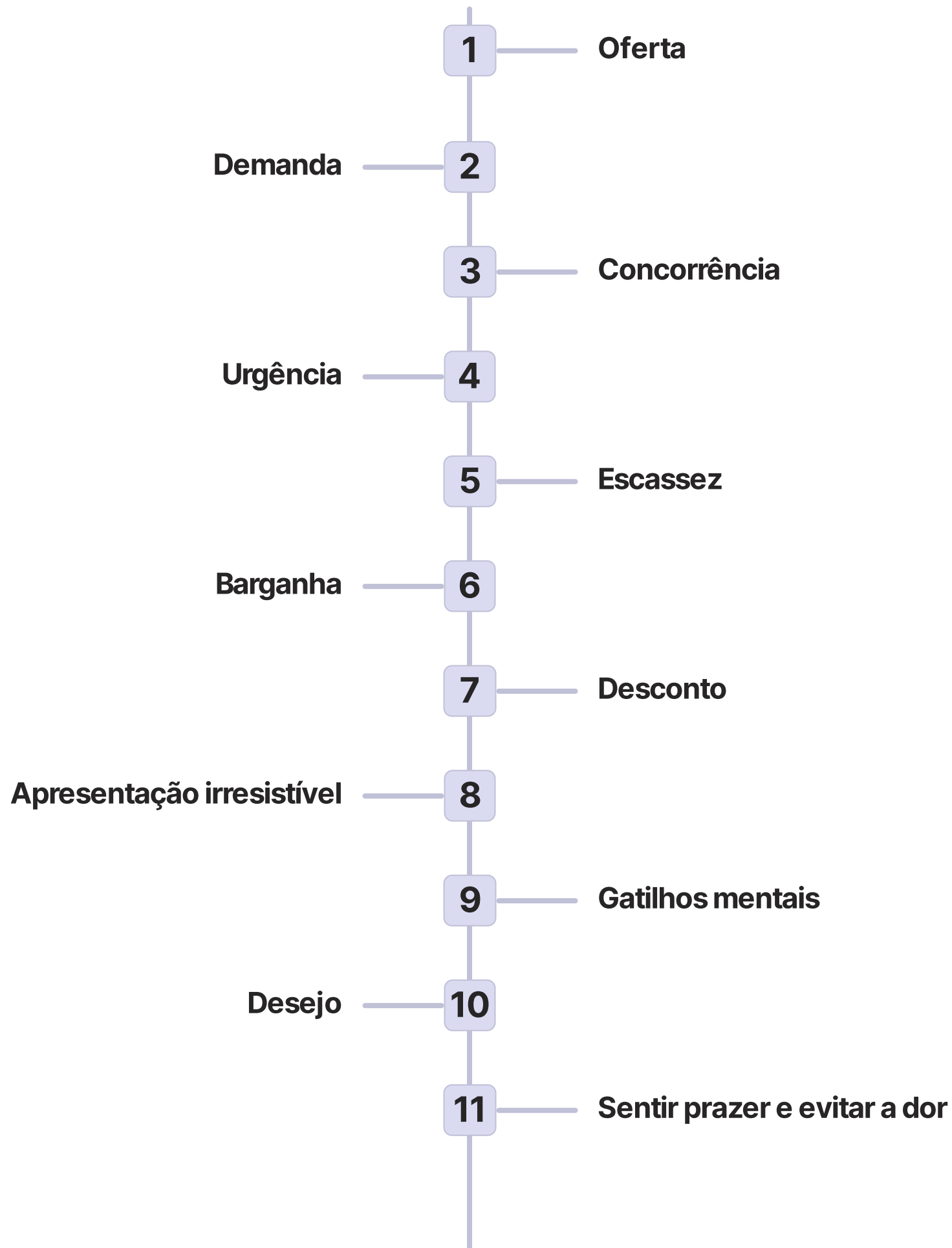
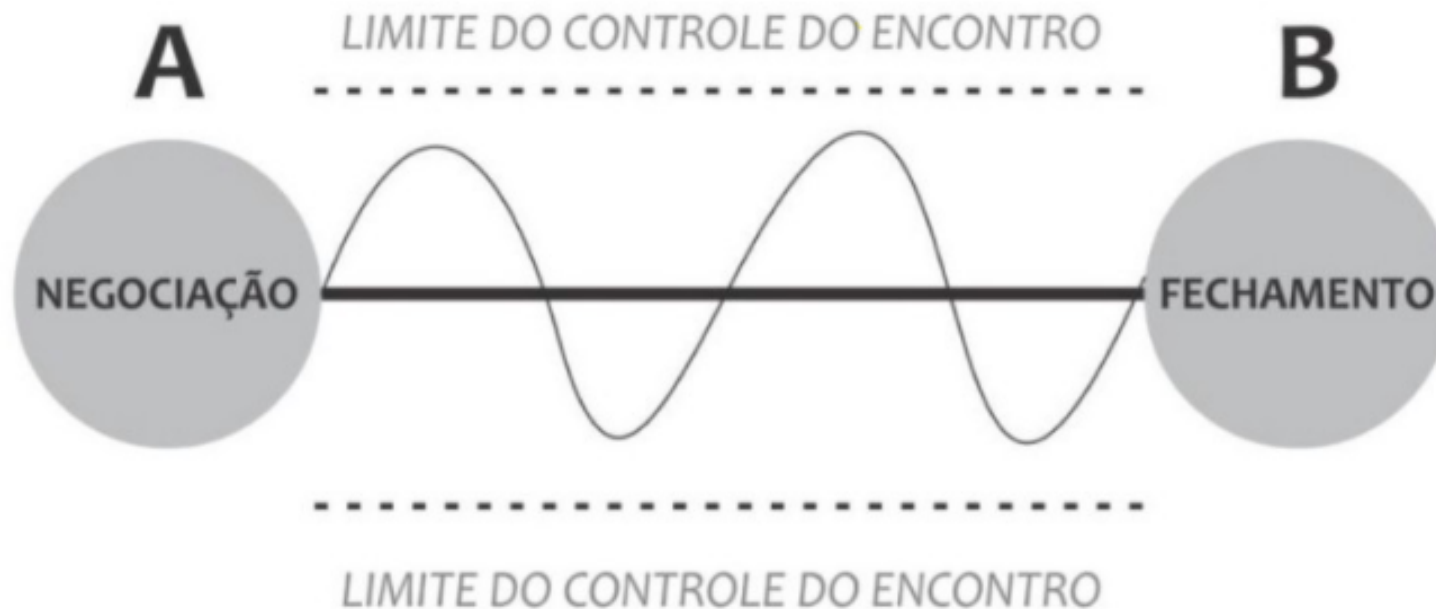


Método Infalível de Vendas

Princípios da Persuasão



A venda é a consequência de um relacionamento bem executado



O que são perguntas abertas?

As perguntas abertas são perguntas que não podem ser respondidas com um simples "sim" ou "não". Elas exigem respostas mais elaboradas e permitem que o respondente expresse suas opiniões, sentimentos e pensamentos em detalhes. Esse tipo de pergunta é frequentemente utilizado em vendas para descobrir as necessidades, desejos e preocupações do cliente, levando a conversas mais significativas e construtivas.





Impacto das perguntas abertas nas vendas

1

Conversas Significativas

As perguntas abertas promovem conversas significativas e profundas entre vendedores e clientes. Elas estimulam a empatia, a compreensão e a confiança mútua, construindo relacionamentos mais fortes.

2


Revelação de Necessidades

Ao fazer perguntas abertas, os vendedores podem descobrir necessidades latentes dos clientes e entender melhor as soluções que mais se adequam a cada situação.

3

Abertura para Feedback

Esse tipo de questionamento abre espaço para o feedback do cliente, permitindo que os vendedores ajustem suas abordagens e ofereçam um atendimento mais personalizado.



Vantagens das perguntas abertas

As perguntas abertas, além de trazerem mais informações e manterem a conversa fluindo, também trazem vantagens significativas para as vendas, como, por exemplo:

Criam uma conexão mais estreita com os clientes (rapport)

1 Conexão com os Clientes

Ao formular perguntas abertas para seus clientes em potencial, os vendedores os estimulam a compartilhar o que sentem, o que pensam, o que desejam e o que precisam.

2 Rapport

Os vendedores colhem essas informações para gerar uma conexão mais estreita com estes clientes, um “fenômeno” conhecido como rapport.



Agiliza o ciclo de vendas

1

Conhecimento do Cliente

Quanto mais seu vendedor souber sobre seu cliente potencial, melhor poderá ajudá-lo, concorda?

2

Velocidade na Descoberta

As perguntas abertas são ótimas para incentivar o possível comprador a falar. Os vendedores descobrem exatamente o que os compradores querem mais rapidamente e ajustam seu discurso de vendas para fornecer as informações de que precisam para converter.



Gera afeição

1

Influência nas Decisões de Compra

Sabe qual é um dos maiores gatilhos para decisões de compra? Afeição.

2

Identificação com o Vendedor

É comum as pessoas buscarem agradar outras com as quais possuem afeição.



Como fazer perguntas abertas?

1

Preparação

Antes de qualquer conversa com o cliente, prepare uma lista de perguntas abertas relevantes, considerando o contexto e os objetivos da interação.

2

Ouvir Atentamente

Esteja atento às respostas do cliente e esteja disposto a fazer perguntas de acompanhamento para explorar mais a fundo os tópicos abordados.

3

Praticar a Empatia

Mostre empatia genuína e demonstre interesse verdadeiro em entender as necessidades e desafios do cliente por meio das perguntas que você faz.

Perguntas abertas



As perguntas não devem ser abertas demais

Para respostas específicas, procure formular perguntas orientadas



Faça perguntas gradualmente mais abertas

Nem todas as pessoas estão dispostas a responder perguntas abertas em um primeiro momento



Faça perguntas que levem a outra

Essa é a melhor forma de manter a conversa fluindo



Faça perguntas que incentivem a imaginação

Isso ajuda os compradores a chegarem sozinhos às conclusões necessárias para a compra



Pratique a escuta ativa

Sem ouvir, nenhuma pergunta aberta vai resolver

O Segredo das Perguntas Abertas

As perguntas não podem ser abertas demais — principalmente se o vendedor está procurando obter respostas específicas. Assim, digamos que o vendedor queira entender sobre o que o cliente procura em um produto. O comprador pode responder sobre preço, quando a intenção do vendedor era ouvir sobre funcionalidades.

Portanto, em vez de perguntar “o que você procura em um produto para resolver seu problema”, o vendedor deve perguntar: “Qual seria o resultado esperado do nosso produto para que você fique satisfeito?”





Alguns casos podem exigir perguntas gradualmente mais abertas

1

Nem sempre as pessoas estão dispostas a dar respostas mais detalhadas logo de início

Nesses casos, o vendedor deve ir abrindo as perguntas gradualmente. Para este método, ele deve começar com perguntas com um foco mais restrito, depois fazer a transição para perguntas amplas e abertas, que exijam respostas mais detalhadas.

2

Perguntas que levam a outras são estratégicas

A melhor maneira de manter o cliente falando é criar perguntas que levem a outras. É possível fazer isso ao longo da conversa, pegando ganchos que o próprio cliente vai trazer. Por exemplo, o vendedor pode começar perguntando: “Qual é o maior desafio que sua equipe está enfrentando no momento?” O comprador vai responder e o vendedor pode, então, dizer: “Me conte um exemplo de uma situação em que isso te afetou pessoalmente”. Para dar seguimento à conversa, o vendedor pode usar as expressões “como” e “por que” ou “conte-me mais sobre isso”.

Os potenciais clientes podem ser incentivados a imaginarem um cenário

Uma das vantagens das perguntas abertas é dar espaço para que o cliente reflita e imagine sobre diferentes cenários, em vez de responder simplesmente sim ou não. Os vendedores devem aproveitar isso para orientar a conversa, fazendo o cliente chegar por conta própria às conclusões. Isso coloca os compradores no controle do diálogo e os fazem enxergar o vendedor como a pessoa que “lhe abriu os olhos”. Algumas perguntas abertas que podem ser usadas para isso são: “O que aconteceria se você resolvesse este problema?” ou “Qual seria o efeito dessa solução na empresa”?



Escuta Ativa

Perguntas abertas não funcionam sem a escuta ativa

Os vendedores podem obter informações valiosas sobre os clientes ao formular as perguntas abertas adequadamente. Mas, de nada vai adiantar se eles não estiverem realmente ouvindo. Isso significa de fato parar tudo o que estão fazendo e se concentrar somente em ouvir. Sem apenas pensar em qual pergunta formular a seguir ou como ainda estão longe de bater a meta — ou se começou a chover e as janelas de casa estão abertas. Esse ato de focar totalmente em ouvir se chama escuta ativa — e, para alguns vendedores pode ser difícil de aplicar.

As perguntas não devem ser abertas demais

As perguntas não podem ser abertas demais — principalmente se o vendedor está procurando obter respostas específicas. Assim, digamos que o vendedor queira entender sobre o que o cliente procura em uma solução. O comprador pode responder sobre preço, quando a intenção do vendedor era ouvir sobre funcionalidades. Portanto, em vez de perguntar “o que você procura em uma solução para resolver seu problema”, o vendedor deve perguntar: “Que recursos você procura em uma solução para este problema?”



Tipos de perguntas abertas

Existem vários tipos de perguntas abertas, e saber qual usar em cada momento da venda é crucial para o seu resultado.



Perguntas de qualificação

Maioria no Início

A maioria das perguntas abertas são realizadas logo no início do processo de vendas: na qualificação. O que faz total sentido, já que é nesse momento que você busca entender se o produto realmente faz sentido para aquele cliente.

Perguntas para identificar dores



Descobrir as verdadeiras necessidades dos clientes é a chave para o sucesso em vendas.

O Sandler Pain Funnel é uma ótima estratégia para extrair essas necessidades através de perguntas abertas.

Os vendedores que utilizam o método Sandler fazem uma série de perguntas baseadas nas necessidades do cliente para identificar suas principais preocupações.

Motivo pelo qual os clientes em potencial compram

Perguntas do funil de dor



↓

Detalhes, tempo, custos, ações, sentimentos

Identifique 3 a 5 dores

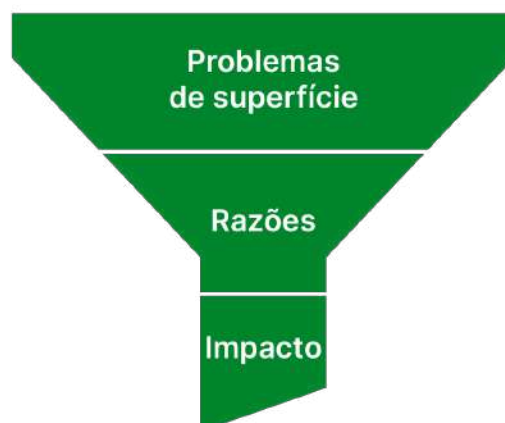


Ouçá palavras de dor

- Louco
- Frustrado
- Preocupado
- Chateado
- Animado
- Nervoso
- Ansioso
- Preocupado

Resuma e valide

- Análise
- Identifique os custos
- Valide a compreensão
- Confirmação verbal





Perguntas de sondagem

Fatores Motivadores

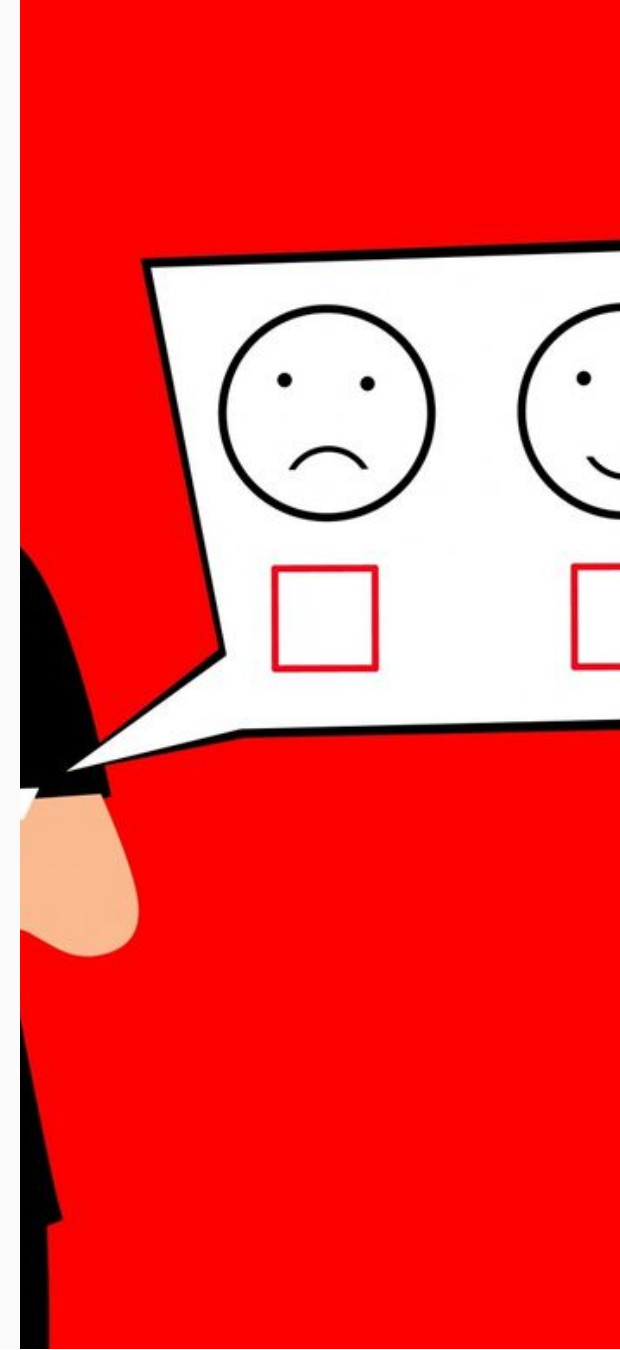
Saber os fatores que motivam a compra é fundamental para orientar o discurso de vendas e as ofertas a serem feitas aos potenciais clientes.

Perguntas de feedback

Melhor Experiência

Garantir que o cliente tenha sempre a melhor experiência em cada etapa do processo de vendas é fundamental.

Afinal, estamos da era da experiência, e ela afeta diretamente suas vendas.



A experiência do cliente importa



1 em cada 3
clientes deixa a
marca que ama
após uma única
experiência ruim



Clientes que têm
uma ótima
experiência se
dispõem a pagar
entre 13% a 18%
mais em serviços
premium



49% dos clientes
fizeram compras
por impulso após
ter uma experiência
mais personalizada

Exemplos de Perguntas Abertas

Perguntas de qualificação

1. Autoridade: “Você pode decidir por esta compra sozinho?” “Quem mais está envolvido no processo de decisão?”
2. Situação: “Quais são os maiores desafios que você enfrenta atualmente?”
3. Problema: “Qual problema você esperava que nosso produto resolvesse?”
4. Necessidades: “Como você imagina que essa solução vai impactar na sua rotina?”
5. Objetivos: “O que mais te incomoda nesse problema?”
6. Planos: “Como você busca solucionar esse problema?”
7. Desafios: “O que impede que você solucione esse problema de uma vez por todas?”
8. Urgência: “Até quando você pretende resolver esse problema?”
9. Consequências: “Se o problema não for solucionado, como isso vai impactar sua vida?”
10. Implicações: “Se essa situação se resolver, o que isso significaria para você?”

Perguntas para identificar dores

11. “Quais são as maiores dores que você enfrenta atualmente?”

12. “Qual problema você mais se sente incomodado?”

13. “Você pode descrever como você se sente com esse problema?”

Perguntas de sondagem

- 14. “Qual tratamento você está fazendo agora para sanar esse problema?”
- 15. “Por que isso é uma prioridade para você agora?”
- 16. “Quais são suas principais prioridades ao usar um produto como o nosso?”

Perguntas de Feedback

17. “Como está sendo sua experiência com o nosso produto?”

18. “Como você acha que posso melhorar meu atendimento?”

19. “De que forma poderíamos melhorar o produto para atender melhor às suas necessidades?”

20. “O que fez você escolher nosso produto?”

Funil de Sucesso

Apresentação

Introdução

Explicação

Provas Sociais

Modo de Uso

Garantia

Brinde

Preço

Quebras de Objeções