

## Como Satisfazer Necessidades do Cliente no Varejo

Vender é uma atividade entre duas ou mais pessoas cujo objetivo é comercializar um produto ou um serviço. Mas, para que uma entrevista de vendas seja considerada bem sucedida é necessário que ela conseguia satisfazer as necessidades do comprador e do vendedor. O processo de vendas pode ser encarado como um bom exemplo da solução de problemas, pois o cliente tem problemas e o Vendedor soluções, sob a forma de benefícios contidos em algum produto ou serviço que ele comercialize. Dessa forma, o profissional de vendas deve tentar descobrir as necessidades do seu cliente por determinado produto (ou serviço) a fim de realizar a venda. Pois, quando o vendedor resolve os problemas de algum cliente, fornecendo-lhes os benefícios do produto (ou serviço), ambos têm vantagens. As necessidades do comprador são satisfeitas e o vendedor realiza a venda, satisfazendo assim também as suas próprias necessidades. Na venda pela Satisfação de Necessidades existe uma premissa básica de que o cliente deve ser persuadido de que realmente necessita do produto (ou serviço) que está sendo-lhe oferecido. A venda conclui-se porque o cliente quer comprar e não porque é pressionado a assumir um compromisso com o vendedor. A venda pela Satisfação de Necessidades estabelece um vínculo de confiança entre o vendedor e o cliente, assegurando um bom relacionamento comercial entre ambos no futuro.

**Sondagem:** a Principal "Arma" do Profissional de Vendas Para Descobrir Necessidades é aquela indispensável que o vendedor compreenda as necessidades do seu Cliente, ele deve ser capaz de obter deste as informações de que necessita. Talvez a técnica mais importante na venda profissional seja a sondagem. E um profissional de vendas bem sucedido deve usar essa técnica em praticamente todos os contatos de vendas, a fim de descobrir as necessidades e as atitudes do seu cliente que podem ser satisfeitas pelos benefícios de seu produto (ou serviço). A Sondagem atende a função de extrema importância, que é guiar o cliente para que ele revele suas verdadeiras necessidades e informações. Quando o vendedor utiliza técnicas eficazes de sondagem ele dirige a entrevista de venda no sentido de um fechamento bem sucedido. Existem 2 (dois) tipos de Sondagens: Sondagem Aberta: este tipo de pergunta permite que o cliente diga com suas próprias palavras o que ele julga importante. Expressões abertas como "Ah, é?" ou "Por quê?" estimulam o cliente a falar mais sobre suas reais necessidades. Sondagem Fechada: dirige a conversa para um tópico escolhido pelo vendedor e restringe a resposta do cliente a quele tópico. Algumas vezes as sondagens fechadas podem ser respondidas apenas com um "sim" ou "não"; Elas são usadas quando as sondagens abertas não revelaram as informações que o vendedor necessita ou quando o cliente não reagiu positivamente a sondagens abertas. Existem muitos casos em que o vendedor vai querer sondar, como: Para determinar a atitude real do cliente a respeito de seu produto (ou serviço), a fim de que você possa formular sua abordagem. Para esclarecer questões, de modo que possam ser contornadas. Para descobrir áreas de satisfação com algum produto que o cliente esteja usando atualmente. Para verificar a reação do cliente a uma declaração de prova. Para determinar porque não foi aceito o fechamento da vendas. Sendo assim, sabendo quando e como sondar de forma eficaz o vendedor é capaz de dirigir e controlar a entrevista em direção a um fechamento bem sucedido. Exemplos de Sondagens Abertas : "Qual a sua opinião sobre...?" "Por favor, fale mais sobre isso" "Ah, é?" "Que tipo de problemas o Sr. (ou a Sra.) tem tido...?" "E mesmo?" "O que o Sr. (ou a Sra.) quer dizer com isso?" Exemplos de Sondagens Fechadas : "O Sr. (ou a Sra.) tem tido problemas com .....?" "Será que entendi bem...?" "Concorda comigo sobre este.....?" "Seria vantajoso para o(a) Sr. (ou a Sra.) se pudesse.....?" "A seu ver isso poderia ser melhorado?" "Já pensou em usar outro.....?"

## Sobre o Autor

Professor, consultor e palestrante. Articulista do Jornal do Comercio (RJ) e co-autor do livro: "Trabalho e Vida Pessoal - 50 Contos Seleccionados" (Ed. Qualitymark, Rio de Janeiro, 2001). Por mais de 20 anos treinou equipes de Atendentes, Supervisores e Gerentes de Vendas, Marketing e Administração em várias empresas multinacionais de bens de consumo e de serviços. Elaborou o curso de "Gestão Empresarial" e atualmente ministra palestras e treinamentos "in Company" nas áreas de Marketing, Administração, Técnicas de Atendimento ao Cliente, Secretariado e Recursos Humanos. Graduado em Administração de Empresas, especialista em Marketing e Gestão Empresarial, com MBA em Marketing no Mercado Globalizado e complementado pedagógica. Contatos: [jcss\\_sc@click21.com.br](mailto:jcss_sc@click21.com.br) (21) 2233-1762 / (21) 9423-9433 [www.profigestao.blogspot.com](http://www.profigestao.blogspot.com) <http://br.linkedin.com/pub/julio-cesar-s-santos/25/544/1b8>