

CADERNO
**BALCONISTA
AUTOMOTIVO**

Contribuindo para
o aprimoramento
do profissional do
varejo de autopeças



Habilidades para vendas

Desenvolva as suas, participe de cursos e aprimore-se sempre. Lembre-se que o mundo é cada vez mais digital

CADERNO BALCONISTA AUTOMOTIVO

TEXTO: KARIN FUCHS | FOTO(S): DIVULGAÇÃO

O digital é um universo que se abriu para vendas e relacionamentos. Segundo Caio Cunha, presidente da WSI Master Brasil, co-Fundador da WSI Consultoria e membro do Global WSI Internet Consultancy Advisory Board, hoje vemos uma forte tendência nas redes sociais, e na internet de maneira geral, que é a criação de conteúdo para gerar credibilidade para uma marca, seja ela uma empresa ou uma pessoa.

“O comportamento do consumidor mudou: as pessoas fazem buscas no Google antes de comprar, comparam produtos e verificam a opinião de influenciadores nas redes sociais. Por falar nisso, os balconistas podem aproveitar essa tendência tanto online, desenvolvendo suas próprias redes sociais ou as da empresa em que trabalham quanto trazendo essa realidade para o mundo offline, fazendo vendas mais consultivas”.

As dicas que ele dá são: conheça bem os produtos que você está vendendo e entenda qual é a necessidade do consumidor para depois oferecer a que mais se adeque à sua realidade, explicando o porquê. “No caso das redes sociais, podem ser feitos vídeos de resenhas dos produtos, comparações de benefícios, aviso de promoções. Você deve identificar qual é a “dor” (necessidade) do seu cliente e mostrar pelo digital como seu produto/serviço vai ajudar a solucionar isso”.



Caio Cunha,
presidente da WSI Master Brasil,
co-Fundador da WSI Consultoria
e membro do Global WSI Internet
Consultancy Advisory Board

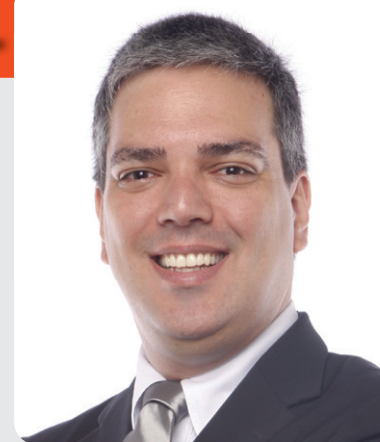
Tudo isso, de acordo com ele, gera credibilidade para quem está vendendo, pois mostra que o vendedor conhece o assunto, entende da necessidade do cliente e não quer apenas bater metas, mas ajudar o consumidor também. Ele lembra que o mundo digital é um mundo aberto onde todos compartilham conhecimento e esclarecem dúvidas ajudando outros consumidores antes deles nem pensarem em conversar com um vendedor.

“Logo, se você estiver no mundo digital “navegando” e “ouvindo” o seu público, é muito provável que você poderá atender às suas verdadeiras necessidades quando verdadeiras e com certeza o atrairá. Por isso, que dizemos sempre que você deve analisar o digital para identificar em quais soluções do mercado seu público-alvo navega, pois é lá que você deve estar em todas as fases do processo decisório do seu futuro cliente”.

Portanto, dependendo do que você está oferecendo e qual é o seu verdadeiro público-alvo, esse mundo pode ser mídias sociais empresariais como LinkedIn, por exemplo, ou mídias sociais que comunicam diretamente com público no seu dia a dia, como Instagram ou Facebook. “Às vezes, você pode comercializar direto seu produto na mídia digital, outras vezes você deve usar o digital apenas para atrair o seu público para seu site, por exemplo”.

Dedique-se – Consultor de empresas e palestrante especializado em Coaching de Vendas, Jaques Grinberg alerta que muitos acham que vender pelas redes sociais é muito simples e barato, mas estão enganados. “Vender pelas redes sociais requer investimento financeiro e de tempo também. Estudar como fazer e dedicar-se uma ou duas horas por dia, no mínimo, é o primeiro passo. O segundo passo é gerar autoridade nas redes sociais (Instagram, Facebook e outras) através de seguidores e engajamento”.

Segundo ele, quanto maior o número de seguidores, maior o engajamento e o resultado de forma orgânica e com investimento financeiro menor. “O terceiro passo é definir o que você quer vender pelas redes sociais, se serão serviços ou produtos e por último como despertar interesse e atenção nas pessoas para comprarem o que você deseja vender”.



Jaques Grinberg,
consultor de empresas e palestrante
especializado em Coaching de Vendas

Outro meio é recorrer a um profissional especializado. “Se você não sabe como fazer e vender pelas redes sociais ou não tem tempo para cuidar das suas redes, avalie a possibilidade de contratar uma agência de marketing digital ou um profissional autônomo. Se você tem tempo e quer cuidar das suas redes, mas precisa aprender, o Sebrae oferece diversos cursos EAD e gratuitos sobre marketing digital que valem a pena”.

Valorize o cliente – Commodities trader e sócio do Raad International Trading, Thomas Raad, ressalta que o cliente gosta de se sentir valorizado, independentemente do que ele pensa. “Quando a gente passa que estamos valorizando o cliente através de simpatia, atenção, agregando mais para a vida dele do que ele para a nossa, automaticamente se sente único. Quando o cliente sabe que ele vai gastar dinheiro já entra com um mindset um pouco diferente”.

Ele acrescenta que as pessoas, geralmente, pensam nos motivos pelas quais elas não devem gastar e uma das primeiras coisas que ficam como impressão na nossa mente é como ele é atendido dentro da loja. “Se for mal atendido, ele perde o clima e já sai na hora. Eu mesmo já fiz isso várias vezes. O nosso trabalho para fazê-lo esquecer que vai “gastar” é tornar isso numa experiência de melhoria ou investimento”.

Nas palavras de Cunha, as habilidades que mais conquistam as pessoas, no vendedor, são sua disposição para ajudá-las no que elas precisam. “É importante ter coragem de guiá-las para a solução ideal que muitas vezes pode não necessariamente ser a sua. Esse é o grande valor do digital, onde tudo é mensurável. Você pode procurar com precisão o público-alvo ideal que realmente busca aquilo que você oferece. E se você



estiver lá querendo ajudá-lo a achar a solução que ele verdadeiramente necessita, você vai garantir um cliente fiel que vai apoiá-lo por muitos anos”.

Grinberg destaca que os clientes e usuários das redes sociais querem conteúdos de interesse deles, informações e novidades. “Evite publicar apenas serviços e produtos à venda, publique dicas, novidades e lançamentos para gerar engajamento. Lembrando que curtidas não geram vendas, mas aumentam o número de seguidores e quanto mais curtem e comentam nos seus perfis, mais as postagens de vendas irão aparecer. E quando um cliente comentar, responda o comentário para que ele se sinta importante e pesquise os seus principais concorrentes nas redes sociais para avaliar o que eles fazem que gera resultados”.

Raad também deixa outras dicas: “assista a pessoas melhores que você, comece a reconhecer que você quer melhorar e tem bastante figuras públicas que divulgam nas redes sociais formas para ser um profissional melhor ou um vendedor melhor, sem precisar gastar em um curso super caro que pode não te trazer resultado. Você pode achar isso em forma de vídeos no YouTube, vídeos ou stories do Instagram. Mas antes de começar a consumir esses conteúdos religiosamente, você precisa analisar quais são os conteúdos que você está assistindo com um olhar crítico para aprender a utilizar as técnicas que você está vendo para seu dia a dia e trabalho”.

Ferramentas de vendas – As redes sociais serão cada vez mais usuais nas vendas. Nas palavras de Cunha, esse é um caminho sem volta. “Muitas empresas pensavam que o digital serviria para complementar seu negócio com notícias ou para atrair seu público para a sua loja, mas ficou provado, principalmente nesse momento de crise, que o público encontrou no digital uma alternativa para ter mais conforto, poder avaliar os produtos com mais tranquilidade, sem um vendedor pressionando-o, poder ser muito mais seletivo, vendo produtos de todos os tipos, desde nacionais e internacionais; olhando os grandes e os pequenos, e muito mais”.

Segundo ele, o mundo digital não para de inovar em termos de ferramentas. “O difícil para as empresas é escolherem quais são aqueles que são boas para o seu negócio e quais não são. Existe uma pesquisa de mercado da ChiefMartex (<https://chiefmartec.com/>), que publica todo ano quantas ferramentas já foram criadas e estão disponíveis para o público. A pesquisa de 2019 mostrava mais de 7 mil ferramentas”.

Para quem está começando, a recomendação dele é sempre alguns passos pequenos, mas importantes, como introduzir um CRM para controlar suas oportunidades de vendas e alimentar suas oportunidades ao longo da sua caminhada, e softwares de pós vendas para controlar os atendimentos e suporte aos seus clientes. “Para empresas que gostam do digital e já estão navegando, existem

plataformas mais completas que trabalham desde a fase de atração do público-alvo, gestão das oportunidades até a venda e o suporte pós-venda, como Hubspot ou RD Station, por exemplo”.

Grinberg também compartilha da mesma opinião. “As ferramentas/redes sociais serão cada vez mais usuais nas vendas. A pandemia antecipou pelo menos dois anos trazendo essas ferramentas para o dia a dia dos consumidores. As empresas, comércios e profissionais autônomos que não estudarem e investirem nas redes sociais poderão passar por dificuldades em vendas”.

Tudo isso, diz ele, é um processo e não irá mudar de um dia para o outro, mas quanto mais tempo demorarmos, mais difícil ficará. “O maior desafio é manter as estratégias “OFF” que acontecem fora da internet e junto, criar estratégias digitais. A união das mídias de divulgação ON e OFF potencializam os resultados das pequenas empresas”.

Raad acrescenta que não tem dúvidas de que as ferramentas/redes sociais já estão consolidadas há alguns anos. “Eu mesmo utilizo esses meios para aprimorar minhas técnicas, para poder identificar tendências novas e seguir novos padrões. Mas existe muito espaço ainda nos mercados. Quem não está utilizando as redes sociais já está atrasado e tem que começar ontem”.

Cursos para se aprimorar – Na sequência, os participantes sugerem alguns cursos para você se aprimorar, de forma gratuita pela internet. “Existem muitos cursos grátis na internet que podem ajudá-los a aprender como o digital pode contribuir para o seu negócio. Mas eu gosto de recomendar os treinamentos da Hubspot, pois eles mostram todos os passos de caminhada do consumidor final e como devemos ajudá-lo nessa caminhada”, diz Cunha.

Outros cursos que ele recomenda, são: <https://www.udemy.com/pt/>, “essa plataforma aqui tem vários cursos bons e baratos para quem está começando. Tem também os cursos das empresas de plataforma como a RD Station e de Conteúdo, como a Rock Content”.

Além do Sebrae, que oferece diversos cursos online gratuitos de qualidade, Grinberg conta que outras empresas também oferecem palestras e/ou vídeos curtos com dicas gratuitas tanto pelas redes sociais como pelo canal Youtube. “O palestrante Carlos Fortes é uma referência no segmento com diversas dicas no seu canal do YouTube, o meu canal [YouTube.com/palestrantejaquesgrinber](https://www.youtube.com/c/palestrantejaquesgrinber) também tem várias dicas, entre outros”.

Outros meios – Cunha alerta que o digital é algo bastante amplo e já está tão avançado que muitas vezes as empresas tomam caminhos que acabam não gerando os resultados esperados. “Por isso, muitas empresas



Thomas Raad,
Commodities trader e sócio do Raad
International Trading

acabam desistindo, mas depois se arrependem porque os concorrentes normalmente não desistem. Por isso, a WSI se tornou uma consultoria que ajuda as empresas a identificarem as melhores estratégias digitais para nossos clientes e os ajudamos a implantar essas estratégias que desenvolvemos juntos”.

Grinberg indica que há vários livros que valem a pena, além dos cursos gratuitos. “A leitura é um hábito, é preciso começar a ler para gostar e ler cada vez mais. Alguns livros que eu recomendo são: Marketing Digital na prática, do autor Paulo Faustino; Marketing Digital - a moeda do século XXI, do autor Rafael Rez; Venda à mente, não ao cliente, do autor Jürgen Klaric; Instagram para Negócios, da autora Júlia Munhoz; 84 Perguntas que Vendem, do autor Jaques Grinberg (eu mesmo) e Isso é Marketing, do autor Seth Godin”.

Ele também indica seguir o blog do site www.supervendedores.com.br “Ele tem diversas dicas e sacadas bem legais para vender mais”. E investir em conhecimento através de treinamento e palestras presenciais. “Eu recomendo acompanhar a empresa DK Soluções de São Paulo, que oferece diversos eventos corporativos com valores acessíveis. E, por último, se desejar um treinamento ou consultoria exclusiva para o seu negócio, indico a empresa K Soluções (www.palestranteparaconvencao.com.br)”.

Para finalizar, Raad, diz que sempre quando falam sobre cursos, ele pensa no Sebrae, FGV e Fundação Bradesco, e que outros meios que ele gosta muito são os livros de vendas ou cursos de vendas. “Se você gosta de ler, tem muito livro sobre vendas que eu já li e gosto de indicar. Os meus top 3 são: “Nocaute”, de Gary Vaynerchuk, “Spin Selling”, por Neil Rackham, e A Máquina Definitiva de Vendas - Chet Holmes”.