

VENDAS CONSULTIVAS: COMO IMPLANTAR EM SUA EMPRESA



Paulo Araújo

INTRODUÇÃO

Já ouviu falar no termo Vendas Consultivas? Ultimamente tem sido cada vez mais comum vermos empresas adotando esse modelo de vendas em seus negócios.

Que tal entender melhor como funciona e como implantá-lo?

A cada dia que passa ficamos mais distantes do método arcaico de empurrar o produto para cima dos leads a torto e a direito. Com todo o impulso tecnológico do século XXI tudo tem se tornado mais dinâmico, criativo e pontual. E com a maneira de vender os produtos não seria diferente. Em um mix de conceitos e técnicas de entender a demanda do cliente, surgem as vendas consultivas.





MAS AFINAL DE CONTAS, O QUE SÃO AS VENDAS CONSULTATIVAS?

Cunhado na década de 1970 pela primeira vez no livro *Consultative Selling*, de Mack Hanan, surgiu o termo “Vendas Consultivas” é um processo no qual o vendedor assume o papel de conselheiro, compreende a realidade individual de cada cliente e propõe soluções que agreguem valor.

Diferentemente do modelo convencional de vendas, onde os vendedores, guiados por metas abusivas e intensas, tentam empurrar o produto para qualquer pessoa que demonstrar o menor interesse, nessa modalidade o intuito é o produto ser uma solução.

Demonstrando domínio no assunto e no conteúdo vendido, é papel do vendedor guiar o lead, apresentando argumentos e orientações sucintas de que vale a pena contratar o produto/serviço oferecido, gerando mais produtividade e valores à empresa.



A vertical collage on the left side of the page featuring a bar chart with blue bars, a pie chart with blue and teal segments, and a line graph with a red trend line. The text 'Number' and 'transaction currency' are partially visible on the charts.

QUAIS AS CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEM AS VENDAS CONSULTIVAS?

Embora tenham um conceito muito simples, para trabalhar verdadeiramente e com qualidade com as vendas consultivas é necessário estar atento a alguns critérios específicos. São eles:

Domínio do produto/serviço

Antes de tudo, para garantir um atendimento de venda com qualidade, é necessário que o vendedor conheça profundamente o produto/serviço oferecido. Ao abordar o lead e fazer a oferta, esteja preparado para dúvidas situações hipotéticas.

O seu lead buscará conhecer o produto e entender como isso o ajudará a otimizar seu tempo, dinheiro investido e seus processos, e com isso questionará bastante e levantará situações do seu dia a dia, e como seu produto o ajudará com isso. Portanto, estude bem até dominar e ser um expert na solução que você oferecerá, assim como nas melhores maneiras de apresentá-la ao cliente e garantir o fechamento do negócio.



Análise de mercado

Imagine um software de músicas online: Hoje em dia existem várias plataformas que entregam esse exato serviço.

Algumas com funções a mais, outras a menos, mas o ponto é que o mercado está repleto de ofertas para essa mesma solução...

Além de conhecer bem o produto, entender todas as outras ofertas presentes no mercado e demonstrar que a sua solução é mais vantajosa que as demais.

Dica de leitura: [Como definir o nicho de mercado](#)

Ter conhecimento do cliente

Você se preparou estudando o produto, a concorrência e decidiu entrar em contato com o cliente. Mas esqueceu de pesquisar sobre qual é sua especialidade, ou qual é o ramo que a empresa atua. Como imagina que será a conversa sobre a venda?

Pois é, dessa maneira é bem improvável do produto ser vendido, certo?! Por isso, coloque aí no checklist para sempre pesquisar sobre o cliente e entender melhor sobre sua área de atuação, clientes que atende, vantagens e benefícios dos produtos que vende. Assim ficará muito mais prático encaixar na conversa como o seu produto o ajudará.

Aplicar a escuta ativa

Mais do que falar sobre o seu produto, como um consultor de vendas é necessário entender o cliente, seus processos e suas dores. Com isso, nada melhor do que colocar em prática a técnica da escuta ativa.

Temos duas orelhas e uma só boca, lembra?

Assim você garantirá mais ainda a coleta de dados para potencializar seus argumentos, além de aumentar as chances de ter uma relação empática com o lead, fatores fundamentais para o fechamento de um negócio.



Saiba lidar com as objeções

Durante a conversa, imprevistos e objeções podem acontecer.

O cliente pode não se dar por convencido e deseja evidências mais conclusivas, ou analisar situações onde o produto não o atenderia. Isso pode colocar toda a venda em risco.

Cabe ao vendedor ter o jogo de cintura para destacar os melhores pontos do produto e contornar as objeções. Enfatize o valor da solução e sempre traga evidências de que vale a pena comprar de você.

Veja também: [Estratégia de Vendas: como alavancar o seu negócio](#)



COMO IMPLANTAR O MODELO DE VENDAS CONSULTIVAS NA EMPRESA

Até aqui já pudemos ter uma boa noção de como as vendas consultivas funcionam, agora vejamos as 6 etapas necessárias para as aplicarmos efetivamente a metodologia no fluxo de processos

Etapla 1: Prospecção

Como visto nos tópicos anteriores, é extremamente importante ter um tempo separado antes do contato com o cliente para pesquisar sobre sua atuação, objetivos e modelo de negócios.

Assim é possível preparar o discurso da venda para a realidade específica daquele lead, aproximando-o mais ainda da solução que você está prestes a oferecer. Uma estratégia valiosa é ver contatos conhecidos ou semelhantes que já utilizem seu produto/serviço.

Não deixe de ler: [Como controlar a prospecção de clientes](#)





Etapa 2: Qualificação

Outro ponto importante é avaliar honestamente se o potencial cliente faz sentido com o que você pretende oferecer. Para isso pode se questionar da seguinte maneira: “Meu produto ajudaria esse cliente a lidar com algum problema que tem enfrentado?”.

No modelo de vendas consultivas não adianta tentar forçar a compra. Se o cliente não tem o perfil que você almeja, dificilmente irá adiante, e mesmo se for, futuramente pode se desapontar com a compra, podendo até tornar-se um potencial detrator da sua empresa. Portanto, se identificou que ele de fato não daria um match com sua proposta, siga para o próximo e invista o tempo em um cliente que de fato se beneficiaria com a compra.

Leitura complementar – [Como qualificar o prospect?](#)

Etapa 3: Apresentação

Você pesquisou sobre o lead, viu que ele combina com a sua solução e entrou em contato. Na etapa da apresentação é o momento em que você expõe de maneira bem estruturada e objetiva os argumentos de como seu produto o beneficiaria e valeria a pena ser adquirido.

Lembre-se que é necessário saber dosar bem a maneira de vender o produto. Não adianta sobrecarregá-lo com informações, uma atrás da outra. Faça de maneira orgânica e fluida, sempre abrindo espaço para ouvir o que ele têm a dizer e praticar a escuta ativa.



Etapa 4: Negociação

Na negociação é o momento de trabalhar a maneira como ele poderá contratar o produto. Nessa parte você pode expor os valores, maneiras de pagamento, tempo de contrato (se houver). Uma boa estratégia é reiterar os diferenciais do seu produto, reforçando seu valor. Tente compreender a situação do outro lado, porém domine as emoções e tenha muita delicadeza ao desenvolver a proposta e as réplicas. Também é aconselhável conceder descontos muito no começo, no intuito de fechar logo o negócio.

Etapa 5: Fechamento

Se todas as etapas anteriores fluíram bem, o fechamento será apenas uma formalidade, sendo o momento de estabelecer as normas contratuais, assinaturas e envios de documentos. Também é a hora de alinhar como se dará o início do uso do produto.

Caso algum ponto ainda não tenha ficado claro, reitere-o com o cliente e o esclareça. Quanto menos dúvidas ele tiver, maiores serão as chances de entender como seu produto funciona e ficar realmente satisfeito com a solução, podendo até ser um eventual promotor.



DICA DE LIVRO

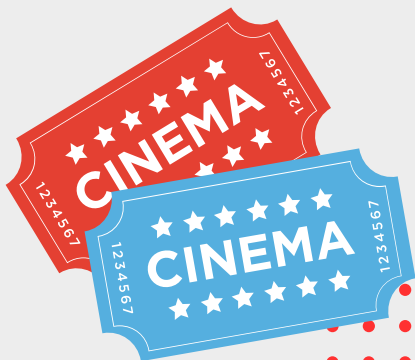
O vendedor e o Iceberg: Guia prático e Estratégico de Vendas Consultivas
O vendedor consultivo é aquele que conquista a confiança do cliente.

O autor destaca os principais passos para a venda consultiva e como criar uma relação de empatia e de longo prazo com os seus clientes.





ASSISTA O 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



pauloaraujo.com.br