

5 DICAS EFICAZES PARA SUPERAR OBJEÇÕES DE VENDAS



PAULO ARAÚJO

INTRODUÇÃO

Objecções de vendas não são raras. Na realidade, encarar objeções é parte da rotina de todo vendedor. Ao demonstrarem habilidade para superá-las, eles não apenas conquistarão conversões, mas também fortalecerão laços de confiança com os clientes, potencializando o sucesso das vendas.

No entanto, o problema é entender o que faz o cliente não estar seguro em fechar uma compra, para então trabalhar na valorização da sua oferta. Há muitos possíveis impeditivos em uma negociação: [preço, condições de pagamento](#) e até mesmo a falta do entendimento do que um produto ou serviço pode fazer. Por isso, o time de vendas precisa estar pronto para esperar contestações, dúvidas e negativas por parte do cliente.

O mais importante nesse exercício é não tratar o cliente como um adversário. Além de ser direito dele negociar, muitas vezes ele não compreendeu alguns pontos importantes. Nesses casos, o vendedor precisa atuar como consultor, assim ele pode conduzir essa pessoa até a [conversão das vendas](#).

O QUE SÃO OBJEÇÕES DE VENDAS?

As objeções de vendas podem ser consideradas qualquer postura de resistência de um prospect ou cliente na hora de fechar um negócio.

É muito comum que, em algum momento, o cliente imponha alguma restrição ou simplesmente não tenha a certeza de que deve fechar a compra. Isso pode acontecer por muitas razões, como dúvidas, falta de confiança no vendedor ou na empresa, discordância de valores, entre outras.

Essas situações são recorrentes e todo vendedor já precisou lidar uma vez. No entanto, não dá para encarar uma objeção como uma dificuldade. Na verdade, elas são parte integral de qualquer tipo de negociação. Se um cliente realiza uma compra sem impor nenhuma objeção, mínima que seja, certamente ele é recorrente e fidelizado.

Em alguns casos, nem mesmo a relação a longo prazo impede uma objeção. A busca por melhores condições de compra também fará com que as objeções aconteçam.

QUAIS SÃO AS OBJEÇÕES MAIS COMUNS?

Algumas das objeções em vendas são bastante comuns. A seguir, conheça as principais e entenda quando e porque elas acontecem.

Discordância de valores

Essa é uma objeção clássica. O cliente não concorda com os valores, acha caro ou simplesmente está em busca de melhores condições. Nesses casos, nem sempre significa que o preço que o vendedor apresenta é ruim, mas a flexibilidade é necessária. Bater o martelo sem nem mesmo explicar vantagens e condições pode colocar a venda em risco.

Desconhecimento da empresa

É sempre possível que o prospect simplesmente não conheça a empresa que está oferecendo o produto. Isso não significa que a companhia é irrelevante ou que aquela pessoa não está no público-alvo. Por isso, o vendedor deve estar preparado, com base em informações e referência, para quebrar essa objeção e gerar confiança.



Falta de entendimento das necessidades geram objeções de vendas

Por vezes, prospects nem mesmo entendem suas necessidades e como elas podem ser resolvidas. Assim, cabe ao vendedor atuar como um consultor de vendas. Isso é necessário para que ele apresente um plano detalhado que consiga apontar as vantagens daquele negócio. Assim, é possível ultrapassar esse momento.

Falta de entendimento da utilidade do produto ou serviço

Não entender o que o produto ou serviço pode fazer é uma das objeções em vendas mais recorrentes. No [mercado B2B](#), é muito comum que isso aconteça, especialmente na comercialização de sistemas de gestão em vendas, como os [CRMs](#).

Explicar funcionalidades, vantagens e resultados que podem ser obtidos é essencial.

Necessidade de aprovação de superiores

Outra questão do mercado B2B é a necessidade de apresentar um argumento sólido sobre a compra a diretores de empresas. Por vezes, a objeção nem mesmo parte de quem está ouvindo a proposta do vendedor. Nesses casos, é fundamental qualificar esse prospect para que ele leve esse entendimento a quem deverá aprovar a compra.



Como lidar com objeções em vendas?

Para gerar conversões é preciso lidar com as objeções. Há boas práticas essenciais que todo vendedor precisa saber, por isso, separamos as principais a seguir!

Esteja municiado de informações sobre o lead

É importante que uma oferta só seja feita a um lead qualificado. Por isso, tenha todas as informações possíveis sobre ele. Saiba também por quais pontos de contato ele passou e como interagiu com cada um deles.

Esse número de dados permitirá entender exatamente o que essa pessoa precisa. Assim, será muito mais fácil lidar com qualquer eventual objeção que surja. Para isso, um CRM vai ajudar muito!

Crie propostas de melhorias reais para seus clientes

Os clientes que você já tem também podem criar objeções. Por isso, é muito importante saber exatamente que tipo de proposta pode agradá-los. Isso significa propor melhorias estratégicas.

Conseguir [upsell](#) e [cross sell](#) é possível, desde que sejam ofertas que façam sentido. Assim, você evita qualquer objeção e ainda consegue aumentar o ticket médio da empresa.



Seja claro e direto sobre sua oferta

Por vezes, [objeções em vendas são frutos de dúvidas](#). Afinal, se sua proposta não foi clara e objetiva, como garantir que um prospect a entenda e ache interessante?

Por isso, tenha sempre uma apresentação focada em resultados. Mostre o que o seu produto ou serviço proporcionará, como ele funciona e explique exatamente para que ele serve. Isso pode parecer óbvio, mas muitas vendas se perdem pela falta de clareza.

Faça ofertas alinhadas com a estratégia do cliente

O seu [prospect ou cliente](#) quer resultados! Por isso, se seu produto ou serviço vai conduzi-lo a alcançar esses objetivos, é prioridade fazer com que eles saibam disso. Logo, é fundamental saber o que essa pessoa deseja alcançar.

Quando um vendedor realiza uma oferta alinhada à estratégia do prospect, é muito mais fácil lidar com as objeções. Muitas vezes, por conta dessa [abordagem](#), elas nem mesmo existirão.

Lembro que para controlar a prospecção de clientes é fundamental usar um [programa de CRM](#).

Objeções de vendas são comuns e precisam ser registradas

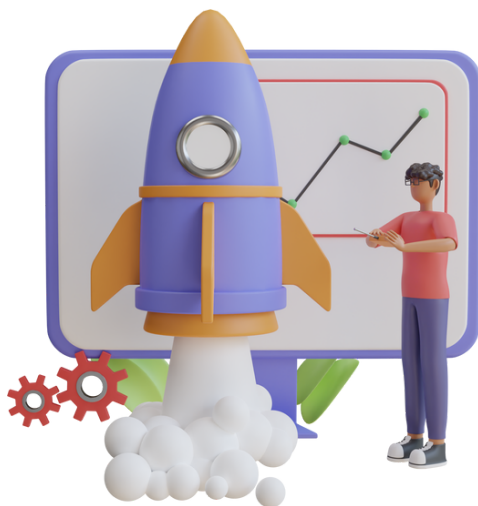
Mesmo com todas essas dicas que você viu, nem toda objeção será superada. Tão importante quanto saber isso é entender que elas precisam ser registradas em um [software de gestão comercial](#).

Assim, seu [time de vendas](#) consegue ter um banco de dados estratégico que possibilita entender quais razões têm afastado conversões. A partir disso, fica mais fácil propor mudanças pontuais nas abordagens.

As objeções em vendas podem ser reduzidas ou tratadas de modo adequado se sua equipe de vendas estiver preparada. Bom entendimento do prospect, uma proposta de qualidade e paciência são essenciais para isso.

Dica de leitura: [Como acabar com a falta de criatividade em vendas](#)

Um [CRM](#) de Vendas pode ser de grande ajuda para monitorar prospects e evitar objeções. Mas vamos falar mais sobre isso logo abaixo.



5 DICAS EFICAZES PARA SUPERAR OBJEÇÕES DE VENDAS

Em qualquer negócio, enfrentar objeções de clientes é um aspecto inevitável. Trata-se de um sinal de que o cliente está engajado, pensando criticamente sobre o seu produto ou serviço e, talvez, a um passo de fazer uma compra. Entretanto, a maneira como você lida com essas objeções pode fazer a diferença entre fechar uma venda ou perder um potencial cliente.

1. Ouça atentamente

O primeiro passo para superar uma objeção é entender completamente o que o cliente diz. Isso significa escutar atentamente, sem interrupções. Demonstre empatia e faça perguntas para esclarecer suas preocupações. Isso não apenas ajudará você a entender a objeção, mas também mostrará ao cliente que você valoriza suas opiniões e está disposto a encontrar uma solução que atenda às suas necessidades.

A habilidade de escutar é uma ferramenta poderosa no mundo dos negócios e, particularmente, quando se trata de lidar com objeções de clientes. Escutar atentamente é mais do que simplesmente ouvir o que o cliente está dizendo - é entender completamente a mensagem que está sendo transmitida.

Primeiramente, quando o cliente expressa uma objeção, evite a tentação de interromper ou reagir defensivamente. Ao invés disso, permita que eles expressem completamente seus pensamentos. Isso não só permite que você tenha uma visão completa do problema, mas também demonstra respeito pelo cliente e suas preocupações.

Em seguida, busque esclarecer a objeção. Faça perguntas abertas para entender melhor a perspectiva do cliente. Por exemplo, se um cliente expressa preocupação com o preço, você pode perguntar: “Você poderia me dizer mais sobre suas preocupações com relação ao custo?”. Ao fazer isso, você pode descobrir que a objeção ao preço é, na verdade, uma preocupação com o valor do produto ou serviço.

Escutar atentamente também envolve a leitura das entrelinhas. Às vezes, a objeção real não é a que é verbalizada. Por exemplo, um cliente pode dizer que acha o produto muito complicado, mas a objeção real pode ser que eles não se sentem confiantes em sua capacidade de usá-lo. Ao escutar atentamente, você pode identificar essas objeções não ditas e abordá-las.



Finalmente, demonstre empatia. Isso significa reconhecer e validar os sentimentos do cliente. Você pode dizer algo como: “Eu entendo que você esteja preocupado com o preço. É uma decisão importante e quero garantir que você se sinta confiante de que está fazendo um bom investimento.” Isso mostra ao cliente que você se preocupa com suas preocupações e está comprometido em encontrar uma solução que funcione para eles.

No geral, ouvir atentamente é uma habilidade essencial para superar objeções de clientes. Isso permite que você entenda completamente a objeção, demonstre respeito e empatia e encontre uma solução que atenda às necessidades do cliente.

2. Responda com fatos, não com opiniões

Ao responder a uma objeção, é vital usar fatos, dados e informações concretas, ao invés de meras opiniões. Isso tornará sua resposta mais convincente e difícil de refutar. Além disso, evidências tangíveis aumentam a confiança do cliente na sua empresa e no produto ou serviço que você oferece.

Quando um cliente expressa uma objeção, é essencial responder de maneira objetiva e fundamentada. Responder com fatos, dados e informações concretas fortalece seu argumento e inspira confiança no cliente, enquanto responder com opiniões pode parecer subjetivo e pouco convincente.

Por exemplo, se um cliente objeta que seu produto é muito caro, você poderia responder: “Entendo suas preocupações com relação ao preço. No entanto, nossos dados mostram que os clientes que usam nosso produto economizam em média 30% em custos operacionais ao longo de um ano.” Isso é muito mais convincente do que simplesmente dizer: “Acredito que nosso produto vale o preço”.

Aqui estão algumas dicas para responder a objeções com fatos:

a. Conheça seu produto ou serviço profundamente: você deve ter um entendimento completo dos aspectos técnicos do seu produto ou serviço, bem como dos benefícios que ele oferece. Isso permitirá que você responda a objeções com informações precisas e factuais.

b. Use dados e estudos de caso: se você tem dados que apoiam seu ponto de vista ou estudos de caso que ilustram como seu produto ou serviço ajudou outros clientes, use-os em sua resposta. Isso fornece evidências tangíveis de que sua solução funciona.

c. Seja honesto: caso você não sabe a resposta para uma objeção ou não tem os dados à mão, seja honesto. Diga ao cliente que você vai verificar a informação e voltará para eles. É melhor fazer isso do que fornecer informações incorretas.

d. Explique claramente: ao apresentar fatos e dados, certifique-se de fazê-lo de uma maneira que o cliente possa entender facilmente. Evite jargões técnicos e explique as coisas de uma maneira simples e direta.

Responder a objeções com fatos, ao invés de opiniões, pode ser uma estratégia poderosa para superar as dúvidas dos clientes e conduzi-los em direção a uma decisão de compra. Isso requer um conhecimento profundo do seu produto ou serviço e a habilidade de apresentar informações de uma maneira clara e convincente.

3. Treine e prepare sua equipe para lidar com objeções de vendas

A melhor maneira de lidar com objeções é estar preparado para elas. Isso envolve conhecer seu produto ou serviço a fundo e treinar sua equipe para responder a objeções comuns de maneira eficaz.

Fornecer a sua equipe ferramentas como roteiros de vendas, FAQs e treinamento regular pode ser extremamente útil para prepará-los para lidar com qualquer objeção que possa surgir.

O preparo é uma chave vital para superar objeções de clientes. Isso significa que sua equipe deve estar bem-informada sobre seu produto ou serviço e pronta para lidar com as objeções mais comuns que podem surgir durante as interações com os clientes.

a. Conhecimento do produto/serviço: todos os membros da equipe devem ter um entendimento profundo do produto ou serviço que estão vendendo. Eles devem conhecer suas características, benefícios, como ele se compara aos concorrentes e para quem é mais adequado. Isso os torna mais confiantes e capazes de responder a quaisquer questões ou objeções que os clientes possam ter.

b. Treinamento de vendas: treinamentos regulares de vendas são essenciais para manter sua equipe atualizada sobre as melhores práticas de vendas e técnicas de superação de objeções. Isso pode incluir workshops, sessões de role-play, e aprendizado online. O treinamento deve ser um processo contínuo, não um evento único.

c. Roteiros de vendas e FAQs: fornecer à sua equipe roteiros de vendas e FAQs (Perguntas Frequentes) pode ser uma ferramenta útil. Roteiros de vendas podem fornecer uma estrutura para as conversas de vendas e orientar os vendedores sobre como responder a objeções comuns. FAQs podem ajudar a responder a perguntas frequentes de clientes de maneira consistente e precisa.



d. Prática e simulação: permitir que a equipe pratique suas habilidades de vendas e técnicas de superação de objeções em um ambiente seguro é extremamente útil. Isso pode ser feito através de simulações ou role-plays, onde eles podem receber feedback e aprimorar suas habilidades.

e. Aprendizado contínuo: o mercado e as necessidades dos clientes estão sempre mudando. Portanto, é importante que sua equipe esteja comprometida com o aprendizado contínuo e a adaptação às novas tendências e demandas do mercado.

Lembre-se, a equipe de vendas é a linha de frente da sua empresa. Eles são os que interagem diretamente com os clientes e, portanto, têm um grande impacto em como sua empresa é percebida. Investir em seu treinamento e preparação é uma das coisas mais importantes que você pode fazer para superar objeções de clientes e impulsionar suas vendas.

4. Use objeções como oportunidades

Uma objeção não é necessariamente algo ruim. Na verdade, pode ser uma oportunidade disfarçada. Se um cliente está expressando uma objeção, significa que ele está engajado e interessado o suficiente para discutir suas preocupações. Use isso como uma oportunidade para aprofundar o diálogo, entender melhor as necessidades do cliente e apresentar seu produto ou serviço de uma maneira que resolva suas preocupações.

A abordagem tradicional para as objeções dos clientes é vê-las como obstáculos a serem superados. No entanto, um enfoque mais produtivo é encará-las como oportunidades para aprofundar o entendimento das necessidades do cliente e fortalecer o relacionamento com ele. Aqui estão algumas maneiras de fazer isso:

a. Aprofunde o diálogo: quando um cliente expressa uma objeção, isso indica que ele está engajado e disposto a dialogar. Use essa oportunidade para fazer perguntas adicionais, aprofundar sua compreensão de suas necessidades e preocupações e adaptar sua abordagem de vendas de acordo.

b. Destaque os benefícios do seu produto ou serviço: uma objeção pode ser uma oportunidade para destacar os benefícios do seu produto ou serviço. Por exemplo, se um cliente objeta que seu produto é muito caro, você pode usar essa oportunidade para destacar o valor e os benefícios que o produto proporciona, que podem justificar o custo.

c. Construa confiança e credibilidade: ao lidar com objeções de forma aberta e honesta, você pode construir confiança e credibilidade com o cliente. Isso pode fortalecer o relacionamento com ele e torná-lo mais propenso a fazer negócios com você no futuro.



d. Melhore seu produto ou serviço: as objeções dos clientes também podem ser uma fonte valiosa de feedback. Eles podem apontar áreas em que seu produto ou serviço pode ser melhorado. Ao ouvir e agir com base nesse feedback, você pode melhorar seu produto ou serviço e torná-lo mais atraente para os clientes.

Lembre-se, cada objeção é uma oportunidade para aprender e melhorar. Ao abordar as objeções de forma proativa e positiva, você pode transformar um potencial negativo em uma oportunidade positiva, que pode levar a vendas mais bem-sucedidas e a clientes mais satisfeitos.

5. Acompanhe e aprenda com as objeções de vendas

Por fim, é importante acompanhar as objeções que surgem, como elas foram tratadas e quais foram os resultados. Isso permitirá que você aprenda com cada experiência, melhorando continuamente a maneira como lida com objeções futuras. Use essas informações para aprimorar seu processo de vendas e treinamento de equipe.

A última dica, mas certamente não menos importante, é usar cada objeção como uma oportunidade de aprendizado. Acompanhar as objeções dos clientes, bem como as respostas e resultados, é fundamental para entender o que funciona e o que precisa ser melhorado. Aqui estão algumas maneiras de fazer isso:

a. Registre as objeções: mantenha um registro de todas as objeções que surgem. Isso inclui o que a objeção foi, como foi respondida e qual foi o resultado. Isso pode ser feito usando um sistema de gerenciamento de relacionamento com o cliente (CRM) ou simplesmente mantendo notas em um documento compartilhado.

b. Analise os dados: analise regularmente os dados de objeções para identificar padrões. Quais objeções são mais comuns? Quais técnicas de resposta são mais eficazes? Há alguma objeção que não está sendo adequadamente tratada?

c. Aprenda com cada experiência: use a análise de dados para aprender e melhorar. Se uma técnica de resposta é particularmente eficaz, considere treinar toda a equipe nessa técnica. Se uma objeção específica está surgindo repetidamente, talvez seja necessário revisar o produto, o serviço ou a estratégia de vendas para abordar essa preocupação.

d. Adapte e melhore: o objetivo do acompanhamento e da aprendizagem é melhorar constantemente. Isso pode envolver aprimorar as técnicas de resposta, ajustar a estratégia de vendas, melhorar o treinamento da equipe ou fazer mudanças no produto ou serviço.



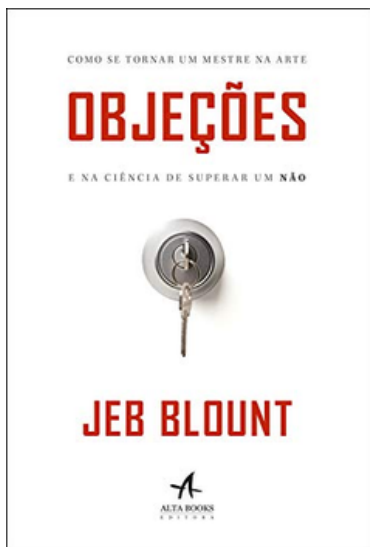
Acompanhar e aprender com as objeções dos clientes é uma parte essencial da melhoria contínua. Embora possa ser tentador ignorar objeções ou vê-las como falhas, é muito mais produtivo vê-las como oportunidades de aprendizado e crescimento. Com o tempo, essa abordagem pode levar a menos objeções, vendas mais bem-sucedidas e clientes mais satisfeitos.

Conclusão

Lembre-se, cada cliente e cada objeção é única. Essas dicas são diretrizes gerais que devem ser adaptadas para se adequar à sua situação específica. No entanto, com empatia, preparação e uma atitude positiva, você estará bem equipado para superar qualquer objeção que venha em sua direção.



DICA DE LIVRO

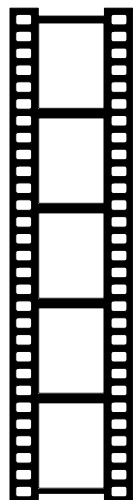


O medo e a repulsa à dor emocional causada pela rejeição são as principais razões para os profissionais de vendas fracassarem.

O livro *Objeições* aborda o lado humano de lidar com o medo da rejeição, enquanto traz técnicas modernas e inovadoras para superar um não.



ASSISTA AO VÍDEO



E AÍ? GOSTOU DESSE CONTEÚDO?

Conheça nosso

Software de CRM

AGENDE UMA CALL DE
APRESENTAÇÃO



Sistema de gestão da
carteira de clientes.



clientarcrm.com.br

CONHEÇA O AUTOR

Paulo Araújo

Fundador da Clientar CRM
Palestrante e Consultor de Vendas



Autor dos livros

