?
- ✓ Quais são as suas marcas preferidas?
- ✓ O que acha disso?
- ✓ Posso apresentar-lhe os benefícios?
- ✓ O que está a faltar?

As perguntas poderosas

Uma pergunta poderosa e impactante é aquela que foca a nossa atenção e nos envolve, estimula a criatividade e a curiosidade. E mais...

- ✓ São orientadas para o futuro;
- ✓ Levam à ação;
- ✓ São mais orientadas em relação ao objetivo do que ao problema;

As perguntas poderosas

Perguntas fracas	Perguntas poderosas
Porque fez isso?	O que deve ser feito a partir de agora?
Onde acha que errou?	O que descobriu que pode ser diferente?
Qual é o problema?	O que queremos alcançar exatamente?
Porque tem que ser assim?	O que poderá ser ajustado?

Perguntas poderosas - exemplos

- ✓ O que pretende/procura exatamente?
- ✓ O que pode fazer para aumentar a sua vitalidade e saúde?
- ✓ Quais são as suas expectativas aqui?
- ✓ O que o faz feliz numa situação como esta?
- ✓ O que o motiva mais?
- ✓ O que de pior pode acontecer se fizer isto?
- ✓ Quem poderia ajudar nesta situação?

Perguntas poderosas - 3 dimensões

1. A construção da pergunta

O modo como a pergunta é construída pode fazer uma diferença enorme na abertura ou fecho das nossas mentes na consideração de novas possibilidades

Perguntas poderosas

Mais Vigorosas

Por que
Como

O que?

Quem, quando, onde

Qual
Perguntas Sim/Não

Menos Vigorosas

Perguntas Poderosas - Exemplo

- ✓ Está satisfeito com os nossos serviços?
- ✓ Quando é que se sentiu mais satisfeito com os nossos serviços?
- ✓ O que considera mais satisfatório nos nossos serviços?
- ✓ Como podemos melhorar o nosso serviço?

Perguntas poderosas - 3 dimensões

2. O escopo da pergunta

Para além dos cuidados na escolha das palavras é importante definir o objetivo/alvo que se pretende atingir.

Como podemos melhorar a qualidade do
produto/serviço/empresa?

Perguntas poderosas - 3 dimensões

3. As suposições embutidas na pergunta.

É importante estar ciente das suposições e usá-las adequadamente, examinando como estas podem ajudar ou dificultar a exploração de novos caminhos de pensamento.

Ex: Como podemos reduzir os preços dos nossos produtos para torná-los mais competitivos?

Critérios de qualidade das perguntas

- ✓ Clareza (Pode dar-me um exemplo?);
- ✓ Veracidade (Como podemos determinar o que aconteceu?);
- ✓ Precisão (pode ser mais específico?);
- ✓ Relação (Como isto está alinhado com a solução?);
- ✓ Profundidade (Que fatores podem ser considerados?);
- ✓ Amplitude (Podemos examinar isso sob outros pontos de vista?);
- ✓ Lógica (O que me está a dizer é coerente com a evidência?);
- ✓ Importância (O que é essencial para si?)

Spin selling - a arte de fazer perguntas

O *Spin selling* é uma técnica de venda que tem o cliente como foco principal. O vendedor deve portanto atuar como um consultor, questionando e entendendo os problemas do cliente de modo a mostrar as soluções possíveis.

Esta técnica é desenvolvida através de quatro tipos de questões:

Tipologias de Questões

1. Perguntas de Situação:

Visam compreender o contexto atual do Cliente, isto é, o conjunto de circunstâncias que levarão ao cliente a tomar uma decisão de compra ou não compra.

Exemplos:

- ✓ Há quanto tempo está a trabalhar nesta empresa?
- ✓ Costuma decidir a compra?
- ✓ Quantos trabalhadores emprega?

Tipologias de Questões

2. Perguntas sobre Problemas:

São perguntas que procuram identificar o problema, dificuldades ou insatisfação.

Exemplo:

- ✓ O seu automóvel consome muito combustível?
- ✓ Está satisfeito com os custos de manutenção?

Tipologias de Questões

3. Perguntas sobre implicações:

Procuram revelar as implicações (efeitos ou consequências) do problema do cliente. O objetivo é conseguir que ele mesmo descubra a forma em que o seu produto e/ou serviço pode ajudar a resolver o problema.

Exemplo:

✓ Disse-me que têm dificuldade em manobrar as máquinas. Como considera que isto poderá afetar a produtividade?

Tipologias de Questões

4. Perguntas sobre as necessidades de solução:

Este tipo de pergunta deve focar a atenção do cliente na solução e não no problema. São perguntas positivas centradas e questionam o valor ou utilidade de se resolver um problema.

Exemplos:

- ✓ Por que acha que seria bom ter uma máquina?
- ✓ O que isso permitirá fazer que agora não consegue?

Outras questões...

Perguntas fechadas:

São perguntas estruturadas para obter um 'Sim' ou 'não', ou outro tipo de resposta fechada e direta (uma data, por exemplo).

Outras questões...

Perguntas abertas:

Estimulam o diálogo e a inovação. Permitem estabelecer empatia com os clientes e explorar novos caminhos na negociação.

Outras questões...

Perguntas diretas:

São perguntas que dão ao cliente total liberdade de escolha ou afirmação, mas fazendo com que o cliente consiga responder objetivamente. São um misto entre as perguntas abertas e fechadas.

Exemplo:

- ✓ O que deseja?
- ✓ Quais são os acessórios que pretende colocar no carro?

Outras questões...

Perguntas manipuladoras:

Tentam induzir o comprador a dar a resposta que o vendedor deseja.

Exemplos:

- ✓ A saúde da sua família é importante para si?
- ✓ Ao comprar um apartamento, a localização é importante, correcto?

Outras questões...

Perguntas flutuantes:

Questões que normalmente evocam situações hipotéticas para perceber o interesse do cliente:

Exemplos:

- ✓ O que diria se...?
- ✓ Imaginemos a seguintes situação...
- ✓ Se não fosse essa a questão, compraria?

Outras questões...

Perguntas para determinar se há orçamento disponível:

Muitas vezes são questões iniciais que têm que ser colocadas para avaliar a possibilidade de o negócio avançar ou não.

Outras questões...

Perguntas para entender o processo de decisão:

Perguntas que levam à perceção de quem toma a decisão final, a fim de evitar ‘escalar’ uma venda.

Exemplos:

- ✓ Qual o processo que se segue quando precisa tomar uma decisão como essa?

Outras questões...

Perguntas para identificar e contornar objeções:

Permitem perceber o que está a causar desconfiança/desconforto/dúvida ao cliente.

Exemplo:

- ✓ Vejo que não está muito seguro. Qual é o ponto que mais o preocupa?

Outras questões...

Interrogações invertidas:

Permitem reforçar o que está a ser dito, acentuando determinados aspetos.

Exemplos:

- ✓ Não lhe parece?
- ✓ Não concorda?

Outras questões...

Perguntas de controlo/reformulação:

Servem para saber se nos compreenderam e para aplicar a técnica de reformulação.

Outras questões...

Perguntas Eco:

Estas perguntas não requerem resposta: servem para manter o diálogo e fazer com que o cliente continue a falar.

Exemplos:

- ✓ E então...?
- ✓ Sim?

Outras questões...

A interrogação - Bordão

Acrescenta-se a interrogação a qualquer afirmação do próprio cliente. Foi o próprio cliente que disse, portanto é verdade. Serve para vincular uma concordância.

Exemplo:

✓ Não é? /Não tem? /Não acha?

Outras questões...

Avanço alternativo:

Pergunta que sugere duas respostas que confirmam o avanço.

Exemplo:

- ✓ Quando lhe dará mais jeito que passe, de manhã ou de tarde?