



Saiba como vender para
cada tipo de cliente!



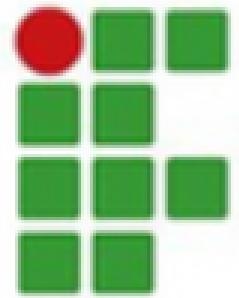
Leonardo Alves

- Há 8 anos focado em desenvolvimento humano, carreira e vendas;
- Graduado em Administração com ênfase em TI;
- Pós graduado em Coolhunting Formado em Coaching e Analise de Perfil Comportamental;
- Atuação na área comercial e customer success;
- Idealizador do Método L.E.O;
- Especialista em VC (Vendas e Comportamento).



Palestras Realizadas

FIAP



INSTITUTO
FEDERAL
São Paulo

Instituto
iTP





Reflexão

- Como seriam seus resultados pessoais e profissionais se você pudesse compreender melhor as pessoas que o cercam, entender o que as motiva a agir e ainda soubesse como se comunicar com elas de maneira mais profunda e eficaz?

Reflexão

- Quantas vezes você teve dificuldade para lidar com alguém de personalidade diferente da sua?

Reflexão

- O certo não é “tratar o outro como você gostaria de ser tratado”, mas sim “tratar o outro como ele precisa ser tratado”.



Teoria DISC, de William Moulton Marston.



William Moulton Marston

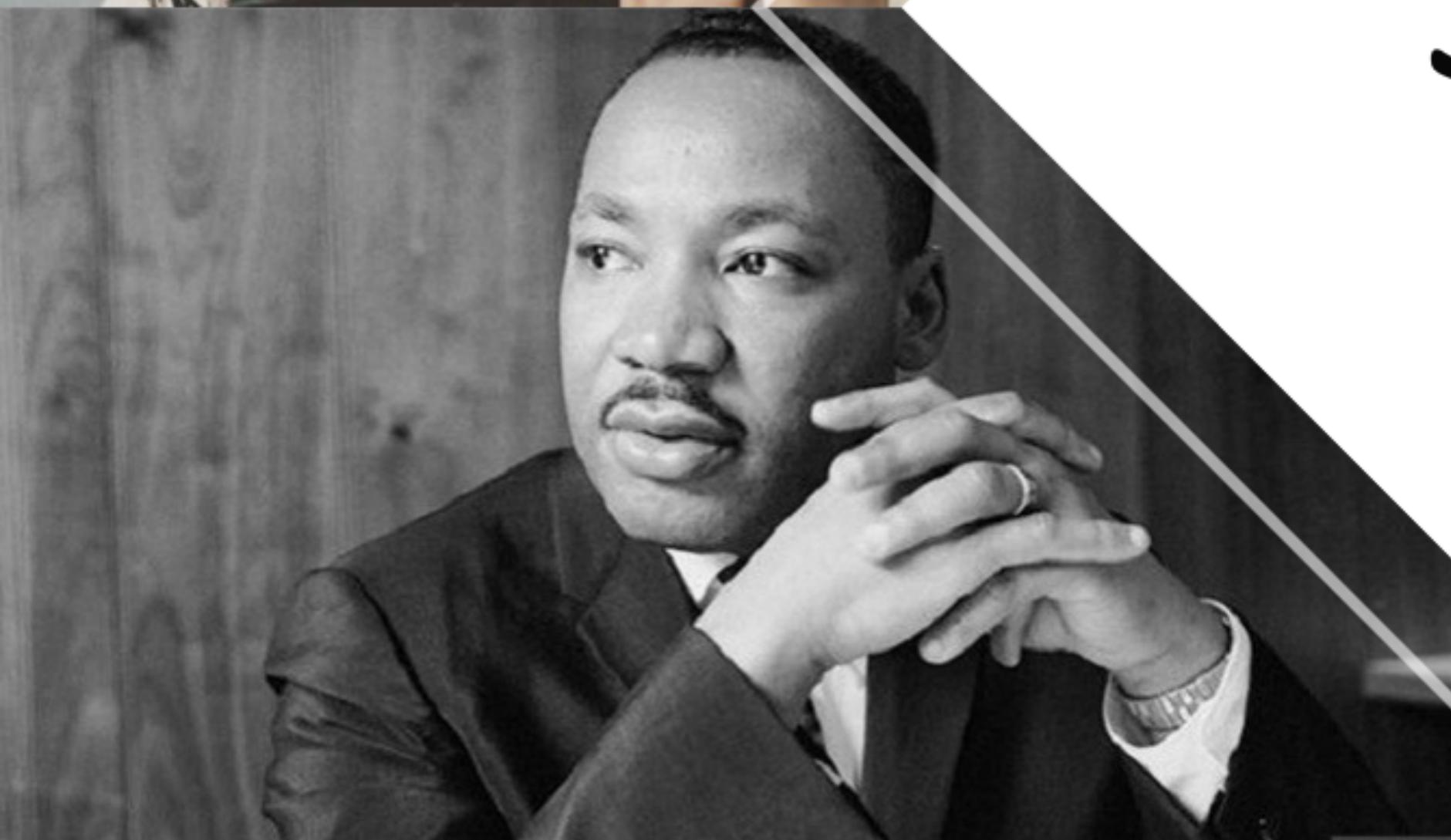
- Psicólogo, teórico, inventor e escritor;
- Conhecido como “Pai” da Teoria DISC;
- Criador do primeiro protótipo do polígrafo (detector de mentiras); e da personagem Mulher Maravilha.



D



S



C



Benefícios

- Os casamentos seriam mais felizes;
- Não haveriam brigas entre irmãos;
- As relações entre pais e filhos seriam menos conflituosas;
- Profissionais de educação entenderiam a melhor maneira de ensinar cada aluno;
- Os ambientes de trabalho seriam mais harmônicos e produtivos.
- Os relacionamentos com clientes seriam mais assertivos e mais vendas ocorreriam.





CONEXÕES



100

ALTO

50

- OUSADO
- DIRETO
- COMPETITIVO
- FOCO EM RESULTADOS

DOMINÂNCIA

50
BAIXO
0

DOMINÂNCIA

- COOPERADOR
- MODERADO
- DIPLOMÁTICO
- MODESTO



50

BAIXO

0

INFLUÊNCIA

- RESERVADO
- FORMAL
- DESCONFIADO
- CONCENTRADO

50

BAIXO

0

ESTABILIDADE

- IMPULSIVO
- ACELERADO
- MULTI-TAREFA
- DINÂMICO

100

ALTO

50

- ACOLHEDOR
- PACIENTE
- BOM OUVINTE
- FOCO EM PLANEJAMENTO

ESTABILIDADE

CONFORMIDADE

- CRIATIVO
- INFORMAL
- FLEXÍVEL
- ASSUME RISCOS

50

BAIXO

0

100

ALTO

50

- DETALHISTA
- ORGANIZADO
- ANALÍTICO
- FOCO EM TAREFAS

CONFORMIDADE

100

ALTO

- OUSADO
- DIRETO
- COMPETITIVO
- FOCO EM RESULTADOS

50

DOMINÂNCIA

BAIXO

- COOPERADOR
- MODERADO
- DIPLOMÁTICO
- MODESTO

0

- CARISMÁTICO
- OTIMISTA
- PERSUASIVO
- FOCO EM PESSOAS

INFLUÊNCIA

- RESERVADO
- FORMAL
- DESCONFIADO
- CONCENTRADO

- ACOLHEDOR
- PACIENTE
- BOM OUVINTE
- FOCO EM PLANEJAMENTO

ESTABILIDADE

- IMPULSIVO
- ACELERADO
- MULTI-TAREFA
- DINÂMICO

- DETALHISTA
- ORGANIZADO
- ANALÍTICO
- FOCO EM TAREFAS

CONFORMIDADE

- CRIATIVO
- INFORMAL
- FLEXÍVEL
- ASSUME RISCOS

Como não agir - Dominantes

- Demorar na venda; apresentando milhares de opções;
- Tocá-lo constantemente;
- Explicar os mínimos detalhes;
- Demonstrar incerteza quanto ao resultado possível;
- Contradizê-lo.



Como agir - Dominantes

- Ser breve e direto;
- Cumprimentar firme e com forte entonação na voz;
- Falar dos resultados do seu produto;
- Ter uma postura segura;
- Fazer com ele se sinta no comando;
- Apresentar os principais resultados.



Como não agir - Influentes

- Fazer perguntas abertas;
- Falar mais do que ele;
- Ser detalhista;
- Ser muito técnico;
- Deixar que ele se sinta rejeitado.



Como agir - Influentes

- Sorrir bastante;
- Trazer cases que tragam emoção;
- Falar de forma informal e descontraída;
- Deixe-o falar mas faça perguntas fechadas para direcionar a conversa e não perder o foco.



Como não agir - eStáveis

- Apressá-lo;
- Oferecer muitas opções, pois pode deixá-lo perdido e sem confiança para escolher;
- Falar alto;
- Oferecer algo muito complexo que demande muitas alterações.



Como agir - eStáveis

- Falar com o tom de voz mais tranquilo;
- Demonstrar organização e rotina para gerar segurança;
- Fazer perguntas abertas para incentivar-lo a falar;
- Não se incomodar com a demora e talvez indecisão;



Como não agir - Conformes

- Tentar enrolá-lo;
- Ser superficial;
- Gesticular muito;
- Irritar-se com as perguntas;
- Falar muito "Eu acho".



Como agir - Conformes

- Ser claro e detalhista;
- Conhecer bem o assunto;
- Apresentar dados técnicos;
- Falar com segurança;
- Demonstrar muita organização.





- “100% dos clientes são pessoas. 100% dos funcionários são pessoas. Se você não entende de pessoas, você não entende de negócios”. – Simon Sinek



Círculo Dourado





A TEORIA DE VALORES



TEÓRICO
CONHECIMENTO



ECONÔMICO
UTILIDADE



ESTÉTICO
HARMONIA

SOCIAL
ALTRUÍSMO

POLÍTICO
PODER

RELIGIOSO
CONVICÇÕES



VALOR TEÓRICO

Palavra-chave: Conhecimento.

Motivador: descoberta do novo e crescimento intelectual. Busca por conhecimentos. Aprendizado contínuo.

Risco: pode colocar a busca por conhecimento à frente de assuntos práticos, como dinheiro, família, casa, relacionamentos etc.

VALOR ECONÔMICO

Palavra-chave: Utilidade (de tempo e de recursos).

Motivador: gostam de se sentir úteis na busca de maior lucratividade com economia de recursos e no fechamento de bons negócios. Empenham-se no uso eficiente de recursos.

Riscos: a busca incessante por retorno material pode torná-los pessoas que trabalham sem limites, às vezes até sem se dar conta do desgaste e do enfraquecimento dessa condição.

VALOR SOCIAL

Palavra-chave: Altruísmo.

Motivador: contribuir para causas sociais e fazer a diferença (positivamente) na vida dos outros. O social prioriza sempre o servir e ajudar outra pessoa.

Riscos: por se dedicar demais aos outros ou a uma causa, às vezes perde de vista o seu próprio limite e acaba se prejudicando, e fica sem ter condições de fazer o que mais gosta, que é justamente ajudar os outros.

VALOR ESTÉTICO

Palavra-chave: harmonia.

Motivador: ter qualidade de vida, apreciar a arte em suas mais diversas formas, vivenciar novas experiências, ter a possibilidade de harmonizar ambientes e exercer sua criatividade.

Riscos: podem ter alguma dificuldade para lidar com questões práticas ou com a realidade do dia a dia; também podem viver muito o presente sem pensar no futuro.

VALOR POLÍTICO

Palavra-chave: Poder

Motivador: liderar pessoas, obter reconhecimento e oportunidades de crescimento (status).

Riscos: pode colocar o poder à frente das pessoas. Às vezes se sente ameaçado quando seus pares recebem destaque ou são reconhecidos, e eles não. Nesse sentido, costuma ser agressivo em suas ações.

VALOR RELIGIOSO

Palavra-chave: Convicção.

Motivador: viver de acordo com seu sistema de vida; ter uma causa ou um propósito a seguir.

Riscos: pode ser muito crítico em relação a outros pontos de vista; em casos extremos, pode colocar seus preceitos acima de tudo, inclusive da lei.

Muito Obrigado!



Instagram



@leonardoalves_lkd

Whatsapp



(11) 95278-1545

Email

✉ leonardo@solucoeslapidadas.com

Linkedin



www.linkedin.com/in/leonardo-alves-lkd