

ATENDIMENTO DE CORAÇÃO E FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES

Pequeno manual de treinamentos

Autor: Alexandre Matiro

Atendimento de coração e fidelização de clientes.

Pequeno manual de treinamentos.

"A melhor propagando é feita por clientes satisfeitos."

Pagina 1-índice

Paginas 2 a 14- Um relato de um atendimento de coração.

Pagina 15- Porque fidelizar Clientes?

Pagina 16- Algumas estratégias de fidelização de clientes.

Pagina 17- Gerando emoções positivas

Pagina 18- Reclamações não atendidas e a perda de clientes.

Pagina 19- Tenha o atendimento de coração como facilitador na hora de uma reclamação.

Pagina 20- Argumentação e fidelização de clientes.

Pagina 21 a 25- Algumas dicas de argumentação de vendas.

Pagina 26- Opinião do autor.

Estava andando dia destes, em uma movimentada rua comercial do centro de São Paulo indo em direção ao escritório de um cliente muito importante para empresa que represento, quando pude observar próximo ao escritório de meu cliente uma ótica, o que me despertou a curiosidade de ir até lá olhar sua vitrine, esperava encontrar o óculos de sol que minha esposa tanto sonhava.

Era a semana do seu aniversário, e em nossas muitas conversas diárias, ela havia me fornecido todas as dicas possíveis do presente que ela gostaria de ganhar naquele ano. Durante uma destas conversas, ela me mostrou até a foto de uma artista muito famosa que usava aquele lindo óculos de sol, e falou como aquele óculos havia deixado a artista mais bonita e elegante. Logo percebi sua intenção, procurei observar todos os detalhes possíveis para poder comprar um modelo igual, ou muito parecido com o óculos da foto. E com todas as dicas dadas, desta vez com certeza não poderia errar na compra do seu presente. E por coincidência, existia naquela loja o modelo que procurava.

Como eu estava adiantado para meu compromisso uns 40 minutos exatamente, me permiti olhar com mais calma o lindo óculos de sol que estava exposto. Ali estava ele, todo ajeitado em cima de um estojo muito bonito por sinal, que valorizava mais o produto. Era exatamente o mesmo modelo que havia visto na foto. Aquela imagem estava ainda viva em minha memória, e lembrava de cada detalhe dele e conseguia imaginar minha esposa usando aquele lindo óculos de sol.

Sempre tive boa intenção de agradar minha amada dando a ela sempre o melhor, mas nem sempre acertava na compra, já paguei muitos micos não acertando na compra de um presente, mas acredito que é algo comum no universo masculino.

Desta vez para que eu não paga-se mais um mico e ela não tivesse que elegantemente fingir que se agradava do presente recebido, resolveu me ajudar facilitando minha vida mostrando uma foto com detalhes, não teria como errar. Observei pela vitrine que não havia o preço fixado no óculos, o que me fez entrar na loja para perguntar.

Entrei na loja somente com a intensão de perguntar o preço e depois voltar, não costumo comprar nada por impulso sem antes uma boa pesquisa de preços, fora a impressão que sempre fico de estar incomodando, como atuo na área de vendas também sou cheio destas esquisitices.

Mas enfim, criei coragem e entrei, e lá no fundo da loja haviam duas pessoas que acredito eu serem vendedoras, pois estavam uniformizadas.

Estavam elas ali em um bate papo muito animado, me senti totalmente perdido diante daquela situação, nenhum olhar e nem mesmo um bom dia recebi, ou então aquela famosa frase em que posso te ajudar.

Acho péssimo esta frase, até porque uma vez que um cliente esta dentro de uma loja é obvio que ele precisa de algum tipo de ajuda, mas pensei: calma Alberto olha suas esquisitices de vendedor. Tenho trabalhado com excelência no atendimento, e me percebo muito exigente e critico no momento de uma compra.

Continuava ali parado e observando o bate-papo delas, e esperava ser rapidamente notado e atendido, mas a conversa acredito eu, estava muito mais interessante que minha presença.

Atuo como vendedor no ramo securitário e sempre procuro fazer com que meus clientes se sintam as pessoas mais importantes do mundo, dou o máximo de atenção a cada um deles, e fico muito incomodado ao observar profissionais de vendas perderem oportunidades de negócios, justamente por não saberem tratar e conquistar seus clientes. Sempre digo, que durante um atendimento temos poucos minutos para encantar o cliente, e atitudes erradas podem fazer o cliente sair correndo.

Observo que nos dias de hoje, um bom atendimento se tornou um diferencial, não deveria ser assim, mas infelizmente é o que ocorre. Minha opinião, é dever de um profissional de vendas priorizar um excelente atendimento, aquele de coração que deixa marcas.

Resolvi dar mais uma chance a elas, e fingi um pigarro, foi ai que me notaram e um sorriso amarelo surgiu estampado em seus rostos, e uma delas disse a tão famosa frase, em que posso te ajudar, senhor? Quase pude ler seus pensamentos, somente pela expressão de seus rostos, e para mim estava escrito o que esse cara quer aqui a estas horas?

O diretor lá da empresa em seus treinamentos, sempre nos orienta para estarmos atentos e cuidadosos, porque nossos corpos podem transmitir alguma mensagem. É a tal da comunicação não verbal. É, nosso corpo pode falar, e fala através de expressões, tom de voz ou de um olhar.

Resolvi ser direto e acabar com aquele constrangimento, perguntei o preço do óculos que me chamou atenção na vitrine e ela pediu para que eu a acompanha-se e mostra-se a ela qual era o modelo. Mostrei a ela o modelo, e a vendedora somente me informou o preço sem ao menos abrir a vitrine e demonstrar o produto, agradei mesmo assim a ela e sai da loja. Logo depois, pensei eu, ela não deve ser vendedora, pois um vendedor teria ao menos demonstrado algum interesse em efetuar a venda, e eu sou do tipo de pessoa que necessito tocar um produto para compra-lo, sai daquela loja frustrado, ela nem percebeu isso.

Quando minha esposa havia mencionado o óculos que havia achado bonito, em uma de nossas conversas, imaginei que aquele modelo de óculos de sol seria algo muito caro, justamente por uma artista famosa ser sua garota propaganda, mas o modelo custava menos do que eu esperava. Porém o atendimento oferecido me fez bloquear o desejo de realizar qualquer negócio naquela loja ou com aquela vendedora.

Fiquei intrigado como poderia ainda existir este tipo de atendimento, como pessoas e empresas deixam de ser bem sucedidas por não se atentarem a algo muito importante e simples, o cliente.

Segui meu caminho me preparando emocionalmente para atender o cliente que me esperava, estava dentro do horário proposto, graças a Deus. Tenho trabalhado com foco em resultados e aquele constrangimento passado na loja não poderia tirar meu foco, pois pretendia fechar um grande negócio naquela manhã.

Continuando a caminhada, percebi que na mesma calçada, havia uma outra ótica e parei rapidamente para olhar sua vitrine, que por sinal me chamou a atenção pois estava bem decorada, e lá estava o mesmo óculos em destaque, assim como na outra loja, acreditei que aquele modelo deveria estar na moda mesmo, e que a tal atriz famosa estava desempenhando bem seu papel de garota propaganda.

Mas agora o foco principal era a visita ao meu cliente, que estava agendada já há alguns dias e próximo do horário, mas com certeza na saída da visita comercial, iria passar naquela ótica para tentar olhar o produto mais de perto.

Mas ia depender muito do atendimento, não ia querer ficar irritado novamente, por um tratamento frio e sem vida.

Cheguei ao meu compromisso no horário, que bom, gosto de causar boa impressão em uma visita de negócios, o primeiro contato com um cliente para mim é primordial, me cerco de muitos cuidados observando sempre cada detalhe que possam favorecer a minha visita e não dificultar a negociação, as vezes são os detalhes que impedem a realização de um bom negócio. A visita ocorreu conforme o imaginado, procuro mentalizar antes de uma visita, sempre coisas boas e gosto de estar com pensamentos e atitudes muito positivas. Sai daquele escritório, feliz por ter realizado mais um bom negócio, e principalmente por ter realizado mais um atendimento de coração, daqueles que fidelizam clientes. Na saída me lembrei da ótica, na mesma calçada e me direcionei a ela, ao chegar em frente a loja, olhei novamente a vitrine e decidi que iria comprar logo aqueles óculos de sol. Parado ali em frente a vitrine e relutante a entrar, percebi alguém vindo em minha direção o que já me surpreendeu. Já estava com a impressão que desta vez teria um atendimento diferente.

Observando a aproximação, pude perceber uma pessoa com a fisionomia alegre e com um brilho no olhar e um sorriso daqueles cativante, logo me cumprimentou perguntando meu nome, o que prontamente mencionei, Aberto. Em seguida ela se apresentou também mencionando o seu nome, que era Mônica e me convidou a entrar, me direcionando á uma mesa, já estava me sentindo super a vontade com aquele tipo de abordagem.

Ao sentar me ofereceu água, pois aquele dia estava muito calor, era verão na época e fazia algum tempo que não chovia, o que deixava a sensação térmica terrível.

Ela sabiamente aproveitou o gancho do calor e iniciou um bate papo descontraído comigo, estava curiosa em saber como eu suportava trabalhar de terno e gravata com aquele calorão.

Falei que minha profissão exigia um marketing pessoal bem alinhado, pois precisava causar uma boa impressão para meus clientes.

Neste momento ela abriu um sorriso e me perguntou se eu era do ramo de vendas?

Respondi que sim! e a conversa continuou descontraída e animada e assim prosseguiu até entrar no momento certo da venda.

O senhor gostou de algum modelo na vitrine o que pude observar, e em seguida me fez a pergunta: é para o senhor ou é para presente? respondi a ela, que era presente de aniversário para minha esposa, e ela respondeu, então já sei qual modelo deve ser, e enquanto ela caminhava até a vitrine buscar o óculos que achava que eu tinha gostado, me peguei em um pensamento divertido, ela é esperta e se deixar vai dominar a situação. Mas resolvi não ficar armado durante aquele atendimento, alimentando aqueles pensamentos de cliente que é vendedor também, pois até aquele momento o atendimento que ela estava proporcionando estava excelente, ela estava sendo muito simpática e focada no atendimento. Fiquei imaginando se minha esposa estivesse ali naquele momento comigo, iria me dar alguns beliscões, pois sempre fico analisando o atendimento dos vendedores que nos atendem, e já virou um hábito criticá-los. Ela retornou a mesa em que eu estava sentado, e percebi que tinha acertado em cheio no modelo, aí eu disse a ela brincando, estou assustado com você moça, além de vendedora deve ser advinha também, e ela riu e respondeu: que nada, é que este modelo está vendendo muito nestes dias, justamente porque uma artista famosa apareceu usando ele nas redes sociais, e aí virou febre mesmo, acredito que sua esposa vai adorar foi uma ótima escolha.

Ela verdadeiramente estava bem preparada pois estava antenada as noticias das redes sociais o que fez um diferencial naquele momento.

A vendedora começou a falar do produto, do material que ele era confeccionado, do seu designer e entrou em especificações técnicas da lente e a proteção que iria proporcionar ao olhos de minha esposa, fiquei impressionado por seu conhecimento, que só agregou valor naquele momento da venda.

Pedi que eu segurasse o óculos e observar-se os detalhes na haste.

Tudo para mim soava como musica aos meus ouvidos, pois sou do tipo daqueles clientes que leem o manual de instruções e que precisam tocar naquilo que compra, aprendi em um treinamento que usamos os sentidos na hora da compra, alguns clientes são mais auditivos outros mais visuais e outros cinestésico, e podemos usar este conhecimento para fortalecer o momento da venda explorando cada um destes sentidos.

Após sua explanação sobre o produto, estava decidido a compra-lo, mas faltava um detalhe muito importante, era saber o preço, principalmente para um cliente que é vendedor. Mas sabia que o preço agora seria um detalhe apenas, a ser ajustado em uma boa negociação.

Perguntei a vendedora Mônica o preço e ela me informou sem titubear, observei que o preço ali, naquela loja estava mais alto do que a concorrente ao seu lado, aquela loja que infelizmente tive uma experiência negativa.

Falei para ela que havia encontrado o mesmo óculos ali ao lado e muito mais barato, esperei para observar sua reação e seus argumentos sobre a questão do preço, mas ela nem se abalou e me fez uma série de perguntas: a primeira delas foi: a pessoa que o atendeu mencionou sobre as qualidades do produto? falou também das suas garantias? mencionou sua procedência?, E usou o argumento que como era um produto da moda, que estava em destaque, que poderia existir muitas falsificações e produtos com a origem duvidosa, e sendo assim poderiam custar mais barato mesmo.

Novamente ressaltou as qualidades e garantias do óculos e o mais importante frisou que a saúde ocular de minha esposa poderia estar em risco, caso eu comprasse algo de origem duvidosa.

Recordou-me sobre a importância dos filtros que compunham as lentes do óculos. Francamente ela conseguiu me gerar dúvidas a respeito, seus argumentos estavam funcionando, e eu estava deixando de olhar o preço e priorizando o produto, realmente ela era bem treinada em argumentações.

Meio rendido as suas argumentações e pensando na experiência negativa que tivera na concorrência e que em hipótese alguma não voltaria mais lá, perguntei meio que indefeso consegue melhorar o preço?.

No início do atendimento enquanto conversávamos descontraidamente, ela havia observado que eu possuía no bolso de meu paletó um óculos, e pediu gentilmente para fazer uma manutenção gratuita nele enquanto conversávamos. Era um óculos só para leitura que estava bem velhinho e precisava ser trocado, e eu por mero desleixo ia postergando sua troca.

E naquele momento que pedi o desconto, ela com ousadia me falou da necessidade da troca do meu óculos que estavam velhinhos, e me fez perceber, que um profissional de sucesso que participava de reuniões comerciais, não poderia ser visto usando um óculos como aquele. E me fez uma proposta irrecusável, em vez de conceder um desconto no óculos de sol, darei um super desconto na troca do seu óculos para leitura. Olha só, eu querendo desconto e ela tentando agregar mais um produto a venda. E com isso de uma forma sucinta conseguiu me convencer. Ela foi muito persuasiva, e quando pude perceber havia dado o meu consentimento para trocar meu óculos.

Percebi em minha frente uma vendedora bem treinada, que mantinha o foco no seu atendimento.

Instantes depois dela tirar todos os pedidos e eu já ter efetuado o pagamento, ela veio com um lindo embrulho para presente e para finalizar aquele brilhante atendimento algo que para mim foi como a cereja do bolo, pediu para eu escolher um modelo de cartão para ser impresso, e colocou depois de pronto, o cartão customizado num lindo envelope vermelho, e me disse que era para simbolizar a paixão por minha esposa, um detalhe que fez toda a diferença, pois talvez eu esquecesse mesmo de comprar um cartão.

Me despedi da Mônica feliz pelo atendimento, e a elogiei por sua performance como vendedora, e brinquei com ela, você me passou a perna hein menina, e sua resposta foi, só ajudei o senhor em sua necessidade.

Perguntei se ela gostava do que fazia e ela me respondeu que não, me surpreendi com a sua resposta, mas ela complementou, eu não gosto eu amo o que eu faço. Eis o que faz diferença entre os profissionais, aqueles que simplesmente fazem o trabalho e aqueles que amam o trabalho que fazem.

Por quê fidelizar Clientes?

Imaginou que todo cliente que você atendesse se torna-se fiel e só comprasse com você?

Não basta apenas vender para fidelizar clientes, é preciso muito mais. A concorrência esta maior a cada dia, e a evolução na tecnologia, esta permitindo oferecer produtos com preços cada vez mais competitivos.

Para sobreviver a este cenário é preciso exceder as expectativas do consumidor, colocando o foco em estratégias que gerem fidelização.

Hoje é muito mais caro para uma empresa investir em estratégias de marketing para atrair novos clientes, do que fidelizar aqueles já existentes. E você como profissional de vendas também é responsável por fidelizar clientes.

O cliente que é fidelizado fica disposto a gastar mais por um produto, pois enxergará no produto valor (atendimento recebido) e não somente o preço. Clientes satisfeitos serão os principais responsáveis por recomendar uma marca para seus amigos, colegas e familiares. quanto maior o número de indicações maior serão as vendas.

Algumas estrategia de fidelização de clientes

- *Tudo começa com um bom atendimento aquele de coração, onde existam consultores dispostos e preparados para ouvirem os clientes e ajuda-lo a tomar decisões que solucionem seus problemas.
- *Um consultor sempre otimista preparado para absorver o não que o cliente possa trazer, e rebater estas objeções com muitas argumentações, e que faça o cliente compreender o valor de um produto e não somente o seu preço.
- *Um consultor consciente de seu papel, além de ser focado em metas, saber usar a comunicação com o cliente como uma aliada, estabelecendo assim laços e gerando boas emoções a cada cliente.
- *Um consultor que faz de seu atendimento, aquele de coração como sua maior meta.
- *Um consultor preparado para ser um solucionador de problemas e que gere confiança em seu atendimento.
- *alguém sensível a necessidade humana e cheio de empatia.

"As pessoas esquecerão o que você disse. Esquecerão o que você fez. Mas, nunca esquecerão o que você as fez sentir".

Maya Angelou

Gerando emoções positivas

Refletindo na frase acima, no momento do atendimento podemos gerar emoções positivas oferecendo ao cliente um excelente atendimento, que priorize suas necessidades, e exceda as suas expectativas. Existem inúmeras formas de realizar este atendimento e com excelência.

Mas pode-se também gerar emoções negativas, ao faltar com a verdade, não honrar compromissos com o cliente, não tratá-lo em uma reclamação, com o mesmo empenho que houve no dia da compra, deixá-lo se sentir perdido, não oferecendo a ele uma solução rápida e eficaz ao seu problema. Oferecer ao cliente uma abordagem e um atendimento frio e sem vida.

"Os clientes se lembram de um bom atendimento durante muito mais tempo do que se lembram do preço".

Kate Zabriskie

Reclamações não atendidas e a perda de clientes.

Nem sempre tudo será perfeito após atendimento de um cliente e entregar a ele um produto ou serviço. Poderão ocorrer algumas reclamações, mas devemos trabalhar arduamente para minimizar os erros e para que cada vez mais, tenhamos clientes satisfeitos. Mas uma reclamação, que não for resolvida rapidamente e com eficácia, poderá apagar toda a magia de um atendimento de coração.

Neste momento o conselho é escutar o cliente, e ouvir atentamente sua reclamação e mostrar-se disposto a solucionar rapidamente seu problema.

Evitar jogar o problema para frente ou colocar empecilhos, burocracias que dificultem a solução. É o momento de encantá-lo novamente, trazendo uma solução que gere mais confiança.

Perda de vendas / relacionamento

Um cliente insatisfeito, caso não seja minimamente atendido, tem um grande potencial para deixar de fazer novas compras com você e sua empresa, assim como encerrar um relacionamento.

Problemas de reputação

Da mesma forma, é bem provável que um cliente irritado leve a sua indignação para as pessoas mais próximas ou até para redes sociais falando mal de você e sua empresa.

Tenha o atendimento de coração como facilitador na hora da reclamação

Um atendimento de coração poderá se tornar um grande facilitador. Pois quando o cliente traz seu descontentamento seja ele com um produto ou serviço prestado, dependendo da ocorrência ele ainda pode estar movido pela emoção do primeiro atendimento, caso ele tenha sido positivo. O cliente poderá estar menos armado e mais disposto a esperar por uma solução, pois um bom atendimento gera confiança.

Segundo pesquisas, 96% dos clientes insatisfeitos não retornam para reclamar, simplesmente mudam o seu local de compra ou prestador de serviços.

Então perceba que a confiança gerada no momento do atendimento, faz com que uma grande parcela destes clientes que ficaram insatisfeitos, retornem em busca de uma solução. Um cliente insatisfeito conta para 8 a 10 pessoas sobre sua decepção.

A reclamação resolvida é a oportunidade de gravar no coração de seu cliente um aspecto de confiança, que é primordial para eleição de onde ele continuará a adquirir nas próximas vezes seus produtos ou serviços.

Argumentação e fidelização de clientes.

O que é argumentar?

Argumentar é expressar uma convicção, um ponto de vista, que é desenvolvido e explicado de forma a persuadir o cliente. Para isso é necessário apresentar um raciocínio coerente e convincente, baseado na verdade, e que influencie o cliente, levando-o a agir e pensar em conformidade com os objetivos apresentados.

Portanto, para uma boa argumentação é preciso conhecer e acreditar nos produtos e serviços com que você trabalha.

Argumentar não é convencimento a todo custo, é expor detalhadamente o porquê que o cliente deveria comprar com você. É falar sobre as qualidades, as garantias e benefícios que o produto ou serviço irá proporcionar ao cliente.

É o momento de gerar confiabilidade, e ela é gerada quando conhecemos e dominamos aquilo que será apresentado ao cliente.

Algumas dicas de argumentação de vendas.

Aposte na proximidade com o cliente.

O cliente fica mais disposto a fazer negócios com quem ele se sente mais próximo.

Muitos clientes não gostam de vendedores intimistas(como se você amigo intimo), tipo aqueles, que costumam chamar o cliente de meu bem, querido , amor ou algo parecido. adquira o habito de chama-lo pelo nome.

Conheça bem as soluções.

Na verdade, você não vende produtos ou serviços você vende soluções a cada cliente.

Opine, entenda o problema de seu cliente, dê alternativas a ele que solucionem seu problema.

Entenda, que cada pessoa tem uma necessidade.

Se cada ser humano é único, porque tratar todos os clientes iguais? Ouça o cliente, veja as suas necessidades antes de tentar vender no primeiro momento, após saber suas necessidades ficará mais fácil argumentar com ele, e direcionar o passo a passo da venda de uma forma que o cliente se sinta único.

Saiba gerar boas emoções em seu cliente.

Quanto mais ligado você estiver com seu cliente mais fácil será a conversação.

Após ouvir seu cliente e suas necessidades, chegou a hora de você falar, e para isto é muito importante ter conexões emocionais com ele, e esta proximidade com o cliente deverá ocorrer de forma natural, nunca forçando a barra.

Busque pontos de semelhança com seu cliente para facilitar este momento, ex. fale de um time de futebol que ele goste, musicas, Hobbies, locais que possam frequentar , crenças, objetivos em comum. Tudo isto pode criar proximidade com seu cliente.

Criar uma sintonia e empatia com seu cliente é uma técnica chamada de *Rapport*.

O espelhamento, é uma técnica do *Rapport* que é mais usada, nesta técnica, uma pessoa imita (sem que a outra pessoa perceba) alguns elementos da linguagem corporal da outra (como a postura, gestos, expressões faciais, respiração, etc.) tudo para gerar aproximação e conexão emocional.

Ex. se o cliente fala rápido, procure falar mais rápido com ele. Se o cliente usar muitos gestos na comunicação, use também.

Seja um contador de histórias.

Todo mundo gosta de ouvir histórias, é uma forma de prender a atenção, despertar curiosidade gerando engajamento com o cliente. É uma boa forma de ilustrar algo que você esteja explicando a ele.

Mas somente use esta técnica se o cliente despertar interesse em ouvir, e se você se sentir seguro em conta-la.

Use na conversação perguntas abertas.

Perguntas fechadas- são aquelas que o cliente pode responder somente com um sim ou não, neste caso a conversação poderá ser mais curta e rápida.

Perguntas abertas- são aquelas que obrigará o cliente a pensar e desenvolver uma resposta, que lhe oferecerá informações, que lhe permitira conhecer mais as suas necessidades e lhe entregar soluções.

Ex. perguntas fechadas:

O senhor gostou deste modelo? *resposta poderá ser sim ou não.*

Ex. perguntas abertas:

Que tipo de modelo você procura? *cliente precisará detalhar mais sua resposta.*

Crie o senso de urgência para seu cliente.

No momento da argumentação, crie um senso de urgência para o cliente, para que ele decida fechar o negócio naquele momento. Quando o cliente não sente esta urgência, ele poderá perder o interesse em fechar o negócio, deixando para fecha-lo em outro momento. Mostre que aquele preço ou condição não durará por muito tempo. Um grande erro de profissionais de vendas, é mentir sobre uma oferta ou promoção, a mentira descoberta poderá levar ao descredito e dificultar qualquer negociação.

Adapte sua linguagem a cada cliente.

Faz parte de uma boa comunicação se fazer entender, portanto use uma linguagem fácil, que seu cliente entenda, adapte sua linguagem ao perfil de cada cliente.

Ex. pessoas mais simples, não use de palavras muito sofisticadas, use uma linguagem simples.

Ex. se você trabalhar com algo técnico, simplifique sua explicação, tente traduzir a linguagem técnica em algo mais próximo da linguagem de seu cliente.

Use uma linguagem adequada para cada faixa etária.

O bom senso é sempre primordial quando se comunicar comercialmente.

Permita que seus clientes saibam que você têm um diferencial.

Pense como você pode se diferenciar dos demais ou da concorrência. Procure inovar-se sempre, você pode até trabalhar com produtos que a concorrência trabalhe também, mas se estabelecer um diferencial em seu atendimento, este diferencial poderá te ajudar no fechamento de negócios.

Tenha um marketing pessoal impecável.

Ninguém gosta de ser atendido por alguém que tenha uma imagem que remeta ao fracasso, portanto esteja sempre alinhado em seu modo de vestir, tenha um linguajar simples porém correto. Fale corretamente sem usar gírias, seja otimista e acredite que o seu sucesso é possível, basta desejar.

Ninguém se torna um excelente vendedor da noite para o dia, é preciso muita pratica e estar sempre estudando técnicas de vendas e argumentações.

Opinião do autor

Momento da venda não é um momento de guerra, onde aquele que for o mais forte vence, pois o vendedor até poderá vencer, mas se não conseguir gerar boas emoções no cliente não conseguirá fidelizá-lo.

O cliente é aquele que traz os seus recursos e que sustentam todo um processo comercial, apesar disto não devemos enxergá-lo somente por causa de seus recursos.

Para isso, atende-lo de coração e fazer a ele o que você gostaria de receber de alguém em um atendimento, é a chave do processo do bom atendimento. Atender com o coração é oferecer ao seu cliente um atendimento humanizado, caloroso, focando em solucionar seus problemas, usar sempre a verdade e cumprir o que foi prometido.

Que esta pequena história fictícia e dicas, que você acabou de ler páginas atrás, possa influenciar você leitor. Meu desejo é levá-lo a refletir sobre o dever que um profissional de vendas tem em oferecer um excelente atendimento, aquele com o coração, e ajudá-lo a repensar e a ajustar se necessário a maneira de seu atendimento, tornando-se mais comprometido em solucionar as necessidades do cliente e deixar uma marca positiva que o faça voltar.