

É possível VENDER MAIS!



**É possível
VENDER MAIS!**

Conheça a turma do Crediamigo:



Amigão

22 anos.
Assessor do
Crediamigo.



Luís Bonfim

33 anos. Pintor.
Pinta quadros e faz
artesanato, que vende
em feiras e lojas



Raimundo

37 anos. Comerciante
de carne, ovos e peixe.



Zé da Bodega

57 anos. Comerciante
de alimentos e bebidas.



Beth

35 anos. Dona de salão de
beleza e revendedora de
produtos.



Dalva

26 anos. Dona
de confecção (roupas
masculinas, femininas
e infantis).



Do Carmo

53 anos. Fabrica doces,
salgados e sorvetes.







Raimundo, Amigão tá me falando que a gente não compra só o necessário. O que ele falou é verdade. Quando a gente tem aquela bruta fome ou muita sede é que se lembra o que é necessidade, né mesmo?



Na verdade, Zé, eu tive essa conversa com Amigão também. O cliente não compra só o que é necessário. Eu já vi pai de família ficar na dúvida se levava leite ou maço de cigarros, porque ele não tinha dinheiro para os dois.

Vixe!

O que o cliente compra é benefício.

As pessoas só compram o que vai trazer benefício: pode ser um guarda-chuva quando está chovendo ou até um abridor de lata para ajudar na cozinha. E por trás dos benefícios estão os valores que damos para algumas coisas em relação a outras.



Pois é... Temos que acertar a oferta com o desejo do cliente. Por exemplo, quem tem padaria, coloca pão para assar, porque tem aquele cheiro, não é? Isso é um apelo para estimular a compra.

É!
Cheiro de pão novo ninguém resiste!



Pois é isso que faz a expectativa do cliente!

Sempre que uma pessoa compra, ela tem uma expectativa.

É, bem pensado! Vou pensar em fazer alguma coisa. Será que funciona?



Pode confiar que sim! Raimundo, conte aí como você faz lá no seu comércio!



No meu negócio, a maior parte dos clientes são donas de casa. Elas sabem quem vende mais barato, qual a qualidade e onde tem os produtos que elas querem. Elas são exigentes. Então, eu passei a comprar produtos mais caros, com mais qualidade. No começo, foi mais difícil, porque a maioria das clientes sumiu por um tempo.



Porque eu vendia os mesmos produtos que todo mundo vende. Apesar de vender muito, meu lucro não crescia. Conversei com o Amigão, conheci mais o meu mercado, e busquei novos fornecedores para vender produtos mais frescos.

Vixe! E para que fez isso, homem?

Daí, eu puxei uma clientela que paga mais pelos produtos que ofereço. Passei a mostrar a qualidade e o benefício dos produtos. Eu nunca tinha feito assim, sabe?

Isso já tem um tempo, viu Zé? Foi assim que o lucro de Raimundo mudou pro valor que é hoje...



Deixa ver isso, Raimundo: você vendia muito e não tinha tanto lucro? Isso pode?

Claro que sim, Zé! Vender muito não quer dizer lucrar muito. Por exemplo, venda de bebida, o lucro é alto?



É nada! Baixinho que só! Que nem cigarro também...

É que estes produtos não têm um valor agregado neles. Certo, Amigão?

Valor agregado?



É! Era o que acontecia com os produtos que seu Raimundo vendia antes, como peixe congelado. O cliente compra porque resolve o problema, mas não tem valor agregado. Quando o produto tem mais qualidade ou alguma facilidade, o valor dele pode subir, é o valor agregado, o valor a mais no preço do produto ou serviço, porque ele vale mais mesmo.

Ah! Entendi agora!



Zé, no começo, tudo parece difícil, mas não é. Deixa eu contar mais: eu mudei para o fornecedor que tem produto melhor, mais saudável. Peguei produto que oferece mais qualidade para os clientes...

Aos poucos, as clientes do seu Raimundo trocaram o peixe congelado pelo peixe fresco, que é mais caro, mas é melhor.

Ele organizou o espaço e arrumou a aparência do negócio.

Melhorou o jeito de atender aos clientes. Cada pequena mudança foi um avanço!

É! Eu acertei a clientela. Tudo bem pensado (e pesado) pra não ter prejuízo. Se a gente se acomoda, não organiza, nem muda a arrumação do local, não controla o estoque, nem vê o que vende mais, nem anota o que procuram...

E ainda por cima dá pouca atenção ao cliente. Pode terminar perdendo essa clientela e o negócio pode ir por água abaixo.



Muitas vezes, seu Zé, uma coisa leva a outra: vende pouco, ou até vende muito, e o dinheiro não aparece. Isso desanima e o senhor não vê solução para sua empresa.



Mas é assim mesmo que está: só dificuldade, pouco dinheiro e muito trabalho. O problema está aqui, é isso?



Zé, você lembra o que o Amigão perguntou no começo da conversa?

Quem são seus clientes? O que mais compram? Como compram? O motivo de eles comprarem aqui?



Lembro das perguntas. Pra responder, tem que ter um tempo.



Então, comece a responder agora!



Porque você vai começar a ver o seu negócio com outro olhar, você vai analisar as coisas.

Foi exatamente com essa conversa que eu mudei. Levei tempo pra me ajeitar, eu não tinha nada organizado, não fazia ficha de estoque, não calculava quanto vendia por dia e por produto... Aí, me esforcei! Todo dia eu anotava: "vendi tanto de carne, tanto de peixe", "a dona Ana leva tal coisa sempre", "a vizinha dela compra outro produto". Acabei conhecendo quem me comprava mais e fui falar com os fornecedores para vender bons produtos com bons preços.





É, pessoal, preciso começar. Já estou atrasado...



Depois que você fizer seus controles, vai perceber que os clientes escolhem comprar por vários fatores!

Pense em tudo que eles precisam, pergunte se faltou algum produto, se eles gostaram do produto que levaram da outra vez...



Raimundo, você perguntou mesmo?



Sim. Foi aí que descobri que podia colocar mais pra vender, desde que fosse no meu ramo. Passei a fazer entrega na casa de quem mora mais longe. Isso é comodidade para os clientes! Eles adoraram!

Fiz acordo com o Paulo da bicicleta, que começou a fazer uma ou outra entrega. Agora ele trabalha só comigo, fazendo entrega todo dia. Dei até uma farda pra ele, que já faz propaganda quando anda pela rua. Como diz o Amigão, agreguei valor aos produtos.



É assim mesmo, seu Zé. Pergunte aos clientes as necessidades deles. Procure ver o tipo de cada cliente que vem aqui, quais produtos eles querem e veja com o quê mais o senhor pode trabalhar. O senhor tem que gostar do que faz, tem que conhecer o que vende e vender o que conhece. Quem faz o que gosta, faz melhor!



Zé, eu agora anoto tudo na caderneta. Quando chega um produto que o cliente gosta, eu aviso ou ligo pra ele. Assim, nunca perco a venda.

Eu tava pensando até em fazer um acordo com você, que vende cerveja e refrigerante, para oferecer quando vendo a carne. Um cliente um dia desses fez um churrasco e me perguntou se eu vendia bebida junto. Anteontem, pediram de novo... Vamos fazer uma parceria?

É seu Zé, o Raimundo, além de vender, quer encantar os clientes. Isso é importante porque aí ele fica freguês, passa a te procurar toda vez que precisar comprar cerveja e refrigerante e também te indica para os amigos dele.



Tá ótimo!
Vamos começar agora! O que
tenho que fazer primeiro, hein? Vamos tocar a
parceria logo...

Bem,
antes de vender
pros outros, venda pra
mim. Estou com sede. Me
dê um refrigerante.



Zé, comece
respondendo essas perguntas. Volto na
quinta-feira para continuar a conversa.

Lembre-se:
Toda pessoa fica **insatisfeita** quando
se oferece **menos** do que ela deseja e **muito**
satisfeita se lhe oferecem **mais** do que
esperava.



Até mais
pessoal!

Tchau,
obrigado pela
visita!

Tchau, até a
próxima semana!

FIM

