

AGÊNCIA COLUCCI

AS 5 BARREIRAS QUE
não deixa você vender

AC

AGÊNCIA COLUCCI

INTRODUÇÃO

Já percebeu que ao tratar com um possível cliente sempre o comportamento é diferente?!

E em alguns casos a venda praticamente está garantida desde o primeiro “olá”, no entanto há casos em que depois de horas e talvez dias conversando, tirando dúvidas e tentando finalizar a venda, chega o momento da finalização e a pessoa simplesmente fecha com outro...

É muito frustrante não é mesmo ?!

Por este motivo desenvolvemos um compilado para transpor as principais barreiras que comprometem sua venda.

O que são Barreiras?

Muitos teóricos e mestres que passaram a vida inteira estudando a arte da venda e negociação, conseguiram compilar uma sequência de diversas dicas e conselhos que tem como objetivo aprimorar qualquer vendedor que as coloque em prática.

E foi definido que ao tentar convencer um possível cliente existe uma sequência de barreiras que precisam ser rompidos, e apenas depois disso as chances de realizar a venda aumentam para praticamente 99% de chance de sucesso.

Aqui vou detalhar as 5 principais barreiras que em qualquer negociação você precisa romper até conseguir o maior convencimento com o cliente.

1 - Barreira da percepção da necessidade

O cliente entende que ele precisa do produto oferecido?

Muito importante que o cliente entenda qual o problema que o produto realmente resolve e ele precisa compreender isso definitivamente para transpor esta barreira.

Como transpor a barreira?

Você precisa exaltar o problema que o cliente possui e implicitamente, sem ser direto deixar que o cliente entenda (na mente dele) como seu produto pode resolver o problema em questão.

2 - Barreira do desejo real

O cliente possui um desejo pelo valor do produto?

Uma vez que o cliente entende que o produto resolve realmente o problema dele, agora é preciso identificar se ele possui um real desejo pelo produto. Caso ele não o possua, é papel do vendedor criar este “desejo” na subconsciente dele.

Como transpor a barreira?

Simple, usando o problema que ele resolve. Uma vez que o cliente entende o que a solução se propõe, fica mais simples criar este desejo. Para isso vale a pena mostrar um cenário onde um outro cliente resolveu seu problema e as consequências disso, fazendo com que ele veja como pode ser diferente.

3 - Barreira da urgência

Ele precisa comprar agora ou pode comprar depois?

Com as duas barreiras iniciais rompidas a mente do cliente já está convencida, isto quer dizer que a parte emocional já foi resolvida.

Agora é necessário acelerar um pouco as coisas e aproveitar da parte emocional conquistada, pois agora vão entrar as barreiras mais racionais e uma das primeiras é a da urgência.

O cliente precisa realmente comprar AGORA o produto ou não ?

Se ele pode comprar depois quando estiver mais frio, provavelmente não vai comprar com você...

Como transpor a barreira?

Neste momento o negociador(a) deve usar algumas táticas de persuasão demonstrando mais benefícios se o cliente comprar agora e que tais condições não serão mantidas em um segundo momento.

De qualquer forma NUNCA deixe o cliente achar que pode comprar em um segundo momento, pois é neste momento que se perde toda a venda e o cliente.

4 - Barreira financeira

Ele pode pagar pelo produto?

A segunda barreira racional é o preço. É necessário entender se ele possui a capacidade financeira para arcar com o produto e seus investimentos futuros (mensalidades por exemplo) e o mais importante, o pagamento é executado por ele ou existe um terceiro que será responsável por isso? É ele que toma as decisões relacionadas a isso?

Todas estas perguntas precisam ser respondidas e compreendidas para oferecer “munição” para o negociador(a) derrubar esta barreira.

Como transpor a barreira?

Além de entender as questões acima, é importante entender duas coisas sobre qualquer negócio:

- O cliente sempre vai querer pagar menos por mais e ele precisa de você o mesmo tanto que você precisa dele!

Ao compreender estes dois pontos o negociador(a) já consegue impor seu jogo e propor condições de pagamento. E talvez a diminuição dos valores removendo algum “plus” ao produto, e se for usar o desconto tenha muita “gordura” no valor para não pagar pelo desconto.

5 - Barreira da confiança

Ok, ele gostou de tudo, mas ele confia que o produto vai resolver o problema dele?

Chegamos por fim na última barreira, que é sentir o nível de confiança do cliente na solução. Se depois de todas as barreiras quebradas ele ainda acreditar que o produto não é a solução que vai resolver 100% de seus problemas, NADA ADIANTA e provavelmente este cliente não vai conseguir tirar 100% da solução vendida e possivelmente no final irá culpar o produto pela falha.

Como transpor a barreira?

Para romper essa barreira você precisa sacar uma grande quantidade de depoimentos, casos de sucesso e alguns casos de insucesso também para mostrar que apesar da solução ser boa, é necessário a adesão de todos os envolvidos para que tudo dê certo! Provavelmente depois dele observar os casos de sucesso ele se sentirá mais seguro e confiará mais na solução contratada.

Conclusão

Uma observação importante é que estas barreiras não seguem uma ordem, mas é necessário romper todas para conseguir uma boa venda.

Muitas vezes é possível realizar a venda com uma ou mais barreiras levantadas, mas saiba que em um futuro não tão distante, estas barreiras poderão se tornar problemas sérios levando o cliente já convertido a não estar mais disponível para uma venda cruzada, recorrente ou até mesmo um futuro cancelamento.

Obrigado!
Agência Colucci

Precisa de ajuda para implementar sua estratégia de Marketing Digital?

Nós da Agência Colucci temos como principal objetivo ajudar você a alcançar seus objetivos no mundo do marketing digital, precisando mudar o rosto de sua empresa ou mesmo ampliar sua presença online?

Entre em contato com nossa equipe:
contato@agenciacolucci.com.br

Ficou com dúvidas?

Acesse nosso site www.agenciacolucci.com.br para mais informações.