

MATEUS SANTORO

QUEM COMUNICA
vende

INTRODUÇÃO

Quando se trabalha com vendas, a comunicação é um fio condutor entre o vendedor e o consumidor. Esse diálogo deve e precisa ser trabalhado individualmente, para que então reflita de maneira externa através do sucesso em vendas. Nesse curso te ensinaremos todas as técnicas necessárias para você realizar grandes vendas por meio de uma melhor comunicação.

Aprenda sobre a importância da comunicação na hora da venda! Afinal, sem ela não existe negociação.

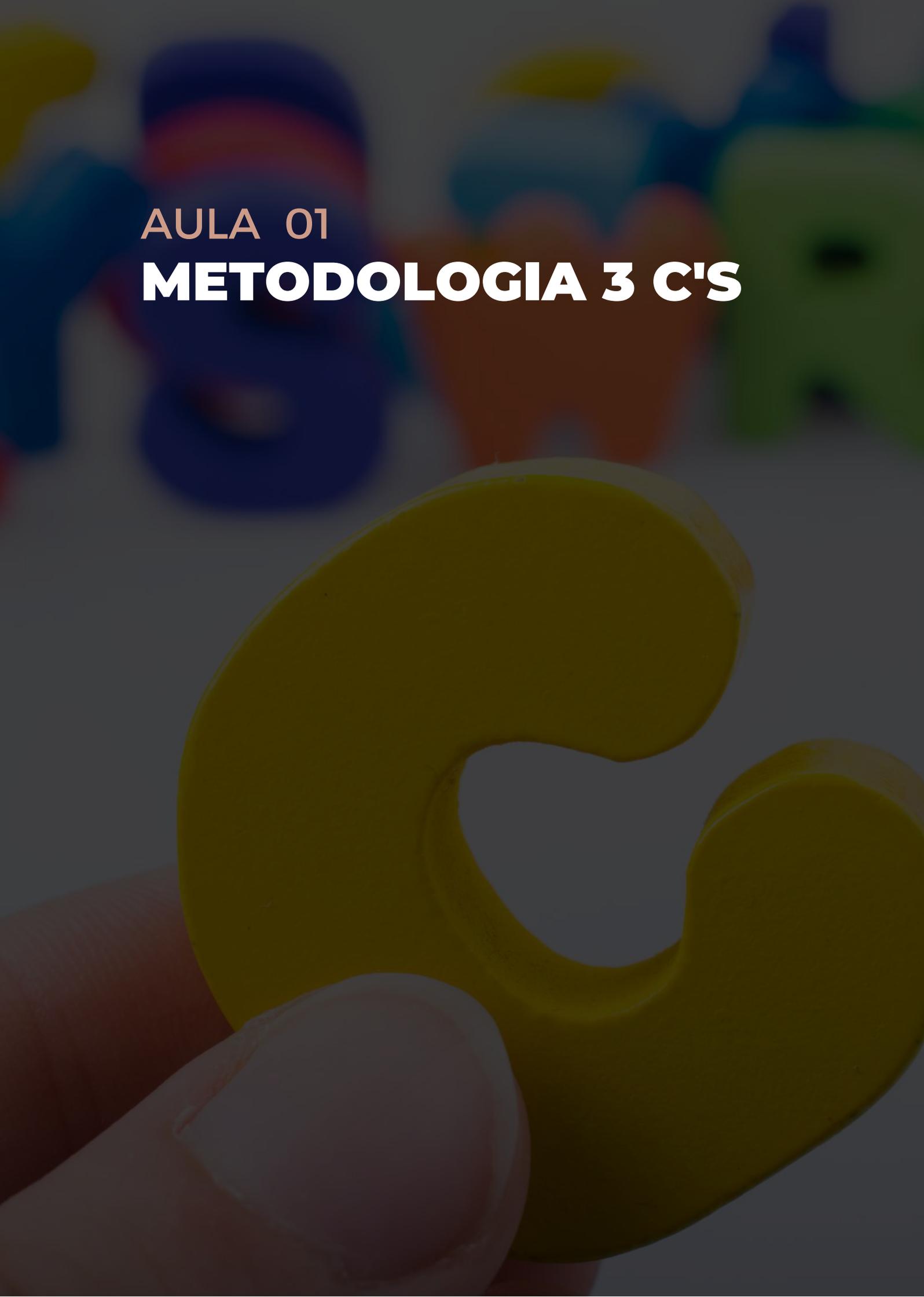


O QUE VOCÊ VAI ESTUDAR

AULA 01 - Metodologia 3 C's	04
AULA 02 - Conexão	07
AULA 03 - Técnicas de Conexão	10
AULA 04 - Conteúdo	13
AULA 05 - Continuidade	16
AULA 06 - Aspectos da Comunicação	19
AULA 07 - Jornada do cliente	22

AULA 01

METODOLOGIA 3 C'S



AULA 01

O nosso cérebro precisa decidir por tomar uma atitude em menos de 2 segundos:

Ficar - Lutar - Fugir

Portanto, a primeira impressão que passamos é muito importante.

A primeira parte dessa metodologia são as ferramentas de conexão. E, muitas das vezes agimos involuntariamente buscando passar essa boa impressão em nossa primeira conexão com o cliente.

Um segundo momento está relacionado com a reunião que você terá com este cliente. O modo como você fará com que a conversa flua de maneira que ambos se sintam à vontade e confiantes para a compra e a venda

E, por fim, vem a parte da continuidade como influenciar o seu cliente de 3 formas positivas, deixando aquele “gostinho de quero mais”. Além de aumentar o seu LTV (Live Time Value) que é o seu cliente se fidelizando a você e a sua marca.

Teoria do Caiaque

Existem dois remos, um é o que você estuda e o outro é o que você aplica. Se você apenas estudar e não aplicar, você ficará girando em círculo e não chegará em lugar nenhum, porém se você estudar e aplicar você será projetado para frente e avançará.

Jornada do cliente

- Você sabe quais os desejos do seu cliente ?
- Quais são os problemas e como eles o afetam?

Ao fazermos essa análise podemos chegar ao “mapa” que vai tirá-lo de onde está e o levará aonde ele deseja chegar: aos seus objetivos sendo concretizados!





**O nosso cérebro
decide tomar uma
dessas 3 ações em
menos de 2
segundos: Ficar,
Lutar ou fugir.**

Mateus Santoro



AULA 02

CONEXÃO



AULA 02

Você já teve a sensação de bater o olho em alguém e você não gostar da pessoa logo de cara? Ou então, o contrário, você olhar para alguém e já pensar o quanto aquela pessoa pode ser alguém agradável.

Isso acontece porque em 90 segundos a gente consegue fazer uma leitura sobre as pessoas.

Nicolas Buffman no livro Como Convencer Alguém em 90 segundos conta que esse processo acontece em 2 segundos. Temos apenas 2 segundos para o nosso cérebro perceber uma pessoa e tomar uma dessas 3 atitudes:

Fica - Luta - Foge

Então o grande segredo (na parte comercial) é a gente blindar o “luta” e o “fuga”. Precisamos criar um ambiente para que aquela pessoa queira ficar e ouvir o que sobre o seu produto e o seu serviço.

1. Apresentação pessoal e postura

Você já conversou com pessoas que aparentemente são muito inseguras?

É muito ruim conversar com um vendedor que não consegue se expressar e trazer toda informação e todo o conteúdo, não é mesmo?

Então, vamos lá conhecer alguns exercícios que poderão ajudar você a melhorar a sua confiança:

2. Exercícios de expansão

Antes de você apresentar as suas ideias, você pode fazer alguns exercícios de expansão prévios. Como por exemplo, chegar no local e fazer um alongamento, se esticar e trabalhar gestos e posturas para mostrar o quanto você está disponível, o quanto deseja mostrar o seu produto e o quanto você confia naquilo que você tem para oferecer.

3. Vestimentas

A sua roupa falará muito quanto a sua apresentação e como as pessoas te observarão. Não se trata de preço ou utilizar de roupas de marcas famosas. Mas, quanto a se posicionar melhor, estar bem vestido e bem apresentável.

Existem classes dentro do seu guarda-roupa. Existem aquelas que você usa para ficar em casa, outras para ir ao supermercado, açougue, na farmácia e existem outras roupas que você só vai no shopping ou vai num barzinho com os amigos, assim como também existem aquelas roupas que você só usa em ocasiões especiais, em festas por exemplo.

Te desafiamos a pegar as roupas que você tem e que só usa em casa, e doar essas peças a quem precisa; as roupas que eram pra você ir na padaria, você vai começar a utilizar em casa; as que eram pra você ir no shopping, no barzinho, você começa a ir na padaria e as roupas de festa você começa aí nos barzinhos.



Em 90 segundos a gente consegue fazer uma leitura sobre as pessoas.

Mateus Santoro



AULA 03
**TÉCNICAS DE
CONEXÃO**

AULA 03

A neurociência afirma que o cérebro humano toma 3 decisões quando ele bate o olho em alguém(foge, luta ou fica). E, a nossa missão aqui é blindar os dois primeiros.

Rapport

Rapport é um conceito que vem de um termo francês “repórter”. e, significa empatia; conexão. Mas, trazendo pra nossa realidade, seria criar um ambiente com que as pessoas consigam se sentir respeitadas, que consigamos olhar os valores do nosso cliente para aquilo que está acontecendo. Afinal, não adianta só virmos aqui e mostrarmos as nossas soluções. Se não vemos qual é o foco do cliente e qual é a importância daquilo para ele.

Sorriso

O sorriso tem um poder incrível. Você já percebeu o quanto um sorriso é contagiante? Um sorriso é o nosso maior cartão de visitas. Então, toda vez que você chega pra conversar com alguém, sorria e assim, abra portas, isso deixa as pessoas mais suscetíveis e permite que a conversa se torne mais agradável. Comece a utilizar isso. Mostra esses dentes para o seu cliente. Mostre a alegria que você tem de estar ali, de conversar com ele.

Contato Visual

Você já conversou com pessoas que não olham nos olhos? Percebe o quanto é difícil conversar com uma pessoa que não olha pra você?

Manter o contato visual demonstra que você está atento e está prestando atenção naquilo que a pessoa está falando.

Espelhamento

É uma técnica muito avançada e muito utilizada, mas que precisa de muito cuidado.

O espelhamento é quando parece que as duas pessoas estão conversando estão em uma espécie de “dança”, onde você pode espelhar o volume da voz, os gestos e essa conexão traz ao cliente uma certa identificação e conforto.

Cumprimentos

- Palma da mão voltada para baixo - Pessoa dominante
- Palma da mão voltada para cima - Apresenta receptividade
- Lateralizada - Iguatário
- Exitante - Não confia em você
- Frouxa - Passa falta de confiança
- Apreciativa - Zelo e cuidado, mas é indicada para alguém que você conhece
- Companheira - Trazer confiança e carinho
- Distante - Manter distância de você

“

A sua confiança cresce porque você está com um melhor posicionamento. Quando você se enxerga melhor, isso te traz mais confiança.

Mateus Santoro

AULA 04

CONTEÚDO



AULA 04

Estimulos

Existe sempre um emissor e um receptor. Toda vez que um emissor fala alguma coisa (de forma verbal ou não verbal), isso é um estímulo. Esse estímulo viaja, e o receptor ganha um tempo para dar uma nova resposta. Essa é a dinâmica da comunicação entre o emissor e o receptor.

Em situações de conflito, aumente o tempo para estimular a sua resposta. Para que você entenda e identifique soluções diante dos problemas.

Estar presente

Esse é um pilar da comunicação de alta performance. Mantenha o olhar e esteja totalmente focado no seu cliente. Identifique e elimine o que te distrai.

Pare de deixar a cabeça flutuar no passado e também não fique pensando lá no futuro. Esteja 100% em seu atendimento. Assim, você consegue ter muito mais assertividade porque você observa melhor quais as soluções poderá apresentar para o seu cliente, baseado em tudo que está acontecendo naquele momento.

Perguntas Binárias

São perguntas que você normalmente tem apenas duas respostas e elas são antagônicas (ou sim ou não). Essas são as piores perguntas que as pessoas podem fazer. Porque isso dá um bloqueio na comunicação. É como uma rua sem saída.

As perguntas que você faz, precisam abrir um leque de possibilidades e muitas informações. Assim, você terá muito mais propriedade e conteúdo.

Escuta ativa

Nós temos a grande falha de achar que o bom comunicador é aquele que fala bem, que fala com todo mundo e que não para de falar.

EXERCÍCIO

- Pegue uma tabela e escreva nela perguntas binárias, com resposta que seriam apenas "sim" ou "não". E, no outro lado da tabela você coloca como poderia fazer a mesma pergunta de uma maneira que consiga mais informação do cliente.



Em situações de conflito , aumente o tempo para estimular a sua resposta. Para que você entenda e identifique soluções diante dos problemas.

Mateus Santoro





AULA 05

CONTINUIDADE

AULA 05

Continuidade consiste em como garantir que todas as informações que falamos foram recebidas perfeitamente e todos os pontos essenciais foram ouvidos.

Técnica da PNL (programação neurolinguística)

Essa técnica você pode utilizar para garantir que as suas informações chegaram até o cliente e também para verificar se ficou alguma dúvida daquela reunião.

Se queremos manter um cliente por mais tempo, é muito importante termos sobre ele influência positiva, seja em vender aquilo que ele deseja comprar de fato e não aquilo que será melhor para você. Ou visando também ele economizar com sua compra, e assim perceber que você realmente deseja ajudá-lo. Agora, quando ele tem a sensação de que ele foi enganado ou de que não recebeu um bom atendimento, ele vai falar muito mal de você e com toda certeza, você o perderá de sua carteira de clientes.

Outra atitude muito importante na continuidade é você sempre combinar os próximos passos. Qual será a sua próxima atitude nesse processo de venda com o seu cliente? Tenha sempre o próximo passo de maneira clara em sua mente.



“

Essa técnica você pode utilizar para garantir que as suas informações chegaram até o cliente e também para verificar se ficou alguma dúvida daquela reunião.

Mateus Santoro

AULA 06

ASPECTOS DA COMUNICAÇÃO



AULA 06

Precisamos sempre pensar no que é importante para os nossos clientes e não estarmos concentrados no que é importante para nós mesmos. Muitas das vezes existem pessoas que dão mais importância a si mesmos na hora da venda, do que ao seu cliente. E, isso pode anular a sua venda.

Toda vez que você vai conversar com o cliente, é muito mais importante você entender quais são as necessidades dele, como você pode ajudá-lo, qual a solução que você pode trazer a ele e só após isso falar um pouquinho sobre a sua empresa, a sua história e o que você fez. Pois, muitas vezes elas só desejam saber algo quanto a você, se você for realmente interessante para elas.

Quem é Mateus Santoro?

Mateus, começou a trabalhar em uma barraquinha de sucos, 12 horas por dia, em pé, fazendo suco e já lidando com pessoas. Após isso virou office boy e nessa rotina de ir a bancos continuou lidando com pessoas e recebeu uma proposta para trabalhar no banco. Onde começou a crescer, porém foi viver de fato a vida de vendedor ao receber um convite para trabalhar com vendas e essa foi a hora que eu mais consegui ter resultados. Partiu em sentido crescente e teve no percurso inúmeros desafios. Um deles foi o de ser promovido a gerente comercial, porém não tinha conhecimento de como gerir pessoas. Sabia dar o seu resultado, mas não conseguia dar resultado para toda a equipe. Foi se qualificando até atingir os melhores patamares de sua vida comercial profissional.





“

**Toda vez que
você vai
conversar com
o cliente, é
muito mais
importante
você entender
quais são as
necessidades
dele e como
você pode
ajudá-lo.**

Mateus Santoro

AULA 07

JORNADA DO CLIENTE



AULA 07

Storytelling

Storytelling é a arte de contar histórias.

Quando a gente identifica qual é a jornada do cliente, qual é o caminho que a gente pode conversar e ele passa a ter uma percepção de que o seu produto vale muito mais, estamos traçando a jornada do cliente.

Imagina que o cliente chega em um nutricionista dizendo que precisa emagrecer. Então, identificamos o seu desejo e o seu problema. Ele tem diversas dúvidas se conseguirá chegar no alvo, pois inúmeras são as adversidades para que isso não ocorra.

Com isso, ele sabe a partir desse ponto que não conseguirá sozinho, mas você é a pessoa que terá um mapa para levar esse cliente a chegar ao resultado almejado. O mapa é o seu produto/serviço e o alvo é o topo da montanha.

EXERCÍCIO

- Seja qual for o nicho do seu seguimento, identifique qual é a jornada do seu cliente. Comece a identificar qual é o seu desejo, o seu problema, o fundo do poço, um mapa que é o seu produto/serviço e o topo da montanha.



“

Quando a gente identifica qual é a jornada do cliente, qual é o caminho que a gente pode conversar e ele passa a ter uma percepção de que o seu produto vale muito mais, estamos traçando a jornada do cliente.

Mateus Santoro

