

Extraído do Livro "A Arte de fazer Bons Negócios"



Um Grande Vendedor Revela todos os seus segredos: Aprenda com ele tudo o que é preciso saber para encontrar o sucesso nos negócios. Não existem barreiras para esse campeão, que ensina, passo a passo, tudo o que aprendeu durante uma vida inteira dedicada a arte de fazer Bons Negócios. Depois de um encontro inesperado, eis que uma história surpreendente se apresenta diante do leitor. Durante um jantar, surge uma oportunidade incrível que você não pode perder para conquistar a prosperidade e realizar seus sonhos.

III Capítulo

A Atenção

- Quantas vezes você já falou alguma coisa com alguém e a pessoa depois jura que você não falou nada? Procure lembrar. Talvez isso já tenha acontecido inúmeras vezes com sua esposa, com seus colegas de trabalho ou mesmo com seus clientes.
- Realmente, muitas vezes acabamos até discutindo, pois garantem que não falamos nada.
- Isso é normal, e o inverso também ocorre, pois muitas vezes somos nós que juramos que não nos disseram nada. Isto acontece todas as vezes que, à pessoa com quem estamos falando está focada em outro assunto. Imagine a cena: A esposa está vendo o último capítulo da novela e o marido falando em como foi seu dia de trabalho. Ou o inverso, o marido assistindo ao último jogo do campeonato e a esposa falando das crianças. É claro que a mensagem se perderá, a pessoa ouve, mas não escuta, ou seja, ela está focada em outra coisa e não está "prestando atenção".
- Até aqui, tudo bem, mas como despertar a atenção para o que estamos falando?
- Primeiro vamos refletir sobre o que chama a nossa atenção? Imagine que você está andando por uma rua, e algo chama sua atenção. O que é essa coisa ou acontecimento?

<http://www.florianoferreira.com.br>

Extraído do Livro "A Arte de fazer Bons Negócios"

- Não sei. Não consigo imaginar.
- Faça um esforço. Um carro importado? Uma mulher bonita? Um carro todo amassado? Um grito? O aroma irresistível de uma árvore da espécie dama-da-noite, repleta de flores? O cheiro de café que acabou de ser passado? O inebriante perfume de uma mulher? Uma pessoa muito baixa, ou muito alta? Uma pessoa muito magra, ou muito acima do peso? Uma luz muito intensa?
- Sim, todas essas situações chamariam minha atenção.
- O que existe de comum entre elas?
- Não sei o que há em comum entre coisas tão diferentes!
- Sem querer você acertou: suas diferenças são a chave. Repare que uma pessoa de 1,90 metro não chamará nossa atenção se ela estiver no meio de outras pessoas de estatura semelhante, ou mesmo em um baile de carnaval um grito passará despercebido. O que nos chama a atenção é pelo menos uma característica diferente do meio ao redor.
- Já entendi, devemos sempre despertar à atenção com alguma coisa diferente, que desperte a atenção de um de nossos sentidos.
- Parcialmente certo. Observe que as diferenças podem ser positivas ou negativas; lembre-se do carro todo amassado, ele chama sua atenção, mas por pouco tempo, pois não é agradável olhar para o veículo, pois logo nos vem à mente o que pode ter acontecido com os seus ocupantes. Precisamos sempre chamar à atenção sobre aspectos positivos, agradáveis ou afins com a outra pessoa.
- Bom, mas para isso eu preciso conhecer bem a outra pessoa.
- É claro. Faça um teste com a sua esposa; antes de começar a falar como um "papagaio" em como foi o seu dia, fale sobre alguma coisa de que ela goste. Pergunte sobre as crianças, sobre o assunto preferido dela, comente positivamente sobre sua silhueta. O importante é que você demonstre estar sinceramente interessado em conversar sobre o assunto, ou seja, de atenção e você ganhará atenção. Só depois é que você vai conduzir a conversa para assuntos de seu interesse.
- Esse passo inicial é fundamental em qualquer relacionamento, pois facilita em muito o processo de comunicação, seja entre familiares, colegas de trabalho ou clientes. Conheço uma pessoa de nome Simone que adora aquários. Sua funcionária, sabendo disso, antes de iniciar qualquer conversa, sempre pede uma dica sobre peixes de aquário. Teste, é muito legal! A partir de hoje, comece a praticar com todas as pessoas, garanto que seu relacionamento pessoal vai melhorar muito. Até que enfim, o garçom trouxe a sopa. Está servido?

Extraído do Livro "A Arte de fazer Bons Negócios"

- Não obrigado.
- Enquanto tomo a sopa, vá lendo algumas anotações que fiz neste guardanapo, enquanto esperávamos o garçom. A sopa está uma delícia. Tem certeza que não quer provar um pouco?
- Obrigado.

MANUSCRITO I

Em um lugar público como uma rua, praça, ônibus, metrô ou em uma loja, podem ocorrer vários estímulos aos nossos órgãos sensoriais ocasionados por palavras, imagens, aromas, que despertarão nossa atenção de forma positiva.

Por exemplo:

- ✓ Papeis que vivenciamos (profissão, pai, mãe, filho, etc);
- ✓ Regiões (bairro, cidade, estado, País);
- ✓ Nome ou marca do time pelo qual torcemos;
- ✓ Cor preferida;
- ✓ Imagem do santo de devoção;
- ✓ Nosso próprio nome;
- ✓ Músicas preferidas;
- ✓ Nome de parentes próximos;
- ✓ Novela que estamos assistindo;
- ✓ Perfume preferido;
- ✓ Logotipo ou marca de empresas e clientes;
- ✓ Religião;
- ✓ Ídolos (música, cinema, futebol, automobilismo etc.);
- ✓ Aroma ou Imagem do prato de que mais gostamos;
- ✓ Esporte que praticamos.

Relacione o que chama sua atenção:

- _____
- _____
- _____
- _____

Agora relacione aspectos que podem chamar a atenção de pessoas com as quais você se relaciona.

Nome _____

- _____
- _____
- _____
- _____

Nome _____

- _____
- _____
- _____
- _____

Extraído do Livro "A Arte de fazer Bons Negócios"

- Alguma dúvida?
- Mas, se é o meu primeiro contato com a pessoa, como posso chamar a sua atenção?
- Sendo um bom observador. Há muitos anos visitei o presidente de uma associação patronal muito influente e importante. Sua sala era imensa, com móveis antigos de primeira qualidade pois eram confeccionados com madeira de lei e couro. Fui conduzido pela secretária e, ao entrar, disse um sonoro, "boa tarde!", mas o tal senhor continuou entretido em seus papéis e, afundado em uma poltrona muito confortável, nem se dignou a olhar para mim. O tempo passava, e eu já não sabia mais o que fazer, pois por diversas vezes tentara iniciar uma conversa sem resultado. Cansado de tanto ficar sentado, levantei e comecei a andar pela imensa sala. Nas paredes existiam inúmeros quadros de motocicletas. De repente, tive um estalo e perguntei:
 - *Esta moto é uma Java ou uma Indian? (marcas de motocicletas antigas).*
 - *Nem uma, nem outra. É uma Triumph.*
 - *Aquela usada por Marlon Brando no filme O Selvagem (The Wild One)?*
 - *Sim, o filme apesar de ser americano utilizou uma das melhores e mais antigas marcas de motocicletas inglesas.*
- Como por encanto, o homem pela primeira vez olhou em minha direção com um misto de curiosidade e interesse em saber como um jovem - sim na época eu era jovem - conhecia aquelas marcas de motos. Conversamos por pelo menos uma hora sobre motos antes que entrássemos no motivo de minha visita. Dias depois consegui fechar um contrato, que me valeu um prêmio de vendas bem como o reconhecimento de meu supervisor, pois muitos vendedores já haviam tentado vender para aquele senhor sem sucesso. Em função disso, antes de visitar um cliente em potencial, obtenha o máximo de informações sobre a empresa e sobre a pessoa com quem você vai falar.
- Mas como?
- Converse com vigias, porteiros, recepcionistas, secretárias, todos são ótimas fontes de informação. Atualmente, a internet também é uma excelente fonte. E sempre observe a mesa do visitado, procurando por indícios como fotos da família, fotos de paisagem, cachorros, gatos, escudo de time de futebol, etc. Alguma dúvida?
- Sim. Não foi essa moto a usada por Tom Cruise no filme Missão Impossível 2?
- Foi essa sim. Parabéns, o vendedor deve estar atualizado sobre tudo e ter muita cultura geral, mas voltemos ao curso. Outro aspecto muito importante, já que

Extraído do Livro "A Arte de fazer Bons Negócios"

estamos falando sobre qualificação do cliente, é verificar nessa fase também se ele tem poder.

- Poder?
- Sim, poder de decisão e aquisitivo. Vejamos primeiro o poder de decisão. Muitas vezes investimos muito tempo em pessoas que não tem poder de decisão e dependem de aprovação de maridos, esposas, pais, mães, sócios, chefes e até de subalternos.
- Até de subalternos?
- Sim, chamo a essas pessoas de UFOS, ou seja, Usuários Formadores de Opinião, pois não decidem mas influenciam. Muitas vezes não tem um cargo importante na hierarquia formal da empresa, mas influenciam muito as decisões, pois além de serem usuários do produto ou serviço gozam do respeito e da confiança dos que decidem.
- Mas o que devemos fazer se não conseguimos acesso à pessoa que efetivamente decide?
- Podemos desistir ou podemos transformar aquela pessoa em nosso vendedor.
- Nosso vendedor?
- Sim, dando a ela todos os subsídios para que possa vender nosso produto para quem decide.
- E quanto ao poder aquisitivo?
- É fundamental que você possa identificar o quanto antes se o cliente tem capacidade financeira para comprar o produto. Caso contrário, será uma perda de tempo para você e uma grande frustração para o cliente se essa percepção só ocorrer no final do processo.
- Mas e se ficarmos na dúvida se o cliente tem ou não dinheiro para comprar o produto?
- Faça como no trânsito: "Na dúvida, não ultrapasse". Sei de casos de vendedores que perderam grandes negócios por fazerem julgamentos desfavoráveis dos clientes, por causa da aparência deles.
- Poderia contar algum desses casos?
- Uma loja de tratores e implementos agrícolas do interior recebeu a visita de um senhor que estava vestido de um jeito bem simples e queria saber o preço de um dos tratores mais caros. O vendedor, que era novo na loja, na região e na profissão de vendedor, subestimou o cliente e deixou transparecer, não sei ao

Extraído do Livro "A Arte de fazer Bons Negócios"

certo se por palavras ou expressão facial, um certo desprezo. O cliente percebeu e indignado procurou o dono da loja exigindo que o vendedor fosse demitido.

- E ele foi demitido?
- Infelizmente, foi. Aquele cliente de roupas e maneiras simples comprou na hora três dos mais caros tratores. Para agravar a situação, ele era o maior fazendeiro da região, além de ser o melhor cliente da loja, o pai do prefeito e o tio do delegado de quem o dono da loja era amigo de infância.
- Que azar desse vendedor!
- Jamais se esqueça: *"Nunca subestime, ou seja, nunca seja preconceituoso com quem quer que seja"*. Alguma dúvida?
- Não.
- Ótimo, então por favor chame o garçom que eu continuo com fome.
- Psiu! Psiu!
- Pare, por favor! Encontre uma maneira mais educada e eficaz de chamar a atenção do garçom. Levante o braço e diga as palavras mágicas: "Por favor, garçom".
- Pois não – disse o garçom.
- Por favor, um prato de escalopinho ao molho madeira – solicitou o velho vendedor.

Imprescindível para todas as pessoas que desejam realizar Bons Negócios.