

# Como Tornar-se um Grande Vendedor

As opções de treinamentos na área de formação e desenvolvimento de profissionais em vendas são inúmeras. A dificuldade já começa na escolha de um nome para o treinamento que por si só desperte o interesse dos potenciais participantes. Um nome que venda!

Me lembro do primeiro treinamento que fiz de técnicas de vendas há mais de vinte anos, numa escola de formação de vendedores em São Paulo.

O instrutor entrou na sala e em seguida à sua apresentação pessoal e quebrar o gelo da turma, pediu a atenção de todos, elevou o tom de voz e fez a pergunta:

Quem aqui adora vender, ser vendedor, visitar clientes, levanta a mão?

Diante do susto e surpresa geral, uma parte da sala 4 ou 5 alunos, eu inclusive, sem titubear, com entusiasmo imediatamente levantamos a mão, olhando fixamente para o instrutor.

Nos instantes seguintes outros colegas acompanharam o movimento e em segundos mais da metade da sala acenava com certa curiosidade e humor. Ele agradeceu, deu uma olhada geral e continuou seu roteiro.

Tempos depois nos tornamos amigos e ficou a curiosidade a respeito da utilidade daquela pergunta, se havia algo a constatar?

Segundo ele, o gesto dos alunos levantando a mão imediatamente, ansiosos, era uma forte demonstração do orgulho que já sentiam pela atividade de vendas e que esse entusiasmo provavelmente seria transmitido nos contatos com clientes desencadeando assim maiores resultados de suas vendas. Teriam, a priori, maior chance de sucesso em vendas. Já tinham o essencial.

Hoje, de outras formas dou razão à metodologia do velho colega.

Planejamento, iniciativa, conhecimentos técnicos, trabalhar em equipe, “por a mão na massa”, foco, são algumas das competências necessárias ao profissional de vendas de sucesso.

Todas importam. No entanto, outro diferencial consiste no estoque de boa vontade que o vendedor deve ter de querer sempre atender às expectativas dos clientes.

Esse estoque de boa vontade em atender pessoas se expressa no interesse do profissional de vendas que ao longo dos anos, visitando potenciais clientes, desenvolve seu catálogo de objeções, ou seja, sua lista de argumentos que irão dirimir dúvidas, eliminar objeções e transmitir aos clientes a percepção de que com você o negócio trará satisfação. Argumentos “elaborados sob medida” para cada circunstância, cada perfil de cliente, no presente e no futuro. É quase que adivinhar a dúvida do cliente antes de fechar o pedido.

Manter dinâmico e atualizado seu catálogo de objeções é manter sua capacidade de eliminar o óbice, o que é adverso à venda. Quanto maior e detalhado seu catálogo de objeções, maior será seu valor como profissional de vendas. Seu catálogo de vendas é a sua tecnologia, é o que te dá qualidade.

Não há objeção que resista a boas argumentações: objetivas, consistentes e empáticas. Argumentos inteligentes, no alvo, no momento certo, na tonalidade de voz entusiasmada, como o aceno de mão demonstrado naquela primeira aula de vendas. Adequados a cada situação, são sem dúvida, o maior trunfo e o que diferencia vendedores titubeantes de vendedores orgulhosos e vitoriosos na profissão de vendas.

Gilberto Cavicchioli, paulistano, é engenheiro, mestre em administração, consultor de empresas e professor da pós graduação na ESPM.

*Gilberto Cavicchioli, engenheiro,  
consultor de empresas e professor da ESPM*