

An illustration on a teal gradient background. On the left, a person with brown hair, seen from the side, wears a dark blue long-sleeved shirt. Their right arm is extended, with their hand reaching towards a central grey circular node. From this node, five white lines radiate outwards to five circular avatars of different people. The avatars are arranged in a semi-circle: one with dark hair at the top left, one with long dark hair at the top right, one with red hair in the middle right, one with dark hair at the bottom right, and one with dark hair at the bottom left. The avatars at the top are in white circles, while the others are in grey circles. The text 'Saiba como vender para cada tipo de cliente!' is written in white, sans-serif font across the middle of the image, partially overlapping the person and the network diagram.

Saiba como vender para
cada tipo de cliente!



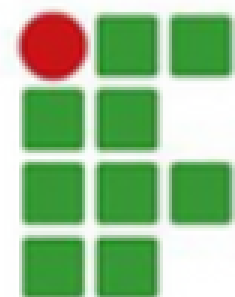
Leonardo Alves

- 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
TP





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.

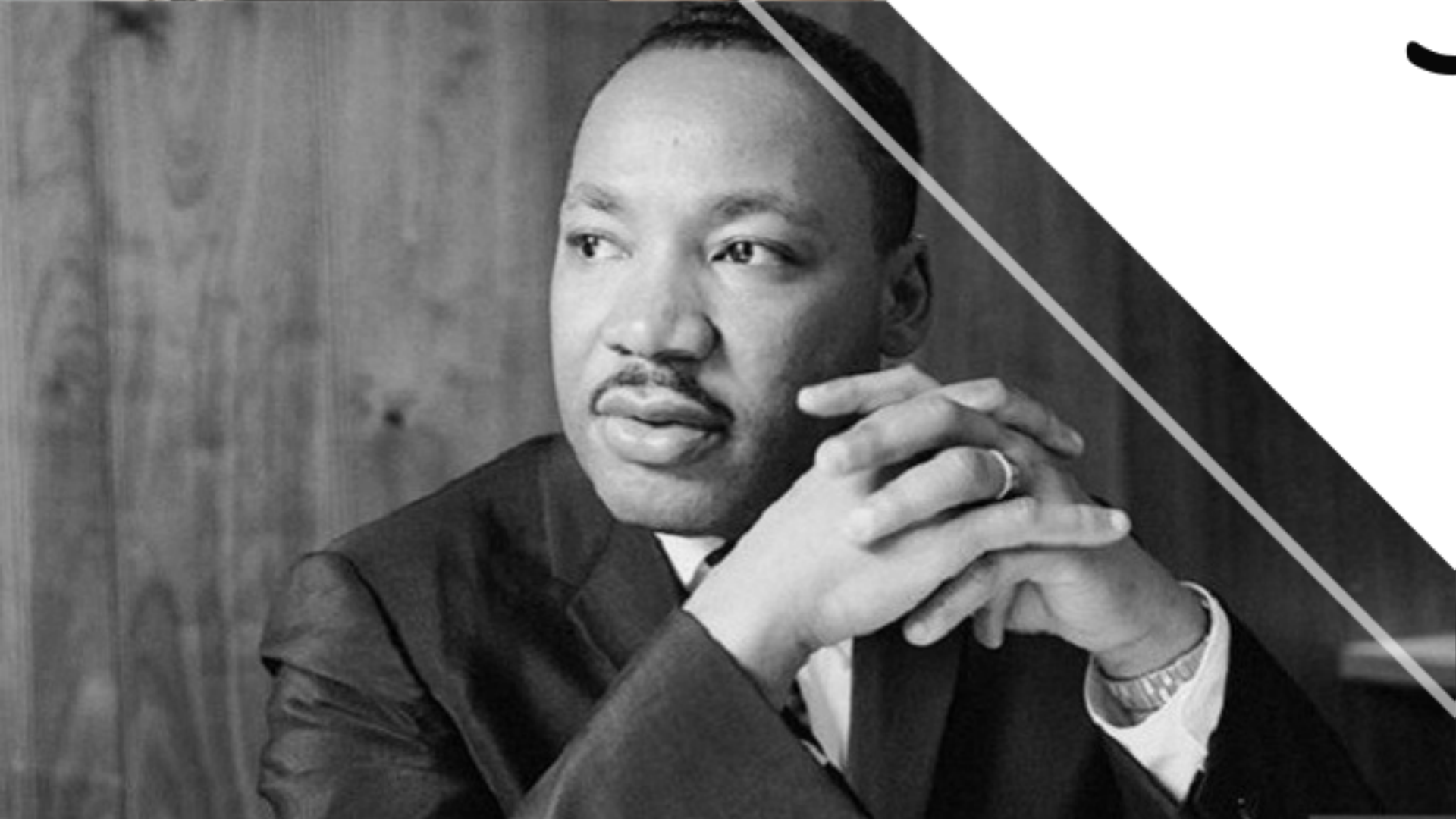


D

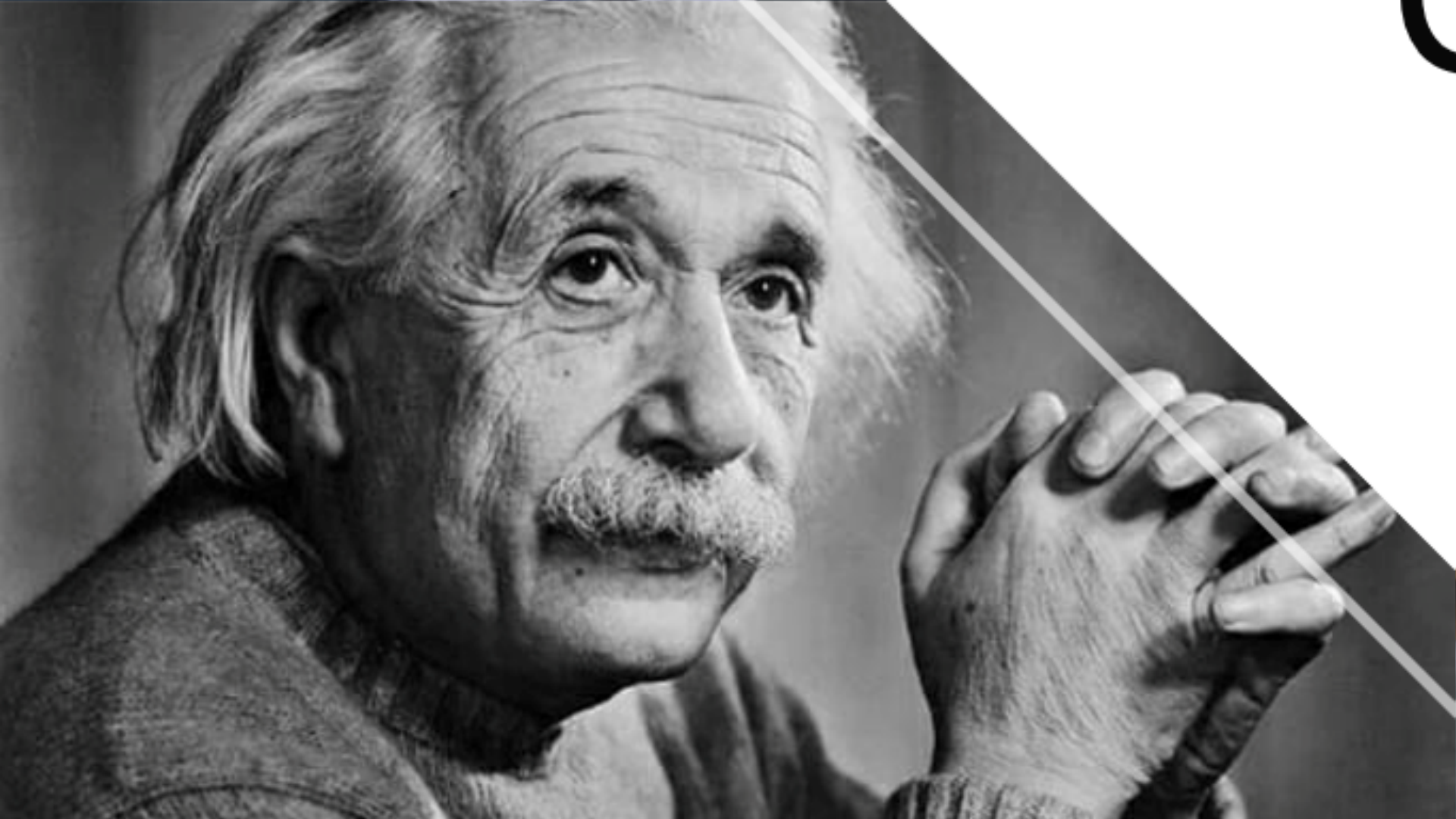


I





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

- OUSADO
- DIRETO
- COMPETITIVO
- FOCO EM RESULTADOS

50

DOMINÂNCIA

50

DOMINÂNCIA

BAIXO

- COOPERADOR
- MODERADO
- DIPLOMÁTICO
- MODESTO

0

100

ALTO

- CARISMÁTICO
- OTIMISTA
- PERSUASIVO
- FOCO EM PESSOAS

50

INFLUÊNCIA

50

BAIXO

0

INFLUÊNCIA

- RESERVADO
- FORMAL
- DESCONFIADO
- CONCENTRADO

50

BAIXO

0

ESTABILIDADE

- IMPULSIVO
- ACELERADO
- MULTI-TAREFA
- DINÂMICO

100

ALTO

- ACOLHEDOR
- PACIENTE
- BOM OUVINTE
- FOCO EM PLANEJAMENTO

50

ESTABILIDADE

50

BAIXO

0

CONFORMIDADE

- CRIATIVO
- INFORMAL
- FLEXÍVEL
- ASSUME RISCOS

100

ALTO

- DETALHISTA
- ORGANIZADO
- ANALÍTICO
- FOCO EM TAREFAS

50

CONFORMIDADE

100

ALTO

- OUSADO
- DIRETO
- COMPETITIVO
- FOCO EM RESULTADOS

- CARISMÁTICO
- OTIMISTA
- PERSUASIVO
- FOCO EM PESSOAS

- ACOLHEDOR
- PACIENTE
- BOM OUVINTE
- FOCO EM PLANEJAMENTO

- DETALHISTA
- ORGANIZADO
- ANALÍTICO
- FOCO EM TAREFAS

50

DOMINÂNCIA

INFLUÊNCIA

ESTABILIDADE

CONFORMIDADE

BAIXO

- COOPERADOR
- MODERADO
- DIPLOMÁTICO
- MODESTO

- RESERVADO
- FORMAL
- DESCONFIADO
- CONCENTRADO

- IMPULSIVO
- ACELERADO
- MULTI-TAREFA
- DINÂMICO

- CRIATIVO
- INFORMAL
- FLEXÍVEL
- ASSUME RISCOS

0

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 conversar 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 incentivá-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.





- 
- A black and white portrait of Simon Sinek, a man with short dark hair and glasses, looking slightly to the right. He is wearing a dark shirt. The background is a solid dark gray.
-
- “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



1.
Vivências
(Experiências)



2. Crenças
(identidade, capacidade
e merecimento)



3. Valores
(motivadores)



4.
Comportamentos
(atitudes)





A TEORIA DE VALORES



TEÓRICO
CONHECIMENTO



ECONÔMICO
UTILIDADE



ESTÉTICO
HARMONIA



SOCIAL
ALTRUIÍSMO



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 destaques 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](https://www.instagram.com/leonardoalves_lkd)

Whatsapp

 [.\(11\) 95278-1545](https://wa.me/5511952781545)

Email

✉ leonardo@solucoeslapidadas.com

Linkedin

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