

Guia: Negociações de Sucesso

Como vencer as objeções de clientes e chegar ao SIM



Agendor

Sumário

Introdução.....	3
O que você precisa saber sobre as negociações.....	6
O papel das objeções em uma negociação	10
A maneira certa de encarar uma objeção	11
Passo a passo para ser um negociador impecável.....	14
1. Mantenha o foco no relacionamento	16
2. Dê razão a seu cliente e esteja preparado para ajudar	17
3. Saiba quando dar um passo atrás.....	20
4. Negociação não significa ganhar ou perder.....	22
Chegamos a um impasse. O que fazer?	23
Conclusão: pratique diariamente	28
Conteúdo adicional e de referência	31

Introdução



Quem quer ser um negociador melhor? Se você respondeu sim a essa pergunta, talvez não se considere um bom negociador – ou quer melhorar suas habilidades.



A negociação é temida nas rodas de vendedores, principalmente porque muitos acreditam que ela demonstra que o prospect está colocando uma barreira ao fechamento do negócio.

Isso acontece porque muitas vezes é justamente na etapa de negociação que um negócio trava.

E por mais que isso seja doloroso de dizer, acontece justamente porque as partes não sabem conduzir a negociação até o final, para entender exatamente o que está entre a conclusão do negócio e o não fechamento.

Pensando no motivo pelo qual a negociação muitas vezes representa um entrave ao sucesso dos negócios, nós criamos um pequeno guia com dicas práticas para ajudar vendedores a serem melhores negociadores.

Nas próximas páginas, você vai entender o verdadeiro papel de uma negociação dentro de uma venda e o que você precisa saber para transformá-la em negócio fechado.

Não desanime. O desafio é difícil e você vai precisar repensar alguns conceitos que tinha sobre vendas, sobre relacionamento e sobre as objeções de seus clientes.

Depois de ler as ideias e dicas desse eBook, se proponha a implementá-las em sua rotina de vendas. Certamente você vai começar a sentir uma diferença na sua postura e isso será refletido diretamente nos resultados.

Sendo assim, só nos resta desejar uma boa leitura, e que o conhecimento adquirido por aqui seja bem proveitoso!

Desejamos muito sucesso em suas negociações!

Equipe do Agendor

O que você precisa saber sobre as negociações



Parece que a venda chegou até a negociação. Você, como todo bom vendedor, prospectou o **lead**, fez uma grande apresentação e muito follow-up durante as etapas do processo de vendas.

Até aqui, foram alguns dias, muitas vezes meses criando um elo de relacionamento com o seu potencial cliente.

Você teve interesse genuíno em conhecer sobre o negócio do seu cliente, conhecer a sua concorrência, entender como o seu produto pode ajudar esse potencial cliente em específico, e principalmente teve uma postura consultiva durante todo esse processo.



Mas aí, quando você menos espera, vem o momento da negociação. Você passou muito do seu tempo mostrando para o seu *prospect* o quanto ele precisava de seu produto, e quando pensou que estava tudo certo, ele tocou no assunto do preço.

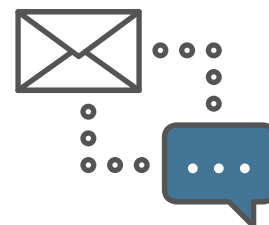
Chegou o momento de falar de preço. Justamente quando você pensou que já tinha sido claro o bastante para que o preço não fosse um empecilho.

Quem já passou por um cenário parecido com esse sabe exatamente o quanto isso é frustrante. Independentemente do quanto você acredita que esteja preparado e tenha a confiança certa, negociar é quase como um soco no estômago, algumas vezes.

A impressão que dá é que faltou algo, que fizemos algo de errado, e que infelizmente isso pode ter colocado tudo a perder.

Essa sensação é familiar para você? Pois acredite: ela é familiar para muitos vendedores. Quando conversamos com gestores comerciais, eles apontam que a negociação acaba sendo um calo no [dia a dia da equipe de vendas](#).

Por que isso? Porque muitos vendedores acreditam que a negociação significa baixar o preço, ou um cabo de guerra.



E ambas as concepções estão erradas. Negociação não é, nem uma coisa, nem outra. Nós mesmos, muitas vezes temos o hábito de negociar (ou pechinchar) quando estamos do outro lado. E isso não significa que há algo de errado.

Dito isso, citamos alguns fatos que você pode desconhecer sobre o que você precisa saber para ser um negociador eficaz:

- **Pode ser falta de entendimento:** o seu prospect pode não ter entendido algum ponto, ou alguma vantagem não ficou clara. Antes de entrar na discussão de preço, faça um overview do que está vendendo, para garantir que tudo ficou entendido.
- **Acontece nas melhores famílias:** quando o seu cliente pede desconto, ou entra em uma negociação de preço, isso não significa que você é um profissional ruim. A negociação é parte do processo. Algumas são mais fáceis, outras mais difíceis.
- **Não fique na defensiva:** isso pode ofender o seu prospect e transformar a negociação em uma batalha. Isso é o pior que pode acontecer.
- **Escute:** escutar o seu cliente é a melhor alternativa. Muitas vezes é justamente ali que está a saída para conseguir um acordo justo com o seu potencial cliente.

Outra coisa que você precisa saber é: a prática – e a experiência – levam à perfeição. Você vai melhorando ao passo em que mergulha de cabeça na negociação, na prática e busca conhecimentos.

Se você ficou mais inseguro ainda depois de tudo o que falamos aqui, fique tranquilo. Nosso papo está apenas começando.

Continue nos próximos capítulos, pois vamos ajudá-lo a sair desse buraco de minhoca que pode parecer a negociação para você e fazer com que o processo seja menos doloroso, e mais eficaz. Com certeza seus resultados de vendas vão aumentar.

O papel das objeções em uma negociação



Geralmente um processo de negociação começa com uma objeção. O seu cliente diz, “mas, e se?”, ou “não entendi muito bem este ponto”, ou “conte-me mais sobre o que isso significa...”, ou até mesmo “isso está incluso no pacote?”.



Uma dessas frases e suas variações, colocam uma dose de incerteza a toda negociação que estava acontecendo, a toda certeza da venda e toda possibilidade de fechamento.

É um ponto de tensão. É justamente nesse momento que aquele recebemos o golpe no estômago e somos capturados pela incerteza. Pensamos em tudo que fizemos e tentamos buscar onde erramos.

Estamos fazendo a coisa errada pensando dessa forma. Isso não é o certo a se fazer, muito pelo contrário. Estamos pensando do jeito errado.

A maneira certa de encarar uma objeção

Pense no último cliente o qual você precisou lidar com objeções. Vamos voltar rapidamente para ele, ok?

Imagine a objeção e lembre de sua reação quando a recebeu. Como você reagiu? Provavelmente na defensiva, não é mesmo?

E se nós pensássemos da maneira positiva? Se pensarmos da seguinte maneira: “meu cliente se interessou pelo meu produto mesmo tendo essas dúvidas. Se ele não tiver dúvidas e entender melhor o que faço, vai se interessar mais ainda”.

Que tal usarmos essa abordagem?

Da próxima vez em que você precisar lidar com uma objeção, lembre-se desse aviso e aja como se isso fosse uma grande oportunidade. O que na verdade é: uma oportunidade de se aproximar e criar um [laço de empatia com seus clientes](#).



Use a objeção como uma oportunidade de entender o ponto do seu cliente, entender a rotina dele, e ainda mais, mostrar como o seu produto pode ajudá-lo a atingir objetivos estratégicos.

Sabe aquele momento de falar em uma reunião que nunca chega? Ela é a objeção. Quando alguém diz, “mas, espera!”, você tem a oportunidade de dizer o que não tinha conseguido.

É a oportunidade de pegar a dúvida, incerteza, ou problema do seu cliente e resolvê-lo, respondendo de maneira verdadeira seus questionamentos.

As objeções abrem uma janela no processo de negociação. Elas mostram que você tem a oportunidade de deixar ainda mais claro que o seu cliente precisa do seu produto – [e o preço é apenas um meio para se obter isso](#).

Nós sabemos muito bem que geralmente você acredita ter feito todo o seu papel, escutado, diagnosticado, apresentado, e principalmente, ter convencido o seu cliente.

Até porque, todo vendedor acredita que sua função é convencer seus potenciais clientes a se tornarem clientes efetivos.

Por isso, no seu trabalho de convencimento, uma objeção é, nada mais do que um indicador de que existe alguma parte que ainda não foi convencida – e muitas vezes essa parte é o bolso.

O primeiro passo para ser um negociador de sucesso é: não trate a objeção como um problema, como um indicador ruim. É apenas um sinal amarelo.

Se você presta um pouco de atenção depois de uma objeção, para e se coloca no lugar do seu cliente, normalmente está pronto para continuar, e falar sobre o problema do cliente.

Aceite a objeção, entenda o papel dela na tomada de decisão de seu potencial cliente e esteja pronto para continuar. A partir de agora, você está realmente negociando de verdade.

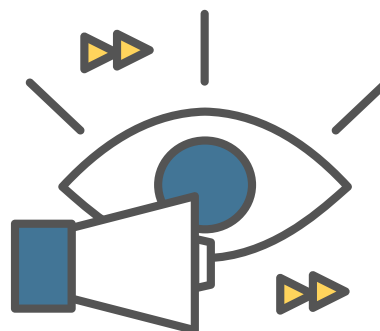
Você está pronto para continuar? Os próximos passos serão decisivos na [jornada de se tornar um negociador melhor](#).

Passo a passo para ser um negociador impecável



Se você chegou até aqui, já deve estar entendendo um pouco mais sobre o papel da negociação em um processo de vendas – e isso é uma ótima notícia.

Negociar não se trata de fazer o que o seu cliente quer – muito menos convencê-lo de fazer o que você quer. Nós falamos que negociação é relacionamento, e isso é uma verdade absoluta.



Para ser um exímio negociador, você precisa lembrar-se de:

1. A negociação não é uma disputa, ou um cabo de guerra.
2. Não se trata de convencer ninguém do seu ponto.
3. Não se apegue tanto a sua posição. Você pode ter que abrir mão dela.

Provavelmente esses sejam as 3 regras fundamentais de um bom negociador. Para você ganhar, precisa fazer o seu cliente também sair ganhando (ou pelo menos ter sentido que estava ganhando).

É o que os especialistas em negociação chamam de ganha-ganha: quando uma negociação bem-feita é realizada, e todos os envolvidos saem ganhando, porque conseguiram chegar a um caminho comum.

Mas isso não é tudo. Para ser um negociador imbatível, ou um negociante de sucesso, certamente você vai precisar seguir um passo a passo de sucesso.

Elaboramos um passo a passo que te ajudará a dominar o processo de negociação e a conseguir resultados extraordinários.

1. Mantenha o foco no relacionamento

Pense na última vez em que você brigou com seu namorado, namorada ou cônjuge. Depois da briga, o clima fica estranho, e parece que você tem que começar tudo do zero, até ficar tudo bem, não é mesmo?

As 2 partes estão abaladas: disseram e fizeram coisas que não deveriam, e agora podem estar arrependidos.

Infelizmente, não há como voltar atrás. Um relacionamento manchado nunca volta a ser o que era antes. E certamente não é isso que você espera de um relacionamento comercial, não é mesmo?

Por mais que o seu potencial cliente tenha dito algo que você não gostou, tenha pensado só em si mesmo, você não deve ceder ao jogo ou fazer algo que possa colocar o relacionamento em risco.

Se o seu [cliente perde a confiança em você](#), ou se sente atacado, certamente não vai seguir adiante, mesmo que você faça todas as concessões.

Quanto mais o seu cliente avançar nos pedidos de concessão e exigências, ou com objeções que não parecem levar a lugar nenhum, lembre-se de se colocar no lugar dele. Tente entender o ponto levantado.

Quando você coloca o relacionamento em primeiro lugar, você vai evitar agir ou reagir de maneiras que façam com que o seu cliente se afaste de você: isso é tudo que você não quer nesse momento.

Nunca esqueça do relacionamento que você construiu com seu potencial cliente. Mesmo que você perca a sua venda, se o relacionamento continuar, outras oportunidades surgirão.

Vendas é sobre relacionamento. E se você estraga isso, certamente não terá novas oportunidades para vender para esse cliente.

Combinado? Quando bater aquela raiva, quando você achar que o seu potencial cliente está fazendo joguinho, leilão, ou algo do tipo, não se deixe levar. Mantenha o relacionamento e releve qualquer atitude.

Ah! E isso ainda vale para qualquer tipo de relacionamento, ok? Com seus pais, filhos, cônjuges e etc.

Agora que você entendeu que deve manter o seu relacionamento com o cliente intacto na fase de negociação, vamos seguir? Vamos falar sobre o próximo ponto: entendendo – e dando razão ao seu cliente.

2. Dê razão a seu cliente e esteja preparado para ajudar

Talvez isso não faça muito sentido para você que tem dificuldade em negociar. Você pode pensar: mas como assim, vou dar razão a alguém que está negociando comigo. Isso é o mesmo que ceder.

Ledo engano. Não é assim que funciona. Muitas vezes o seu cliente está dizendo apenas que está cortando custos e que precisa estudar o seu orçamento.



Em um caso como esse, dizer: “Mas é claro! Em um momento de corte de custos, todos os investimentos devem ser analisados com cautela. Você está certíssimo”, vai ajudar muito.

Outro exemplo clássico é quando o cliente diz algo um pouco mais intimidador, como: “está caro!”. Nesse caso concordar pode ser, justamente o ponto da virada.

Concordar dizendo algo como: “eu entendo o seu ponto. Você está analisando a nossa proposta com base apenas no preço. [E nosso preço pode estar maior do que o de outras empresas.](#) Mas isso não significa que o preço não seja justo. Permita-me mostrar porque chegamos a esse preço...”.

Isso, em muitos casos, é uma ótima saída quando estamos em um embate por preço, e parece que o cliente não está muito afim de ceder.

Certamente que, se o seu cliente diz que o seu preço é injusto, ou que o seu serviço não vale o preço cobrado, ou coloca a sua credibilidade em cheque, você não deve concordar.

Porém, discordar de um cliente sem explicação clara, pode passar a mensagem de que você não entende o lado dele, e não sabe se colocar no lugar dele.

Por isso, sempre que possível, comece a negociação dando razão às reclamações de seu cliente. Quando ele sentir que elas são acolhidas, e que você quer ajudá-lo a resolver justamente esses problemas, ele vai mudar de posição.

Lembre seu potencial cliente que o seu papel como vendedor é justamente levá-lo do lado A ao lado B passado pelas dificuldades e adversidades, adaptando-se à realidade do cliente.

Escute-o, dê razão a ele, comece a trabalhar e mostrar o seu ponto a partir daí. Você vai aumentar a sua taxa de sucesso.

Um problema comum nas negociações é que ambas as partes acham que estão sendo atrapalhadas.

O cliente acha que o vendedor está ali para atrapalhá-lo a conseguir o melhor preço, e o vendedor acha que o cliente está ali para atrapalhá-lo a conseguir a venda perfeita.

Ambos não poderiam estar mais errados. Sem um, o outro não vai conseguir chegar em lugar algum.

Sem enxergar o vendedor como um aliado, o cliente não consegue comprar a melhor solução, e sem enxergar o cliente como alguém que está precisando de ajuda, o vendedor não faz a venda.



Infelizmente, existem muitos vendedores hoje que poderiam estar vendendo mais simplesmente tentando se tornar um aliado de seu potencial cliente, ao invés de acreditar que deveria tomar o outro lado do tabuleiro.

Não estamos falando de um jogo. Não é um embate. É uma cooperação para que todos alcancem um resultado comum, que para o vendedor é a venda, e para o cliente, a solução de um problema.

3. Saiba quando dar um passo atrás

Até aqui, parece que quando o vendedor muda a sua postura e serve o cliente, ele tem a venda garantida, porque vai conseguir com essa atitude, convencê-lo de comprar o seu produto.



Infelizmente não é assim que funciona. Nem sempre uma postura servidora, se comportando como um aliado, [em uma venda consultiva](#), nem sendo especialista no mercado.

Muitas vezes, você e o seu cliente estão muito distantes, e fazer negócio com ele pode significar perder dinheiro.

Nenhum vendedor, ou empresa, têm a obrigação de vender seu produto por um preço que não esteja lhe proporcionando lucratividade, nem retorno. É muito importante ter isso em mente.

Se o seu cliente quer que você saia perdendo, tenha em mente, que talvez esse seja um cliente que você não quer ter, uma vez que pode acabar transformando você em refém.

E isso está errado. Saiba o momento de dar um passo atrás e o momento que você deve dizer não, e sair da negociação de cabeça erguida.

Perder não pode ser uma opção na negociação. Lembre-se disso enquanto conversa e se relaciona com o seu potencial cliente, e se ele pedir a você algo impossível, deixe isso claro para ele.

Perder ou ganhar. Você quer ganhar do seu cliente, ou quer ajudá-lo a encontrar a melhor solução? É justamente sobre isso que vamos falar no nosso próximo tópico.

4. Negociação não significa ganhar ou perder

Imagine a seguinte cena: você chega para negociar com um cliente pensando em levar a melhor sobre ele e ele pensa da mesma forma, em levar vantagem sobre você.

Vocês se sentam na mesa para negociar e começam a despejar todo o talento e argumentação contra o outro, tentando tirar a melhor.

Você expõe seus pontos de vista, enquanto seu cliente rebate, sendo logo surpreendido por novos argumentos. Vira um jogo de toma lá, da cá. Cada minuto em um embate com o seu potencial cliente, são dois minutos a menos de chance de conseguir um acordo.

No final desse processo, você não ganhou um cliente e o seu cliente também não ganhou uma solução.

Vamos continuar. Digamos agora, que um cliente, parceiro de negócios, ou até mesmo fornecedor desse seu cliente, pede por uma referencia de negócios para alguém que faz justamente o que a sua empresa faz.

Você acha que o seu ex-potencial cliente vai lembrar de indicar você, ou que se lembrar, vai querer indicá-lo? A resposta é NÃO.

Não se iluda, porque isso não vai acontecer.

Por isso, mude sua mentalidade. Desligue o seu instinto competitivo e lembre-se que a negociação não se trata de competir, mas de encontrar um caminho para conseguir cumprir o objetivo das 2 partes: vender e comprar.

E para isso, ninguém tem que sair perdendo, nem tem que ceder o que não pode. Não é uma batalha de um versus o outro. Mas sim uma batalha de juntos, encontrar um caminho.

Obviamente, não estamos em um mundo perfeito. Mesmo que seu cliente esteja querendo muito comprar e você querendo muito vender, impasses podem surgir no meio do caminho.

Nosso próximo capítulo é dedicado aos impasses. Agora que você já entendeu que você e seu cliente são uma dupla, e não adversários, vamos entender o que fazer quando surgir um impasse.

Chegamos a um impasse. O que fazer?



Normalmente, o impasse é o momento em que a negociação não tem como mais avançar. Você já fez suas concessões, seu prospect também já aceitou alguns pontos, mas alguns detalhes os impedem de prosseguir.



Muitas vezes, é realmente a hora de voltar atrás e de decidir se vale continuar, e entrar em uma zona de desconforto em que a sua empresa vai estar perdendo.

Na verdade, o impasse acontece, justamente porque as empresas estão percebendo que não estão mais ganhando, mas estão começando a perder.

Uma negociação saudável vai permitir que os envolvidos saibam reconhecer esse sinal: se o seu potencial cliente está jogando limpo e já disse ter feito todas as concessões possíveis – e você também, vocês estão em um impasse.

Antes de qualquer coisa, você precisa saber que, nem sempre é possível sair de um impasse. Muitas vezes você precisa decidir o que é mais importante: ganhar o negócio, mas perder em algum ponto, ou perder o negócio totalmente?

Muitas vezes, você tem nas mãos um grande cliente e está disposto a ultrapassar a sua zona de conforto, perdendo até um pouco, para ter um grande case.

Em outros momentos, você está cedendo o máximo que pode para conquistar o cliente e sair lucrando no longo prazo, e já não pode dar nem mais um passo sem sair perdendo.

O mesmo acontece com o seu potencial cliente. Ele pode estar oferecendo a você o melhor que ele pode.

Muitos estudiosos de negociação afirmam que, no início de uma negociação o vendedor oferece para o cliente o seu maior preço, e o cliente tenta pagar o menor preço possível por aquilo que quer comprar.

Infelizmente ainda acontecem casos como esse atualmente. Mas, se estamos falando de uma venda consultiva, [em um processo de vendas em que está claro o papel do vendedor em auxiliar o cliente](#) a resolver o problema dele, o cenário precisa ser diferente.

Quando o vendedor está engajado na missão de servir o cliente, não tem tempo para arriscar a venda com uma estratégia que pode resultar em um tiro no pé.

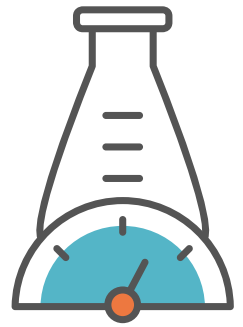
Agora que você já sabe a origem de um impasse, e sabe que ele é o ponto de tensão em uma negociação, seria útil saber o que fazer diante dele, não é mesmo?

Obviamente, você pode seguir ou desistir, como já dissemos acima, mas muitas vezes isso já não resolve mais o seu caso, e sair de uma negociação pode ser tão duro quanto entrar em uma. Principalmente sem o gosto de uma venda fechada.

O melhor a fazer nesse caso, para que todos não percam mais do que o tempo jogado fora em uma negociação – que muitas vezes podem durar meses – é jogar abertamente.

Muitas vezes, você não pode ceder com o que o seu cliente quer de você, mas pode oferecer outras coisas que podem ser úteis para que ele concorde com o ponto que você não pode ceder.

Seja honesto e diga a seu cliente que o que ele está pedindo é impossível para você, e que assim você fica em uma situação sem saída (assumir o impasse é uma boa alternativa para que ele veja em que ponto vocês estão).



Após assumir que está sem saída, diga porque é tão difícil fazer essa concessão. O próximo passo é jogar abertamente, mais uma vez, e dizer onde você está disposto a conceder para que vocês cheguem a um entendimento.

Finalize o seu discurso afirmando que você está sendo totalmente sincero e que está fazendo o melhor para fechar o negócio.

Muitas vezes, tudo que falta para o seu cliente fechar com você é ter certeza de que vocês estão sendo sinceros e que estão tendo a melhor condição possível para conseguir um acordo justo.

Agir dessa maneira é a melhor saída para que você não deixe que o impasse fique entre você e seu cliente.

Por outro lado, quando você assume o ponto em que a negociação se encontra, e mostra que não tem mais nada a oferecer, ressaltando tudo o que pode fazer por seu potencial cliente, bem como o motivo de se manter em sua posição, se ele tiver um interesse genuíno em fazer negócios com você, isso não deve impedi-los de seguir adiante.

Muitas vezes, seu cliente vai lhe pedir um pouco de tempo para considerar, ou conseguir autorização para efetuar a compra – ou até mesmo declinar.

De qualquer maneira, não finja que o impasse não aconteceu. Apenas ceder pode colocar você em maus lençóis e saber até onde, ou até quando ceder, é muito importante para o sucesso nas negociações.

No final das contas, se o seu potencial cliente estiver exigindo muito de você, sem ceder em nada, ou sem concordar com nada, acenda o seu alerta.

Isso pode significar que ele está querendo apenas tirar o máximo que puder de você, sem tentar entender o seu lado, ou enxergar os diferenciais do que você tem a oferecer. Talvez seja o alerta que faltava para você partir para outra oportunidade.

Agora que você chegou até aqui, está pronto para colocar tudo em prática? Esse é o grande segredo de um bom negociador: praticar as habilidades até que elas se tornem hábitos.



Conclusão: pratique diariamente



Você já deve ter ouvido algumas vezes – ou até muitas – que o cérebro é um músculo, e você precisa exercitá-lo.

Não adianta você pegar todas as dicas que demos aqui e apenas ler, acreditando que está pronto para se tornar um grande negociador. Cada negociação é única, da mesma maneira que nenhum cliente é igual.



Como vendedor, você precisa praticar diariamente, estudar diariamente, e estar pronto para se adaptar às diversas situações que irão aparecer à sua frente.

Esperamos que esse pequeno guia sirva de inspiração para que você comece a enxergar a negociação de uma maneira diferente, quebrando velhos tabus e crenças que na verdade, apenas limitam o sucesso de uma venda.

Ao implementar essas ideias e dicas, e somá-las a outros ensinamentos, você vai entender que o relacionamento – juntamente com o foco no cliente – é o melhor passaporte para se dar bem em uma negociação, e conseqüentemente, fazer o seu cliente se dar bem também.

Aos poucos você vai aprendendo a enxergar os sinais do seu cliente e a fazer o melhor possível, para deixar claro que ele terá acesso à melhor solução que o dinheiro pode comprar.

Com nossas dicas, você vai estar preparado para perder o medo de negociar, começar a entender melhor o posicionamento de seu cliente durante uma negociação, e ainda [melhorar seu desempenho nas vendas](#).

Mas isso é só o começo. E você só vai se tornar um exímio negociador se continuar praticando e treinando, sempre conhecendo o seu mercado e clientes.

Esse é o começo. Esperamos que você alcance o que busca, se tornando um negociador de sucesso, ajudando seus clientes a comprarem de você e se posicionando cada vez mais como um solucionador de problemas.

Bons negócios e boas vendas!

Equipe do Agendor.

Conteúdo adicional e de referência



Negociar é uma arte que exige determinação, conhecimento e prática, para que seja dominada em sua totalidade. E vencer as objeções de seus potenciais clientes já é um grande passo para os fechamentos com sucesso.

Nós queremos te ajudar nessa trajetória e por isso, indicamos mais conteúdo e informações de referências do mercado, para que você atinja seus objetivos.

Outbound Marketing

A Outbound Marketing é um canal de conteúdo voltado para quem precisa acelerar suas vendas e não conhece as técnicas mais modernas do mercado.

www.outboundmarketing.com.br

We Do Logos

We Do Logos é o maior site da América Latina para criação de Design Gráfico pela modalidade de Concorrência Criativa. No site deles você pode contratar serviços como: logo, cartão de visita, papelaria, web sites, mascote, folder, entre outros materiais de comunicação visual.

<http://wedologos.com.br>

EBVendas

É a primeira escola especializada em vendas do Brasil com foco em alto desempenho para alavancar carreiras. São cursos com dicas, conteúdos e exercícios para desenvolver habilidades cruciais para o sucesso nas vendas.

www.ebvendas.com.br



ZenDesk

Uma ferramenta online de atendimento ao cliente. Ele oferece às empresas uma maneira fácil de dar suporte aos clientes (internos e externos) em diferentes canais, como email, telefone, chat, web e redes sociais.

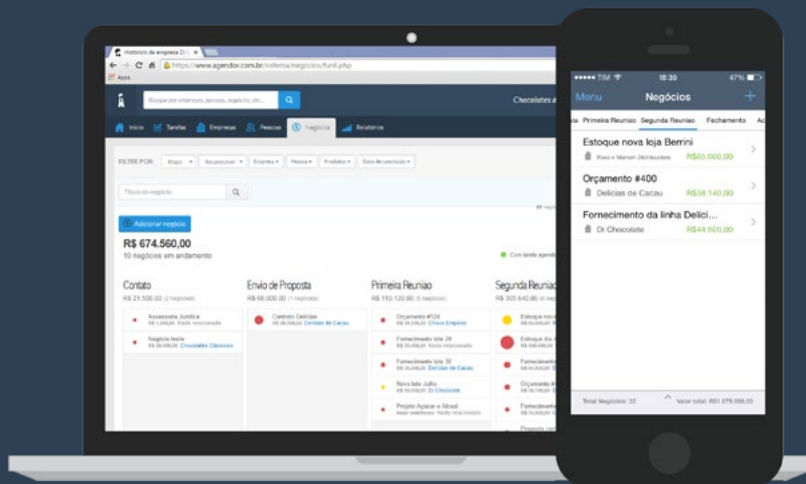
<http://www.zendesk.com.br>



NEGOCIE MELHOR COM O AGENDOR

Agora que você já sabe como vencer objeções para ter mais sucesso em suas negociações, não perca mais tempo e inscreva-se agora no aplicativo Agendor. Experimente gratuitamente o Agendor e coloque em prática essas dicas.

Com o Agendor, você centraliza as informações de clientes, acompanha as vendas em andamento e extrai relatórios detalhados dos negócios – gratuitamente e de onde você estiver.



Agendor

Experimente gratuitamente

