



DIVERSIDADE E  
INCLUSÃO

# TÉCNICAS DE VENDAS





Conjunto de metodologias de abordagem e condução do processo de vendas.

Existem técnicas de vendas direcionadas para diversas etapas, sendo da captação à conversão.

# ***TÉCNICAS DE VENDAS***

- Comércio;
- Principais formas de Comércio;
- Tipos de vendas;
- Questionamento: Autoanálise;
- Dicas de técnicas e habilidades de Vendas
- Estudo de caso: C&A
- Reflexão: Sorte ou Preparo?
- Atividade em Grupo: Habilidades de Vendas

# Comércio

Você sabe como surgiu o comércio e os seus avanços?

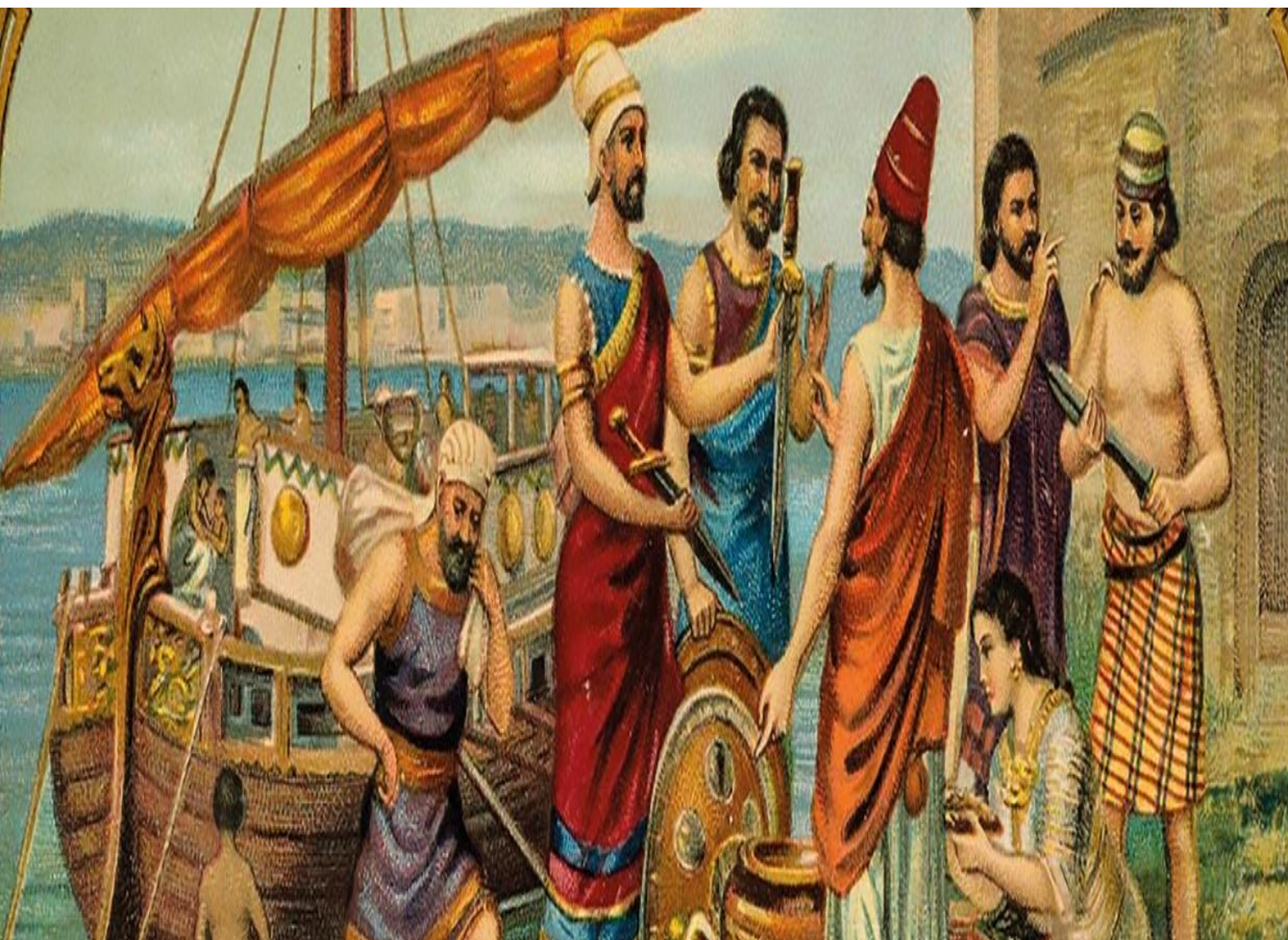
vamos começar a entender...

**Veja o vídeo:**

<https://www.youtube.com/watch?v=hJSCjAmo5U0>



# Comércio



O comércio existe desde os primórdios, com o tempo, a prática passou por muitas mudanças até se tornar o modelo que conhecemos hoje.

As práticas comerciais fazem parte da nossa vida e dia-a-dia e, por isso, são conhecidas de modo geral. No entanto, compreender quais são os tipos de comércio é essencial para quem está buscando empreender.

A prática comercial basicamente é a troca de uma coisa por outra.

Antigamente, essa troca era conhecida como escambo, como na chegada dos Portugueses que trocaram espelhos e outros objetos por Pau Brasil. O comércio como conhecemos hoje em dia ainda segue esse princípio, porém, agora é oferecido dinheiro em troca de um produto ou serviço.

# Comércio

Antigamente as comunidades e famílias produziam produtos da agricultura, pecuária, pesca, dentre alguns outros, no entanto, como não eram capazes de consumir toda a produção, muitos insumos estragavam.

Além disso, havia uma necessidade de consumir produtos que eram produzidos em outras comunidades e, por conta dessa emergência, as comunidades passaram a trocar esses produtos. Uma comunidade que produzia milho trocava com outra comunidade especializada em pecuária e assim por diante.



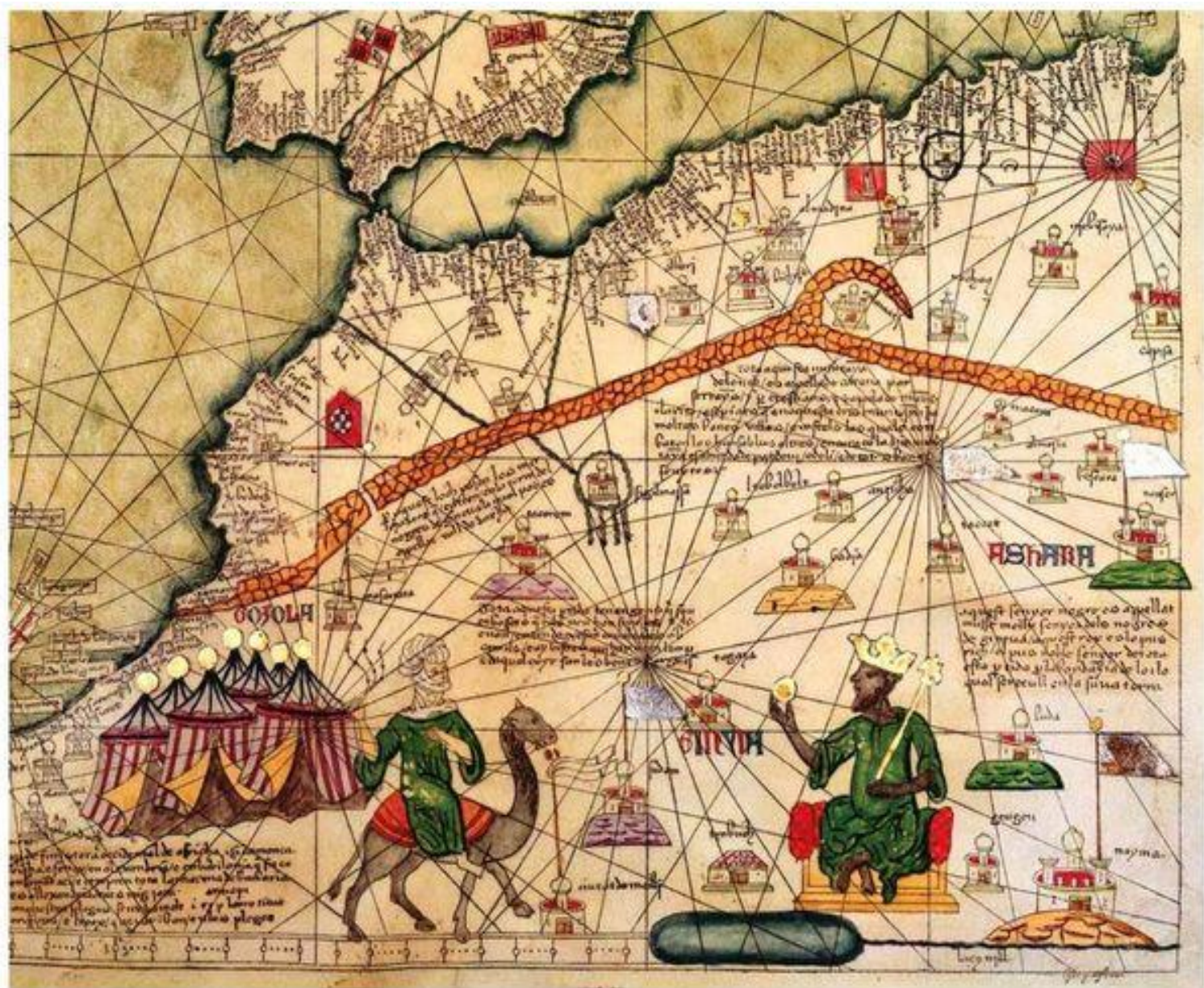
# Comércio

Porém, nessa época não existiam quantidades pré-determinadas e as trocas eram feitas sem preço, fazendo com que fosse necessário barganhar para a troca ser compensativa.

Os obstáculos na produção e a escassez dos produtos passaram a ser formas de precificar as coisas, ou seja, produtos mais fáceis eram vendidos com valores mais baixos e os mais difíceis com valores mais altos.

Essa forma de precificar se mantém até hoje e envolve questões como impostos, transporte, processos de fabricação, entre outros.

Esses fatores resultam em diversos tipos de comércio, cada um com suas particularidades e complexidades.



# Formalizar o Comércio

Existem vários tipos diferentes de comércio, mas para que todos funcionem de maneira correta, independente do ramo de atuação ou segmento, todos devem fazer o cadastro empresarial junto aos órgãos responsáveis. Esse cadastro pode ser feito na prefeitura de cada região e após finalizado será gerado um número de Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica, o CNPJ.

É por meio do CNPJ que a sua empresa poderá exercer suas atividades de maneira regularizada, além de estar apta a pagar impostos para o governo.





# Formalizar o Comércio

VAMOS PENSAR:

SEGUNDO A MATÉRIA, O NÚMERO DE TRABALHADORES NÃO FORMALIZADOS, ESTÁ EM CONSTANTE CRESCIMENTO.

NA SUA OPINIÃO, QUAIS AS POSSÍVEIS CAUSAS PARA ESTES DADOS E COMO SOLUCIONAR?

ECONOMIA

---

UM MUNDO SEM DIREITOS

## 'Novo' mercado tem cada vez mais pessoas trabalhando em veículos, ambulantes e entregadores

Precarização pós-reforma: segundo o IBGE, total agora chega ao recorde de 3,6 milhões, incluindo motoristas de aplicativos e de ônibus, cobradores e taxistas. Nas ruas, são 2,3 milhões. Grupo dos entregadores supera 10 milhões

---

Do: Redação DDA

# Principais formas de comércio

## Comércio varejista

O comércio varejista é um dos tipos mais comuns, já que ele é especializado em atender o consumidor final, ou seja, quem compra aquele produto ou serviço. O varejista efetua a compra de produtos para montar e gerir o seu estoque e assim, revender com a qualidade que seu sistema de gestão para pequenas empresas oferece .

Esse modelo de mercado é o que mais gera empregos formais, ou seja, com carteira assinada e benefícios garantidos. No Brasil, o impacto é de pelo menos 47,4% no PIB – Produto Interno Bruto do país.

Os maiores exemplos de varejistas são os supermercados, farmácias, concessionárias, livrarias, pet shops, lojas de roupas, materiais de construção e decoração!



# Principais formas de comércio

## Comércio atacadista

O setor atacadista é justamente quem vende os produtos para o comércio varejista, o que caracteriza esse tipo de setor é exatamente a compra, venda e o sistema de gestão empresarial integrado dos produtos oferecidos.

Por vender produtos em grandes quantidades, o comércio atacadista costuma ter um valor muito mais em conta que o do varejista. Fazem parte deste tipo de setor distribuidores, fabricantes de diversos produtos e segmentos, editoras de livros entre outros.



# Principais formas de comércio

## Comércio independente

Essa forma de comércio, também conhecida como comércio familiar, é constituída por empresas de pequeno porte, que contam com um pequeno número de trabalhadores, a grande maioria das vezes, integrantes da própria família.

Os comércios independentes são muito comuns nos centros urbanos, principalmente nas periferias. Esse tipo de comércio faz parte de diversos segmentos, desde restaurantes, lojas de roupas, sapatarias, mercadinhos de bairro e também camelôs ou ambulantes.



# Principais formas de comércio

## Comércio especializado

Como o próprio nome já dá a entender, o comércio especializado é aquele que se dedica a vender e fornecer um único tipo de produto ou segmento. As sapatarias também são um tipo de comércio especializado, já que trabalham apenas com um tipo de produto, os calçados.

É bem fácil de identificar este tipo de comércio. Alguns exemplos de lojas de comércio especializado são a Centauro, que vende exclusivamente produtos dedicados à prática esportiva, como roupas, tênis e equipamentos. Outra loja especializada é a Cacau Show, que trabalha com todos os tipos de produtos feitos de chocolate, sua matéria prima.



# Principais formas de comércio

## Comércio exterior

A prática do comércio exterior nada mais é que a venda ou troca de serviços ou produtos entre empresas e governos de diversos países.

Esse tipo de comércio envolve importação e exportação. A importação é a compra desses produtos ou serviços, já a exportação é a venda delas. Para que eles ocorram são necessários diversos procedimentos e transações complexas.

Por exemplo, o Brasil importa diversos produtos como petróleo e óleos combustíveis, adubos e fertilizantes, ferro, peças de veículos e muito mais. Quando se fala em exportação, o Brasil é uma potência em soja, celulose, milho, carne de frango, entre outros.



# Principais formas de comércio

## E-commerce e comércio eletrônico

Entre todos os tipos de comércio presentes nesta lista, podemos dizer que o [e-commerce](#) ou comércio eletrônico é uma das formas mais recentes e promissoras. O [e-commerce](#) nada mais é que a venda de produtos ou serviços em sites e lojas online. Esse modelo de negócio surgiu em 1994 nos Estados Unidos e a Pizza Hut foi a primeira a utilizá-lo. No Brasil os primeiros e-commerces começaram no início dos anos 2000 e seguem crescendo absurdamente.

A vantagem desse tipo de comércio para o lojista é que ele é muito mais barato que o comércio comum, já que basicamente ele precisa apenas de um site para vender os seus produtos. Já para o cliente existe a comodidade de poder comprar sem sair de casa usando um smartphone, tablet ou computador e ainda receber esse produto em casa por condições especiais de pagamento.



# Principais formas de comércio

## Franchising ou franquias

As franchisings ou franquias são um sistema de negócio em que o franqueador compra os direitos de uma empresa ou loja e trabalha para esta marca oferecendo os serviços e produtos, entretanto as franquias devem seguir um padrão.

Franqueado: é quem compra, ou seja, quem empreende e compra os direitos de representar uma determinada marca ou empresa consolidada.

Franqueador: é o criador da marca que oferece o nome e reconhecimento no mercado, para que assim, o franqueado utilize a marca seguindo alguns padrões e planos de negócio.





# Principais formas de comércio

## Franchising ou franquia

Uma loja franqueada deve seguir alguns **padrões pré-estabelecidos**, como cores da fachada, produtos vendidos, uniforme dos funcionários, dentre outras regras. A franchisings podem ser de distribuição, serviços e até indústria.

Já que os lucros são proporcionais, nesse modelo de negócio, franqueado e franqueador dependem do trabalho um do outro. Algumas marcas famosas que são franquias são o Mc Donalds, Burger King, O Boticário, Subway, 5 a sec, entre outras.

Se você pensa em montar a sua loja, sabendo quais são os tipos de comércio e suas particularidades, fica muito mais fácil escolher onde e como atuar. Lembre-se sempre de levar em consideração a sua personalidade e paixão, afinal, investir no que acredita é um passo extra para o sucesso



# Tipos de Vendas



## Venda corporativa

Vender para empresas, esse é o significado das vendas corporativas.

Portanto, a tomada de decisão é muito mais racional, pode envolver diversos níveis de aprovação e até passar por comitês de análise, assim como pelo [departamento jurídico](#), em muitos casos.

É uma venda complexa que exige grande preparação do vendedor, conhecimento do mercado e um follow-up constante (mas não invasivo) para conduzir o cliente ao longo do funil de vendas até a conversão.

O ideal, nesta modalidade de venda, é manter um relacionamento de longo prazo, baseado na confiança e mostrando todo conhecimento que o vendedor e sua empresa têm sobre o mercado de atuação de seus clientes.

# Tipos de Vendas

AVON

  
natura

  
MARY KAY

## Venda direta

Um dos mais usados tipos de vendas que existem para empresas que querem ganhar capilaridade, uma distribuição ampla e de baixo custo.

Você conhece várias empresas que empregam esse método de vendas, como a Natura, a Mary Kay, a Herbalife, a Tupperware e muitas outras.

O segredo desta modalidade de vendas está em arregimentar um verdadeiro exército de pequenos empreendedores e empreendedoras que fazem a venda porta à porta ou com auxílio de sites na internet. Essa força de vendas é treinada, participa de convenções, costuma ser bastante motivada e se espelha em um líder carismático, como foi o caso de Mary Kay Ash, criadora da marca que leva seu nome.

# Tipos de Vendas

Venda consignada

## Modelo de Venda Consignada



Distribuidor



Representante Vendedor



Revendedora Sacoleira

# Tipos de Vendas

## Venda consignada

A venda consignada pode não te fazer atingir todos os seus objetivos, mas se bem trabalhada, é um dos tipos de vendas mais úteis para quem trabalha com distribuidores e varejistas.

A grande vantagem da venda consignada está em oferecer a seu cliente distribuidor ou varejista a certeza de que se ele não vender os produtos que coloca em exposição no ponto de venda, sua empresa os recolherá, sem custo. Esse é um grande incentivo para o comerciante, além de gerar uma outra vantagem para o negócio de sua empresa: o custo de estocagem diminui, pois boa parte das mercadorias está sob os cuidados de seus clientes. Por outro lado, há um custo logístico alto de distribuição e recolhimento dos produtos não vendidos, por isso, a importância de fazer as vendas na medida certa.

# Tipos de Vendas



## Venda casada

Venda casada é uma técnica antiquada e reprovável. Consiste em atrelar uma venda a aquisição de outro produto ou serviço de sua empresa, que o comprador, na realidade, não tem interesse, mas que terá que levar para fechar o negócio.

É diferente de uma promoção ou “combo”, em que se oferecem vantagens para uma compra de vários produtos ou serviços de uma só vez, mas não se proíbe o comprador de adquirir apenas o que ele quiser, se preferir.

Não insista nesta forma de venda, até porque é ilegal. Prefira mostrar o valor de seus produtos e serviços para o cliente e como ele poderá se beneficiar deles e atingir os resultados que deseja.

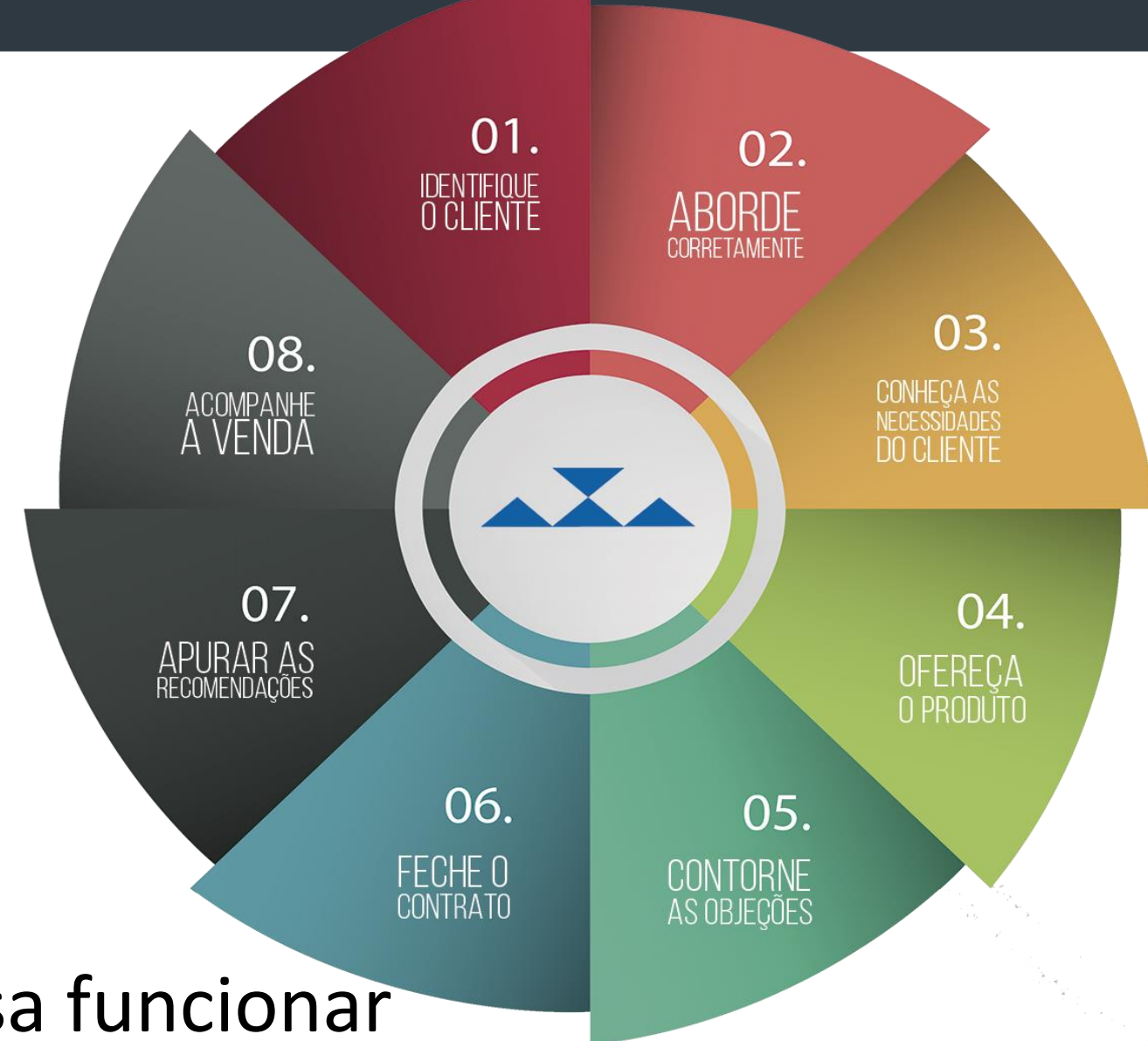
# Tipos de Vendas

## Venda consultiva

Ajudar seu cliente a solucionar os desafios de fazer uma empresa funcionar bem e gerar lucros é o segredo deste que é um dos mais nobres tipos de vendas que existem.

O vendedor atua como um consultor, dá sugestões, traça planos, apresenta projetos e táticas que, com ajuda dos produtos ou serviços que comercializa, farão a empresa de seu cliente prosperar cada vez mais.

Não se trata, por exemplo, de simplesmente vender um [software de CRM](#) ou [ERP](#), mas ensinar a melhor forma de usá-los para extrair todo valor dessas soluções.



## **VEJA O VÍDEO, PENSE E RESPONDA:**

- 1) Hoje na sua rotina, você sente a necessidade de praticar técnicas de vendas?**
- 2) Analise a sua vida hoje, levando em consideração todas os seus pontos fortes e fracos.**
- 3) Liste em quais pontos as habilidades presentes no vídeo, seriam vantajosas na sua vida pessoal e profissional.**

<https://www.youtube.com/watch?v=035xmggPx->

[A](#)

# Autoanálise



# DICAS DE TÉCNICAS E HABILIDADES DE VENDAS

1. Conheça o produto com detalhes
2. Venda uma solução, e não um produto
3. Exercite a escuta ativa
4. Flexibilize o discurso de vendas
5. Mantenha o foco na verdade
6. Crie pontos de sintonia com o consumidor
7. Use gatilhos mentais para estimular a compra
8. Alie marketing e vendas
9. Faça follow-up
10. Personalize o atendimento
11. Vá além do script



E este é o maior impulso para a compra. Afinal, ter a certeza de que um problema será solucionado é melhor do que ter em mãos um produto de última geração e repleto de funcionalidades tecnológicas.

Veja um exemplo de empresa que sempre foca nas sensações oferecidas por seu produto como técnica de vendas. Ao usar "abra a felicidade" como slogan da marca, a Coca-Cola associa o seu produto a uma sensação: a felicidade.

**Venda uma  
solução, e não  
um produto**



*myloian*

Um potencial cliente sabe identificar quando está falando com um vendedor com know-how verdadeiro.

Além de oferecer informações mais aprofundadas sobre a solução, o profissional fala com segurança, apresenta argumentos fora do óbvio e consegue variar seu portfólio de argumentos de venda conforme o encaminhamento da conversa de prospecção. Por isso, nossa dica para desenvolver uma equipe de alta performance e conectada com o negócio é: invista em treinamentos para vendedores de loja, agentes externos e responsáveis pelo suporte e pós-venda!

**Conheça o  
produto com  
detalhes**



É um dos tipos de técnicas de vendas com maior potencial para criar conexões entre o vendedor e a marca.

Sob o ponto de vista da psicologia, a escuta ativa é definida como aquela em que você e o seu interlocutor recebem informações de maneira empática, estabelecendo uma conexão profunda e geradora de atenção plena, além de atender o outro com propósito.

Na prática, escutar ativamente significa não interromper, não desvirtuar a conversa, não sobrepor os argumentos do outro com os seus argumentos e, sobretudo, não permitir que a exposição do outro “entre por um ouvido e saia pelo outro”.

**Exercite a  
escuta ativa**



# Flexibilize o discurso de vendas

Cabe ao profissional ajustar seu discurso de Vendas, para que se adeque aquilo que o consumidor busca — claro, sem utilizar informações inverídicas ou exageradas.

Trata-se, na verdade, de avaliar o portfólio de argumentos de vendas e escolher aqueles que conversam melhor com aquilo que o cliente busca.



**Mantenha o  
foco  
na verdade**

Esta aí um clichê que precisa ficar para trás de uma vez por todas: o de que todo vendedor é um bom mentiroso.

Sabemos muito bem que empresas que se preocupam verdadeiramente com a experiência de seus clientes abominam argumentos falaciosos ou mesmo exagerados.

Afinal, a satisfação a médio e longo prazo é um dos motivos de sucesso.



A técnica de storytelling para vender é uma boa forma de criar pontos de sintonia com o consumidor.

Após escutá-lo ativamente, compartilhe experiências suas e leve a conversa para outro nível.

A empatia é um grande gatilho para a afinidade.

E a afinidade, por sua vez, é um grande estímulo para o fechamento de uma venda.

**Crie pontos de  
sintonia  
com o  
consumidor**



São os argumentos utilizados durante o discurso de vendas, e servem para “despertar” determinadas sensações no consumidor.

Algumas dessas sensações são:

- Urgência;
- Empatia;
- Confiança;
- Compromisso

É importante reforçar, que os gatilhos mentais sempre devem ser utilizados de forma ética.

**Use gatilhos mentais para estimular a compra**





Incluir a técnica do planejamento estratégico é utilizada para conseguir segmentar clientes, com potencial verdadeiro de compra, além de direcioná-los para o setor comercial, de uma forma mais assertiva.

**Aliar o  
marketing e  
vendas**



Quando feito de forma personalizada e atenta, o follow-up pode ser um valioso aliado.

Isso porque pode ajudar o vendedor a retomar um contato no timing necessário para não perder o negócio.

Faça  
Follow-up



- Saber o nome do cliente;
- Conhecer seus hábitos e conversar sobre eles;
- Retomar ganchos de conversas antigas;
- Acompanhar as dúvidas e desafios do cliente e propor soluções;
- Quando precisar direcionar o cliente a um novo setor, levar suas características em consideração.

Personalize o atendimento



- Uma das melhores técnicas de vendas.
- Representa a soma de todas as dicas dadas neste artigo.
- Significa movimentar o seu roteiro de vendas para oferecer ao cliente uma experiência marcante, que o impressione.
- São artifícios como este que permitem, por exemplo, que sua empresa se diferencie e continue ganhando clientes mesmo sem ter o menor preço do mercado.



**Vá além do  
script**

# ESTUDO DE CASO

VAMOS VER A HISTÓRIA DA EMPRESA C&A.

COM BASE NOS SLIDES ANTERIORES SOBRE  
“AS DICAS PARA UMA BOA VENDA”.

DETALHE NO SEU CADERNO, QUAIS TÓPICOS A EMPRESA  
LEVOU EM CONSIDERAÇÃO, PARA GARANTIR O SUCESSO NO  
BRASIL?

<https://www.youtube.com/watch?v=pTmhOgYIJXQ>



**Com base no conteúdo e dicas mencionados nos slides anteriores.**

**Veja o vídeo e responda:**

**<https://www.youtube.com/watch?v=qTUDG0P1J60>**

**É sorte ou Preparo?**



**REFLEXÃO:  
Sorte ou  
Preparo?**

# ATIVIDADE PROPOSTA

EM GRUPO:

1) ESCOLHA UM DESSES PRODUTOS, PARA COMERCIALIZAR:

- Óculos sem lente;
- Caneta sem Tinta;
- Tênis sem solado;
- Celular sem sistema de som;
- Notebook sem tela

2) COM O SEU GRUPO, DESENVOLVA O SCRIPT E AS TÉCNICAS DE VENDAS PARA A UTILIZAÇÃO.

3) ESCOLHA UM GRUPO DA SALA, PARA SER O SEU CLIENTE (ALÉM MONITOR).

4) FAÇA A VENDA DE UM DESSES PRODUTOS, UTILIZANDO TODO O CONHECIMENTO E DICAS DESENVOLVIDAS HOJE EM SALA.

5) FEEDBACK: VOCÊ ATINGIU O SEU OBJETIVO DA VENDA?



[www.nurap.org.br](http://www.nurap.org.br)



*DIVERSIDADE E  
INCLUSÃO*

