



COMO VENCER O DESAFIO DE VENDER E VENDER MAIS



Licenciado



DEDICATÓRIA

Este e-book é dedicado ao meu pai Antonio Gomes Pereira, o maior mentor que já tive nesta vida, minha inspiração, amor incondicional e luz que me ilumina do berço a eternidade.

Agradecimentos

Escrever sempre foi um sonho alimentado desde a infância. Escrever é uma dádiva de Deus da qual agradeço com a alma. Mas, não seria possível chegar aqui se tão cedo não tivesse sido incentivada pela Dona Eveline Burgo, minha professora de português do ginásio, no SESI 358 de Bauru, mulher espirituosa que nunca desistiu de mim e muitas vezes me levou a matéria em casa para estudar quando eu não podia ir devido as obrigações com minha família.

Em nome dela agradeço a todos os meus professores, inclusive minha tia Luzinete Pereira, que me ensinou a escrever as primeiras letras.

James Mc Sill, mentor dos escritores, um dos maiores incentivador de Stortelling do mundo, minha inspiração literaria. Sou fã dele.

Ao Edilson Lopes, mentor querido, com sua força, coragem e garra acreditou em mim e me ensinou a honrar o conhecimento e as pessoas que vivem da educação empresarial, e sempre me instiga a escrever e a esvaziar a alma doando conhecimento.

Ao Professor Edécio Folchi, meu mentor querido que sempre me incentiva e apoia nas horas mais desafiadoras do negócio. Ao Luiz Bagattini, meu mentor modelo de referência neste negócio, e modelo de pai inspirador. E a todos da Nação K.L.A. que me inspiram todos os dias a ser uma profissional melhor.

A Izabel Bueno, Karen Fabiana Leite, Ana Paula Silva, João Ricardo Gomes, Luara Camargo, meus criticos literários que me falam as verdades doidas e necessárias.

Ao Ricardo Ferreira meu parceiro de todas as horas, companheiro de vida, um homem para amar, honrar e respeitar.

Aos meus Mentorados de ontem, de hoje e de amanhã, meus eternos professores que me fazem aprendiz todos os dias.

A Katiane Vieira, Rita Mamede e toda equipe AMXCOM e Agencia Foca por me incentivarem a entregar cada vez mais.

Ao Mário Polis que me tirou da zona de conforto e me fez dar o passo que faltava para retomar meu projeto de vida quando me convidou para o 1º E-Day Commerce. E aos colegas que dividiram o evento comigo compartilhando experiencias e sabedoria.

A todos meu abraço fraternal com o desejo de uma vida abençoada e digna.

SUMÁRIO

Apresentação da Autora	pág. 05
Prefácio	pág. 06
Introdução.....	pág. 07
Capítulo 1 - A Mentalidade Vencedora	pág. 10
Capítulo 2 – O Valor do Propósito	pág. 16
Capítulo 3 – Crie uma Comunidade de Fãs	pág. 23

Todos os direitos desta edição estão reservados ao autor. Nenhuma parte desta publicação pode ser reproduzida, distribuída ou transmitida por qualquer forma ou por qualquer meio, incluindo fotocópia, gravação ou outros métodos eletrônicos ou mecânicos, sem a prévia autorização por escrito de Andreia Gomes, exceto no caso de breves citações e alguns outros usos não-comerciais permitidos pela lei de direitos autorais.

APRESENTAÇÃO DA AUTORA

Andreia Gomes

Empresária e proprietária da Academia do Triunfo, Licenciada da Escola de Vendas & Negócios KLA, mais de 30 anos de experiência em vendas, liderança e gestão de negócios, mentora, escritora, palestrante. Bacharel em Administração de Empresas, pós-graduada em Gestão, MBA com extensão internacional na University of Miami. Certificada em coach com especializações na área pela Sociedade Brasileira de Coaching (SBC). É consultora em Análise Comportamental nos Métodos Via Profissional e DISC. Participou de cursos internacionais e nacionais com Brian Tracy, Martin Seligman, Tony Robbins, Fátima Doman, Ben Tiggelaar, Daniel Goleman, Marshall Goldsmith, Villela da Mata, Flora Victoria, Profª Carla Tieppo, James Mc Sill.

Autora do livro *Mulher Desperte o Poder Que Há Em Você*

Co-autora do livro *Como se Tornar Um Campeão Em Vendas K.L.A.*

Seu manifesto e de sua equipe

“Ajudar as empresas a gerar riqueza para todos os envolvidos e para a comunidade, promovendo a empregabilidade, abundância e prosperidade de forma justa e digna.

Esse é nosso jeito de contribuir com um mundo melhor para essa geração e as que virão. Esse é nosso jeito de construir um mundo regenerado para o ser humano.”

PREFÁCIO

Fazer as coisas “de acordo com as instruções” não é uma estratégia sustentável no mundo dos negócios de hoje. Essa mentalidade rígida está fadada ao fracasso em um mercado digital fluido, complexo e em constante mudança.

Mas isso não significa que os profissionais de todas as áreas, principalmente de vendas, devam evitar procurar bons livros para obter sabedoria e orientação sábias. Fortalecer seus conhecimentos através da absorção e destilação de informações de mentes brilhantes o ajudará a se tornar um profissional mais bem-formado.

Mente brilhante. Essa é sem dúvida uma afirmação que combina muito bem com a Andréia Gomes e este e-book – Como vencer o desafio de vender e vender mais.

O mundo moderno, globalizante e altamente competitivo, assiste a alguns deslocamentos importantes no campo dos negócios, e o principal deles: o coração de uma organização, que estava na produção, passou para a área de vendas.

O motivo é simples. Nesta última década, a ênfase passou para a descoberta de novidades – o que antes era focado em rotinas produtivas, evoluiu para uma visão estratégica de mercado.

Neste sentido, com a universalização das tecnologias, fica claro que os produtos se distinguem mais e mais pelo conteúdo e pela qualidade dos serviços que incorporam. O que provoca uma transferência de importância para o final do processo, ou seja, para o momento de contato com o consumidor.

Por isso treinamentos de vendas e livros como esse são tão importantes. E esse e-book em particular cresce em importância, também, porque hoje, se busca a utilização de “case” como ferramenta de treinamento e motivação. E “cases” de sucesso é o que não falta para Andreia Gomes. Começando pelo “case” de sua vida, que se configura claramente numa vendedora de sucesso.

Neste e-book é compartilhado pensamento com experiência no que é necessário para ajudar os vendedores e gerentes de vendas a obter suas ideias, apresentando uma abordagem em três capítulos para projetar, fortalecer e ativar princípios relevante e valioso para qualquer profissional de vendas.

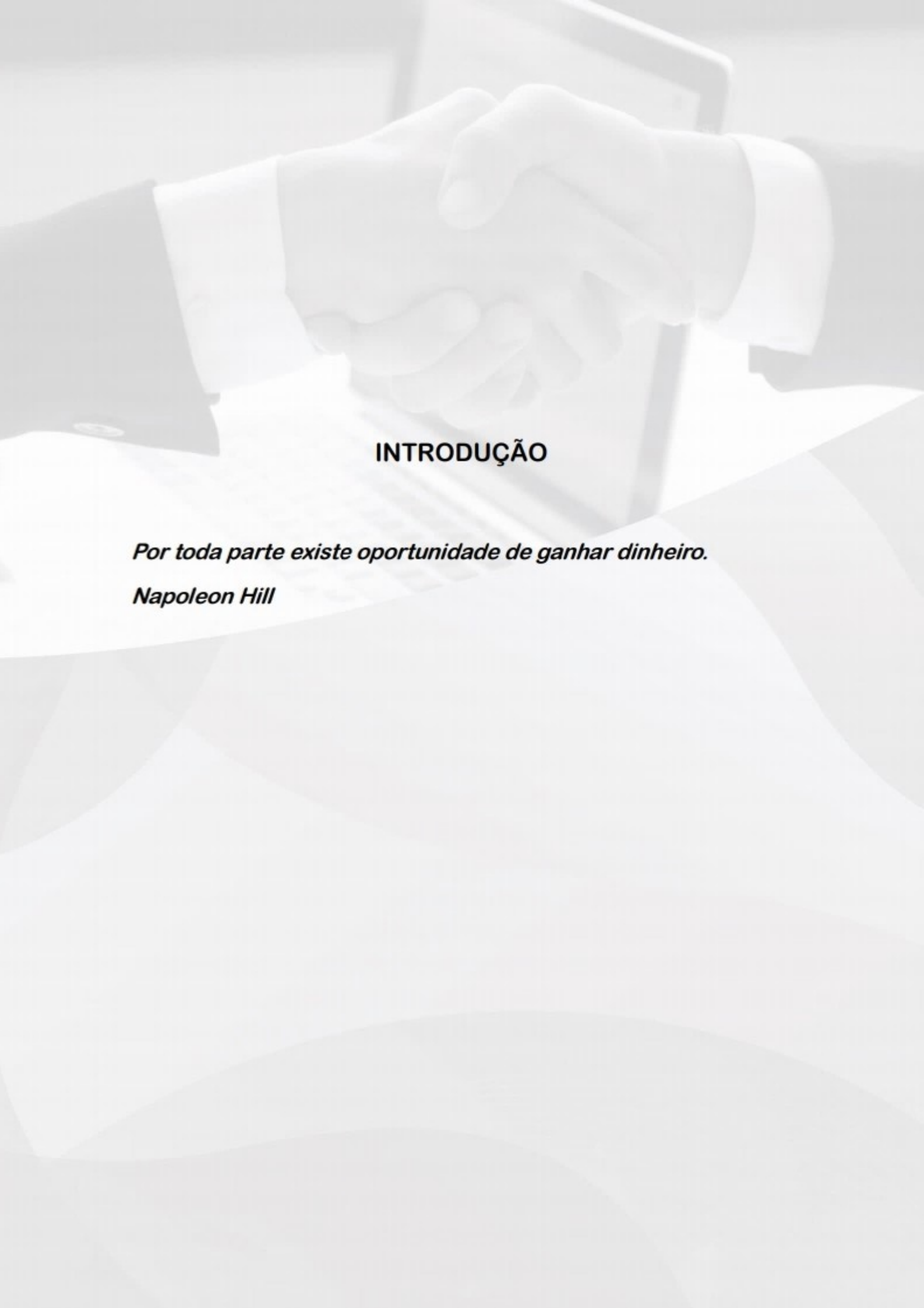
Conhecimento, em outras palavras, que os vendedores vão querer adquirir porque isso os ajudará a fazer o que fazem melhor.

Foi com prazer que aceitei o convite para prefaciar este e-book.

Tenho certeza de seu sucesso.

Katiane Vieira

Escritora, executiva, empreendedora e palestrante. Conhecida como a executiva que transformou a narrativa da sua vida em uma missão!



INTRODUÇÃO

Por toda parte existe oportunidade de ganhar dinheiro.

Napoleon Hill

Estamos na era da informação, do domínio das tecnologias e das inovações cibernéticas. Temos acesso a qualquer informação a partir de qualquer lugar do planeta. Ou seja, há abundância de informação. Isso nos dá a possibilidade de entender a ideia de um negócio antes mesmo dele sair do papel.

Sem contar com as inúmeras ferramentas de fácil compreensão para elaborar um plano de negócio e ser bem sucedido nas ações. Desta forma, precisamos admitir que não há desculpas para dizer que não sabe fazer ou que não tem como aprender a fazer.

Nós podemos e devemos nos preparar para atender as necessidades do cliente e entregar benefícios a ele. Seu negócio só vai existir se cumprir essa regra.

Nós da K.L.A. Escola de Vendas & Negócios acreditamos na força do conhecimento, acreditamos que quando sabemos fazer fazemos melhor. Por isso, em qualquer lugar do Brasil é possível encontrar uma unidade da Rede pronta a atender empresários e líderes nessa desafiadora missão de compreender o mercado, desenvolver um negócio preparado para dar um serviço de Alto Nível através de uma Equipe de Alta Performance para se ter uma Empresa Lucrativa.

Conhecimento liberta qualquer um da ignorância, do desconhecido. Conhecimento diminui o medo porque leva luz onde há muitas dúvidas. Conhecimento clarifica ideias, gera inovação, aperfeiçoa o que já é bom, produz inteligência. Conhecimento com prática nos dá a Sabedoria.

A Ação transforma atitudes em Resultados. Guarde essa frase e a faça como um lema e isso lhe dará força para se manter em aprendizado contínuo. Esse é o segredo de pessoas bem sucedidas em seus negócios. Esse é o segredo de grandes homens e mulheres que viraram lendas na superação de desafios.

Conhecimento liberta e Ação o transforma em Resultado.

Por isso, entre tantas virtudes irmãs e amigas do sucesso está a humildade para aprender. Somos humildes quando reconhecemos que o sucesso não pertence a um ser semideus como um Hércules, dono de todas as virtudes e talentos para vencer 10 desafios grandiosos, mas sim como um ser humano comum como um Andrew Carnegie, que reconhece suas limitações e busca parceiros que o fortalecem ou especialistas que compartilham o maior de todos os tesouros - o conhecimento.

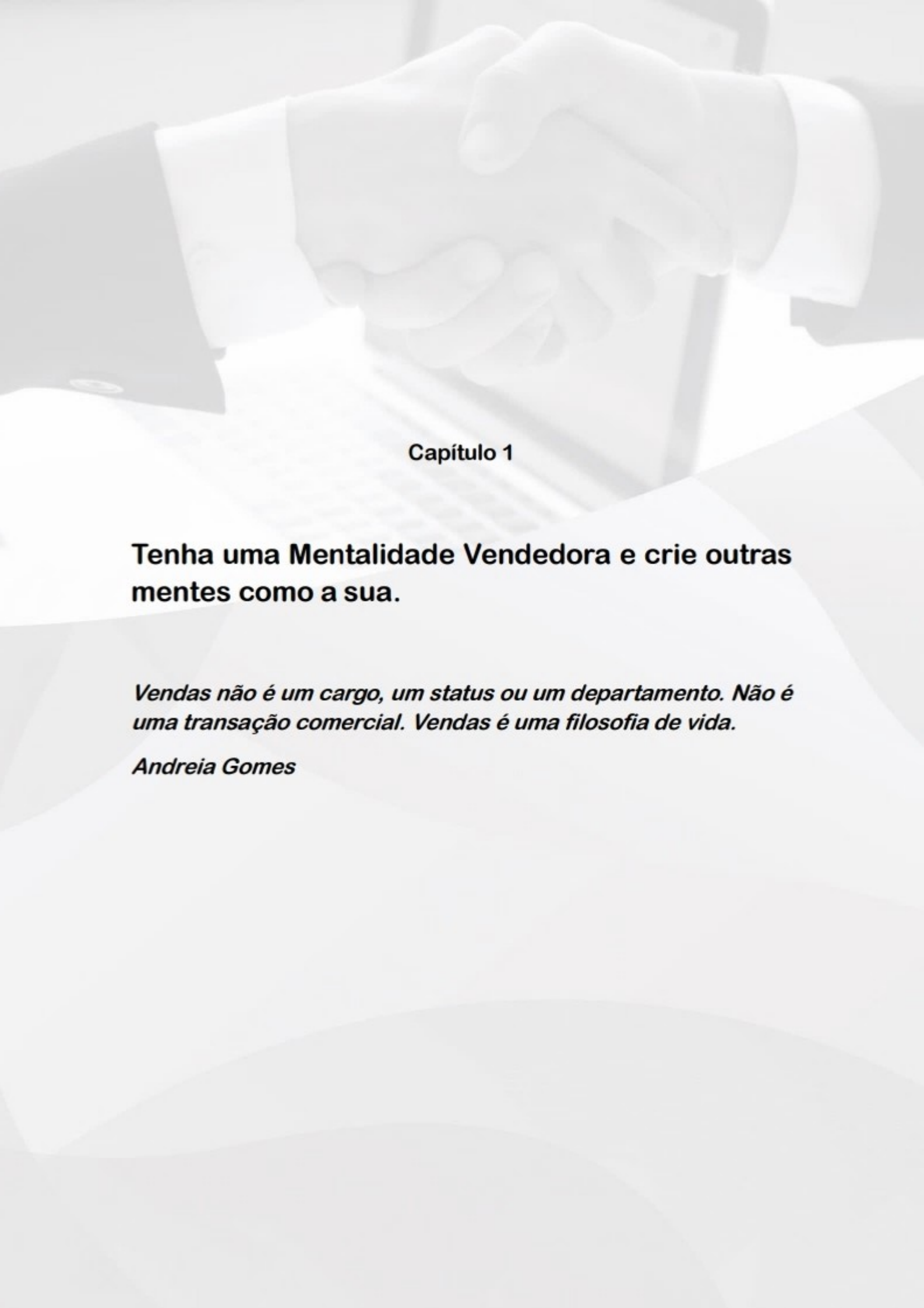
Aqui jaz um homem que soube ter junto a si homens que eram mais inteligentes que ele.

Andrew Carnegie

Esse e-book pretende compartilhar com você 03 pilares que fortalecem qualquer empresa no desafio de vender e vender mais. São pontos que ajudarão você a entender, compreender e assumir a responsabilidade de fornecer facilidades e soluções a outras pessoas.

Você não precisa ter um negócio para ser dono de um negócio, a simples vontade de contribuir com a satisfação do outro e seu progresso, já o torna empreendedor e vendedor de soluções.

Aproveite a Leitura!



Capítulo 1

Tenha uma Mentalidade Vendedora e crie outras mentes como a sua.

Vendas não é um cargo, um status ou um departamento. Não é uma transação comercial. Vendas é uma filosofia de vida.

Andreia Gomes

Quem me conhece hoje dando aulas ou mentoria de vendas não sabe que eu já fui alguém que não gostava de vender. Na infância me ensinaram a ver vendas como a última opção de escolha para profissão. Era como se a riqueza e a prosperidade fossem reservadas somente para famílias tradicionais e ricas. Elas não estavam nessa posição social porque haviam se dedicado a vender ou comercializar produtos.

Não, de forma alguma. Estavam nessa privilegiada posição porque haviam nascido numa família abastada ou haviam superado adversidades e estudado para serem médicos, dentistas, advogados, engenheiros, políticos, entre tantas outras profissões. E, ainda haveria o plano B, ter um comércio, ou um negócio próprio caso não encontrasse um bom emprego.

Já adulta, tive a oportunidade de estudar com Brian Tracy, para mim um dos maiores Gurus em estratégias de vendas desta nossa época. Um dos seus primeiros de muitos ensinamentos sobre vendas foi sobre paradigmas mentais de vendas. Sua primeira pergunta foi:

Como foi sua primeira experiência com vendas? Quais são suas lembranças sobre vendedores?

Naquele momento um vácuo abriu um enorme espaço no tempo e como num clarão memórias surgiram e me trouxeram clareza sobre meus próprios padrões mentais em vendas.

Antes de continuar a leitura, experimente responder essas perguntas. Vai se surpreender como elas interferem na forma como pensa e age hoje.

Como foi sua primeira experiência com vendas? Quais são suas lembranças sobre vendedores?

Eu sou filha de um casal que a vida toda empreendeu. Nunca vi meu pai ou minha mãe com carteira assinada. Para eles, viver daquela forma era sobreviver criando oportunidades para sustentar a família. Realmente era, mesmo assim, parecia ser uma sofrência empreender para sobreviver.

Levavam uma vida dura cercada de incertezas, inseguranças e muito trabalho árduo, pouca diversão, passeios somente nos almoços de família e mesmo assim, depois do comércio fechado. Que casal trabalhador aquele. Até hoje ambos são exemplos de gente dedicada a ganhar seu próprio sustento.

Meu avô materno era feirante dos bons. As caixas de laranjas e bananas eram carregadas de madrugada e descarregadas já vazias na hora do almoço. As

pessoas adoravam ser atendidas por ele. Como meus pais, ele estava sempre cansado e preocupado com o dia seguinte.

Eu os admirava, mas me dava uma dor no coração assistir a vida que levavam. O tempo todo eu os ouvia falando de servir melhor os fregueses, do cuidado com as cadernetas da venda e das contas que precisavam ser pagas.

Como eles dependiam dos fregueses! Parecia que os fregueses eram os patrões e eles os funcionários que os serviam. Esse cruzamento de palavras era apavorante para mim, chegava a me dar até raiva dos fregueses.

Me lembro que um dia uma moça morena de cabelos compridos, muito bonita por sinal, entrou na venda do meu pai e pediu um maço de cigarros Hollywood, na época era uma marca muito requisitada e um hábito cultuado, bem diferente dos dias atuais. Ele a atendeu com um sorriso, de um jeito muito educado, foi puxando o maço do display exposto na parede atrás dele. Ao ver a cor do maço ela disse:

“Ah seu Antonio, só tem o vermelho? Mas eu queria o Azul.” Ele calmamente explicou que o vendedor de cigarros estava a dois dias atrasado e que talvez a tarde, quem sabe, ele traria. Ela muito insatisfeita, fez um cara de desdém guardou sua nota e foi embora. Meu pai ficou muito bravo com o vendedor e passou o dia todo esbravejando, dizia que o rapaz era um irresponsável, que não tinha palavra, que pegou seu dinheiro adiantado e não entregou a mercadoria.

Olhou para mim e disse: “não confie em vendedor, todos são interesseiros, querem seu dinheiro e te largam na mão. Não pague antes de receber, não caia no conto de pagar adiantado.” Esse foi só mais um dos longos discursos contra vendedor.

Para mim meu pai, minha mãe e meu avó eram os heróis porque mesmo sem estudo eles sustentavam a família com o sacrifício de prestar um serviço em um negócio que os escravizava. E vendedores e fregueses eram as pessoas que os deixavam nervosos, irritados e muito bravos.

Mal sabiam eles que eram vendedores. Eu fui entender muito tempo depois. A maioria das pessoas acham que a venda acontece espontaneamente baseada no apelo do produto. Talvez numa época onde a indústria ditava o que deveríamos comprar e nos influenciava em como nos comportar como consumidores isso faria sentido.

Não hoje, não agora. Os tempos são outros e se você não se adaptar as exigências do seu cliente e atender as suas necessidades, poderá ter o melhor produto do mercado, ainda assim, ele não irá comprar. Agora, quem dita as regras são os clientes filhos dos fregueses de ontem.

Todo mundo tem suas próprias experiências com vendas, vou te contar a minha primeira experiência como vendedora. Antes uma pergunta:

Como foi sua primeira experiência vendendo algo para alguém? Como se sentiu naquele momento?

Quando chegou meus 14 anos eu precisava de um vestido de formatura para minha 8ª série e pagar as mensalidades para o baile da formatura. Meus pais não tinham condições de arcar com todas as despesas, então, resolvi trabalhar.

Adivinhem o que me ofereceram? Acertou, vendedora de loja. Fui trabalhar na loja Baú Presentes em Bauru. Minha “patroa” dona Cidinha, me achava uma moça ajuizada e muito direita, logo me deu a vaga. Outras duas amigas de sala de aula também estavam trabalhando lá. Eu ia trabalhar todo dia com medo de não vender. Não sabia nem por onde começar. Ela apenas dizia:

“Atenda com educação aos clientes, passe o preço da etiqueta e o leve para o caixa”.

Simples assim? Não. Os clientes em meio a tantas opções de peças para presentes queriam orientações para escolher. Me lembro que certa vez, uma senhora elegante de gestos suaves e com um coque no alto da cabeça impecavelmente alinhado se dirigiu a mim e perguntou:

“Querida menina, você pode me ajudar?”

“Claro, senhora, estou à sua disposição.” Respondi quase gaguejando.

“Eu tenho uma afilhada que está fazendo aniversário de 15 anos. Estou pensando em dar essa caixinha de música aqui. O que você acha?”

Eu peguei a caixinha de música cor de rosa na mão, dei corda e fiquei olhando aquela bailarina rodopiando sobre um espelho cheio de pedrinhas que pareciam brilhantes. Olhei para ela, depois para caixinha, e sem pensar duas vezes respondi.

“Eu não iria gostar, não, não. É rosa, a música é chata e eu nem gosto de balé.”

Ela me olhou com os olhos arregalados, segurou o ar por um minuto e caiu na gargalhada.

“E o que você gostaria de ganhar que tem nessa loja.” Me deu mais uma chance de vender.

“Não tem nada aqui que eu gostaria. Eu prefiro uma calça jeans da Versati.” Apontei a loja que ficava no meio do quarteirão e disse:

“Ali naquela loja tem, se a senhora for lá vai encontrar.”

Ela ria tanto que todos a olhavam. Segurou meu rosto entre as mãos e me deu um beijo, se despediu e saiu da loja. Claro, sem comprar nada. Pode rir, eu sei, vendi para o outro. Mas, vendi!

A dona Cidinha estava no caixa assistindo toda cena. Muito contrariada e com o rosto avermelhado me chamou e controladamente me repreendeu finalizando com uma sentença.

“Andreia, você é minha pior vendedora! Não nasceu para vender! Já que faz datilografia, a partir de amanhã você vai trabalhar com meu filho e datilografar notas promissórias. Não quero te ver na loja. Você está proibida de ficar aqui. Vai trabalhar na administração.”

Naquele momento eu sentia um misto de libertação e medo. Pensava que se não havia nascido para ser vendedora só me restava estudar para ser alguém na vida, ou a segunda alternativa, se essa não desse certo, teria que saber abrir um negócio meu. Pensei e decidi, vou ser professora.

Essas lembranças me fazem rir. Quantos paradigmas somos capazes de absorver ao longo da vida, na maioria são tão equivocados. Interpretamos mal as situações, julgamos apressadamente sem dar a oportunidade para um novo raciocínio ou um novo aprendizado. Nossas fontes de crenças são abundantes, mas nem todas são convenientes, positivas, motivadoras ou representam a verdade com justiça.

Pode até te parecer um tanto duro essas considerações, mas é a realidade de mais de 40 anos atrás. Meu pai ouviu isso, eu ouvi isso, e acho que está na hora do meu filho parar de ouvir e você também.

Se você quer ser bem sucedido em qualquer área da sua vida, saiba que:

Você vai vender! Vendemos o tempo todo!

O Edilson Lopes, fundador da K.L.A. diz que “a vida é uma venda.” Ele está absolutamente certo.

Hoje mesmo você vendeu suas ideias, suas opiniões. Você defendeu a importância do que faz ou pretende fazer. Encontrou soluções para problemas e as ofereceu a alguém ou a si próprio.

Você vende todas as vezes que troca alguma coisa por outra com alguém e até consigo mesmo.

Não se define vendas por um comportamento, mas se dá uma qualidade ao comportamento de um vendedor. Portanto, vender não é bom ou ruim, a relação e a experiência de vender e comprar pode ser avaliada ou qualificada como boa ou ruim.

Sua empresa esta preparada para causar uma boa experiência aos seus clientes? Seus colaboradores entendem que vender é necessário? Eles sabem como causar uma experiência lendária aos seus clientes?

Talvez você já tenha um talento natural para empreender, mas não sinta o mesmo sobre vender.

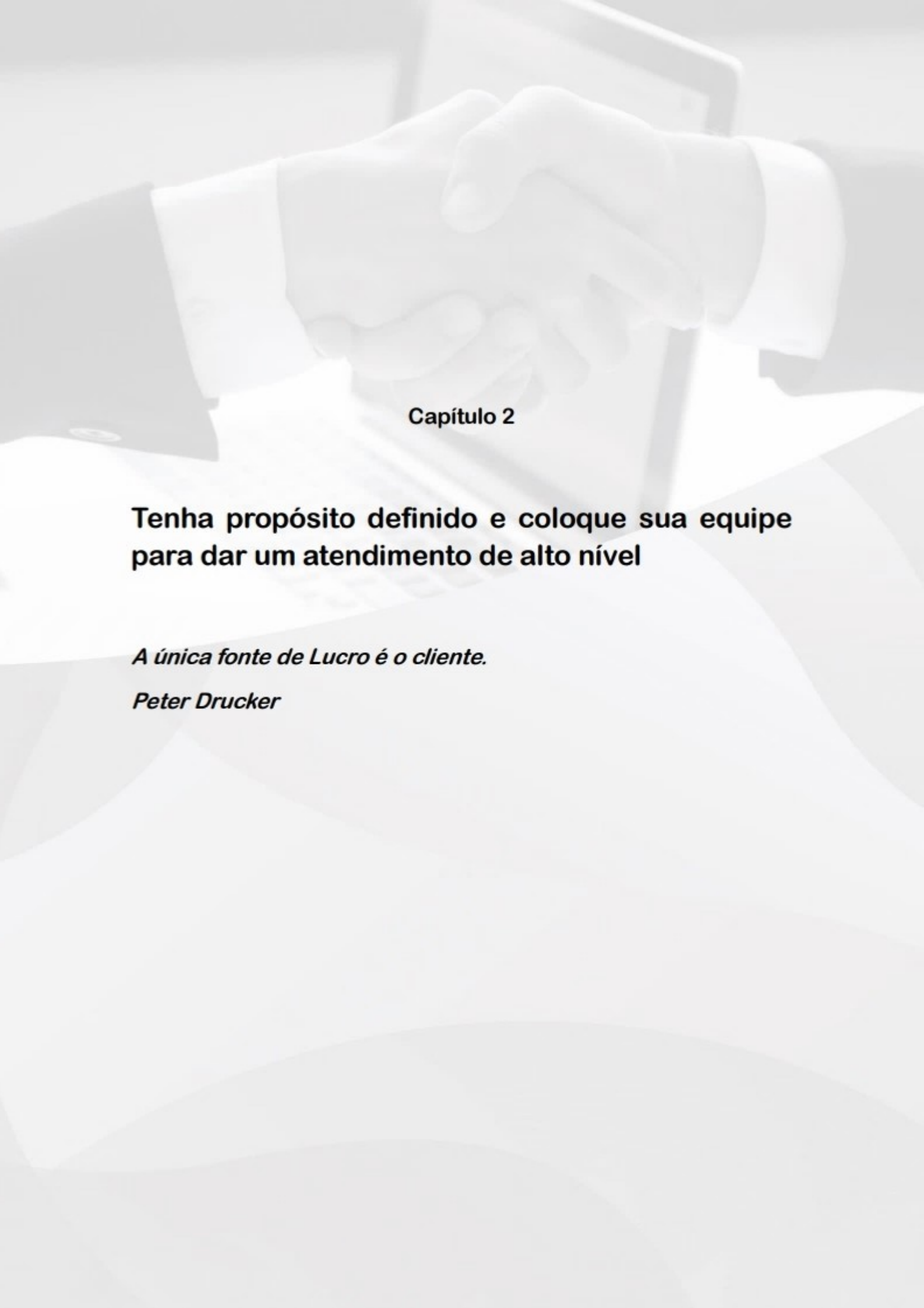
Ou quem sabe, você tenha o gosto natural por vender, e agora, esteja pensando em empreender em um negócio próprio, porém tem dúvidas de como fazer a venda acontecer.

Ainda que, esse paradigma não se encaixe a você, recomendo fortemente compreendê-lo pois seus vendedores e clientes certamente os tem. Saiba que, você é exceção à regra.

Desenvolva uma mente vendedora sem culpa e assuma o controle da ação para vender. Seus resultados irão aumentar exponencialmente.

Coloque toda a empresa para vender e perceba como os processos irão fluir de forma orgânica.

Desmistifique vendas para sua equipe. Crie uma mentalidade vendedora em todos. Estabeleça uma relação com seus vendedores e seus clientes de reciprocidade e veja seus resultados subirem a estratosfera do seu sucesso.



Capítulo 2

Tenha propósito definido e coloque sua equipe para dar um atendimento de alto nível

A única fonte de Lucro é o cliente.

Peter Drucker

Você já comprou um produto de altíssima qualidade, usou, gostou e quis comprar de novo mais não teve nenhuma vontade de voltar ao lugar para a recompra?

Isso já aconteceu comigo algumas vezes, mas um casal de amigos me relatou um caso que me surpreendeu. Me deu vontade de ir até lá e oferecer uma mentoria gratuita. Você vai entender porque nunca ofereci e não ofereceria hoje.

Eles moravam numa cidade pequena, mas não tão pequena assim, do interior de São Paulo. O filho deles na época devia ter uns 4 anos de idade, era o famoso temporão, a filha deles já tinha 16 anos. Moravam lá há algum tempo e precisaram trocar o pediatra que acompanhava o filho desde o parto, era um membro da família.

Lamentavelmente, o médico sofreu um acidente e se afastou da profissão. Sem nenhuma opção meus amigos tiveram que trocar o pediatra, mas foram a um recomendado pelo próprio médico.

A clínica oferecia 04 especialidades que se complementavam, incluindo odontopediatria. A ideia de estar num lugar que oferecia todas as especialidades para família os motivava, além do mais a reputação deles como eficiência médica era excelente, isso os animou ainda mais. Por isso, não estranharam a dificuldade de agendamento, as linha de telefones eram todas muito ocupadas, levaram dias tentando contato.

Se você é pai ou mãe sabe o valor de um pediatra na família, criança vive doente. E se tem pet, ter um veterinário disponível traz tanta tranquilidade quanto.

Quando chegaram na clínica se surpreenderam com o ambiente mal cuidado. O problema não eram as poltronas antigas ou as revistas velhas, mas o estado delas. As poltronas estavam sujas e muito desgastadas, as revistas rasgadas e espalhadas por todo lugar, assim como os vasos com plantas secas, a fonte de água que deveria tornar o ambiente harmonioso estava verde musgo.

Havia muitas pessoas a espera, o que também não seria um problema se houvesse informação ou alguma distração para tornar o momento menos angustiante, mas o que se ouvia eram queixas das próprias atendentes do muito trabalho que tinham que fazer porque os telefones não paravam de tocar.

Agora pasmem, o pior ainda esta por vir. Elas deixavam alguns telefonemas tocando, outros aparelhos fora do gancho e apenas uma linha era atendida, enquanto outra linha era usada para ligar para alguns pacientes a pedidos dos médicos marcando o retorno para tratar de resultados de exames realizados.

Ou seja, a dificuldade do agendamento não era o número de ligações a procura dos médicos, era a falta de paciência e o descaso das atendentes, além do total desapego aos pacientes que estavam naquele lugar.

“Ninguém vai ao médico passear se não for da família dele”, dizia minha amiga. A simples lembrança do momento a deixava completamente irritada. Disse que ficou lá por horas e que quando foi atendida já estava tão irritada que pensou em brigar com o médico.

Mas, o médico foi espetacular ao atendê-los. Já conhecia o caso da criança e estava a espera dos pais. Ela se acalmou gostou tanto do atendimento dele que resolveu comentar sobre a experiência. Para sua surpresa e do marido, o médico se consternou.

Disse que ela estava sendo exagerada, que pacientes não conseguem entender as dificuldades da agenda de um médico e que as atendentes estavam na clínica a muitos anos e isso era impossível de ter acontecido. Se despediu e pediu para que ela fosse mais cordial com suas atendentes, afinal estavam fazendo um favor de arrumar um horário na agenda dele.

Bom, nem preciso dizer que a esta altura do relato eu já estava me segurando na cadeira para não levantar e sair em disparada. Minha vontade era entrar no carro, ir até a cidade deles e falar com a clínica sobre o quão poderiam estar perdendo e o quanto estavam maltratando os pacientes. Sinceramente, não resolveria. Você deve estar se perguntado: Porque não resolveria?

Porque certamente, meu diagnóstico neste caso, é a “falta de propósito definido e compartilhado”.

Toda empresa antes mesmo de estabelecer o nome e a identidade dos seus produtos e serviços tem que definir e resolver o porquê irá ofertá-lo no mercado.

Em tempos de aceleração do avanço do domínio digital todos querem divulgar seus produtos e conquistar cada vez mais o interesse de clientes. Os profissionais de mídias digitais discutem com seus clientes a principal pergunta que os ajudará a elaborar e promover uma campanha campeã. É aí que começa o desafio e as discussões intermináveis para sair do lugar com “pinta de campeão!”

Qual problema seu produto ou serviço resolve?

E a maioria das respostas é uma cara de espanto e surpresa com um misto de “como assim, você não entendeu” ou “como assim, eu não entendi”.

Isso porque há uma confusão entre funcionalidade do produto e benefício que oferece. Por exemplo:

Todos os cremes dentais para serem cremes dentais precisam cumprir a funcionalidade de higienização bucal. Mas, o benefício é que separa as marcas que ficam na prateleira e as que vão para o caixa. Os que seguem para o caminho do sucesso entregam um sorriso conquistador, um diálogo seguro e

refrescante, um beijo apaixonado com entusiasmo. Conseguiu entender? Pois é, isso é benefício, é isso que os clientes querem.

Sabe por que é tão difícil responder essa pergunta? Porque nem todas as empresas olham para o mercado e entendem de fato o motivo que as pessoas compram o produto ou o serviço.

Os tempos são outros mais a escola dos paradigmas equivocados do passado ou ultrapassados pelo presente, insistem em nos ensinar a olhar o que o produto faz e não o que ele realmente resolve na vida do cliente ou da sua empresa e família.

O indivíduo que está interessado somente nos seus problemas, está fadado ao fracasso. Enquanto aquele que se concentra nos problemas dos outros, trilhará o sucesso.

Dale Carnegie

Quer vender e vender mais a cada dia, usufrua mais do seu tempo procurando saber o que está acontecendo com seu cliente que o fez ou o fará comprar o seu produto ou serviço para solucionar a questão que o incomoda. Entender isso é desvendar o mistério da aproximação do seu cliente com seu negócio.

E vá além, entenda onde ele procura a solução. Quando souber esta resposta terá descoberto onde ele vai te encontrar, aí como num passe de mágica vai descobrir o melhor canal que te aproxima do seu cliente e como ele quer receber sua ajuda.

Muitas décadas se passaram daquele tempo em que a indústria decidia o que o consumidor deveria comprar e por consequência, como ele se comportaria na sociedade ao usá-lo. Agora, e principalmente neste instante, ninguém decide o que você amigo leitor compra ou como vai agir. O controle está cada dia mais na sua mão.

Tenho certeza que você está agora mesmo, envolvido numa causa social ou numa causa familiar, ou ainda, numa causa pessoal. As pessoas querem possuir coisas que representem seus valores, querem se associar a marcas que se identifiquem com quem são. E querem ser atendidas como alguém que tem nome, sobrenome e o controle de mudar de canal, desligar ou deletar.

Meus amigos não tiveram dúvidas, entraram em contato com o SAC do convênio e formalizaram uma reclamação no site, inclusive, questionando os valores culturais da organização por admitir este tipo de conduta de um associado. Ainda assim, tinham um problema para ser resolvido, o filho precisava ter um acompanhamento médico.

Procuraram na internet médicos da região, depois verificaram e confirmaram a reputação e o tipo de atendimento de cada um, usaram suas redes de contato em vários aplicativos sociais, por fim, escolheram um novo médico numa cidade vizinha e estão felizes.

O objetivo dos estudos de preferência do consumidor é adequar o produto ao público, e não, como procura fazer a propaganda, adequar o público ao produto.

W. Edwards Deming

Conseguiu despertar em você o valor do propósito? Então responda:

Porque seus clientes comprem seu produto ou serviço? Qual a intenção deles por trás da compra?

E, responda mais uma pergunta:

A intenção dele corresponde a sua intenção de vender? Você sente prazer em resolver esse problema ou esta apenas satisfeito com mais uma venda feita?

Nada contra comemorar a soma do faturamento, vamos falar abertamente, nada contra o dinheiro que entrou pela compra realizada. Mas é só isso? Se for só isso, você precisa parar e refletir sobre o quanto está motivado a continuar nesse jogo de empreender ou de ter um negócio, ou ainda, estar defendendo a empresa que te contratou.

Talvez seu problema real não esteja em Vender ou ser Vendedor, esteja no porquê você está nesse jogo com essa causa. A causa do resultado financeiro.

O que é um propósito mais elevado? É algo que não pode ser focado internamente, como ocorre com a ação de ganhar dinheiro...quando fica óbvio que o lucro, que é legítimo, é o impulsionador de um negócio, todos...rapidamente começam a servir a si mesmos, focados em seus próprios interesses e no enriquecimento pessoal. A lealdade e a paixão com frequência são abandonadas.

Ken Blanchard

Não jogue esse jogo sozinho, convoque a equipe para jogar junto. Cliente adora ser torcida. E quando os jogadores são bons, convocam uma galera e formam uma torcida organizada. Que tal ter uma torcida organizada? Que tal uma arquibancada lotada de jogadores que espontaneamente foram te aplaudir e torcer pelo seu sucesso? Que tal não ter que pagar o ingresso para irem te ver jogar?

Cada vez que alguém compra seguidores, mailing, ou listas de contatos de outras empresas está aceitando intimamente que não está sabendo jogar. Há que se ter cuidado com essa estratégia.

Novas regras estão mudando e regulamentando a segurança da informação do cliente, que convenhamos, pode ser a sua ou a minha identidade circulando ou sendo exposta sem a nossa permissão. Não queremos isso, não é verdade? Fale com seu contador ou seu advogado sobre isso.

Engajar sua equipe para o propósito definido é extremamente relevante para se chegar ao topo dos seus resultados. Coloque todos para vender. Lembre-se:

Vendas é uma filosofia de vida.

Dê a eles uma razão para fazerem o que fazem. Faça-os se sentirem parte da realização do propósito que move a empresa. Tenha certeza, todos somos voluntários para fazer história nas vidas das pessoas.

Encontre as pessoas certas para sua causa, contrate pessoas que se importem com a causa que você defende e terá mais força para engajar uma equipe a alta performance.

Agora, se você é colaborador em uma empresa, ainda assim é um empreendedor, trabalhe em uma causa que tenha orgulho de defender, tenha certeza, não importa que causa seja, vai se apaixonar pelo que faz e como faz. Vai vender e vender mais a cada dia, naturalmente você venderá.

Esse é o segredo de quem vende e vende mais a cada dia.

Todos na empresa são vendedores. Todos são responsáveis por colocar o pão para dentro de casa.

Edilson Lopes

A Casa Bonita Interiores, uma loja de móveis em Americana/Sp, tem atendimento personalizado e exclusivo aos seus clientes, são mais de 10 anos de dedicação a excelência do atendimento. O propósito deles é claro.

“Casa Bonita, seu lar seu melhor lugar.”

Esta expresso na sua identidade o que oferecem. Não são móveis, não são objetos de decoração, é a realização de uma casa bonita que atenda as necessidades e os valores importantes para quem mora nela.

A líder, Rose Succi, não abre mão de um atendimento de excelência. Está no dia a dia acompanhando os detalhes da operação para que o cliente sinta a emoção de ver sua casa bonita com a sua personalidade em destaque.

Tem ideia de quanta coisa está envolvida nesse processo? Da porta de entrada da loja até a porta da casa do cliente tem muita coisa acontecendo. Entregar uma casa bonita para ser o melhor lugar para o cliente é o desafio que esta equipe tem que cumprir.

Como fazem isso? Treinam constantemente, se falam o tempo todo, nunca estão satisfeitos com o processo sempre querem melhorar, dedicam atenção aos detalhes, e estão conscientes de que não vendem móveis ou decoração, realizam sonho de uma casa bonita, um lar, o melhor lugar para se estar.

A Tedesco Motors, uma loja especializada de Motos Custom, em Santa Barbara D'Oeste/SP, tem 10 anos de tradição. Quando dizem que são especializados chamam para si a responsabilidade de resolver tudo sobre as Motos Customs.

Ter parceiros igualmente dedicados a entender a evolução dessa indústria é essencial. Mas, só isso não basta. É preciso ter colaboradores que queiram se especializar a todo instante, por isso, o aprendizado contínuo e o compartilhar tem que ser levado com critério de forma séria e responsável. O envolvimento da equipe em passar tranquilidade e segurança para os usuários é fundamental.

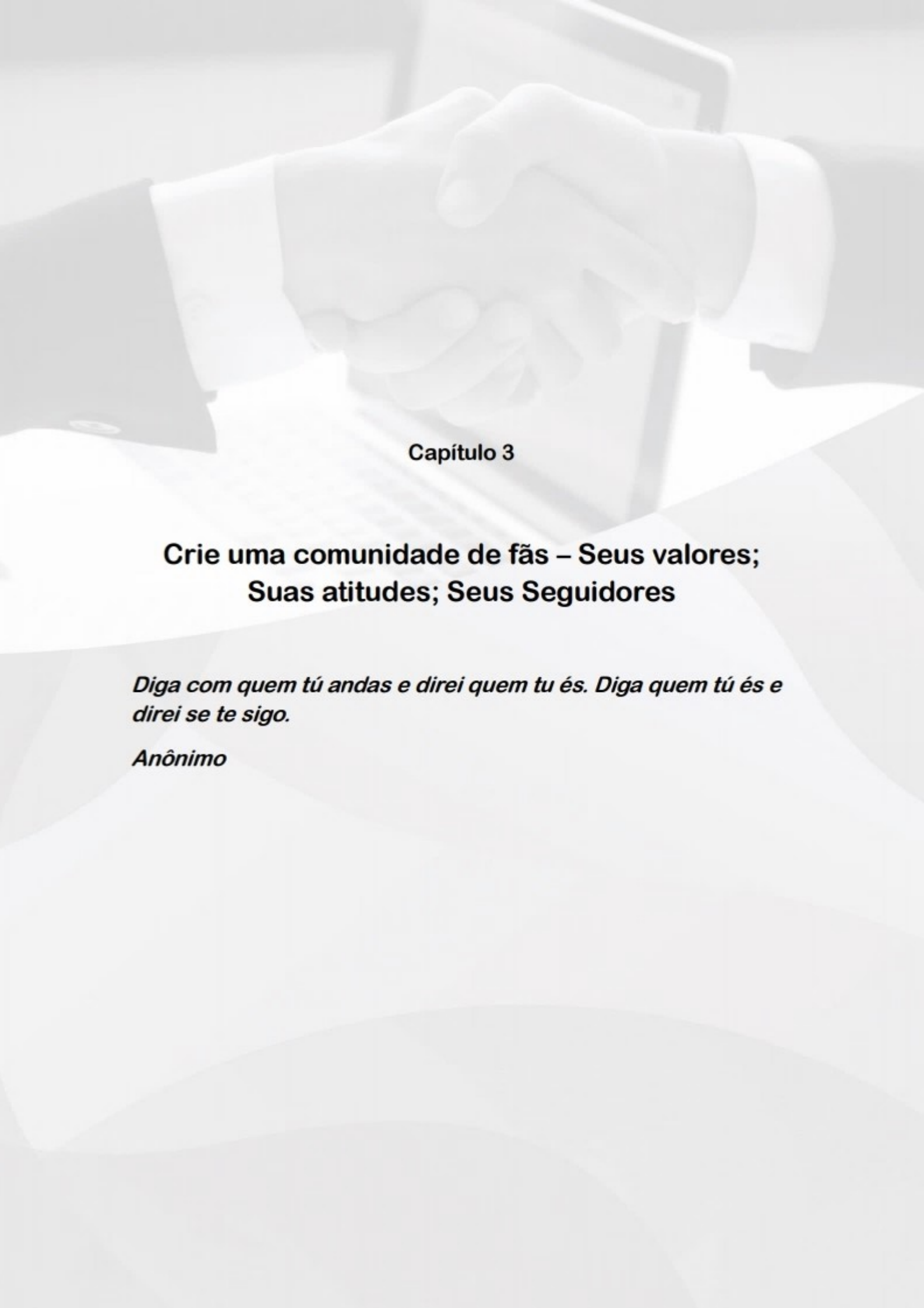
A Gabriela Mayoral e o Gustavo Tedesco, líderes da empresa, não abrem mão da excelência do atendimento, mas querem que os colaboradores entreguem um show a cada moto que entra. Todos tratam as motos como se fossem filhos dos clientes. Elas são devolvidas melhores do que chegam.

Como fazem isso? Treinam constantemente, investem no conhecimento de todos, estimulam o melhor em cada um reconhecendo o potencial de cada participante da empresa, e o trabalho do time. Quando não está bom para um, não está para todos.

É provável que se você estiver lá e for ao banheiro irá ver no espelho, o mesmo que todos que trabalham lá vêem:

“Aqui você é o sucesso!”

Entenda que ninguém vai trabalhar para te enriquecer, mas vão se entregar, irão dar todo esforço necessário para realizar algo que tenha valor na vida de alguém.



Capítulo 3

Crie uma comunidade de fãs – Seus valores; Suas atitudes; Seus Seguidores

Diga com quem tú andas e direi quem tu és. Diga quem tú és e direi se te sigo.

Anônimo

Não há quem resista a um homem ou uma mulher de valores alto. Nem mesmo aqueles que insistem em não ver, para não aprender pelo exemplo, para não ter o trabalho de se esforçar e vencer as suas próprias limitações.

Tente ficar parado ao lado de uma pessoa dinâmica, acelerada, inquieta que o todo tempo esta produzindo alguma coisa com sorriso, animada, motivada e entusiasmada. Nem mesmo 5 minutos te farão ficar estático, sem mover um músculo sequer. A não ser que esteja sendo desafiado a ficar parado, do contrário, você vai entrar em ação.

Sei disso porque sou casada com o Ricardo Ferreira há 22 anos. Esse homem não me deixa um dia sem produzir alguma coisa. E alguns amigos acham que eu sou a bateria desta relação. Quando ouço isso, dou aquela olhada de esposa, e como você, caímos na risada.

Um sábado desses, eu estava em casa, como de costume acordamos junto com o sol, aqui não tem galo para despertar, porém tem umas maritacas barulhentas, lindas e muito queridas, mas barulhentas, só cessam quando as janelas são abertas. Eu até que tentei ficar na cama para dormir um soninho a mais, não deu, olhei para o lado e percebi que já estava sozinha.

Como você vivemos uma vida bem preenchida em todos os horários sem lacuna, sem espaços em branco. Aquele sábado era especial para mim, fazia meses que não tinha um final de semana sem compromissos com palestras, aulas, mentorias ou algum projeto para ser concluído. Pensei em tirar o dia e fazer nada. Nada mesmo.

Pegei minha xícara de chá e fui dar aquela olhada preguiçosa nas minhas orquídeas e nos meus bonsais. De repente, me deparei com o quintal cheio de madeiras, uma bancada, ferramentas espalhadas, e o Ricardo de um lado para outro com um papel, um lápis e uma régua. Ele não é marceneiro, vale avisar. Curiosa perguntei para ele:

“O que é isso tudo aí? Estamos esperando alguém? Perdi alguma coisa?”

Ele como sempre, rindo enquanto continuava a se mexer de um lado para outro, disse:

“Vou fazer um armário para suas orquídeas e os nossos bonsais.”

“Como assim” - falei e continuei – “de qual lugar você tirou essa ideia? Pensei que íamos descansar, fazer nada de nada.”

“Fica tranquila, já estou estudando isso a dias, pesquisei na internet (pode rir, eu ri também), falei com seu amigo Leonardo Petrillo, da Madeireira Bella Vista, ele já cortou a pior parte, deu umas dicas e estou animado. Vai ficar lindo”.

Pensei, lá se foi meu descanso! E, foi mesmo! Até tentei ficar na rede só olhando o que ele ia fazer. De repente já estava pegando um livro, canetas coloridas e indo ler e estudar. No final do sábado tinha produzido mais do que imaginei e ele me deu de presente um orquidário de madeira. Lindo!

A sua equipe vai seguir seu estilo de ser. Se você gostar de vendas e for animado com seus clientes, irão se animar. Se os respeitar, eles irão respeitar. Se amar o que faz, onde está e estiver envolvido com o que faz, eles se contagiarão. Os que não suportarem irão embora.

Cuidado! Os bons podem sair se você não for o exemplo para eles. Quem está liderando sua empresa, seus negócios; quem está cuidando dos seus clientes e colaboradores, representam seus valores? E os valores da sua empresa, estão sendo preservados?

As pessoas de valor são percebidas imediatamente dentro de uma empresa, assim como aquelas que não têm valores também o são.

Edilson Lopes

Tive a oportunidade de conhecer um empresário admirável, Venancio Oliveira, embora tenhamos nos conhecido durante uma discussão. Na verdade, uma briga mesmo, ambos defendíamos nossos pontos de vista.

Estávamos atendendo a Raízen Energia em duas de suas unidades pelo Interior de São Paulo, ele era o responsável pela implantação do projeto e eu a fornecedora do principal equipamento, um gerador de energia. O assunto era sério. Se falhássemos no projeto poderíamos gerar prejuízos incalculáveis para o nosso cliente.

Lá pelas tantas ele me obriga a trazer um engenheiro, e eu muito persistente digo que não. Ele olha para mim e diz: "Você não é engenheira. Não entende o que estou falando. Não vai conseguir resolver a situação."

Nossa! Nem te digo que engoli em seco. Respondi achando que foi a altura. "Você tem muito para me ensinar sobre meu produto, mas não hoje, não nessa obra. Mas, por respeito a você, vou trazer o engenheiro que exige. Nós vamos resolver juntos." No final da obra tudo deu tão certo que conquistei a confiança dele e fizemos inúmeros projetos depois.

Mas, ainda não sabe tudo sobre ele, além de acreditar cegamente no que faz e ter muito amor a sua profissão ele é humilde, generoso e humano. Um dia, sabendo que eu estava revirando minha vida de pernas pro ar e mudando de profissão, me procurou e me sugeriu uma sociedade. Dizendo:

“Não sei administrar minha empresa. Não sei gerir meu negócio e não sei ensinar minha equipe a vender. Me ajude. Seja minha sócia”.

Justo eu que tinha enfrentado ele, uma mulher num universo dominado por homens. Você não me conhece, mas dizem que sou baixinha, cabeluda e muito determinada (na verdade, encardida quando quero alguma coisa, pode rir, todos riem, inclusive eu).

Bom fiz algumas perguntas, percebi o negócio valioso em que ele estava e sem titubear disse:

“Você não precisa de um sócio. Você precisa de um professor. Posso te ajudar assim, mas não serei sua sócia só porque você não sabe. Vamos fazer essa empresa ser o sucesso que você merece juntos.”

O seu comercial não tinha força para vender, mas vendia e sabe porquê? Porque quando diziam que trabalhavam com o Venancio o orçamento era aprovado na hora. O nome dele era tão forte que vendia. A imagem dele era forte.

Depois de muito trabalho, vários projetos de mentoria, pode-se dizer que ele não tem um departamento de vendas, sua empresa é forte e seus técnicos todos são seus melhores vendedores. É tão generoso que pegou alguns garotos e os transformou em verdadeiros homens de bem e de negócio. Para que honre a todos do Grupo JVP Service e Sistemas, eu vou mencionar um:

Gustavo Alves. Um garoto que de assistente de estrada rodoviária; um garotinho que trabalhava evitando acidentes nas estradas com uma bandeirinha vermelha; à Técnico Elétrico de Substação de Alta Tensão.

Quanta competência num corpo de 26 anos de idade. Quanta virtude. Infelizmente, enquanto você lê este capítulo ele cuida da estação estrelar junto a Deus. Decidiu ir assim, sem avisar a poucos dias atrás. Minha única queixa dele e acho que do Venancio também.

É loucura crer que serás bem sucedido sem ajudar aos outros.

Edilson Lopes

O Grupo K.L.A. é uma empresa dedicada a ajudar empresas familiares, e faz isso através do compartilhar conhecimento e instigar a prática. Quando senti isso na organização percebi que aqui era meu lugar porque acredito nisso.

Nos reconhecemos como A Nação do Conhecimento. No momento que o Edilson Lopes abre as reuniões com os Licenciados, nosso Mastermind, e fala isso ou apresenta literalmente uma Bandeira com esses dizeres, esta dando exemplo do

quanto ele mesmo se dedica a estudar e aprender. Ora assistindo a palestras de uns ou de outros, ora viajando pelo mundo para novas descobertas, ora conversando com sua rede de networking para aprender através de exemplos práticos. E se tem uma coisa que ele faz é compartilhar conhecimento.

Observe uma mulher que está em período de amamentação. Quanto mais leite ela dá, mais leite produz. Assim é o conhecimento. Quanto mais você ensinar, mais aprenderá. Ensine quem lhe rodeia.

Edilson Lopes

Eu que havia a tempos escrito este capítulo, quando li o novo livro que ele fez para expressar os valores da marca KLA, “*Diamante Azul*”, tive que retornar a ele e reescrever. Intimamente, sinto que ele seria a melhor pessoa para te ensinar o que eu aprendi praticando com ele.

Uma das minhas inspirações antes disto era o Mandela com sua filosofia de Liderança pelo exemplo. Eu sempre soube que para inspirar pessoas a coisas grandiosas precisaríamos fazer ou dar a elas inspirações grandiosas. Meu pai me ensinou isso.

Um dia estávamos indo visitar minha irmã Luciane, na época ela morava em Ourinhos/SP, estava sozinha nesta cidade cuidando de seu filho. Ele estava preocupado e me pediu que viesse de São Paulo à Bauru para acompanhá-lo. Confesso, já que iria de ônibus, seria melhor ir direto para lá. Mas um pedido do meu pai é um pedido valioso para mim. No caminho tive um dos maiores ensinamentos da minha vida.

Ele dirigia seu velho corcel branco, o sol estava nascendo e aquele tom alaranjado tocava toda a extensão a beira da estrada. Deixava a grama das fazendas ainda mais vivas, e o cheiro do dia amanhecendo no interior é a coisa mais gostosa de se sentir. Ele deu um longo suspiro, pegou minha mão e beijou. Depois me disse:

“Filha, esta vendo onde o sol toca? Tudo isso que ele toca é uma dádiva de Deus para nós. Tudo isso nos pertence. O mundo nos pertence. Alguns são donos temporariamente, mas por não saberem dividir perdem. Nunca se preocupe com o que não tem, por que tudo o que tem é abundante, se preocupe em ter e ter para dividir e contribuir com quem ainda não entendeu o valor de se ter.”

Ainda que os anos tenham se passado, eu entendi, aprendi e passei a praticar todos os dias. Estou a compartilhar com você como compartilho com meu filho e todos os parceiros da minha empresa. Se não for para ser assim, é melhor não ser para mim.

Se você tem valores fortes, se você os conhece e os sustenta com sua vida, todos aqueles que estiverem ao seu lado irão sentir. E talvez seja muito doloroso defender esses valores e seu jeito de fazer, mas nada te dará mais satisfação do que a dignidade de representá-los.

Seus clientes de longe sentirão o perfume de quem você e sua equipe são, e ainda que hoje não se forme uma fila de espera a desejar o seu produto ou serviço, tudo será uma questão de tempo. Porque legado se constrói aos poucos e aos pequenos tropeços, como uma pedrinha sobre a outra; um tijolo sobre o outro; uma rocha sobre a outra. Assim é que se faz.

Seja para sua equipe alguém que vale a pena seguir. Seja para sua empresa alguém que vale a pena se ter por perto. Seja para seus clientes alguém que eles possam confiar. Assim é que se vende e vende mais, naturalmente.

Não é como você anda que me convence, é onde seus pés pisam.

Vendas é uma filosofia de vida.

Andreia Gomes



Licenciado



 (19) 99848.2504

 /klaamericana

 @andreia_gomesoficial

 andreia_gomesoficial

www.grupokla.com.br/americana