

**Pode parecer intuitivamente que, o segredo para o sucesso, ganhar negócios e obter resultados, muitas vezes, não é algo que se diga ou faça.**

**O segredo é sim, o silêncio..**

SHHH:

O SEGREDO PARA  
FECHAR MAIS NEGÓCIOS



aliados  
para resultados

Basilaris

Pergunte a um jornalista como conseguir uma boa entrevista, e vai perceber que a chave é o que não se diz: a pausa enquanto espera por uma resposta. Dê à pessoa com quem está a falar a oportunidade de encher esse vazio, e irá provavelmente saber algo valioso que não lhe diriam de outra forma.

Isto não acontece facilmente, o silêncio pode parecer “estranho”. É natural querer avançar na conversação, impressionar os outros com o seu conhecimento e continuar a levar o negócio adiante, especialmente se está deseioso de transmitir a informação sobre a sua solução a um potencial comprador.

Pode demorar algum tempo para se sentir confortável em disponibilizar espaço para o silêncio na sua conversação de vendas. Com paciência e prática, verá que conseguirá ganhar mais ao aderir aos princípios básicos que defendem o foco no cliente, que são: “menos é mais”, o “timing é tudo”, e “o silêncio é ouro”.

### **Menos é Mais**

As pessoas geralmente valorizam as suas opiniões mais do que os outros lhe dizem. Sendo assim, como podem os vendedores conseguir que os compradores escutem um discurso de vendas? Utilizando técnicas que abram linhas de diálogo para descobrir aquilo que os compradores realmente precisam. Vendedores treinados, são mestres em fazer as perguntas corretas e a ajudar os clientes a articular as suas necessidades.

Estas conversas inquisitivas, de investigação ajudam o cliente a definir os seus problemas e a visualizar os resultados de soluções eficazes/efetivas.

**Vendedores de topo compreendem que obter informação, é muito mais poderoso do que “dar informação”, por isso eles escutam mais e falam menos.**

Pesquisas também mostram que vendedores que comunicam claramente e conscientemente, ganham mais negócios. Numa análise realizada pelo Miller Heiman Group, a correspondência trocada de um vendedor que contenha menos do que 350 caracteres, indica uma percentagem de 70% de hipótese de fechar um negócio. Como contraste, mensagens com mais de 500 caracteres indica uma percentagem de 15% de hipótese de sucesso.

Continua ⇒



Miller Heiman Group™

achieve+forum



CSO Insights  
The Research Division of Miller Heiman Group



aliados  
para resultados

Basilaris

## Timing é Tudo

Escutar mais do que falar não é intuitivo. Vendedores de topo fazem o seu trabalho de casa para saber em que ponto estão os seus clientes no processo de compra, permitindo-lhes colocar as questões certas no momento certo.

Com esta abordagem, os vendedores perguntam-se:

1. O cliente ainda está a tentar perceber as suas necessidades?

Faça perguntas para por em perspetiva o problema e trazer para aí o foco

2. O cliente reconhece claramente o seu problema?

Faça questões para perceber porque é que o problema persiste, ou existe, para que possa formular uma solução acertada e adequada.

3. O cliente já identificou o que ele acha ser a solução desejável?

Faça questões para explorar como chegou a essa conclusão, para ajudá-lo faça-o ver que existem outras possibilidades, e assegure-se de que as suas soluções são as ideais /desejáveis.

Alguns vendedores experientes não compreendem onde os clientes estão no processo de compra, e ainda encorajam no cliente a urgência de agir. No entanto através de questões cuidadosas e da capacidade de ouvir, estes vendedores podem distinguir entre necessidades que não são urgentes o suficiente para agir já, e aquelas que devem levar e incitam o cliente à ação imediata. Falamos das necessidades implícitas (as que têm outras implicações e dificuldades) e explícitas (as que têm a ver com desejos e uma vontade forte do cliente). O vendedor deve saber reconhecer o que motiva o cliente e o que o leva a agir.

## Silêncio é Ouro

Como diz o antigo ditado: “Quando estás com pressa, abrandas e chegarás mais depressa”.

Quando profissionais de vendas de topo vão para uma reunião, não vão despejar simplesmente o que acham que querem vender. Fazem pausas antes de interagir com o cliente, de modo a perguntar-se: O que é que eu preciso de saber? Que informação é que me falta? Com quem ainda precisarei de falar? Refletir nestes GAPS permite-lhes fazer questões de qualidade, que levam a conversações de qualidade de parte a parte. Considerar atentamente as questões a colocar, é uma das melhores práticas dos profissionais de topo. Outra qualidade, se não, mais importante, é dar ao cliente o tempo e espaço necessário para responder.

Resistir à vontade de preencher os silêncios, permite ao comprador tempo para refletir antes de responder. Os resultados desta abordagem são muito mais ricos do que é possível numa conversa constante, daqui aparece o termo “ Silêncio é ouro.”.

## As chaves que desbloqueiam negócios

Atualmente o mundo das vendas está em constante mudança. E a capacidade dos vendedores verem todas as interações pelos olhos dos clientes é a chave que desbloqueia os negócios e destaca a performance das vendas nas organizações. Comunicação concisa, questões adaptadas e silêncios intencionais bem colocados, são táticas resultantes de pesquisa, testadas, que permitem criar soluções de WIN-WIN para os clientes e a empresa.!



Miller Heiman Group™



CSO Insights  
The Research Division of Miller Heiman Group

achieve+forum



aliados  
para resultados

Basilaris