

O treino funcional num ginásio depende de exercícios que imitam as ações em que nos podemos envolver durante o nosso dia-a-dia. Da mesma forma, no treino de vendas podemos procurar atividades nas quais já estamos envolvidos, como sessões práticas, para desenvolver competências em vendas. Já pensou nisto? Será que podemos, então, treinar interação para a relação, empatia para a “ligação”, criatividade para encontrar soluções e comunicação para ser mais eficaz?

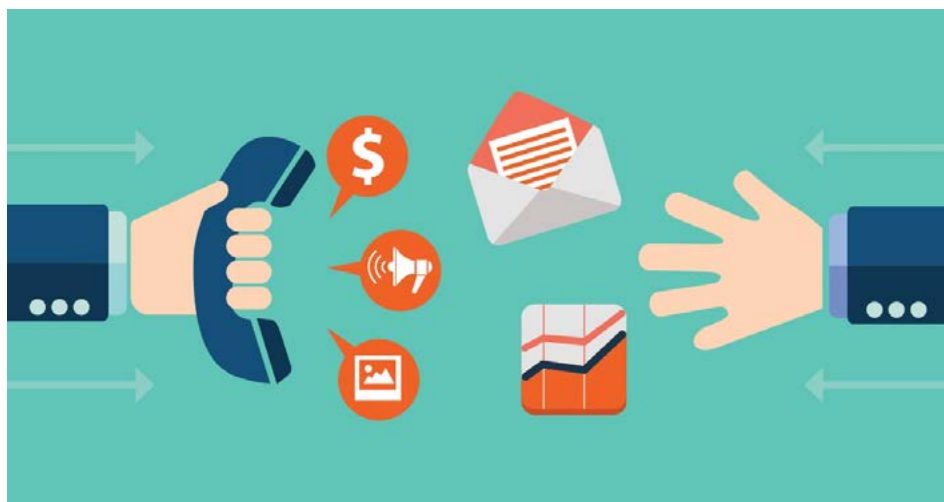
Sim, com um foco intencional e um pouco de planeamento no treino para desenvolver estas “skills” todos os dias. Como é meu hábito, pois também sou um homem de rotinas (acredito profundamente que somos aquilo que repetidamente fazemos), num formato de “copos telegráficos”, aqui estão seis competências funcionais que podem, eventualmente, ser desenvolvidas diariamente:

1 Descobrir os problemas e desafios do cliente – A capacidade de entender os problemas dos clientes com potencial de compra é uma competência crítica nas vendas. A tecnologia e automação assumem, e bem, as vendas de simples transações, enquanto os vendedores de hoje podem trabalhar esclarecimentos de problemas reais que os clientes estão a enfrentar nas vendas de soluções e projetos mais elaborados. Saber fazer perguntas é uma arte, embora não seja suficiente. Hoje, o papel é quase o do detetive, demonstrando conforto no “caminho de compra” com proximidade e conectividade. Duas dicas práticas podem ser estas: ir para um evento profissional (workshop ou seminário) e comprometer-se consigo mesmo a falar o mínimo possível – do tipo de, quando sentir vontade de fazer uma intervenção, fazer apenas e só uma pergunta; ao ouvir os profissionais dos programas favoritos de jornalismo (na TV, rádio ou podcasts), prestar atenção a como eles fazem perguntas para que as pessoas se abram e sintam confortáveis. Experimente, pois a mim custou-me muito fazer, mas provocou bons resultados com algum treino.

2 Criar empatia com os clientes – Já pensou que, ironicamente, quanto mais tecnologia se insere em determinados dispositivos mais a interação

humana se torna importante? Um algoritmo pode, eventualmente, ser melhor para descobrir as necessidades de um cliente em potencial, mas não pode substituir a interação empática entre duas pessoas (comprador e vendedor). A empatia é uma habilidade humana, acredito que em parte inata, embora possa ser melhorada com a prática. Como estamos sempre rodeados de pessoas, ficam aqui duas sugestões para serem repetidas diariamente: contacto visual com todas as pessoas com que se cruze no seu dia-a-dia, cumprimentando-as pelo nome sempre que possível (quando identificadas); quando estiver com um grupo de amigos, perguntar sobre um desafio atual do outro, extraprofissional, e não fazer nada mais senão ouvir o

dos. A concorrência é um bom e saudável estímulo, até para nos podermos comparar com alguém em algumas métricas, num mundo competitivo, dinâmico e desafiante. E se essa competitividade, para que o mercado discrimine a nosso favor amanhã, pudesse ser trabalhada como um músculo? Logo, quanto mais usar a competição, mais eficaz vai ficar em bater metas, e, como a mim próprio recorde sempre, no limite “o maior desafio somos nós mesmos com o que conseguimos melhorar hoje sobre os resultados de ontem”. Uma sugestão simples para cultivar esta competência funcional: definir metas, sejam elas semanais ou mensais em algumas atividades extraprofissionais (exemplos: tempo de permanência no gi-



outro. Lembre-se – a venda é um processo de ouvir o outro, bem mais do que falar. Quando ouvimos, estamos, à partida, sempre a receber algo que não sabemos ainda!

“Um algoritmo pode, eventualmente, ser melhor para descobrir as necessidades de um cliente em potencial, mas não pode substituir a interação empática entre duas pessoas.”

3 Ser competitivo e ambicioso (de forma sadia) – Só consigo conceber o jogo das vendas com objetivos bem definidos e recompensas pelo seu atingimento, visto que são essas recompensas (e reconhecimento) o desafio e a energia que alimentam os bons resulta-

nário ou a fazer exercício físico, número de livros lidos ou “x” páginas de um livro, chegar mais cedo a um determinado horário de entrada no escritório, etc.) e acompanhe medindo os progressos. Registe os resultados de atividades dentro e fora do trabalho, não se restringindo ao extraprofissional (exemplo: indicadores e objetivos de vendas, etc.), em função do período de análise definido e supere-se. Isto é uma prática simples para ganhar músculo na função competição.

4 Exercer o poder de influência em quem queremos atingir – As conversas ou reuniões “one to one” são importantes e normalmente não intimidam ninguém (julgo que uma maioria é forte neste modelo). A questão é quando o processo de uma proposta que apresentamos avança e mais à frente temos de