



# IDEIAS, DICAS & SUGESTÕES para:



Conquistar Manter Fidelizar  
**C L I E N T E S**

Saia da zona de conforto e comece a implementar as ideias, dicas e sugestões no seu dia-a-dia de trabalho, melhorando seus resultados e ampliando seus horizontes.

Desenvolvimento, comprometimento, trabalho em equipe e melhoria contínua, são chaves para conquistar excelência em qualidade e satisfação dos clientes.





# PALESTRAS & TREINAMENTOS CORPORATIVOS

Os Treinamentos & Palestras ministrados pelo Prof. Amauri são participativos e dinâmicos, onde os participantes tem momentos de Reflexão, Aprendizado e Descontração.



[www.amauri.net](http://www.amauri.net)  
[contato@amauri.net](mailto:contato@amauri.net)  
(44) 9125 - 5666



Professor Amauri Crozariolli



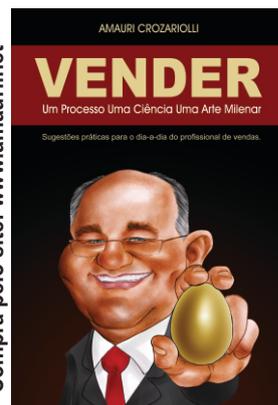
"Cada dia que amanhece assemelha-se a uma página em branco, na qual gravamos os nossos pensamentos, ações e atitudes. Na essência, cada dia é a preparação de nosso próprio amanhã" Chico Xavier

## Bibliografia - Fonte de Pesquisa

Ah, se eu soubesse...  
O que as pessoas bem-sucedidas  
gostariam de ter sabido  
25 anos atrás  
Richard Edler  
Negócio Editora  
Revista Você S/A  
Edição 202 - Abril 2015  
151 Quick Ideias to Get New Customers  
151 Ideias Rápidas para Conseguir Novos Clientes  
Jerry R. Wilson  
Tradução: Vera Limongi  
Jardim dos Livros

<http://pensador.uol.com.br/>  
<http://www.dicio.com.br/>  
Corporate Zombies  
Manual de Sobrevivência Corporativa  
Victor Sardinha - André Ferreira  
Giostri Editora  
Sem Crise!  
Marcos Braga - CEO da HSM  
Gente Editora  
Materiais Diversos - Prof. Amauri  
Arquivos Pessoais  
Maringá - Pr / Ano 2015

Capa do livro do Prof. Amauri  
Compra pelo site: [www.amauri.net](http://www.amauri.net)



# 1

## TER EDUCAÇÃO É FUNDAMENTAL

"Contrate pela atitude e treine para a aptidão."

Para trabalhar com pessoas, o mínimo de educação se faz necessário, uma vez que o contato com o cliente tem de ser o mais agradável possível. Lidar e relacionar-se com uma pessoa educada é extremamente agradável.



Portanto na tratativa com o cliente procure sempre:

- Ter um sorriso nos lábios.
- Ter uma abordagem entusiasmada.
- Ter uma postura positiva.

Usar com frequência as palavras mágicas:

- Obrigado
- Por favor
- Com licença
- Por gentileza

**Pessoas grosseiras, indisciplinadas ou mal-humoradas não fazem bem aos negócios e ninguém gosta de conviver com este tipo de pessoa.**

### Conselho:



Procure mudar o seu perfil caso não tenha as habilidades e posturas acima descritas.

Caso desempenhe e possua esse perfil, mantenha e melhore e as pessoas vão sempre procurar por você.

### Conclusão:



A pior coisa que uma empresa pode fazer é pagar um salário para manter em seu quadro funcional uma pessoa com o perfil "mal-educado".

Não subestime nunca o poder da educação. Se quiser ter sucesso, invista em educação.

### Para Pensar:



*"A educação exige os maiores cuidados, porque influi sobre toda a vida" (Sêneca)*

*"É no problema da educação que assenta o grande segredo do aperfeiçoamento da humanidade" (Immanuel Kant)*

# 2

# TRABALHO COLETIVO

**Conquistar e manter clientes depende fundamentalmente dos esforços de todos os colaboradores da empresa.**



O trabalho coletivo facilita as ações e diminui as tensões para a conclusão de tarefas.

**É primordial que as metas sejam divididas entre os membros e que cada integrante assuma sua responsabilidade e o seu papel funcional.**

Formar um **TIME** (Todos Integrados nos Mesmos Esforços), cada um no seu setor e com o foco coletivo, lembrando que "juntos somos mais fortes".

**O fundador do Mc Donald's– RayKroc – dizia: "Ninguém é mais esperto do que todos nós juntos"**



## Conselho:



Aprenda a trabalhar em conjunto, desenvolvendo e conhecendo as particularidades do trabalho em equipe.

Acesse o site: [www.amauri.net](http://www.amauri.net) e no setor de downloads baixe o material "formando equipes vencedoras" e leia as alternativas, vantagens e dificuldades do trabalho coletivo.

## Conclusão:



O resultado coletivo do time repercute em nossa vitória individual.

## Para Pensar:



*"Comprometimento individual a um esforço conjunto — isso é o que faz um time funcionar, uma empresa funcionar, uma sociedade funcionar, uma civilização funcionar"* (Vince Lombardi)

*"O talento vence jogos, mas só o trabalho em equipe ganha campeonatos"* (Michael Jordan)

*Espírito de equipe é despertar e compartilhar teu CHA (conhecimentos, habilidade e atitudes), respeitando as diversidades do grupo*

# 3

## PROSPECTE CLIENTES NOVOS

**Reserve sempre um espaço na sua agenda para visitar clientes.**

Selecione algumas ligações e busque a pessoa que ligou, seus contatos e endereços e agende uma visita.



**Leve seu cartão, leve materiais promocionais, catálogos e se possível um brinde.**

Uma visita presencial mostra um comprometimento da empresa e do profissional, consegue diminuir as objeções e facilita a negociação.



**Esta ação faz com que o cliente se sinta importante, valorizado e querido.**

### Conselho:



Pense em alternativas e ações para que os clientes se sintam importantes e valorizados.

**Visite sempre que possível seus clientes, mostre que você é grato à preferência que ele lhe deu.**

### Conclusão:



**Qualquer ser humano gosta do reconhecimento e de pessoas que vão até elas apresentar soluções.**

### Para Pensar:



*“A gratidão é o único tesouro dos humildes” (William Shakespeare)*

*“As pessoas felizes lembram o passado com gratidão, alegram-se com o presente e encaram o futuro sem medo” (Epícuro)*

*“A gratidão é um fruto de grande cultura; não se encontra entre gente vulgar” (Samuel Johnson)*

# 4

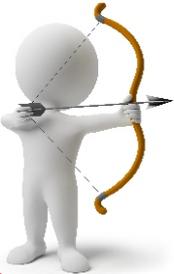
## TRAGA O CLIENTE PARA VISITAR SUA EMPRESA

Após conquistar clientes em suas visitas, traga-os para conhecer o seu local de trabalho, fazendo com que eles se sintam à vontade.



Em nosso território temos mais chances de apresentar os produtos e serviços e mostrar mais opções aos clientes, que vão perceber que você está preocupado em apresentar as possíveis soluções.

### Conselho:



Faça convites periódicos aos seus clientes para que eles venham até você.

### Conclusão:



Fidelizamos nossos clientes quando demonstramos e reconhecemos o seu valor para o nosso negócio.

### Para Pensar:



*“Os aventureiros realizam suas conquistas e as demais pessoas os aplaudem. Saia sempre do lugar-comum” (Augusto Cury)*

*“As conquistas são fáceis de fazer, porque as fazemos com todas as nossas forças; são difíceis de conservar, porque as defendemos só com uma parte das nossas forças” (Barão de Montesquieu)*

*“Que os vossos esforços desafiem as impossibilidades, lembrai-vos de que as grandes coisas do homem foram conquistadas do que parecia impossível” (Charles Chaplin)*

5

## IDENTIFIQUE O CLIENTE



Conquistar clientes é um dos nossos maiores objetivos para ampliar a carteira. Tratar bem os novos clientes é uma obrigação indispensável.

E com os clientes mais antigos, como devemos nos comportar?

É evidente que os clientes antigos necessitam dos mesmos atrativos, importância e reconhecimento.

Procure a cada dia identificar que tipo de cliente você está atendendo: novo ou antigo?

Não importa: faça e dê sempre o seu melhor.

Para os clientes antigos devemos agradecer sempre pelo retorno ao nosso negócio.



### Conselho:



A cada cliente que você atender identifique se é novo ou antigo

Se antigo agradeça sempre por ter retornado e pela preferência.

### Conclusão:



Todo mundo gosta de se sentir especial. Mostre aos clientes que eles são importantes com suas ações, gestos e palavras.

Clientes gostam de ambientes onde se sintam especiais, queridos e desejados.

### Para Pensar:



*"Somente com um novo governante você percebe o valor do antigo" (Provérbio Birmanês)*

*"Para alcançar conhecimento, adicione coisas todo dia.  
Para alcançar sabedoria, elimine coisas todo dia" (LaoTsé)*

*"Eu vivo um refrão antigo, feito às pressas,  
plágio de uma bela melodia. Eu vivo um sonho  
toda noite, eu vivo a noite todo dia" (Esteban Tavares)*



# VISUALIZE O SUCESSO

**Sucesso é o resultado de suas ações desenvolvidas e trabalhadas de forma precisa e focada.**

Sucesso é o resultado positivo daquilo que nos propomos fazer.

**Procure sempre fazer suas tarefas com esmero, atenção e qualidade e o sucesso será consequência natural do seu trabalho.**

**O cliente sempre irá valorizar o seu profissionalismo.**

Imagine o cliente ideal, o produto ideal, a empresa ideal, a equipe ideal, e para que sua mentalização se torne real, imagine e execute sua parte, tornando-se o profissional ideal.



**O sucesso começa na minha imaginação**

**de um resultado perfeito e que neste percurso o faça melhor.**

## Conselho:



**Crie o hábito de visualizar mentalmente o resultado esperado e empregue todo seu esforço na concretização da sua visão.**

## Conclusão:



**Se você pensa que pode, então pode mesmo!  
Se acredita que não pode, você está absolutamente certo.**

## Para Pensar:



*"O único lugar onde o sucesso vem antes do trabalho é no dicionário" (Albert Einstein)*

*"O sucesso é um professor perverso. Ele seduz as pessoas inteligentes e as faz pensar que jamais vão cair" (Bill Gates)*

*"Para ter um negócio de sucesso, alguém, algum dia, teve que tomar uma atitude de coragem" (Peter Drucker)*

*"Levei vinte anos para fazer sucesso da noite para o dia" (Eddie Cantor)*

# 7

## VISÃO DO CLIENTE

**O que é óbvio para você, não é óbvio para o cliente.**



Necessitamos sempre nos colocar no lugar do cliente e procurar a sua visão.

O cliente, além do produto ou serviço, enxerga limpeza, organização, conservação, iluminação e os detalhes podem fazer toda a diferença.

**Em alguns casos o cliente tem uma percepção diferente da nossa: ele enxerga o que nós mesmos não vemos.**

Construa a visão que o cliente quer, deslocando, demonstrando e disponibilizando o produto à sua necessidade.

**Na maioria dos casos a visão do cliente está nas mãos: ele gosta de tocar o produto.**

### Conselho:



Procure sempre a harmonia do ambiente e do produto. Todo o conjunto (produto, móveis, instalações, equipe) compõe a visão do cliente.

### Conclusão:



**O poder do tato dos clientes no produto amplia sua visão.**

### Para Pensar:

???



*“Sua visão se tornará clara somente quando você olhar para dentro do seu coração. Quem olha para fora, sonha. Quem olha para dentro, acorda” (Carl Jung)*

*“Visão é a capacidade de enxergar além do que os olhos são capazes” (Myles Munroe)*

*“Dois homens olharam através das grades da prisão um viu a lama, o outro as estrelas” (Santo Agostinho)*



# FIQUE ESPERTO!

CLIENTE: "fisque-o" com sua ATENÇÃO TOTAL



Quando o cliente vem ao seu encontro para dar uma olhada, solicitar um orçamento ou uma informação, devemos "fiscá-lo" com nosso interesse, sua vontade e disposição, entregar a ele nosso cartão, dizendo que vamos resolver seus problemas, convertendo sua "intenção" em sua visita ou contato em um "sim" para concretizar a venda.

Não podemos ter comportamento de "tartarugas" nas devolutivas: temos de ser ágeis, pois se você não for, a concorrência com certeza será.

## Conselho:



Esteja sempre atento aos sinais ("fiscado") do cliente. Se ele entrou em contato, "fisque-o" com sua postura profissional.

## Conclusão:



Quando um cliente entra em contato, batendo na porta ou tocando o telefone, algumas pessoas se incomodam com o barulho e reclamam, enquanto outras entram em ação na absorção do cliente. **Em qual grupo você se encaixa?**

## Para Pensar:



*"O homem deve criar as oportunidades e não somente encontrá-las" (Francis Bacon)*

*"A vida está cheia de desafios que, se aproveitados de forma criativa, transformam-se em oportunidades" (Marxwell Maltz)*

*"Empreendedores são aqueles que entendem que há uma pequena diferença entre obstáculos e oportunidades e são capazes de transformar ambos em vantagem" (Maquiavel)*



# PRIMEIRO AJUDE, DEPOIS VENDA.

Quando nos procura com o código do produto, modelo, referência, marca ou preço de referência, o cliente está decidido a uma compra e essa venda está praticamente fechada.



Quando o cliente vem sem as informações e somente com a intenção, devemos questionar o que ele necessita e apresentar as melhores soluções à sua demanda.

**Necessitamos adotar uma postura diferente, uma postura de "solucionador" e não "vendedor". Neste caso o cliente vai vê-lo como alguém que está realmente comprometido em ajudar, e não como um vendedor desesperado para fechar um negócio.**

## Conselho:



Procure sempre "ajudar" o cliente a encontrar a solução para suas necessidades.

## Conclusão:



**O verbo "ajudar" vem antes do verbo "vender" no dicionário. Faça isso acontecer também em sua vida profissional.**

## Para Pensar:



*"O diálogo cria base para colaboração" (Paulo Freire)*

*"Quando um homem tem força de vontade, os deuses dão uma ajuda" (Ésquilo)*

*"Eu aprendi que sempre posso fazer uma prece por alguém quando não tenho forças para ajudá-lo de alguma outra forma" (Desconhecido)*

# 10

## APRESENTE SOLUÇÃO

**Problema deve ter solução. Dificuldade deve ter administração.**



Quando um cliente apresenta algo que está deixando-o insatisfeito e desapontado, temos de buscar todos os meios para reverter este impasse.

Discutir com o cliente não vai resolver.  
Saber quem tem ou não razão não irá evitar o litígio.

Uma questão importante é saber o que diz o **CDC (Código de Defesa do Consumidor)** no caso em questão.

Uma pergunta importante a ser feita ao cliente é a seguinte:

**O que podemos fazer para solucionar esse problema e fazê-lo ficar contente?**

Desta forma evita-se o confronto, que na maioria das vezes não leva a nada.



### Conselho:



**Procure uma solução que acomode e não implique na intimidação e perda do cliente.**  
Um bom diálogo é melhor que uma exaustiva discussão.

### Conclusão:



Você pode ganhar a discussão e perder o cliente, ou poderá ter um aliado importante divulgando seus produtos e serviços.

### Para Pensar:



*"Viver é enfrentar um problema atrás do outro.  
O modo como você o encara é que faz a diferença" (Benjamin Franklin)*

*"Nada é permanente nesse mundo cruel.  
Nem mesmo os nossos problemas" (Charles Chaplin)*

*"Uma pessoa inteligente resolve um problema, um sábio o previne" (Albert Einstein)*

# 11

# SEJA LEAL

**Lealdade é a qualidade, ação ou procedimento de quem é leal.**



Leal é sincero, franco, honesto.  
É quem se mantém fiel a seus compromissos.

Nós queremos e desejamos que o cliente seja leal a nós e à nossa postura. A recíproca é verdadeira? Para ganhar/conquistar a lealdade, devemos ter segurança nos procedimentos e uma postura exemplar.



**A lealdade nas negociações será sempre um diferencial competitivo a seu favor.**

## Conselho:



Valorize a lealdade e elogie o cliente que é leal a você.

## Conclusão:



**Lealdade vem da satisfação dos clientes. Cuide e preste atenção para que esta lealdade nunca seja rompida.**

## Para Pensar:



*"A máscara dos traiçoeiros cai perante à verdade. Mas o rosto dos leais brilham como o sol da justiça!" (Samuel Ranner)*

*"A lealdade é um dos pilares que sustentam o real valor do homem" (Textos Judaicos)*

*"Coloque a lealdade e a confiança acima de qualquer coisa; não te alies aos moralmente inferiores; não receies corrigir teus erros" (Confúcio)*

12

## CHAME O CLIENTE PELO NOME

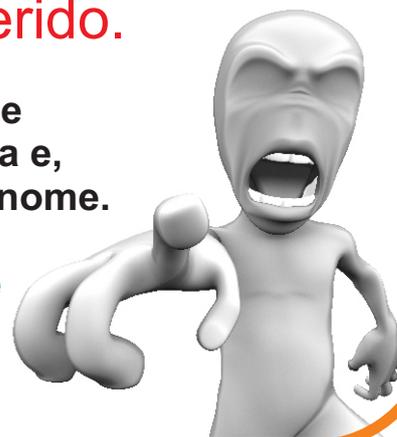
Há uma máxima que diz: "o som do nosso nome é mais doce que mel".



Jamais aborde um cliente chamando-o de meu chapa, meu amigo, cara, companheiro, chefia ou meu querido.

Na abordagem, pergunte o nome do cliente e crave em sua memória e, sempre que possível, chame-o pelo nome.

Esse comportamento e atitude valorizam sua empresa, aproxima e encanta o cliente.



### Conselho:



Chamar as pessoas pelo nome é um hábito. Primeiro nós fazemos nossos hábitos, depois nossos hábitos nos fazem.

### Conclusão:



Chamar os clientes pelo nome é uma tática muito simples que pode diferenciá-lo de seus concorrentes. Ninguém gosta de ser tratado como uma coisa, um número.

### Para Pensar:



*"Numa relação deve existir, antes de mais nada, individualidade, respeito, alegria e prazer em estar junto" (Elza de Figueiredo)*

*"Cada um conhece a sua individualidade e o que é melhor para si. Então, faça o que deve ser feito" (Rodrigo Chung)*

*"A individualidade é a impressão digital da alm." (Jackson Oliveira)*

13

## SEJA DIFERENTE, DESTAQUE-SE!

**Não podemos ter medo de pular em um tanque com tubarões se estivermos preparados e munidos das técnicas e equipamentos adequados.**

O bom humor tem de fazer parte do cotidiano profissional.

Surpreender o cliente com algo divertido, alegre, fora do habitual, costuma dar certo, atrai a atenção do cliente, descontraí e a aproximação fica mais fácil. A alegria da venda é um momento mágico para os dois lados do processo.

**Temos de tornar esses momentos inesquecíveis.**



### Conselho:



**Coloque sua criatividade em prática. Coloque em seu dia-a-dia coisas engraçadas, interessantes e diferentes. Isso costuma atrair e manter clientes.**

### Conclusão:



**Não seja um profissional morno: vá além e faça coisas extraordinárias.**

### Para Pensar:



*"Viver é enfrentar um problema atrás do outro. O modo como você o encara é que faz a diferença" (Benjamin Franklin)*

*"Não devemos ter medo das novas idéias! Elas podem significar a diferença entre o triunfo e o fracasso" (Napoleon Hill)*

14

## O QUE AGRADA O CLIENTE?

Pensar como cliente é importante, praticar a **empatia**, isto é, se colocar no lugar do outro.



**Pense que o cliente não gosta de ser mal atendido, de receber um preço muito acima do que o produto ou serviço vale, de ser maltratado, desprezado ou humilhado.**

Logo, o raciocínio é simples: é só não fazer o mencionado acima e começar fazer a diferença com atitudes positivas, nosso trabalho será visível e agradável aos olhos do cliente.

### Conselho:



Faça o melhor: melhor atendimento, melhor sorriso, melhor disposição. Isto fideliza o cliente.

### Conclusão:



Quando nos procura, todo cliente espera sempre o mínimo. Surpreenda sua clientela fazendo o máximo.

### Para Pensar:



*"Sempre aja correto. Isto irá agradar algumas pessoas e surpreender o resto" (Mark Twain)*

*"Esperar menos não significa desistir. Antes se surpreender, do que se decepcionar" (Clarice Lispector)*

*"Surpreender é ter atitudes imprevisíveis. Eu preciso de coisas novas, aventuras estranhas, pessoas diferentes. Eu preciso me surpreender" (Desconhecido)*

15

# NAS VENDAS A MUDANÇA É CONSTANTE

O camaleão não muda o ambiente que está, ele se ajusta ao meio.

Às vezes julgamos o cliente por sua

aparência e somos preconceituosos, tratando-os de forma diferente.

Precisamos nos ajustar rapidamente à demanda e às características de cada cliente, não tentando fazê-los

Estamos no mercado para apresentar soluções.

Lembre-se sempre disso. A mudança será constante em nossas vidas.

mudar a nossa intenção ou necessidade.

## Conselho:



Aprenda a não fazer julgamentos apressados apenas na aparência das pessoas. Faça perguntas, descubra quem é o cliente.

## Conclusão:



As aparências enganam. Na aparência não temos a certeza se o nosso cliente tem poucos recursos financeiros ou se é abundante a sua conta bancária. Trate qualquer pessoa com respeito, humildade e sabedoria.

## Para Pensar:



*"O progresso é impossível sem mudança. Aqueles que não conseguem mudar as suas mentes não conseguem mudar nada" (George Bernard Shaw)*

*"Nada é permanente, exceto a mudança" (Heráclito)*

*"Inteligência é a capacidade de se adaptar à mudança" (Stephen Hawking)*

16

## ONDE ESTÃO OS CLIENTES ?

**O primeiro passo é tornar-se um superdetetive.**



Buscar informação de onde o cliente está, como ele age, quais são seus hábitos e costumes.

**Não seja passivo, ficando esperando para ver o que acontece.**

Vá para o corpo a corpo com uma atitude ativa, estudando, perguntando, prospectando, pesquisando onde poderão estar seus clientes e como posso aumentar minha carteira.



### Conselho:



**Para tornar um cliente em potencial em cliente de verdade, procure ser rápido e eficiente em suas pesquisas.**

### Conclusão:



**Conhecimento é sinônimo de poder. Se você não conhece tudo que precisa é porque não fez o suficiente.**

### Para Pensar:



*"Perguntas de alto nível criam uma vida de alto nível. Pessoas bem sucedidas fazem melhores perguntas, e como resultado, obtêm melhores respostas" (Anthony Robbins)*

*"Julgue-se um homem mais pelas suas perguntas do que pelas suas respostas" (Voltaire)*

*"Eu não procuro saber as respostas, procuro compreender as perguntas" (Confúcio)*

# 17

## VISIBILIDADE TOTAL

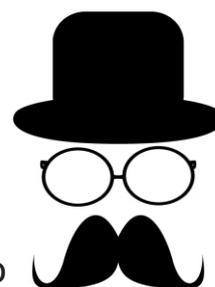


Procure andar sempre "armado" com suas informações pessoais (cartão de visita, uniformizado, com crachá), sempre de uma forma que o cliente possa lhe ver e esteja disponível.

Em algumas empresas você adentra e parece que as pessoas que estão no ambiente para atender se guardam, se disfarçam, você não sabe quem é cliente e quem é colaborador da empresa.

**Apareça, torne sua imagem positiva, vá ao encontro do seu cliente.**

Ofereça meios para que o cliente consiga visualizar você mesmo à distância, tendo ao alcance de suas mãos toda a informação sobre você e sua empresa, seus produtos e serviços.



### Conselho:



**Certifique-se que seus clientes tenham sempre todos os meios possíveis para entrar e fazer contato com você. Deixe com eles e-mail, telefone, endereço e tudo mais que puder imaginar.**

### Conclusão:



**Acontece algo engraçado quando você não promove sua imagem e seu nome:  
NADA!**

### Para Pensar:



*"Um dia você começa a enxergar as coisas com mais visibilidade e começa a tomar cuidado para não tropeçar em seus próprios passos" (Henrique de Castro Matos)*

*"Visibilidade é bom para mostrar que nem todos são iguais" (Saulo de Tarso)*

18

## TENHA UMA LISTAGEM DE CLIENTES EM POTENCIAL



O F.B.I. é conhecido dentro e fora dos EUA por sua atuação implacável e por uma lista que divulgam a cada semana que contem os dez mais procurados do país.

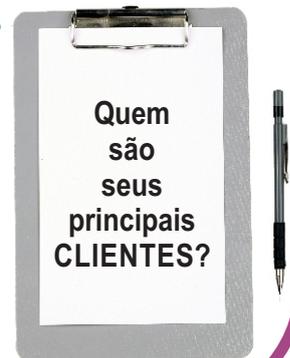
Toda semana a lista é atualizada e retiram os nomes daqueles que já foram capturados e acrescentam novos nomes.

Já pensou em adotar o mesmo critério, criando uma lista semanal de 10 clientes para serem "capturados" e, a cada êxito, atualizar a lista?

Quem são seus clientes mais desejados para você realizar seus contatos e realizar vendas?

**Você já pensou nos seus 10 mais procurados para esta semana? Já tem a ficha comercial deles?**

Eles sabem que são importantes para você?



### Conselho:



Não desperdice uma só oportunidade de manter contato com os clientes. Tente alguma coisa nova pelo menos uma vez por mês.

### Conclusão:



Você precisa ser criativo e diferente na condução de seu crescimento profissional.

### Para Pensar:



*"Sem sonhos, a vida não tem brilho. Sem metas, os sonhos não têm alicerces. Sem prioridades, os sonhos não se tornam reais. Sonhe, trace metas, estabeleça prioridades e corra riscos para executar seus sonhos. Melhor é errar por tentar do que errar por se omitir!" (Augusto Cury)*

*"OPÇÃO ou PRIORIDADE? OPÇÃO é aquilo que escolho quando quero. PRIORIDADE é aquilo que quero quando eu escolho" (Desconhecido)*

19

## POSSO REPETIR? SEU ATENDIMENTO É MUITO BOM!

**A prova do pudim não tem nada a ver com culinária ou receita.**



O que importa é se a pessoa se serviu uma vez e tem vontade de servir-se do seu atendimento outras vezes.

**Você tem que fazer as coisas com qualidade e beleza para que o cliente queira sempre seu produto ou serviços.**

Temos que atrair clientes para nosso negócio e mantê-los.

Tenha sempre dedicação à primeira, segunda, terceira e todas as outras vendas futuras.

**Se o cliente não voltar é porque não gostou do "pudim".**

### Conselho:



**Procure sempre despertar no cliente a vontade de voltar a fazer negócio com você.**

### Conclusão:



Se seu objetivo é conseguir clientes fiéis, que fiquem a seu lado a vida toda, desenvolva em sistema (receita) que torne isso possível.

### Para Pensar:



*"A coisa mais bela que o homem pode experimentar é o mistério.*

*É essa emoção fundamental que está na raiz de toda ciência e toda arte" (Albert Einstein)*

*"É sábio experimentar todos os caminhos antes de chegar às armas" (Terêncio)*

*"Viver é experimentar, e não ficar pensando no sentido da vida" (Paulo Coelho)*

20

77 ↑

# BREVE DISCURSO POR FAVOR!

Há uma máxima, um adágio popular, que diz "Não temos uma Segunda chance de causar uma boa primeira impressão".

Se alguém lhe pergunta: "O que você faz?" qual a sua resposta? Necessitamos ter um discurso de elevador.

Normalmente as viagens de elevador são curtas, levam em média 60 segundos, ou seja, um minuto.

Talvez você só tenha esta chance com o cliente, e passar uma imagem e mensagem positiva é marcante.

Quando o cliente diz que tem pouco tempo, está dando a oportunidade de usarmos nosso discurso de elevador, curto, eficiente e com as informações necessárias.

## Conselho:



Escreva um discurso de elevador sobre você e um discurso de elevador para seus produtos e serviços. **Venda-se rapidamente.**

## Conclusão:



Quando alguém bater à sua porta, não tente segurar com o pé. Coloque sua cabeça para fora e faça seu discurso de elevador.

É o melhor que você tem a fazer, ao invés de ficar estático, sem falar nada, olhando para a cara do cliente.

## Para Pensar:



*"A leitura traz ao homem plenitude, o discurso segurança e a escrita precisão"* (Francis Bacon)

*"Quando o coração pode falar, não há necessidade de preparar o discurso"* (Gotthold Lessing)

*"Quando o discurso da empresa não é coerente com a sua cultura, a falsidade organizacional é constante"* (Leonardo Anésio)

*"Todo discurso deve ser como o vestido das mulheres; não tão curto, que nos escandalizem, nem tão comprido, que nos entristeçam"* (José de Alencar)

# 21

## VISÃO E EMOÇÃO NAS VENDAS



Há um adágio popular que diz: "Quem não é visto não é lembrado". Necessitamos, a todo momento, estar na memória do cliente, sendo lembrados positivamente como uma alternativa na solução de seus problemas e como referência na atividade que desempenha nossa função.

Uma coisa que irrita o cliente é quando ele vai a uma empresa ou entra numa fila, esperando para ser atendido, e os colaboradores estão conversando, comendo ou descansando ao alcance de seus olhos. **Isto, na visão do cliente, provoca irritação.** Ele quer ser atendido rapidamente, não quer saber se é seu horário ou se você tem este direito. **Se tem que comer, conversar ou descansar, faça isso longe da visão do cliente para não despertar sua ira.**



### Conselho:



Fique longe dos olhares dos clientes se não estiver servindo diretamente. Caso você viu o cliente e o cliente te viu, largue tudo que estiver fazendo e vá ao encontro dele e coloque-se à disposição para atendê-lo.

### Conclusão:



Os clientes não querem ser atendidos logo, eles querem ser atendidos na hora, agora! Preste um atendimento rápido e você terá um sucesso estrondoso. Pode acreditar!

### Para Pensar:



*"Todo dia é uma ocasião especial. Guarde apenas o que tem que ser guardado: lembranças, sorrisos, poemas, cheiros, saudades, momentos" (Martha Medeiros)*

*"Cada nota deixa em cada um de nós uma lembrança, mas é a melodia inteira que conta uma história" (Paulo Coelho)*

*"Lembrar é fácil para quem tem memória. Esquecer é difícil para quem tem coração" (William Shakespeare)*

# 22

## A MAGIA DAS PALAVRAS

No mundo das vendas e na lida com o cliente, a palavra mágica não é "SE", mas "QUANDO".

**Quando eu posso começar?**

**Quando eu posso entregar?**

**Quando vamos fechar?**

Isso mostra confiança e não suposição.

Adotando o "quando", estamos num processo de **EXECUÇÃO** e o cliente tem o despertar de "SATISFAÇÃO".

Temos que ter sempre em mente a pergunta e fazê-la em momentos de tensão:



**"O que eu posso fazer para deixá-lo SATISFEITO?"**  
e não "se fosse fazer, o que poderia..."

O "SE" dá a conotação que pode não ser feito...

O "QUANDO" dá a conotação de que será feito daqui a pouco...



### Conselho:



Use a palavra "quando" para despertar a satisfação do cliente. Isso provoca alegria e vontade de prosseguir nas negociações.

### Conclusão:



**Por que esse conceito funciona?  
Porque você está negociando  
a alegria e o bem-estar do cliente.  
Quando você concorda e mantém a  
iniciativa, eles se sentem engrandecidos.**

### Para Pensar:



***"Seja qual for o seu sonho, comece. Ousadia tem  
genialidade, poder e magia" (Johann Goethe)***

***"Se existe magia em lutar além dos limites da resistência,  
esta é a mágica de arriscar tudo por um sonho  
que ninguém enxerga, só você" (Desconhecido)***

23

# IMPORTÂNCIA DA QUALIDADE

Produtos e serviços de qualidade resultam em menor rejeição, menor custo de manutenção, menor tempo, menos dor de cabeça, mais tempo de uso, mais alegria e mais clientes satisfeitos.



**Temos consciência plena que qualidade tem preço: não é possível empregar a melhor matéria-prima, a melhor tecnologia e cobrar pelo menor preço.**

Temos que oferecer opções aos clientes, mostrar do mais simples ao mais sofisticado e mostrar os prós e contras de cada fator.

**Quem procura somente preços dos produtos e serviços são suas melhores vítimas.**

## Conselho:



**Qualidade é uma resultante de muitas escolhas. Trabalhe sempre primando pela qualidade, comunicando e tornando isso visível palpável a todos os clientes.**

## Conclusão:



**Ganha mais, em todos os sentidos, quem oferece produtos e serviços de qualidade.**

## Para Pensar:

**???** *"Para conseguir a amizade de uma pessoa digna é preciso desenvolvermos em nós mesmos as qualidades que naquela admiramos" (Sócrates)*



*"Seja um padrão de qualidade. As pessoas não estão acostumadas a um ambiente onde o melhor é o esperado" (Steve Jobs)*

*"Para melhorar a qualidade de vida, melhore a qualidade de seus pensamentos" (Brian Tracy)*

*"Qualidade ruim é lembrada por muito tempo depois que os preços baixos são esquecidos" (Charles Rolls)*

24

## ATUALIZAÇÃO CONSTANTE COM A TECNOLOGIA

O que compramos de manhã como lançamento e o melhor, na parte da tarde já pode ser o segundo, em função de um novo lançamento.

Os avanços tecnológicos contribuem para a nossa vida, facilitam a vida dos clientes e nos ajudam a sermos mais competitivos no mercado.



Não podemos perder o foco de que cada cliente é único e alguns têm "receio" desta tecnologia e necessitam de meio tradicional de comunicação e entendimento.



### Conselho:



**Tecnologia** ⇨ **Produtividade** ⇨ **Competitividade** = **GRANDES VENDAS**  
Não hesite em investir no que há de melhor.  
Faça uma régua financeira para investimento.

### Conclusão:



**O mundo continua girando, quer você queira ou não, e acompanhar este processo de mudança é extremamente necessário.**  
**Mantenha-se atualizado com o que há de melhor para sempre servir seus clientes.**  
**Eles irão perceber a diferença!**

### Para Pensar:



*"Cada vez que a tecnologia avança o ser humano deve avançar na sua humanização, seja mais humano" (Ronald Parada)*

*"A tecnologia vai reinventar o negócio, mas as relações humanas continuará a ser a chave para o sucesso" (Stephen Covey)*

*"Só nos damos conta de que estamos a envelhecer, quando a tecnologia começa a se tornar complexa" (Desonhecido)*

25

# INTENÇÃO NÃO É VENDA



No mundo das vendas nada está concretizado até que o contrato seja assinado, a nota fiscal emitida e o cliente esteja no caixa efetuando o pagamento.

Mantenha a calma e a perca a ansiedade na hora da venda e procure ir levando para o lado do fechamento, do ordenamento da venda.

A venda só se concretiza com o selamento do acordo. Até este momento chegar, faça o melhor, marcação cerrada, não desvie o foco.



## Conselho:



Faça uma pergunta básica a cada negociação:  
"O que realmente preciso fazer para concretizar a venda?"

## Conclusão:



Prepare-se ao máximo e as falhas serão cada vez menores. A frustração da perda será maior a quem tem o menor preparo.

## Para Pensar:



"A existência é um contrato de riscos" (Augusto Cury)

**CLIENTES** são um contrato vitalício de preocupação e responsabilidade

**VENDER** é prestação de serviços; **ATENDER BEM** é contrato de trabalho

Olho no olho durante uma VENDA é equivalente a ler a letra miúda de um contrato.

"Fiz um contrato comigo mesmo. Ser mais agradável, mais alegre, mais sorridente. Não tenho nada a perder sendo assim, pelo contrário, serei a parte de mim da qual mais gosto" (Kleber Martins)

26

## CONSULTE OS CLIENTES ANTES DA VENDA

Imagine um médico novo que, sem conhecê-lo, nem examiná-lo, lhe prescreve um remédio.



Tudo isso sem perguntar seu nome, se já teve alguma doença grave e sem saber porque você o procurou. Você pagaria a consulta e confiaria na medicação prescrita? Provavelmente não.



**Não se pode receitar um remédio sem saber quem é o cliente, qual seu histórico, para que vai usar o produto ou serviço, qual a sua verdadeira necessidade.**

**Nem sempre o que dá certo para um cliente vai dar certo para outro. Faça perguntas certas e o resultado será satisfatório para os dois lados.**

### Conselho:



**Lembre-se do grave erro médico de prescrever sem diagnosticar.**  
O que é realmente importante para o cliente pode ser descoberto de uma forma bem simples: **perguntando a ele!**

### Conclusão:



**O que o cliente quer e espera de você?  
Descubra o que é e lhe dê!**

### Para Pensar:



*"Eu não procuro saber as respostas, procuro compreender as perguntas" (Confúcio)*

*"Uma pergunta prudente é metade da sabedoria" (Francis Bacon)*

*"Todo o conhecimento é uma resposta a uma pergunta" (Gaston Bachelard)*

*"Se eu acredito em Deus? Mas que valor poderia ter minha resposta, afirmativa ou não? O que importa é saber se Deus acredita em mim" (Mario Quintana)*

# 27

## FACILITE O PROCESSO DE COMPRA PARA O CLIENTE



**ATENDER BEM É UMA PREMISSE BÁSICA. FECHAR A VENDA UMA CONSEQUÊNCIA. E DEPOIS?**

Toda a equipe está comprometida?  
Como está o pacote, expedição, acesso ao caixa, o pagamento, entrega, emissão de nota fiscal?

Durante o processo de venda, pergunte como o cliente vai pagar e já vá direcionando e encaminhando tudo para agilidade do processo.

**Se cadastro é uma exigência, solicite o que será necessário e vá antecipando.**

Quando o cliente te der a boa nova (negócio fechado!) o restante do processo será transcorrido sem dificuldades.

Não tenha medo ou receio de fazer perguntas que facilitam o processo.



### Conselho:



Facilite ao máximo os processos para os clientes.  
**Antecipe-se aos processos burocráticos.**  
Andamento da venda resolva a parte de créditos.

### Conclusão:



Estamos num tempo em que tudo é um *megabit* e quanto mais ágeis formos, maior o nível de satisfação do cliente.

### Para Pensar:



*"Desistir antes do fim é antecipar a derrota. Quem luta até o final, mesmo quando sofre algumas crises no percurso, sai vitorioso"* (Sérgio Adriano Rosa)

*"Se você for bom em antecipar a mente humana, nada fica ao acaso."* (Jogos Mortais)

*"Antecipar-se aos problemas é torná-los parte da evolução"* (Aurélio)

*"Uma maneira simples de prever o futuro é fazer as coisas com antecedência e antecipar-se a ele"* (Jackson Oliveira)

28

# A PONTE DO RELACIONAMENTO

**A confiança é o ingrediente mais importante em todas as negociações.**

Confiança construímos ao longo do relacionamento, com o tempo. **Precisa ser construída.**



**A confiança é uma ponte entre o desejo do cliente e realização deste desejo.**

O profissional vai direcionando, argumentando, dando exemplos de coisas e fazendo paralelos que deram certo e o cliente vai se sentindo seguro, vai fortalecendo sua intenção de concretizar o negócio.

Mantenha sua palavra, seja direto e honesto. Isso irá contribuir para a construção da ponte da confiança profissional.

## Conselho:



**Promessa feita é promessa cumprida!  
Lembre-se que sua palavra vale ouro.**

## Conclusão:



A confiança é algo mais frágil que um ovo e cabe a você mantê-la e protegê-la a todo custo, em tudo o que fizer na vida.

## Para Pensar:



*"Coloque a lealdade e a confiança acima de qualquer coisa; não te alies aos moralmente inferiores; não receies corrigir teus erros" (Confúcio)*

*"Você ganha força, coragem e confiança através de cada experiência em que você realmente para e encara o medo de frente" (Eleanor Roosevelt)*

*"O homem que tem confiança em si ganha a confiança dos outros" (Textos Judaicos)*

*"A confiança em si mesmo é o primeiro segredo do sucesso" (Ralph Waldo Emerson)*

29

# FAÇA PERGUNTAS PERTINENTES

Para concretizar uma venda, o profissional deverá investigar o cliente e descobrir o que resolve seu problema. Três passos antes de uma pergunta mágica:



- 1 – Descubra tudo que puder sobre seu cliente
- 2 – Descubra o que ele quer (suas reais necessidades)
- 3 – Visão clara, definida, apresentação do produto e serviço em suas características, vantagens, benefícios e apresentação dos valores, aí vem a pergunta mágica:

**Se eu conseguir uma forma de fornecer o produto ou serviço que o Sr(a). deseja e nas condições de pagamento que o Sr(a). solicita, a venda está concretizada?**

## Conselho:



**Ouçã as respostas dos clientes com atenção e faça a pergunta certa. Você vai fechar grandes negócios!**

## Conclusão:



Para encontrar o caminho do sucesso em vendas é preciso fazer perguntas aos clientes.

## Para Pensar:



*“Encontrar respostas é satisfação temporária. O bom mesmo é a investigação que nos mobiliza”* Padre Fábio de Melo

*“Todos os homens sabem uma quantidade prodigiosa de coisas que ignoram saber. Sabermos tudo quanto sabemos? Essa simples investigação esgota a filosofia”* Paul Valéry

30

## CLIENTE, MEU MELHOR AMIGO!



Há um ditado comum que diz:  
"O melhor amigo do homem é o cachorro".

Fiel, companheiro, solidário e atencioso.  
Você pode brigar com ele, maltratar, desprezar...

Por alguns minutos você se aproxima dele e após  
rosnar, vem para o seu lado e te dá uma lambida.

Você se derrama, você abraça,  
você faz o melhor para seu amigo.

Às vezes o cliente tem um comportamento  
semelhante: na negociação sai nervoso e  
diz que não volta mais...

Porém, quando ele voltar, temos que dar a ele todo amor e carinho,  
como se nada tivesse acontecido, agradá-lo e fechar a venda.

### Conselho:



Faça seu cliente experimentar seus produtos e serviços  
e perceber o que você pode oferecer. Quando  
conseguimos conquistar o cliente com experiências  
mágicas ele não vai esquecer de você jamais.

### Conclusão:



**Nada supera uma excelente  
experiência pessoal.**

### Para Pensar:



*"O que não dá prazer não dá proveito. Em resumo, amigo,  
estude apenas o que lhe agrada"* (William Shakespeare)

*"Sempre aja correto. Isto irá agradar algumas  
pessoas e surpreender o resto"* (Mark Twain)

*"Gentileza não é igual à bondade. Gentileza é uma decisão, uma estratégia  
de interação social; não é um traço de caráter"* (Gavin de Becker)

# 31

## FIQUE ESPERTO, ENXERGUE OPORTUNIDADES!

Quando o cliente entra em uma empresa e pede se tem um determinado produto, a maioria das pessoas simplesmente diz:



**"não temos" ou "não trabalhamos com isso".  
O cliente vira as costas e vai embora.**

Quando nos importamos com o cliente e queremos ajudar, fazemos mais perguntas e o orientamos, dizendo onde poderá encontrar. Por mais incrível que possa parecer, entramos no subconsciente do cliente e ficamos marcados e numa próxima compra ele vai nos procurar.

**Aproveite a visita do cliente que entrou para comprar o que você "não tem" e o transforme em seu fã para a próxima compra.**

### Conselho:



**Faça uma relação de tudo que os clientes procuram.**  
O segredo é ter o que o cliente procura e precisa e não o que ele não quer.

### Conclusão:



Qualquer pessoa pode dizer: **"não, nós não temos esse produto"**  
Mas você pode orientar o cliente onde resolver o problema dele e se for recorrente a procura, sua empresa terá a possibilidade de comercializar esse referido produto.

### Para Pensar:

???



*"A percepção do desconhecido é a mais fascinante das experiências. O homem que não tem os olhos abertos para o misterioso passará pela vida sem ver nada" (Albert Einstein)*

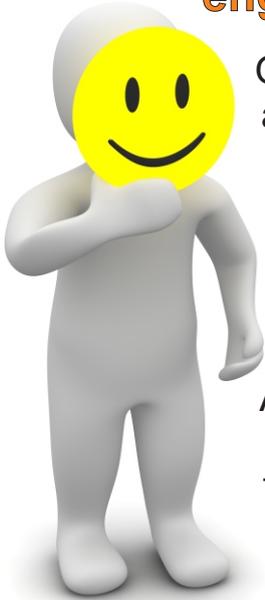
*"Não somos impulsionados pela realidade, mas sim por nossa percepção da realidade" (Anthony Robbins)*

*"A percepção não altera os fatos. Podemos compreender (aprovar), sem contudo aprender (instruir-se). Procure conhecer bem o que vê e vive" (Jonatas Liasch)*

**32**

# DESISTIR, JAMAIS!

**A realidade é dura: atender, vender, ser simpático, alegre, engraçado é um trabalho árduo e pesado.**



Ouvimos um monte de "não" no dia e isto vai mudando nossa autoestima, vai deprimindo e sentimos vontade de jogar tudo para o alto e sair correndo, desistir de tudo.

**NÃO FAÇA ISSO! A resposta é não se entregar à derrota. Trace um plano de ação para restabelecer sua energia e levantar seu ânimo.**

Às vezes as pessoas me perguntam se eu estou sempre de bom humor, alto astral, feliz e eu digo que não, eu também tenho minhas recaídas, neste momento eu procuro ficar só, falar com Deus e procuro minha esposa para desabafar. Isso me faz bem, passadas algumas horas estou feliz novamente e pronto para encarar a vida!

**VIVER É SUPERAR DESAFIOS DIÁRIOS!**

## Conselho:



Você tem alguém com quem pode contar nos momentos de tristeza? Tenha em mente o seguinte: quando sentir o peso da derrota, procure pessoas que possam ajudá-lo a recarregar a bateria.

## Conclusão:



A alegria da vitória e a agonia da derrota são sentimentos humanos. O importante não é tanto o que acontece, mas a forma como você age diante do acontecido.

## Para Pensar:



*"A nossa maior glória não reside no fato de nunca cairmos, mas sim em levantarmo-nos sempre depois de cada queda." (Oliver Goldsmith)*

*"O êxito da vida não se mede pelo caminho que você conquistou, mas sim pelas dificuldades que superou no caminho." (Abraham Lincoln)*

*"Quanto mais uma pessoa se supera na vida, mais interessante ela fica." (Israel Ziller)*

33

## ACORDE CEDO, TRABALHE MUITO!



Já ouviu falar:

**"quem chega primeiro bebe água limpa"?**

Pois bem, este adágio se encaixa perfeitamente no mundo das vendas.

**Ter a postura de ser o primeiro a chegar e o último a sair pode fazer toda a diferença nas vendas.**

**Procure ter sempre disposição quando marcar uma hora para uma visita.**

Evite chegar em cima da hora ou atrasado, chegue sempre antes.

### Conselho:



Faça uma promessa a si mesmo: seja o profissional que primeiro irá buscar o conhecimento, acorde primeiro para as novidades e mudanças.

### Conclusão:



O mundo está mudando a cada segundo e, se você for lento e não mudar com ele, em breve você estará na lista dos 10 profissionais menos atualizados na sua categoria.

### Para Pensar:

**"Só quem ama tem disposição de ir além da superfície"** (Padre Fábio de Melo)

**"A cada novo dia, a cada momento, temos a nossa disposição a maravilhosa possibilidade do encontro, que traz em si infinitas oportunidades.**

**Precisamos apenas estar atentos"** (Paulo Coelho)



**"Tenha disposição para sair do zero, e pense, eu não quero fazer o que eu posso, eu posso fazer o que eu quero"** (Projota)

**"Tudo de bom acontece a pessoas com disposição alegre"** (Voltaire)

34

## DESENVOLVA UMA COMUNICAÇÃO IMPECÁVEL

A comunicação é o maior entrave nas negociações e a maior fonte de re-trabalho.



**A comunicação não é o que você fala ou faz, mas o que o outro entende.**

Temos de ter um cuidado especial com alguns problemas que certamente acontecem:

- 1-Não haver comunicação em primeiro lugar;
- 2-Entender errado ou não entender a comunicação original;
- 3-Assumirmos que temos a resposta e ir em frente sem confirmar a informação.



Sempre que possível evite só os comandos orais, escreva em um papel o que está sendo acertado e acordado e se possível pegar um visto.

### Conselho:



Procure sempre usar a comunicação escrita nas negociações, para evitar mal-entendidos de qualquer natureza, procurando sempre ficar com uma cópia da negociação.

### Conclusão:



Lembre-se que uma mensagem ficará gravada na mente de quem a recebe.

Se você usar a comunicação com cuidado, vai aumentar em muito a chance de não haver nenhum mal-entendido.

### Para Pensar:



*"Se você falar com um homem numa linguagem que ele compreende, isso entra na cabeça dele. Se você falar com ele em sua própria linguagem, você atinge seu coração" (Nelson Mandela)*

*A finalidade da comunicação é fazer-se entender. Mas há quem prefira se desentender.*

*"Comunicação é sempre uma via de duas mãos. O problema é que sempre estamos na contramão".(Antonio Francisco)*

*"Comunicação é mais que informação; informação subsidia, atualiza, nivela conhecimento. A comunicação sela pactos e educa" (Emilio Odebrecht)*

35

# “NÃO” PODE VIRAR “SIM”



Já imaginou se a cada "não" que ouvimos acreditarmos que não será possível continuar?

O "não" não pode ser um fator desanimador. Pelo conflito ele nos estimula a buscar o sucesso.

Winston Churchill já dizia:

**"Fazer o melhor não é o suficiente. Às vezes, precisamos fazer o que é preciso".**

Não aceite um possível "não" como fator determinante. Procure a cada dia fazer uma análise das vendas, dos pedidos e reflita o que seria necessário ter feito ou poderia ter agido de um modo diferente.



Ao mesmo tempo analise as vendas positivas que você obteve o "sim" e procure melhorar ainda mais para no seu placar apontar "não" 0 x "sim" 10.

## Conselho:



Não desista nem se desespere ao ouvir a palavra "não". Dê um tempinho, afaste-se, veja o que fez, pense e tente algo diferente. Não desista e corra sempre atrás do "sim".

## Conclusão:



Você não estará derrotado até o momento em que desistir. Quando você jogar a toalha, aí sim a batalha estará perdida.

## Para Pensar:



***"Ninguém cruza nosso caminho por acaso e nós não entramos na vida de alguém sem nenhuma razão"*** Chico Xavier

***"Mesmo quando tudo parece desabar, cabe a mim decidir entre rir ou chorar, ir ou ficar, desistir ou lutar; porque descobri, no caminho incerto da vida, que o mais importante é o decidir"*** Cora Coralina

# 36

# ADMINISTRAÇÃO DO TEMPO

O dia tem 24 horas para todo mundo e é difícil de entender quando as pessoas dizem que não têm tempo.

É preciso ADMINISTRAR esse tempo com uma agenda eficiente, sabendo que o tempo somos nós é que o fazemos. Dessa forma teremos êxito em nossa jornada profissional.

Adote 03 regras em relação ao tempo:

- 1-Em seus encontros, reuniões e compromissos, chegue sempre mais cedo. Um minuto atrasado, jamais!
- 2-Esteja sempre preparado e saiba o tempo que tem para falar e não extraplore.
- 3-Nas reuniões siga a pauta e evite desperdício de tempo com assuntos paralelos.

Respeitando o tempo do cliente, da empresa e o seu tempo, você será feliz nos seus negócios.



## Conselho:



Administre seu tempo da melhor maneira possível e faça dessa administração o carro chefe de sua vida.

## Conclusão:



Falar somente em administrar o seu tempo é pouco. O que você precisa é administrar sua vida. Respeite o tempo das pessoas e eles respeitarão você. Lembre-se: **"Há tempo para tudo. Há um tempo certo para cada propósito debaixo do céu"**, Eclesiastes 3:1

## Para Pensar:



*"Com organização e tempo, acha-se o segredo de fazer tudo e bem feito" (Pitágoras)*

***"Comandar muitos é o mesmo que comandar poucos. Tudo é uma questão de organização" (Sun Tzu)***

***"Administrar nosso precioso tempo, é o primeiro passo para organização de nossas ações" (Nátaly Seckler)***

37

# OBSERVE BEM OS DETALHES

Alguns clientes são detalhistas ao extremo, observam tudo, desde a escrita se você colocou o pingo no i e cortou o t.

**Se prestar atenção aos pequenos e grandes detalhes, VOCÊ será visto como alguém em que se pode confiar de verdade.**

**Para que você amplie seu poder de observação, procure sempre responder às perguntas:**

Quem?

O quê?

Quando?

Onde?

Porquê?

Quanto?

**Praticando você vai sempre obter as informações detalhadas que irão direcionar suas apresentações e argumentações.**

**Você nunca fará mal por prestar atenção aos detalhes.**



## Conselho:



Observe os detalhes, um simples detalhe pode ser o diferencial para fechar uma negociação.

## Conclusão:



Sendo um bom observador, você vai colocar em prática suas técnicas, seus conhecimentos, seus produtos ou serviços com maior facilidade.

## Para Pensar:



"Não é que eu sou tão esperto, é que apenas eu fico com os problemas por mais tempo." (Albert Einstein)

"Veja, se eu o enviar para dormir no meio dos lobos, seja esperto como as serpentes e inofensivo como os pombos." (Jesus Cristo)

**"Bobo é quem pensa estar enganando. Esperto é aquele que finge ser enganado." (Mary Marinho)**

38

# SORRIR NÃO CUSTA NADA!



O sorriso é a linguagem universal de que você é querido quando chega a um ambiente.

A diferença entre o mal humorado e o bem humorado é muito simples: é o sorriso!

Quanto custa um sorriso? Absolutamente nada.

Portanto pode abusar do sorriso que não vai diminuir seus recursos e as vendas terão um incremento positivo.

A vida é muito curta para viver de cara fechada.

O atendimento começa exatamente com uma abordagem positiva, entusiasmada e com um sorriso nos lábios.

Com atitude assim fica difícil não ter relacionamentos sólidos e vendas crescentes.

## Conselho:



Faça o teste do sorriso, diante das pessoas observe suas expressões faciais, coloque seu sorriso e você contamina positivamente os demais.

## Conclusão:



Mesmo a pessoa mais pessimista e mal humorada do mundo vai preferir lidar com uma pessoa que tenha sorriso nos lábios. Coloque o sorriso em sua vida! É hora de ser feliz!

## Para Pensar:



*"Um sorriso não custa nada e é o meio mais eficaz de comunicação entre duas pessoas"* (Valdeci Alves Nogueira)

*"Um dia sem rir é um dia desperdiçado"* (Charles Chaplin)

*"Livrai-me de tudo que me trava o riso"* (Caio Fernando Abreu)

39

# FIQUE ESPERTO!

Quando um cliente faz uma pergunta sobre um produto ou serviço, você olha para ele, diz que não sabe, nunca viu, não conhece.



## O cliente vai pensar o quê?

Para vender, o conhecimento do produto ou serviço é primordial, você não pode ficar andando de um lado para o outro como uma "barata tonta".

**Conhecimento se obtém observando os mais experientes, lendo manual, conversando com o representante, estudando o produto.**

**Quem não desempenha sua atividade de forma profissional, não leva o cliente a sério.**

**Quem não trata o cliente com dignidade não pode ser levado a sério.**

**CUIDE-SE e tenha postura firme, oferecendo resposta que elucidam e convencem o cliente a comprar e confiar em você.**



### Conselho:



Estude muito e seja um especialista no seu segmento, desta forma você ira orientar corretamente seus clientes. Não se torne um "João bobo" que não sabe de nada.

### Conclusão:



Quando seus clientes percebem e descobrem que você não sabe e que não busca saber, vão achar que não se importa com eles e vão fazer negócios com outro profissional.

### Para Pensar:

???



*"Se o conhecimento pode criar problemas, não é através da ignorância que podemos solucioná-los" (Isaac Asimov)*

*"O período de maior ganho em conhecimento e experiência é o período mais difícil da vida de alguém" (Dalai Lama)*

*"Conhecimento não é aquilo que você sabe, mas o que você faz com aquilo que você sabe" (Aldous Huxley)*

40

## OLHE POR ONDE ANDA, CUIDADO!

Qual a diferença entre um buraco e um túmulo?  
A diferença é simples, o túmulo é um buraco bem feito.

Seu comportamento diário vai repercutir  
na sua estrada profissional.

**Cuidado para não ir deixando buracos, falhas, erros.  
Eles poderão cavar sua sepultura.**

A cada dia deixe um tempo para analisar o que está pendente,  
o que precisa ser feito, o que necessita de melhorias ou reparos.

Cuide para que os pequenos obstáculos e dificuldades  
não se tornem montanhas intransponíveis.

**Seu comportamento, seu caráter e suas atitudes  
vão compor seu caminho. Ninguém tem prazer  
em andar numa estrada "esburacada".**



### Conselho:



Tome muito cuidado com o que você está fazendo, falando  
e prometendo para não cavar seu túmulo e nunca mais sair.

### Conclusão:



Quem cava os buracos é você.  
Quem repara e conserva é você.  
Construa uma estrada profissional que  
todos os clientes queiram percorrer.

### Para Pensar:



*"A vida é uma peça de teatro que não permite ensaios.  
Por isso, cante, chore, dance, ria e viva intensamente, antes que  
a cortina se feche e a peça termine sem aplausos" (Charles Chaplin)*

*"Só existem dois dias no ano que nada pode ser feito. Um se chama ontem  
e o outro se chama amanhã, portanto hoje é o dia certo para amar,  
acreditar, fazer e principalmente viver" (Dalai Lama)*

*"O próprio viver é morrer, porque não temos um dia a mais na nossa  
vida que não tenhamos, nisso, um dia a menos nela." (Fernando Pessoa)*

*"Para quê preocuparmo-nos com a morte? A vida tem tantos problemas que temos de resolver primeiro" (Confúcio)*

# 41

## VERDADE SEMPRE!

Qualquer pessoa sabe muito bem a diferença entre o que é certo ou errado, a honestidade e o engano.

Infelizmente no mundo das vendas algumas pessoas acreditam que não há problema nenhum em encenar, manipular, trapacear e distorcer a verdade a fim de conseguir realizar a venda.

**Sabemos que a mentira tem perna curta, mais cedo ou mais tarde o trapaceiro, trambiqueiro vai ser desmascarado.**

**É melhor perder uma venda falando a verdade do que ganhar uma venda em cima de mentiras.**



Agindo dessa maneira você vai morrer profissionalmente.

Ande no caminho reto. Seguindo seus valores morais e éticos você será feliz e o sucesso é consequência.

### Conselho:



Em suas negociações faça sempre as perguntas: “estou falando a verdade” “estou agindo corretamente”  
Agindo na retidão seu futuro será brilhante.

### Conclusão:



Dizendo a verdade, somente a verdade, nada mais do que a verdade, você só tem a ganhar!

### Para Pensar:



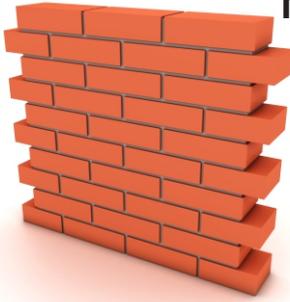
*“Três coisas não podem ser escondidos por muito tempo: o sol, a lua e a verdade” Buda*

*“A paz, se possível, mas a verdade, a qualquer preço.” Martinho Lutero*

*“Cada um tem de mim exatamente o que cativou, e cada um é responsável pelo que cativou, não suporto falsidade e mentira, a verdade pode machucar, mas é sempre mais digna” Charles Chaplin*

# 42

## SUPERANDO OBSTÁCULOS



No nosso trabalho temos uma série de dificuldades, que enfrentamos diariamente.

**Se não anteciparmos as objeções, confusões e desculpas que inevitavelmente vão aparecer (precisamos ter respostas e caminhos), nos tornaremos os profissionais mais despreparados do mundo.**

**O segredo das vendas é saber o que dizer quando o cliente apresentar objeções.**

**O planejamento das ações a serem desenvolvidas ajudam muito, uma vez que planejamento é pensar antes, pensar nas oportunidades, dificuldades e traçar os caminhos possíveis nas duas circunstâncias.**



### Conselho:



Faça uma lista das principais objeções que você encontra no seu dia-a-dia e antecipe-se a elas. Tenha uma resposta para cada objeção e veja o que acontece!

### Conclusão:



Pense como um escoteiro e esteja preparado. Pense no obstáculo antes que ele apareça. **Lembre-se: "Falta de reclamações não significa que os clientes estão satisfeitos".**

### Para Pensar:



*"Se você empregasse seu tempo em estudar, pensar e planejar todos os dias poderia desenvolver e usar o poder que talvez mudasse todo o curso do seu destino" (Desconhecido)*

*"Você nasceu para vencer, mas para ser um vencedor você precisa planejar para vencer, se preparar para vencer, e esperar vencer" (Zig Ziglar)*

*"Acordar cedo e planejar metas para cada dia vivenciado é desafiar e ter auto-confiança" (Kurt Cobain)*

# 43

# PLANEJAMENTO



## DIÁRIO



Chegar cedo, preparar, organizar, ler agenda, cuidar dos detalhes, darão à sua jornada diária muito mais competitividade.

A organização encanta todos os envolvidos, o cliente percebe e sente-se mais à vontade e confiante em você.

A preparação acontece sempre em dois momentos:

- 1-Quando você vai embora e deixa organizado para o dia seguinte.
- 2-Quando você chega pela manhã e organiza ainda mais, limpando e colocando suas "ferramentas" ao alcance de suas mãos.

Lembrando que um atleta tem toda uma preparação para atuar, se vestindo, meditando, aquecendo, alongando e se concentrando.

Será que vender não exige os mesmos preparos?

### Conselho:



Faça da sua preparação uma festa. Quanto mais organizados estiverem seus materiais, produtos e equipamentos, maiores suas facilidades.

### Conclusão:



Sentir-se preparado é algo que gera confiança na abordagem e explanação e apresentação dos produtos e serviços. Preparar-se é obrigação de qualquer profissional.

### Para Pensar:



*"O profissional completo, além de acreditar em sua formação, confia também em sua intuição que vem através de suas experiências" (João Doria Jr.)*

*"Não há conquistas fáceis. São as estradas sinuosas que levam ao caminho certo. O profissional, em qualquer ofício, alcançará o triunfo a partir de um espírito tenaz, forte, obstinado" (Afonso Opazo)*

*"Na vida profissional não obtemos o que merecemos, mas sim o resultado da qualidade daquilo que concretizamos" (João Alberto Catalão)*

44

# VALORIZANDO O CLIENTE



Uma pergunta básica:

**“Quem é que paga seu salário?”**

A resposta é óbvia e simples: **“o cliente”.**

Logo, só isso já é mais do que suficiente para você colocar amor em seu trabalho.

**Dar atenção durante a venda irá contribuir com o relacionamento comercial.**

O emprego do amor nas atividades resulta num trabalho feito com esmero, qualidade e vontade, pelo fato de que quando amamos alguém sempre iremos fazer o melhor e daremos nosso melhor.

Quem ama cuida, então ame seu cliente que no final do mês você verá este amor se transformar em rendimentos.



## Conselho:



**Jamais abandone seus clientes.**  
Dê-lhes toda atenção e suporte possíveis e veja o resultado.

## Conclusão:



Fornecer produtos e serviços com amor torna a venda espetacular e inesquecível.  
**Destaque-se dos demais: faça com amor!**

## Para Pensar:



*"Cuidar dos interesses dos nossos vizinhos é essencialmente cuidar do nosso próprio futuro" (Dalai Lama)*

*"A virtude da vida não está em fazer aquilo que se gosta, e sim gostar daquilo que se faz. Por isso seja forte, não como as ondas que tudo destrói, mas como as pedras que tudo suporta!" (Clarice Lispector)*

*"Para cada encantamento que fazemos, a magia se torna real, primeiro em nossos corações" (Thais Riotta)*

45

## REDE DE RELACIONAMENTOS



Quanto mais conseguimos nos relacionar, mais contatos podemos prospectar.

Quanto mais gente conhece o que você faz, vende ou representa, maiores serão as chances de fechar negócio.

A necessidade de compreender, construir e manter relacionamentos é uma variável tão importante quanto conhecer os produtos e serviços.



Em alguns casos não conseguimos nos aproximar de um cliente e quando conversamos com alguém da mesma rede de relacionamentos, vem a solução, a pessoa conhece nosso alvo, fala com ele, liga para ele e as portas se abrem.

Construa sua rede de relacionamentos, amigos e fãs do seu trabalho e você fará a diferença.

### Conselho:



Utilize sua rede de contatos para ampliar sua clientela. Olhe para sua família, amigos, vizinhos, neles temos uma fonte enorme de indicações.

### Conclusão:



Quanto mais pessoas você conhece, melhores serão seus resultados, mais indicações você terá para abrir portas para a realização de negócios.

### Para Pensar:



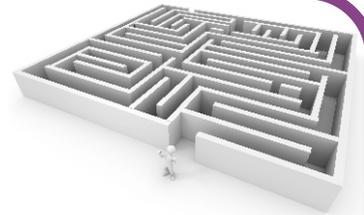
*“A amizade é um amor que nunca morre.”* Mário Quintana

*“A primeira lei da amizade consiste em pedir aos amigos coisas honestas, em fazer por eles coisas honestas. O amigo certo conhece-se nos momentos incertos”* Cícero

*“Importante na escola não é só estudar, é também criar laços de amizade e convivência”* Paulo Freire

46

# RECUPERAÇÃO DE CLIENTES



Às vezes, seu melhor cliente é aquele que você teve no passado, mas acabou perdendo para a concorrência e o deixou esquecido.



Quem sabe ele não está insatisfeito e seu contato é o que ele estava esperando para voltar.

Pode ter ocorrido uma falha de sua parte, o tempo passou e o reconhecimento e um novo contato pode reatar o relacionamento comercial.

Para que o perdão seja concretizado tem de haver a iniciativa de uma das partes em abrir o coração, despir-se do orgulho e reiniciar a amizade comercial.



Não desista nunca de SEUS clientes perdidos!

## Conselho:



Crie uma lista de clientes perdidos (FBI), faça contato, visita, convide para uma visita, faça tudo para tê-los de volta.

## Conclusão:



Você sabe como é duro perder um cliente. Se fizer um esforço, poderá recuperá-lo e o relacionamento entre ambos poderá até melhorar.

## Para Pensar:



*"Esquecer é uma necessidade. A vida é uma lousa, em que o destino, para escrever um novo caso, precisa de apagar o caso escrito" (Machado de Assis)*

*"Não há assunto tão velho que não possa ser dito algo de novo sobre ele" (Fiódor Dostoiévski)*

*"Embora ninguém possa voltar atrás e fazer um novo começo, qualquer um pode começar agora e fazer um novo fim" (Chico Xavier)*

47

## SEJA UM PROFISSIONAL BEM INFORMADO



No mundo globalizado, as informações estão em toda a parte e às vezes acabamos por ignorá-las.

Ter a informação certa é uma das coisas que colaboram com as vendas e ajudam no relacionamento com o cliente.

Você precisa saber coisas que interessam a seu cliente, pois desta forma vai subir muito em seu conceito.

Nunca presuma que seus clientes já sabem tudo e já viram a informação.

Uma simples nota ou cópia de alguma informação estratégica pode mostrar a um cliente que você está realmente interessado em ajudá-lo.



Você conhece seu cliente, soube, pesquisou e descobriu algo que é interessante a ele, recebeu um produto que é da forma, jeito e cor que ele adora, entre em contato e está feito o início da venda.

### Conselho:



Leia muito, revistas, jornais e livros para obter informações e torne-se atualizado. Compartilhe seus conhecimentos com sua clientela.

### Conclusão:



Não há jeito de prever qual será a informação que lhe abrirá portas das suas vendas. A única certeza é que sem conhecimento você só terá dificuldades.

### Para Pensar:

???



*“Ontem passado. Amanhã futuro. Hoje agora. Ontem foi. Amanhã será. Hoje é. Ontem experiência adquirida. Amanhã lutas novas. Hoje, porém, é a nossa hora de fazer e de construir”* Chico Xavier

*“O conhecimento torna a alma jovem e diminui a amargura da velhice. Colhe, pois, a sabedoria. Armazena suavidade para o amanhã”* Leonardo da Vinci

*“O conhecimento e a informação são os recursos estratégicos para o desenvolvimento de qualquer país. Os portadores desses recursos são as pessoas”* Peter Drucker

48

# VISTOSO E COBIÇADO



Percepção deve ser a palavra chave quando  
você aborda, visita e recebe um cliente.

**Invista em sua imagem, no seu marketing pessoal, na sua  
formação para convencer que você é a melhor escolha.**



Tenha sempre um bom cartão de visitas, caso a  
empresa não ofereça, invista para  
ter o seu próprio com seus dados  
e meios de contato.



**Precisamos e temos o direito de andarmos bem apresentáveis.**

**Tome a decisão de não ser apenas mais um amador.  
Seja profissional de destaque em todos os sentidos.**

No mundo da alta tecnologia de hoje, prefira qualidade em  
vez de quantidade em tudo que puder passar aos clientes.

## Conselho:



Tenha equipamentos e matérias de excelente qualidade.  
Invista em você com bons cursos, bons  
livros e procure frequentar bons lugares.

## Conclusão:



Quando der um passo à frente para impressionar  
seus clientes, certifique-se de que esteja usando  
um bom par de sapatos.

## Para Pensar:



"O luxo tem que ser confortável ou não é luxo" (Coco Chanel)

**"Algumas pessoas acham que o luxo é o oposto de  
pobreza, não é, é o oposto de vulgar." (Coco Chanel)**

"A contemplação é um luxo, a ação uma necessidade" (Henri Bérgson)

49

## MONITORE CONSTANTEMENTE SUA REPUTAÇÃO



Poucos profissionais se dão conta da importância de uma boa reputação na hora de realizar negócios.

**No dicionário, a definição de reputação é “a fama que as pessoas e coisas têm”.**

**Em resumo, quando alguém pensar em fazer um negócio com você e com a empresa, a reputação de ambos vai pesar na balança.**

**Para manter a reputação, em alguns casos temos que ter firmeza na nossa conduta, saber os valores e afirmo mais uma vez: “é melhor perder a venda falando a verdade do que ganhar na mentira”.**

**Sua reputação não tem preço. Construa todos os dias com seu melhor comportamento e com os melhores investimentos.**

### Conselho:



Faça uma pesquisa perguntando e descobrindo como anda sua reputação.

**Presuma que se uma pessoa está insatisfeita, muitas outras poderão estar, mas não lhe falam.**

Torne-se obcecado em defender, proteger e guardar sua reputação.

### Conclusão:



Observar atitudes passadas é o melhor jeito de prever um comportamento futuro, isto significa que a sua reputação pode contar sua história. Se sua história for boa, você ganhará e conquistará muitos clientes.

### Para Pensar:



**"O caráter é como uma árvore e a reputação como sua sombra. A sombra é o que nós pensamos dela; a árvore é a coisa real"** (Abraham Lincoln)

**"A maneira de se conseguir boa reputação reside no esforço em se ser aquilo que se deseja parecer"** (Sócrates)

**"São necessários 20 anos para construir uma reputação e apenas cinco minutos para destruí-la"** (Warren Buffett)

**"A reputação de mil anos pode ser determinada pelo comportamento de uma única hora"** (Provérbio japonês)

50

# INVISTA NA SUA FORMAÇÃO



**Você cuida da sua família, de seu cônjuge,  
de seus pais, de seus amigos?**

Participa de organizações e associações de bairro e comunidade?

**Você faz trabalhos sociais?**

**Precisamos, na administração da nossa vida,  
reservar um tempo para investir na  
comunidade, na família, nos amigos.**

Necessitamos constantemente estar em contato com outras pessoas em sala de aula, estudando, trocando experiências, criando e ampliando nossa rede de relacionamentos.

**É fundamental você ter investimento no seu crescimento espiritual, tornando-se uma pessoa melhor.**

**Você S/A é a única pessoa que consegue crescer e melhorar diariamente em busca de ser uma pessoa preparada e equilibrada.**

## Conselho:



Faça uma graduação, pós-graduação, especialização, curso profissionalizante. Em todas as cidades têm excelentes cursos (inclusive gratuitos!). Invista na sua formação.

## Conclusão:



O escritor James Allen dizia: "Um homem é o que pensa ser". Se você pensar o melhor de si mesmo, então será e obterá mais sucesso.

## Para Pensar:



*"O prazer no trabalho aperfeiçoa a obra." (Aristóteles)*

*"A satisfação está no esforço e não apenas na realização final." (Mahatma Gandhi)*

*"Você tem que acordar cada manhã com determinação se você pretende ir para a cama com satisfação." (George Lorimer)*

*"Os professores abrem a porta, mas você deve entrar por você mesmo." (Provérbio Chinês)*

*"A paz vem de dentro de você mesmo. Não a procure à sua volta." (Buda)*

51

**FOCO NOS**

**RESULTADOS**



Na nossa vida, o resultado nem sempre vem na primeira tentativa.



**Temos de ter a persistência de buscar o que queremos.**

**Não desista no meio do caminho. Obstáculos irão surgir e você deverá ter a paciência em superá-los.**

Acredite em você, tenha autoestima elevada.  
Pelo simples fato de estar vivo e lendo este material,  
sua vida já vale a pena.

**Tente quantas vezes for necessário para realizar seus sonhos. Você é filho de Deus, irmão da natureza, você merece estar aqui.**



**Então dê sempre o seu melhor.**

**Conselho:**



O segredo é estar sempre bem visível e disponível.  
Motive-se, busque o melhor, prepare-se sempre,  
cuide da qualidade, persiga seus ideais, cuide da sua  
reputação, não ande por atalhos e persista sempre.

**Conclusão:**



Ser persistente na busca dos objetivos  
é ter motivação para a vida.  
**“Sou brasileiro, não desisto nunca!”**

**Para Pensar:**



"A persistência é o caminho do êxito." (Charles Chaplin)

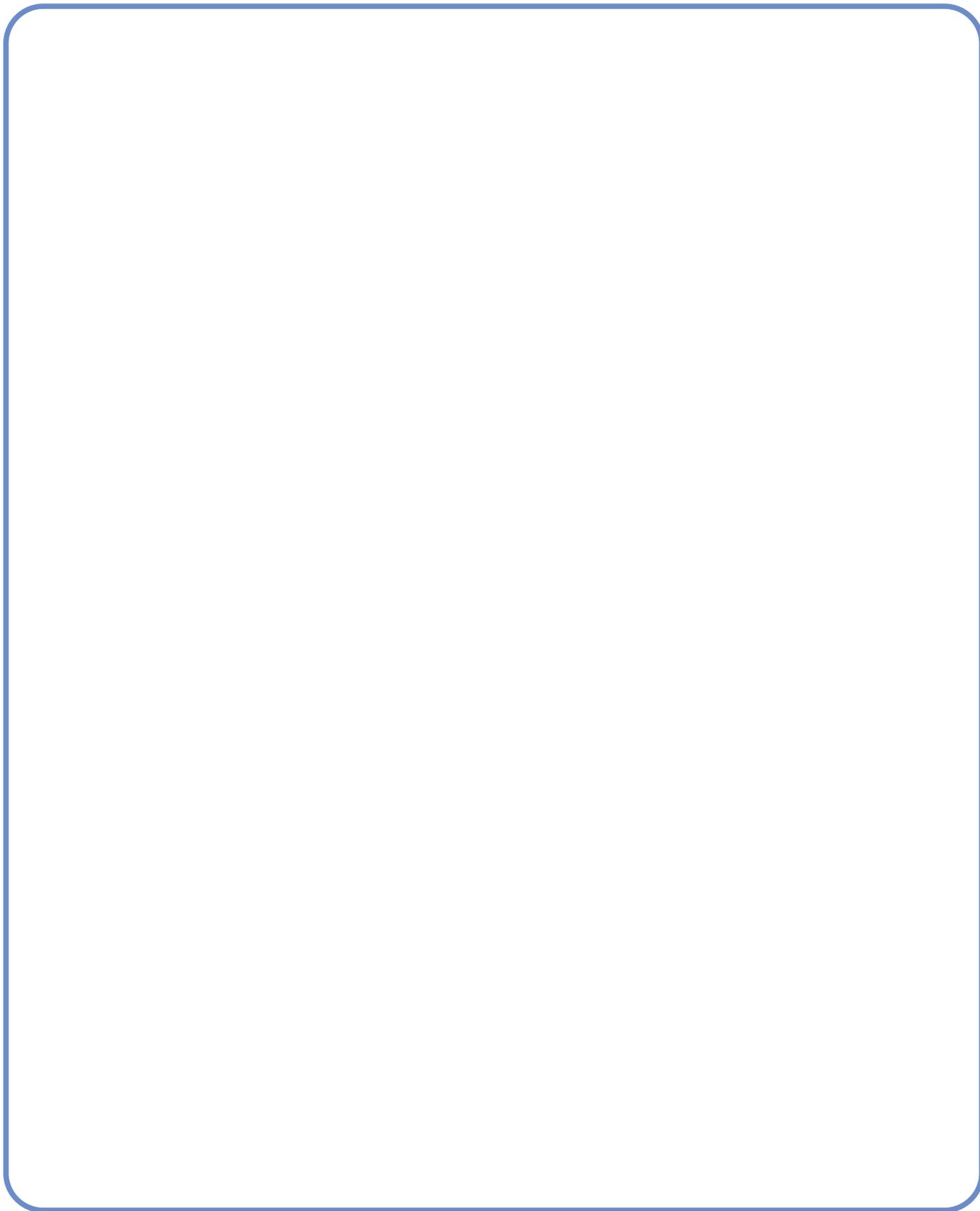
**"A persistência realiza o impossível."** (Provérbio Chinês)

**"Mesmo desacreditado e ignorado por todos, não posso desistir,  
pois para mim, vencer é nunca desistir."** (Albert Einstein)

**"Não é a força do gotejar da água que fura a pedra, mas  
sim a persistência incansável desta ação."** (Ivan Teorilang)

**"Persistência é a irmã gêmea da excelência. Uma é a mãe  
da qualidade, a outra é a mãe do tempo."** (Marabel Morgan)

***Apoio Cultural:***

A large, empty rounded rectangular box with a blue border, intended for notes or a detailed description of cultural support.A small, empty rounded rectangular box with a blue border, likely for a specific detail or reference.A small, empty rounded rectangular box with a blue border, likely for a specific detail or reference.