

O que os clientes compram?

A resposta óbvia é: “Ora, eu vendo produtos ou serviços”. Em uma visão mais estreita, isso até chega a ser verdade, pois a entrega de produtos ou serviços em troca de algum valor em dinheiro representa vendas, mas apenas uma pequena parte. Vender é muito mais que isso!

Talvez, a pergunta certa seria: “O que o cliente compra?”. Bons sentimentos e soluções para seus problemas. Essa é a afirmação de Michael LeBoeuf, autor do livro *Como conquistar clientes e mantê-los para sempre*. Assim, esses dois itens deveriam nortear todas as ações do vendedor e da empresa que está disposta a realmente obter ótimos resultados nas vendas, vejamos:

Bons sentimentos – É certo que somos comandados por nossas emoções e estas influenciam tudo aquilo que compramos. Entretanto, é normal negarmos tal influência e dizermos que foi a razão que decidiu. Há pouco tempo, acompanhei o caso de um amigo que comprou um carro importado de R\$ 317 mil. A sua justificativa racional foi: qualidade do produto, tecnologia mecânica e eletrônica usada no veículo, sistema de navegação e, pasmem, baixo consumo por quilômetro rodado. É sempre a mesma coisa – compra-se pela emoção e justifica-se pela razão. Na verdade, o que meu amigo desejava era se presentear com um carro *top* de linha como forma de reconhecimento pelos vários anos de esforço e trabalho árduo e honesto que nortearam sua vida e conquistas.

Ampliando a análise, o cliente compra para ter um sentimento de segurança, ganho, *status*, bem-estar, prazer, autorrealização, facilidade, conforto, etc. O vendedor que atender seu consumidor com bom humor, por exemplo, tende a vender mais facilmente seu produto ou serviço, pois o cliente estará se sentindo bem nessa relação interpessoal. Lembre-se: as pessoas gastam seu dinheiro quando e onde se sentem bem.

O profissional de vendas que transmitir segurança e honestidade ao comprador irá vender mais e até fidelizar o cliente, já que não são poucas as pessoas que já foram enganadas e iludidas por vendedores que só se interessavam pela comissão da venda realizada. Desse modo, os profissionais de vendas devem vender os benefícios que o produto ou serviço proporciona, e não apenas as características destes. Tais benefícios geram bons sentimentos, e estes resultam em vendas. Em resumo: venda bons sentimentos.

Solução para problemas – Para ser um vendedor eficaz e campeão, não basta apenas a geração de bons sentimentos, a qual vem da competência humana, é necessário dar solução ao problema que o cliente possui. Tal solução vem da competência técnica que todo profissional de vendas deve desenvolver. É fundamental ser um *expert* e ter uma visão mais ampla da profissão. O vendedor tem de ir além das características do produto, do preço, prazo e desconto a ser dado, precisa ser um consultor de vendas.

Entretanto, isso não pode ser apenas um nome pomposo para impressionar. Deve

significar a postura de um vendedor que conhece tudo a respeito de seu produto ou serviço. São necessários também conhecimentos (mesmo que empíricos) de psicologia, economia, administração, tendências, além de facetas específicas do produto ou segmento de atuação. É preciso ajudar seu cliente a “ter sucesso”. É possuir visão de parceria e ser visto pelo consumidor como um recurso precioso de prosperidade ou satisfação.

Bem, fica uma pergunta para reflexão: a sua competência humana e técnica gera bons sentimentos e soluções para os problemas de seus clientes? Lembre-se: todo dia a corrida para ótimos resultados começa do zero e não pode haver espaço para acomodação quando o assunto é vender.

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 – agosto/2009