

8 Técnicas para explorar o potencial de compra do cliente

Quantas vezes, ao fazermos uma venda, deixamos de oferecer produtos ou serviços que o cliente efetivamente precisa, mas naquele momento ele não está nem pensando nessa hipótese?

Muito mais que vender, trata-se de surpreendê-lo, agregar valor à relação, entrar em sintonia com suas necessidades. Difícil? Veja algumas técnicas:

1 – Analise o cliente. Perceba vestuário, gestos, tom de voz, “tribo” que ele faz parte, etc. Os sinais que ele emite são riquíssimas fontes de dados sobre seu comportamento e devem sempre ser usados a seu favor. Aja com coerência e, principalmente, congruência.

2 – Sinta-se na pele do cliente. O que poderá complementar, combinar e até surpreender para o que ele está pedindo? Abuse da sincronia de raciocínio com o cliente.

3 – Faça o sentir-se único!! Jamais use o apelo “todo mundo está comprando”.

4 – Deixe clara a INTENÇÃO em fazer a diferença na vida do cliente, trabalhando como seu verdadeiro aliado. Caso a INTENÇÃO em “empurrar” um bem ou serviço ficar evidente, certamente o comportamento do cliente será reativo e a venda irá por água...

5 – Faça uma pausa...dê tempo para o cliente “absorver” os benefícios do primeiro, segundo e até do terceiro bem ou serviço. Jamais “atrole” o raciocínio do cliente, muito menos seu ritmo.

6 – Quantas são as interfaces do processo de vendas? No comércio, por exemplo, da vitrine / abordagem, passando pela venda e atendimento, até o pagamento no caixa, qual a gama de produtos e serviços agregados podem ser “ofertados” nesse ciclo?

7 – Use o argumento do preço e condições de pagamento (cartão, parcelamento, etc.) somente no final do processo. Deixe o cliente “degustar” o sonho de possuir, ter, adquirir o segundo, terceiro bem ou serviço!!

8 – Tão importante quanto vender mais em uma abordagem é certificar-se de que o cliente irá retornar em breve. Invista numa relação duradoura.