

## FÓRMULA V.E.N.D.A.

Depois de validar diferentes métodos de venda em empresas de diferentes mercados: venda direta, venda varejo, venda consultiva, venda B2B (de empresa para empresa), venda de impacto e demais, todas me levaram à seguinte conclusão: Independentemente da maneira como sua empresa venda seus produtos e/ou serviços, fatalmente deve trilhar 05 caminhos óbvios, que muitos vendedores se esquecem de percorrer ou não são treinados para isto. Estes caminhos podem ser lembrados facilmente através da fórmula V.E.N.D.A.

**V. isão:** As equipes de vendas devem ter uma visão estratégica de mercado, que seja fácil de enxergar, clara aos olhos dos clientes e que principalmente, seja poderosa ao destacar os ganhos que terão quando adquirirem produtos e serviços de sua empresa. É fácil ver empresas no mercado que não sabem o que vendem, focando nas características técnicas e possíveis vantagens que são passadas em forma de prospectos e propostas, sem considerar os benefícios para o cliente. O benefício é base do posicionamento estratégico de uma marca pelo simples fato que é nele que o cliente se vê ganhando alguma coisa com a compra. O mais curioso é que a falta de uma visão estratégica em vendas, faz com que a maioria dos vendedores aprenda a vender seus produtos e serviços falando muito do próprio produto e não sabem dizer para o que ele verdadeiramente sirva ou gere de ganhos. Por isto, chamo a atenção dos gerentes de vendas, para que sempre que forem treinar sua equipe, procurem oferecer dados técnicos do produto e suas vantagens perante a concorrência, mas lembrem-se de

ensinar seus vendedores a pensar nos benefícios e a apresentá-los como elemento fundamental de uma apresentação inicial, de um bate-papo, de um prospecto e de uma proposta comercial.

Exercício:

Qual é a V.isão do seu produto/serviço/empresa de forma estratégica (orientada a benefícios)?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**E. ntendimento:** Se sua empresa é uma fábrica de propostas e sua equipe de vendas abre muitas

oportunidades mas fecha poucos negócios, fique atento ao que direi agora: Falta entendimento e sobra ansiedade em sua equipe de vendas É só isso! Mas, o que fazer: Primeiro analise se os profissionais que atendem o cliente estão sendo muito afoitos para tirar pedidos, pois a ansiedade é um dos maiores defeitos do vendedor. Na maioria das vezes, o vendedor simplesmente faz a prospecção, por exemplo, liga, agenda visita e leva um mundo de informações ou até uma proposta pronta. Como pode dar certo este processo de venda, se o vendedor sequer entendeu mais sobre o aquilo que o cliente quer ou precisa? Muitas visitas são improdutivas, pois não tem o direcionamento certo com a pessoa que decide, ou com quem influencia na decisão. Passa a ser visita para cumprir tabela, preencher relatório de produtividade. Um grande caminho para aumentar a assertividade em prospecção é qualificar e entender cada oportunidade como única. Pelo telefone, pela internet, mesmo em visita fria (rápida) pode-se obter muitas informações e delinear as ações seguintes, orientadas a atender o cliente como ele realmente quer ser atendido. Focar no cliente, mais uma vez, e não no produto, é o que faz algumas empresas terem campeões de vendas.

Exercício:

Como você faz para entender ou mapear oportunidades em seus clientes ou potenciais clientes?

---

---









acompanhamento, sem interesse de venda? Pense nisso!

Exercício:

O que você considera mais importante no atendimento ao cliente , inclusive no pós-venda?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**V.E.N.D.A** = **V**isão, **E**ntendimento, **N**ecessidade, **D**esejo, **A**tendimento

Marcelo Ortega – palestrante e consultor, autor de *Sucesso em Vendas e Inteligência em Vendas* - Ed. Saraiva

[www.marceloortega.com.br](http://www.marceloortega.com.br)