

TEXTO 2:

COMO ATRAIR CLIENTES PELA ABORDAGEM

por

Antônio P. B. Braga

Numa relação de venda a abordagem é de fundamental importância, pois ela tem o poder de atrair ou afugentar o cliente. Mesmo conscientes disso, muitos lojistas e vendedores continuam cometendo falhas elementares. Perdem vendas e clientes num mercado de muita competição por fazerem uso de abordagens desgastadas e malfeitas, ou pela ausência delas. Quando, na realidade, para se diferenciar nessa concorrência acirrada, que muitos chamam de desleal, esforços não devem ser medidos no sentido de conquistar e manter clientes, pois só assim tanto as vendas como a perenidade das empresas serão asseguradas. E uma boa abordagem é o primeiro passo para a concretização desse objetivo.

Fazer uma abordagem positiva não é coisa do outro mundo, como muitos profissionais imaginam. Não é necessário fugir-se dos padrões normais de comportamento. É agir com naturalidade, como fazemos na vida particular quando recebemos uma visita na nossa casa. A “representação” demonstra facilmente ao cliente que estamos agindo com artificialismo; apenas cumprindo uma obrigação profissional. E o pior ainda é a ausência de abordagem, bastante comum no dia-a-dia das lojas.

Para que o primeiro passo seja dado com firmeza rumo ao sucesso da venda, relacionamos a seguir algumas dicas para uma abordagem eficaz. Coloque-as em prática e colha ótimos resultados.

APROXIMAÇÃO: Quando o cliente entrar na loja aproxime-se com naturalidade, mas sempre demonstrando disposição e entusiasmo. Pelo amor de Deus, evite a postura de quem está carregando o mundo nas costas, com a expressão de cansaço ou de doente. Desgrude o ombro da parede e os pés do chão. Não aja reativamente esperando que o cliente vá ao seu encontro. Seja mais que ativo, com ações antecipadas para surpreender o cliente. A pro-atividade, por ser facultativa, é o diferencial entre as pessoas.

SAUDAÇÃO: Cumprimente o cliente com uma gostosa e entusiasmada saudação, acompanhada de um sorriso natural e alegre, demonstrando satisfação pela sua chegada. Risque definitivamente do seu vocabulário as desgastadas e tão corriqueiras perguntas do tipo: “Deseja alguma coisa?” “Posso ajudá-lo?” As respostas a essas perguntas você já sabe e dispensam comentários. Após a saudação, de acordo com a receptividade, quebre o gelo com algum comentário criativo antes de entrar na venda propriamente dita. Evite também já ir estendendo a mão para o cliente, fim de não ficar feito estátua e passar por situações constrangedoras.

DISTANCIAMENTO: Mantenha-se a uma distância razoável e confortável do cliente, em torno de 1 m. Distâncias menores que essas significam invasão do espaço imaginário que nós, seres humanos, criamos para nos proteger de estranhos. As distâncias mais estreitas são dedicadas

Curso Técnicas de Vendas

Módulo 11 - Leituras Complementares



apenas às pessoas de nossa intimidade, como familiares e amigos próximos. O pior ainda é quando o vendedor, além de se aproximar bastante, ainda fica cutucando o cliente como um verdadeiro pica-pau. Isso é triste!

POSICIONAMENTO: Em complemento à distância, a maneira como o vendedor se posiciona perante o cliente é muito importante. Frente a frente dá uma idéia de confronto, portanto deve ser evitada. Atrás do cliente, feito um verdadeiro “sombra”, nem pensar. O mais agradável e confortável é ficar de frente, mas numa posição ligeiramente inclinada em relação ao cliente, em torno de 45º, e sempre respeitando a distância mínima.

CLIENTE PELO NOME: Não chegue logo de cara perguntando o nome do cliente, pois muitas vezes as pessoas preferem permanecer no anonimato até sentirem confiança no profissional. Se a receptividade ao seu quebra gelo for boa, diga o seu nome e espere que ele diga o dele. Se não disser, não insista. Agora se o cliente lhe disser o nome dele, pelo amor de Deus, grave-o, pois não existe coisa pior do que trocar o nome das pessoas. Eu mesmo já deixei um médico falando sozinho no consultório porque ele sempre trocava Braga por Bezerra. O que pensar de um profissional como esse?

COMUNICAÇÃO: Use de uma comunicação profissional, clara e objetiva, tendo como imperativo a capacidade de ouvir. É de fundamental importância o olho no olho para transmitir confiança. Evite uma comunicação com excesso de formalidades. Gírias e tratamentos íntimos contribuem para empurrar o cliente para fora da loja, além de o vendedor, em muitos casos, ouvir o que não gostaria.

APARÊNCIA: Na abordagem a aparência conta muito. Portanto, deve-se ter o máximo de cuidado com o visual; não só na vestimenta, mas também no aspecto corporal e higiênico. De nada adianta uma boa roupa num corpo malcuidado. Espanta clientes. O importante é a combinação dos dois e o traje a ser usado deve ser de acordo com o ambiente de trabalho. Uma boa dose de bom senso ajuda muito na formação desse conjunto.

Sempre digo que uma boa abordagem é meio caminho para a realização de uma venda, mas, em contrapartida, uma abordagem negativa ou a falta dela é escancarar a porta para a saída do cliente, antes mesmo de ele entrar na loja. Se de cada 10 abordagens que o vendedor fizer e não tiver sucesso em pelo menos 7, é porque não está agindo adequadamente ou então está na profissão errada. Portanto, para se ter sucesso em vendas o primeiro passo deve ser bem dado e quem faz isso com eficiência é porque está preparado para os demais passos: já é vendedor profissional.

Texto retirado do endereço eletrônico

http://www.40graus.com/artigosrh/colunas_ver.asp?pagina=3&idColuna=2474&idColunista=96&titulo=