

ABORDAGEM NOTA 10





O AUTOR

Paulo Araújo é escritor e conferencista. é especialista em Inteligência em Vendas e Motivação de Talentos. Diretor da Clientar – Projetos de Inteligência em Vendas. Autor de “Paixão por Vender” - Editora EKO, entre outros livros.

www.pauloaraujo.com.br.

www.youtube.com/opapoevendas.

ABORDAGEM EM VENDAS

A fase da Abordagem é aquela que considero a alma da venda.

É na abordagem que o profissional de vendas já começa a inibir objeções e preparar o caminho para o fechamento.

Nessa hora lidamos com o que chamo de MEMÓRIA MERCADOLÓGICA, que nada mais é do que as sensações e percepções que o cliente terá ao sair da sua empresa. Ao final da abordagem o que restará são lembranças e a certeza se devo comprar ou não.



Para criar uma MEMÓRIA MERCADOLÓGICA positiva na mente do cliente é importante ficar atento a alguns pontos. Veja a seguir.

USE PALAVRAS FORTES E POSITIVAS

O senhor
está certo.

Esse produto
resolve
x problemas!

Não se preocupe,
esse produto atenderá
as suas necessidades!

“Fique tranquilo, o Sr.
fará uma excelente
escolha!”





Você notou que nas frases acima usei palavras que chamam a atenção? Ao soar essas palavras use o tom de voz firme e forte. Confie no seu produto e mostre ao seu cliente que a sua empresa é a melhor escolha.

Ressalte os pontos fortes do seu produto e da sua empresa.

Sempre que tiver chance repita as vantagens do produto e da empresa desde que estejam de acordo com a real necessidade do cliente. Se o cliente demonstra preocupação em receber logo o produto, fale da sua logística e prazo de entrega. O problema é o preço? Ressalte o prazo que ele tem para pagar.



Neste ponto é importante descobrir por qual motivo o cliente deseja comprar. Sempre que houver chance lembre e relembre os pontos fortes da sua empresa e do seu produto e assim diminua as chances de rejeição.

Crie vínculo e dê exemplos

Ao conhecer uma pessoa sempre procuramos encontrar algum tipo de vínculo, correto?

Perguntas sobre a família, trabalho ou onde mora faz parte do dia-a-dia de qualquer relacionamento.

Em vendas não é diferente.





Cite casos reais de pessoas ou empresas que já compraram nosso produto e que estão satisfeitos. Possivelmente o cliente conhece ou já ouvir falar da empresa ou de fulano tal. Cite exemplos de como seu produto aumentou a qualidade e produtividade ou reduziu custos da empresa x. Cite nomes de empresas famosas que são seus clientes e transmita confiança.



A abordagem é um momento único. Por isso cuidado com as palavras e gestos e com o tipo de MEMÓRIA MERCADOLÓGICA que você irá criar na mente do seu cliente.

Crie a sua abordagem nota 10, visualize diferentes situações, treine e pratique a todo o momento e faça a diferença no seu resultado final.

obrigado!



Mais em www.pauloaraujo.com.br