



Venda Consultiva

Uma nova visão sobre a venda de seguros!

Palestra - 2009
Prof.: Rodrigo Maia



ESCOLA NACIONAL de SEGUROS
FUNENSEG



Rodrigo Maia

Publicitário, pós graduado em gestão e recursos humanos. Dez anos de experiência no mercado de seguros com experiência internacional e professor da Funenseg à 7 anos. Aventureiro nas horas vagas!





ESCOLA NACIONAL de SEGUROS
FUMENSEQ

A Mudança nas Relações Comerciais





A Mudança Nas Relações Comerciais

A mudança do mercado de consumo:

Século XX → Adoção de metodologias de trabalho e produção em série →

→ Preço dos produtos mais acessível → **Demanda criada.**

Século XXI → Aumento do número de concorrentes →

→ Produtos cada vez mais parecidos → **Necessidade de fidelização.**



Mudança no Papel Comercial



A Mudança Nas Relações Comerciais

A mudança do mercado de consumo:



Cenário Passado – Alta demanda e pouca oferta.

Vendedor
Tirador de Pedidos
Era da Transação



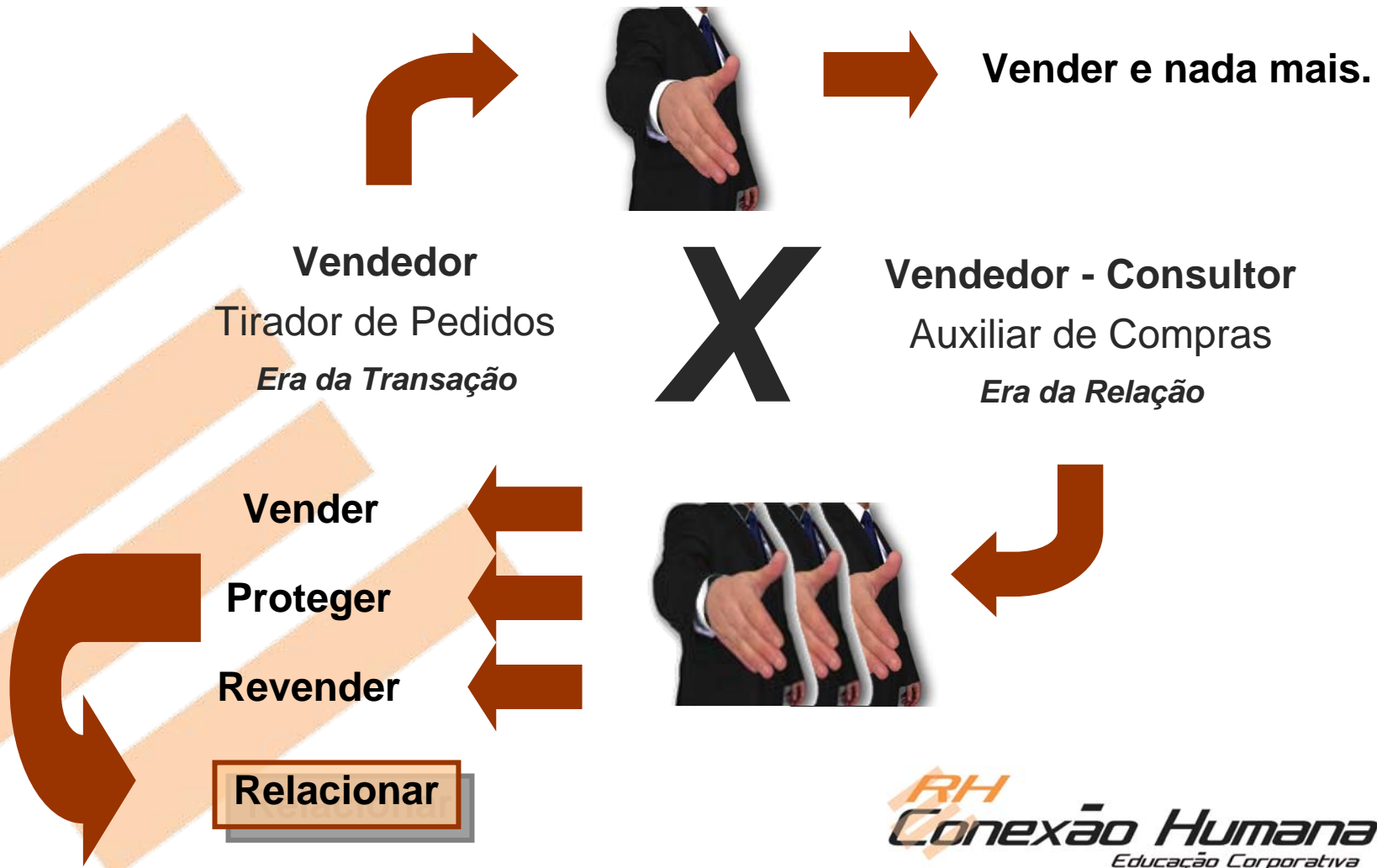
Vendedor - Consultor
Auxiliar de Compras
Era da Relação

Novo Cenário – Alta oferta e demanda estabilizada.



A Mudança Nas Relações Comerciais

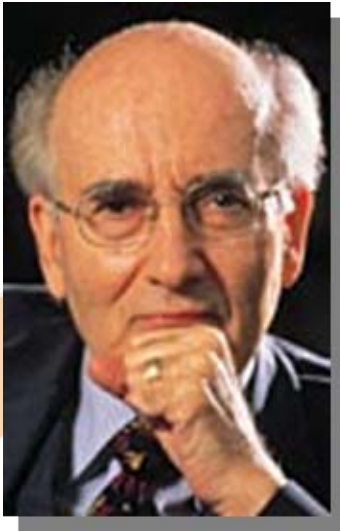
A mudança do mercado de consumo:





A Mudança Nas Relações Comerciais

Alteração da Definição de Marketing



De: “Marketing é a arte de conquistar e manter clientes”.

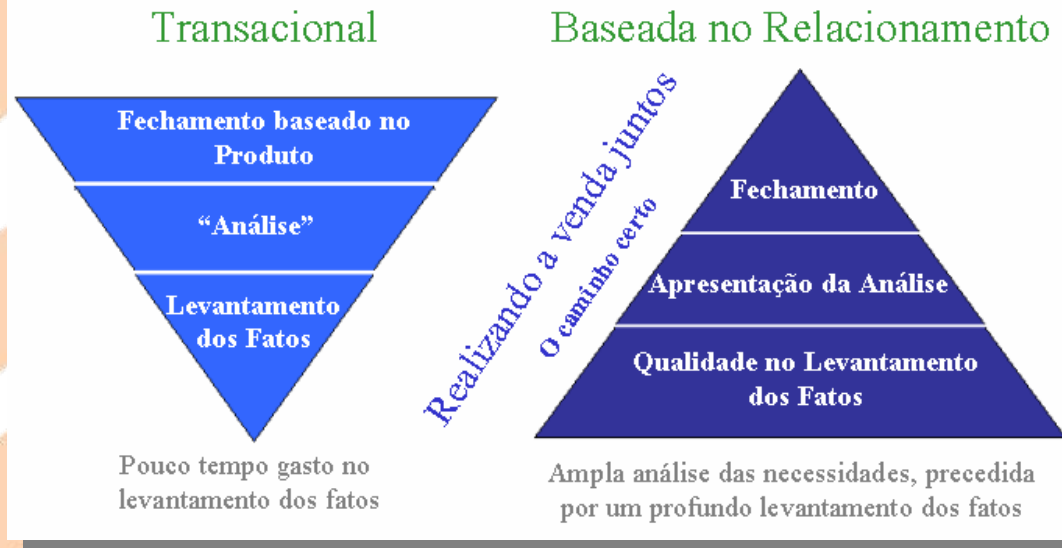
Para: “Marketing é a ciência e a arte de conquistar e manter clientes e desenvolver relacionamentos lucrativos com eles”.



A Mudança Nas Relações Comerciais

John Lensi - MDRT (Million Dollar Round Table)

Concluindo a Venda



O vendedor “transacional” “vende”... enquanto o profissional centrado no relacionamento “ajuda o cliente a comprar”.

John Lensi



A Mudança Nas Relações Comerciais

Transação x Relação – análise comparada

| Características | Era da Transação | Era da Relação |
|----------------------------|---|---|
| Objetivo | Vender de qualquer maneira, mesmo que o cliente não retorne nunca mais. | Pode perder uma venda, mas não perde o cliente. |
| Foco | Na transação. | Na relação. |
| Negociação | Ganha-perde. | Ganha-ganha. |
| O profissional é... | Vendedor. | Vendedor-consultor. |
| Relação | “Salve-se quem puder”. | De amizade. |
| Ética | Facultativa. | É um requisito fundamental. |
| Retorno/Lucro | Imediato, em cada transação. | Nem sempre no ato, mas, sim, a médio e longo prazo. |
| Vantagens | “Eu” ganho. | “Nós” ganhamos. |

Retirado do livro *Correndo por Abraço*.



A Mudança Nas Relações Comerciais



Cliente satisfeito com o serviço



Cliente insatisfeito com o relacionamento

Vulnerável

Leal

Cliente satisfeito com o relacionamento



Sabotador

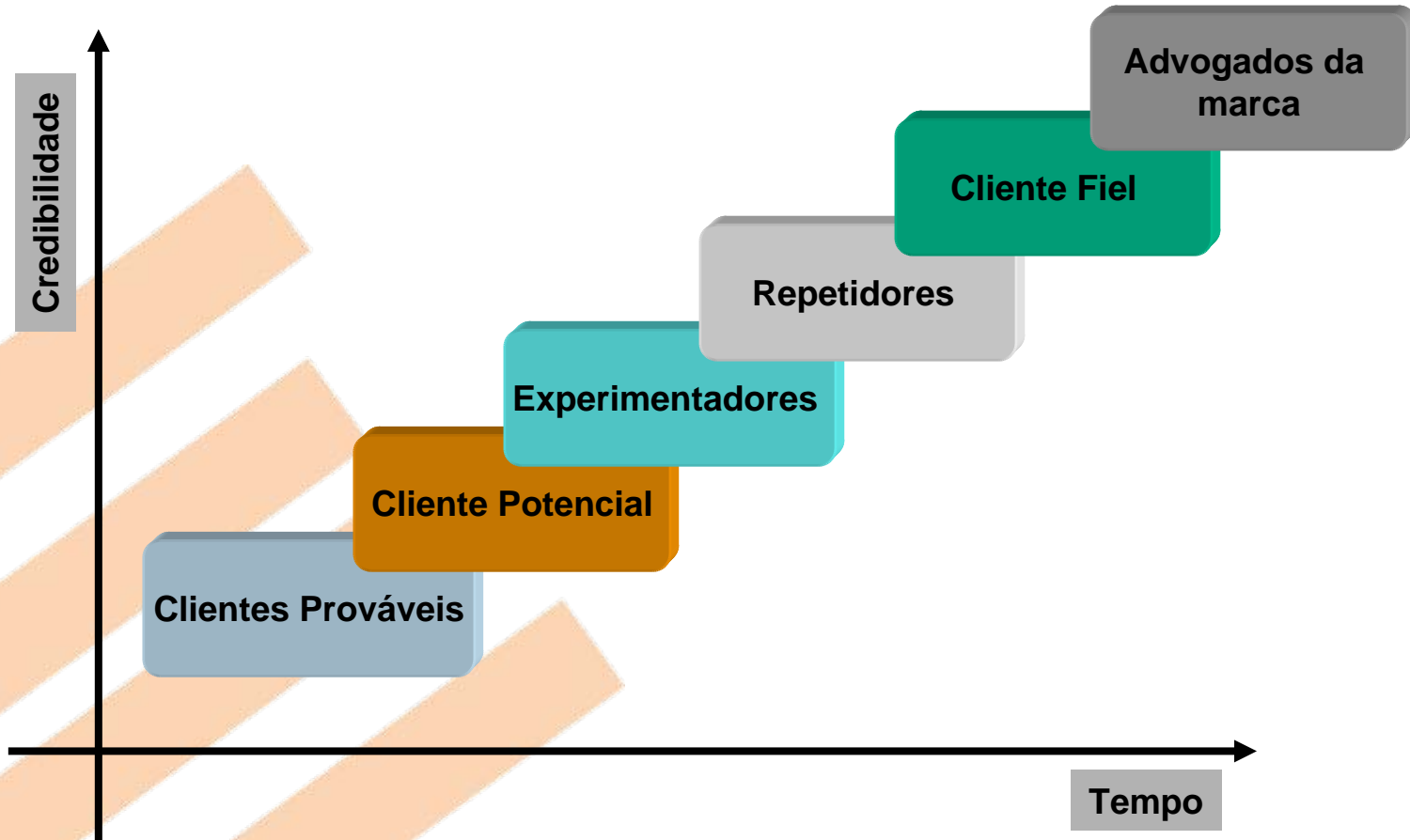
Esperançoso

Cliente insatisfeito com o serviço





A Mudança Nas Relações Comerciais





**E na sua carteira de
clientes???**

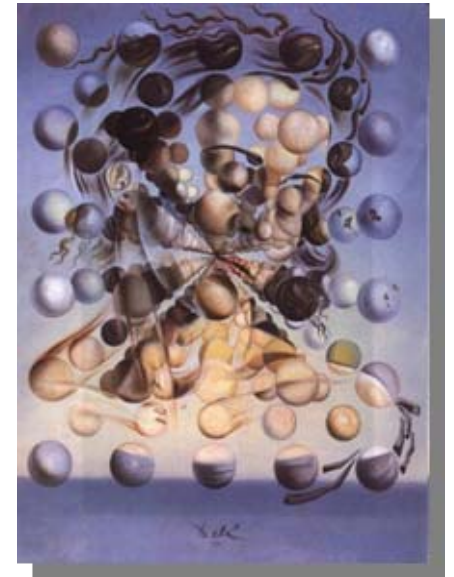
Eles são fiéis???





ESCOLA NACIONAL de SEGUROS
FUMENSEQ

O Conceito da Linha da Vida





O Conceito da Linha da Vida



Nascimento

0

Faculdade

4

Efetivação

18

20

22

Casamento

24

28

30

Estudos

Estágio

Carro

Promoção

Apartamento

Demissão

Filho

Casa de Veraneio

32

34

38

39

40

42

50

60

Filho

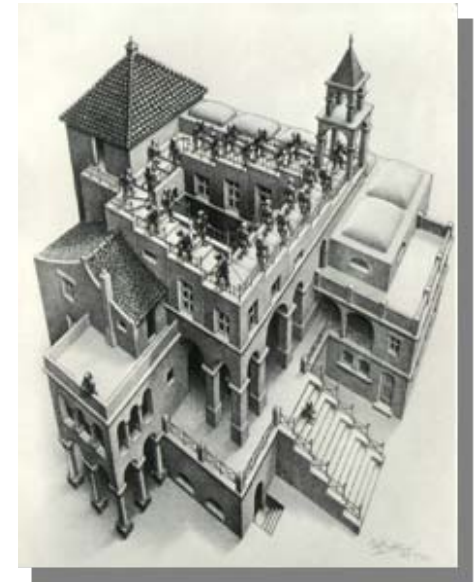
Recolocação

Promoção

Aposentadoria



A Estrutura da Venda Consultiva





A Estrutura da Venda Consultiva



1 Preparação

A base para a venda correta



2 Abertura

Não existe uma segunda chance para uma primeira impressão



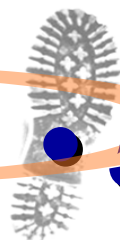
3 Sondagem

Entendendo a necessidade do cliente



4 Solução

Hora do show! Mostre para o cliente porque você é diferente!



5 Negociação

Alinhando as expectativas



6 Fechamento

A hora da verdade



A Estrutura da Venda Consultiva



1 Preparação

A base para a venda correta

Com a velocidade com a qual as coisas estão mudando, é fundamental que você se prepare diariamente para exercer a sua função:

- Jornais;
- Revistas;
- Internet;
- Prospectos;
- Tele-jornais;
- Livros;
- Cursos...

Inclua isso no seu planejamento diário e veja a diferença!!!



A Estrutura da Venda Consultiva



1 Preparação

A base para a venda correta

O que o cliente quer reunindo-se comigo?
O que eu desejo visitando esse cliente?
Como eu posso ajudar esse cliente?

Se já for um cliente da sua carteira, basta levantar as informações que já possui, daí a importância de manter um cadastro de clientes sempre atualizado e de fácil consulta.

Se for um prospect indicado por um outro cliente, precisamos nos acostumar a pedir mais informações sobre o indicado e não apenas seu nome.

Se for funcionário de uma empresa conhecida, podemos procurar notícias nos jornais sobre tal empresa, de forma que consigamos “pistas” sobre o cliente.



Abertura

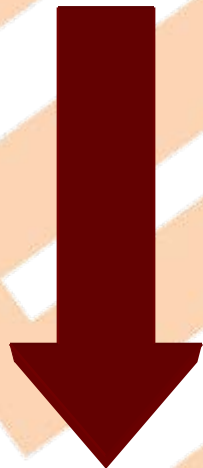
Não existe uma segunda chance para uma primeira impressão

**Apresentação Pessoal/Empresa
Conquista da Confiança**

Definir o Objetivo

Declarar a Importância do Objetivo

Verificar a Aceitação do Cliente





A Estrutura da Venda Consultiva



3 Sondagem

Entendendo a necessidade do cliente

“Temos uma só língua e dois ouvidos, para que possamos falar menos e escutar mais”.

Diógenes

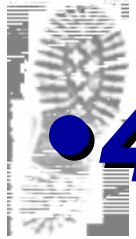
O **objetivo da sondagem** é conseguir ter um entendimento **claro e completo das necessidades do cliente**, obtendo o seu consentimento sobre tal conclusão.

O vendedor competente escuta o que o prospect diz e traduz isso na forma de soluções.

A habilidade de fazer perguntas que revelem, lógica e eficazmente, informações importantes sobre a necessidade de um cliente é uma característica que destaca um vendedor-consultor.



A Estrutura da Venda Consultiva



4 Solução

Hora do show! Mostre para o cliente porque você é diferente!

Seu **objetivo no suporte** é auxiliar o interlocutor a entender as maneiras específicas pelas quais seu produto/empresa podem satisfazer uma necessidade que ele tenha mencionado.

CARACTERÍSTICA

Um aspecto relevante de um produto ou empresa.

BENEFÍCIO

O que uma característica significa para um cliente.

A Estrutura da Venda Consultiva



5 Negociação

Alinhando as expectativas



- A negociação é um processo de **comunicação bilateral** com o objetivo de se chegar a uma decisão conjunta.
- Quando duas ou mais partes precisam chegar a uma **decisão conjunta**, mas suas preferências são diferentes, elas negociam.
- A negociação está mais **presente em nossa vida** do que imaginamos.



A Estrutura da Venda Consultiva



6 Fechamento

A hora da verdade

Caso você “respeite” as etapas anteriores, a conclusão acontecerá naturalmente, sem que seja necessário “forçar a barra”...

“Fechamento é o processo de ajudar pessoas a tomar decisões que são boas para elas”.

Tom Hopkins



A Estrutura da Venda Consultiva



6 Fechamento

A hora da verdade

Independente do resultado alcançado na visita o fechamento sempre deverá ser feito com **CHAVE DE OURO**.

Propor os próximos passos para você e para o cliente

Verificar a aceitação do cliente

Os **ERROS** Mais Comuns em uma Conclusão

- Concluir muito cedo.
- Concluir tarde demais.
- Falar demais.
- Não fechar.



Venda Consultiva

Uma nova visão sobre a venda de seguros!

Palestra - 2009
Prof.: Rodrigo Maia

E-mail para contatos profissionais:

rodrigo@rhconexaohumana.com.br