

PALESTRA DE SENSIBILIZAÇÃO

BOAS VENDAS! COMO VENDER MAIS E MELHOR NO VAREJO

MANUAL DO PARTICIPANTE



Quem tem conhecimento vai pra frente

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
Unidade de Gestão Estratégica

BOAS VENDAS!
COMO VENDER MAIS E MELHOR NO VAREJO
MANUAL DO PARTICIPANTE

Brasília – DF
SEBRAE NACIONAL
2012

2012. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei no 9.610)

INFORMAÇÕES E CONTATO

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Unidade de Capacitação Empresarial – UCE

SGAS 605 – Conjunto A – Asa Sul – 70.200-904 – Brasília-DF

Telefone: (61) 3348-7284 – Fax: (61) 3348-7585

www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo

Roberto Simões

Diretor Presidente do SEBRAE

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho

Diretor Técnico do SEBRAE

Carlos Alberto dos Santos

Diretor Financeiro do SEBRAE

José Claudio dos Santos

Gerente da Unidade de Capacitação Empresarial

Mirela Malvestiti

Coordenação Nacional

Roseley Silva de Oliveira

José Ancelmo de Gois

Consultora Conteudista

Nara Liane Avila Prieto Silveira

Educare Consultoria e Desenvolvimento Empresarial Ltda.

Consultor Educacional

José Sérgio Jesus

SS Treinamento e Desenvolvimento Educacional Ltda.

APRESENTAÇÃO

Prezado Participante,

Bem-vindo!

A organização de Palestras Gerenciais pelo SEBRAE constitui-se em mais um serviço para propiciar informação aos Empreendedores Individuais. O tema da palestra de hoje é a apresentação do Curso Boas Vendas! Como vender mais e melhor no varejo - Telessala SEBRAE.

Esta palestra buscará sensibilizá-lo e conscientizá-lo da importância de conhecer Noções fundamentais relacionadas à gestão e ao funcionamento de um pequeno negócio de vendas, no varejo resultando em impacto direto ou indireto no desenvolvimento e na sustentação dos Empreendedores Individuais.

O Manual do Participante foi elaborado com a finalidade de reunir as principais questões abordadas, ser objeto de consulta posterior, permitir anotações e também registrar seus questionamentos, que poderão ser feitos no final da apresentação, quando o palestrante incentiva o público a falar sobre suas dúvidas.

O SEBRAE conta com sua presença e participação para que você possa utilizar as ferramentas de gestão apresentadas no curso para criação e manutenção de Empreendimentos Individuais eficientes.

Obrigado!

SEBRAE

BOAS VENDAS! COMO VENDER MAIS E MELHOR NO VAREJO

PALESTRA DE SENSIBILIZAÇÃO



BOAS VENDAS! COMO VENDER MAIS E MELHOR NO VAREJO SEI

Carga Horária: 02h 30min

Conteúdo Referência:

Noções fundamentais relacionadas à gestão e ao funcionamento de um pequeno negócio de vendas, no varejo.



PALESTRA DE SENSIBILIZAÇÃO



"Não quero inventar nada que não venda. A venda é a prova da utilidade, e ser útil é ter sucesso."

Thomas Edison

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

PALESTRA DE SENSIBILIZAÇÃO

COMO EMPREENDEDORES:

- 1- Quais as principais dúvidas relacionadas ao sucesso nas vendas?
- 2- Como contornar as objeções dos clientes na hora de vender?
- 3- Como definir os produtos e serviços para ter sucesso do seu negócio?



PALESTRA DE SENSIBILIZAÇÃO

**BOAS VENDAS! COMO VENDER MAIS E
MELHOR NO VAREJO**



BOAS VENDAS! COMO VENDER MAIS E MELHOR NO VAREJO

PALESTRA DE SENSIBILIZAÇÃO

O LIVRO:

1. O meu negocio
2. O ponto comercial
3. Comprar bem para vender bem
4. A definição do preço de vendas
5. Como formar um time de vendas vencedor
6. O atendimento no varejo
7. O cliente fiel
8. A concorrência e você
9. A divulgação do seu negócio
10. Fazendo aparecer o lucro



sei / **SEBRAE**
EMPREENDEDOR
INDIVIDUAL

SEBRAE

PALESTRA DE SENSIBILIZAÇÃO



PALESTRA DE SENSIBILIZAÇÃO

Conhecendo melhor o livro



Capítulo 6: O atendimento no varejo
Texto: O processo de venda – passo a passo

O PROCESSO DE VENDA – PASSO A PASSO

1º Passo – Abordagem

A abordagem ao cliente é um momento delicado. O vendedor deve se mostrar disponível e interessado, sem pressionar ou constranger o cliente. É comum que vendedores ansiosos pressionem o cliente quando ele quer ficar só olhando as mercadorias. Por outro lado, os vendedores que não acompanham o cliente quando ele precisa de informações podem fazer com ele desista da compra.

Uma das abordagens mais utilizadas é se aproximar e fazer um comentário sobre o produto ou coleção exposta, como: “Essa linha de produtos é a que está tendo a maior aceitação nesta estação”.

Outra maneira é usar a forma clássica: “Posso ajudá-lo?”. O ponto fraco deste tipo de abordagem é que se o cliente responder “não” ou (o também clássico) “estou só olhando”, o vendedor perde qualquer chance prosseguir o diálogo.

2º Passo – Apresentação

O elemento mais eficiente desta etapa é a demonstração dos produtos. Ligar um aparelho, fazer funcionar uma guitarra, fazer o cliente experimentar um vestido ou um perfume são formas de tornar a apresentação bem mais dinâmica e de estimular o desejo do consumidor.

Mas é fundamental ser simples, usando palavras fáceis de entender, e objetivo, pois o cliente pode dispor de pouco tempo para fazer as compras.

Fundamental para essa fase: dominar as informações sobre os produtos, saber onde estão localizadas as mercadorias e ter conhecimento dos estoques disponíveis.

3º Passo: Lidando com as objeções

As objeções são desafios para os vendedores, pois constituem oportunidade para que o cliente possa consolidar sua decisão de compra do produto. Para responder às objeções o vendedor deve ter conhecimentos ou estar apto para obter as informações sobre os mesmos. Em muitos casos, o conhecimento necessário para superar as objeções ultrapassam o que se sabe sobre o produto, sendo necessário conhecer a concorrência, o mercado, as tendências de consumo etc.

4º Passo: Fechamento da venda

Uma das maiores causas pelas quais os vendedores não fecham as vendas é sua falta de iniciativa neste sentido. Muitos aguardam que o próprio comprador encerre a venda.

Recomenda-se que antes do fechamento da venda seja feito um resumo do que foi acordado entre o vendedor e o cliente. A razão disso é que muitas vezes o cliente pode não haver observado algum detalhe ou compreendido incorretamente alguma informação no decorrer da apresentação. O resumo final evita mal-entendidos que possam gerar insatisfações no cliente.

5º Passo: Pós-Venda

Convém lembrar que o fechamento da venda não sinaliza o final do interesse da loja pelo cliente. Pelo contrário, os contatos da loja após o fechamento da venda são valorizados pelo cliente, que pode vir a passar valiosas informações sobre sua experiência na utilização dos produtos adquiridos.

Para tanto, o vendedor deve se preocupar em registrar os dados do cliente em fichas, bancos de dados informatizados ou agendas. Com o telefone do cliente, por exemplo, você pode avisá-lo quando a loja está em promoção. E com algumas informações a mais sobre o gosto do cliente ou as suas últimas compras, você tem mais chance de oferecer um produto que pode interessar-lhe. O varejista deve estar sempre atento e continuar prestando bons serviços em situações de pós-venda. Os compradores atuais podem multiplicar os negócios com a loja pela indicação de novos clientes, ou mesmo pela realização de novas compras.

DE OLHO NO MERCADO

1. Escreva no quadro a seguir quais das motivações de compra, para o cliente, são consideradas racionais e quais são emocionais: preço, benefícios para família, conveniência, manutenção da imagem, garantias, economia, tempo de entrega, segurança, serviços de pós-venda, imagem do estilo de vida, aventura e excitação, prazer, qualidade, orgulho, fantasia, status.

| Racionais | Emocionais |
|-----------|------------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

2. Você acredita que observar o atendimento da concorrência pode ajudar sua equipe a superar a etapa de objeções ao produto por parte do cliente? Por quê?

PALESTRA DE SENSIBILIZAÇÃO

Questão para debate:

- Você acredita que observar o atendimento da concorrência pode ajudar sua equipe a superar a etapa de objeções ao produto por parte do cliente? Por quê?



Motivações de compra: Preço, Benefícios para família, Conveniência, Manutenção da imagem, Garantias, Economia, Tempo de entrega, Segurança, Serviços de pós-venda, Imagem do estilo de vida, Aventura e excitação, Prazer, Qualidade, Orgulho, Fantasia, Status.

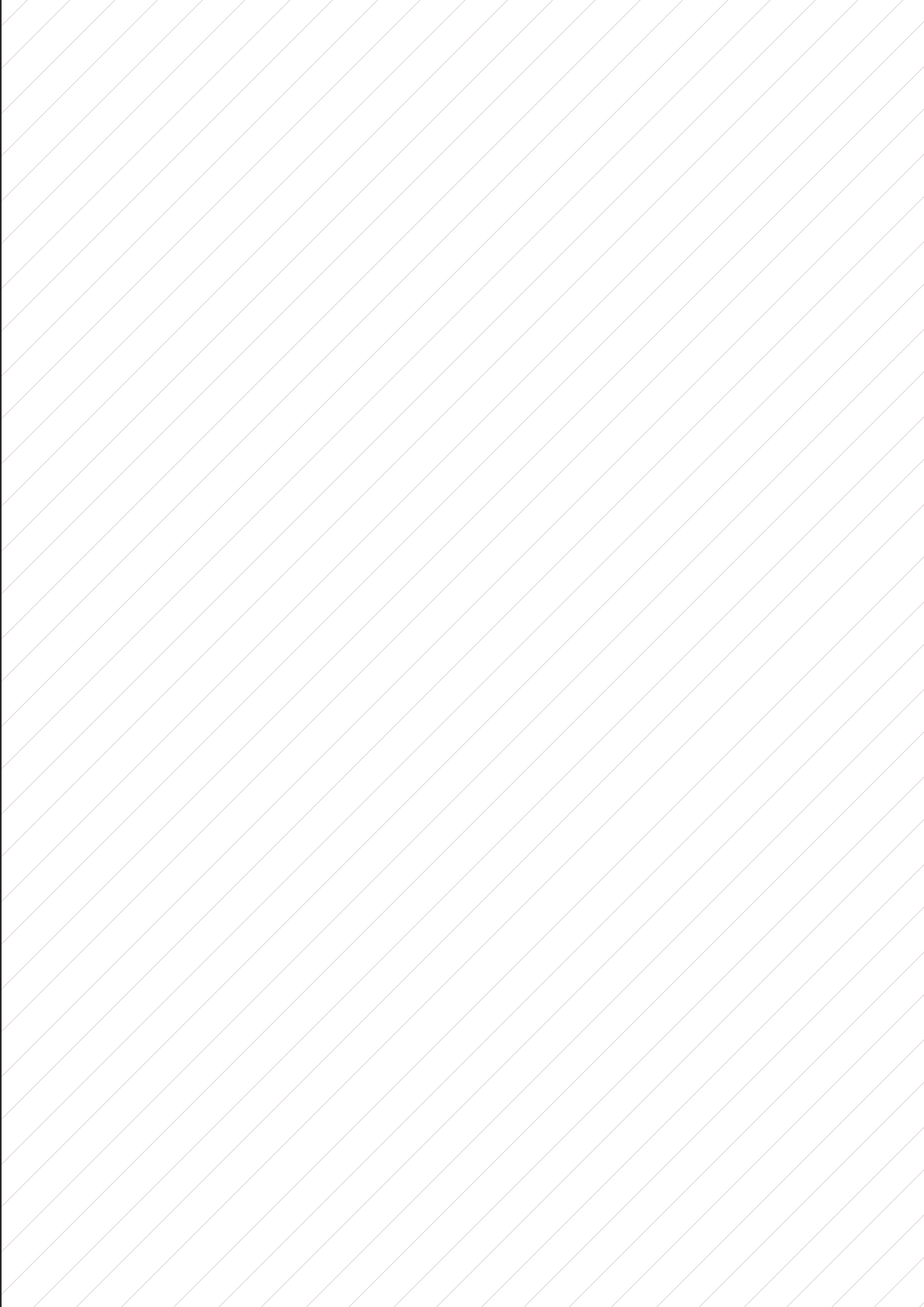
| Racionais | Emocionais |
|-----------|------------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

PALESTRA DE SENSIBILIZAÇÃO

Perguntas reflexivas:

1. O que mais chamou atenção em Boas Vendas! Como vender mais e melhor no varejo?
2. As atividades propostas poderão ajudá-los no dia-a-dia dos seus negócios?
3. Alguma dúvida sobre a metodologia da Telessala?







*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*

www.sebrae.com.br

0800 570 0800