

Mas, afinal, o que é persistência?

Acredito que um dos pré-requisitos mais importantes para se obter êxito em vendas é a atitude de ser persistente, pois dificilmente um cliente compra logo no primeiro contato. Entretanto, antes de persistir, é preciso acreditar em sua empresa, produto e, acima de tudo, em você. Depois de acreditar, é necessário persistir. A persistência é o ingrediente principal para a autossuperação diária necessária na área de vendas, pois é ela que separa perdedores e vencedores. Muitos vendedores desistem a um passo de fecharem a venda.

Mas o que é persistência? Na verdade, de maneira simples, persistir é a capacidade de cair e levantar, e não apenas uma ou duas vezes, mas muitas vezes. Persistência em vendas é receber muitos “nãos” e, mesmo assim, seguir em direção aos objetivos planejados. É saber lidar com as objeções do cliente e entendê-las como algo natural no processo de vendas. Apesar da simplicidade aparente dessa atitude, muitos confundem persistência com insistência ou teimosia, cavando diariamente as valas de seu insucesso.

Mas qual é a diferença entre persistência e teimosia, ou insistência? O persistente, quando não colhe os resultados que deseja, muda de estratégia: se não dá pela esquerda, vai pela direita. Se não dá por cima, vai por baixo. Já o teimoso insiste na mesma estratégia, obtendo, obviamente, os mesmos resultados. Em suma, o persistente tem um comportamento inteligente e estratégico, enquanto que o teimoso é inflexível e estreito.

A insistência ou teimosia só é indicada quando uma metodologia ou ferramenta é comprovadamente eficiente e eficaz, não havendo qualquer possibilidade de erro em sua aplicação. Nesse caso, é só uma questão de tempo para que os resultados apareçam.

Entretanto, quando se fala de vendas, é praticamente impossível usar a insistência ou teimosia para a conquista de ótimos resultados. Trata-se de uma atividade em que as variáveis são quase infinitas. No contexto das vendas, trabalha-se com elementos altamente subjetivos, como: emoções, valores, crenças, gostos, costumes, ideias, ideologias, etc. E é nesse cenário complexo que o vendedor precisa persuadir as pessoas a comprarem seus produtos ou serviços.

O vendedor campeão sabe que, com cada pessoa ou situação, o mesmo produto ou serviço deve ser vendido de maneira diferente. Muda a abordagem, a apresentação, a negociação e a forma de fazer o fechamento. O vendedor que liga “o piloto automático” e usa sempre a mesma fórmula para convencer todo tipo de cliente está fadado ao fracasso. Tais vendedores causam “calos” nos ouvidos dos clientes, sendo vistos por estes como chatos, irritantes e inconvenientes. Ninguém quer ser atendido por vendedores que tenham uma atitude insistente.

Já o vendedor campeão se mune de informações consistentes e as usa de maneira

estratégica para realizar a venda. Ele sabe avaliar a pessoa e a hora certa, o lugar ideal, a argumentação mais sensata, o melhor meio e forma para aquele contexto específico e, assim, obter êxito em sua empreitada.

Vendedores campeões sabem que, para a maioria dos problemas de vendas, há sempre uma solução, a qual só é encontrada quando se busca novos caminhos e estratégias, ou seja, quando se é persistente.

Prof. Heinz tem 22 anos de experiência como profissional de RH, empresário, consultor e instrutor. É palestrante nas áreas de motivação, vendas e liderança, diretor da Alfa Educação Corporativa Ltda. e autor do livro e DVD *Atitudes de Resultado*.

Visite o site: www.heinz.adm.br - **E-mail:** contato@heinz.adm.br

Artigo publicado na revista Venda Mais – janeiro/2010