

10 características comportamentais de um vendedor TOP PERFORMER!



JOSÉ CARLOS F. PEREIRA
MBA pela ESADE*
Business Expert & Developer

Dentro de uma colaboração de 2 anos com a Start&Go, que tanto me orgulha, no pensar do tema das vendas e fruto de 20 anos “de estrada a vender”, o desafio foi abordar os “top performers”, fazendo notar que em nenhum momento se pretende que este artigo tenha verdades absolutas.

É a minha experiência – do que vi, do que experimentei e do que aprendi, em várias geografias e com equipas multiculturais, com as quais já tive (e tenho) felizmente o privilégio de trabalhar e de partilhar. Só por isso sou grato pelo que tenho e por tudo o que também já recebi. E quando aprendemos mais é quando ensinamos e partilhamos, mais até do que quando fazemos. Não é uma receita do tipo “se for assim,

“Gerir o sucesso é bem mais difícil que gerir o insucesso”; parece um contrassenso, mas não é

conseguirá os resultados X”. Longe disso, apenas e só tentar estruturar algumas boas características e práticas. Acredito que seja este um hipotético perfil a ter em conta se desejarmos atingir resultados excepcionais. E reconheço que mais pontos poderiam ser acrescentados.

Entrar na “cabeça” de um comercial de excelência não é fácil, e decifrar a mesma ainda mais. Embora todos tenham um estilo próprio – uma estratégia, uma tática, uma abordagem e um processo –, o seu “mindset” é surpreendentemente próximo e similar. Daí que, no limite, poderíamos mesmo afirmar que 90% do sucesso nas vendas é mental, é comportamental



e está muito relacionado com atitudes e bons juízos de valor repetidos diariamente.

O modelo que mais gosto de usar é por estratégias simples e tipo “copos” telegráficos para que as ideias fiquem arrumadas. E é este formato que tento manter neste artigo para ser coerente numa linha de pensamento o mais estruturada possível. Logo, para estar no grupo dos melhores, sugiro ter em atenção as **10 características que apresento de seguida.**

#1 Criam facilmente uma ligação com os clientes – são empáticos e genuínos por natureza. Preocupam-se em conhecer bem a “viagem de quem compra” e todas as potenciais “buyers personas” do ecossistema do seu negócio – os seus problemas/desafios, as suas prioridades e responsabilidades diárias, etc. Quem compra são pessoas, quem vende são pessoas; quem dominar a “gestão da relação” cria ligações fortes, de confiança e respeito mútuo.

#2 Querem sempre ganhar – faço notar que saber perder também é válido, numa ótica, não de perda, mas

sim de aprendizagem, diagnosticando o porquê da perda. Ajudar genuinamente o comprador a decidir não chega; há que ter um desafio associado, uma espécie de competição intrínseca, e é isso que também os faz mover quando querem atingir resultados extraordinários. No limite, competir connosco e com melhores resultados do que ontem. Um top performer gosta de ver o seu nome reconhecido numa listagem dos melhores vendedores do mês (do semestre, do ano,...) – tem de gostar e tem de celebrar o reconhecimento. Se possível, aumentar o número de vezes e quantidade que vende por interação com o cliente num determinado período de tempo – vendas repetidas e recomendação como foco.

“gerir o sucesso é bem mais difícil que gerir o insucesso”; parece um contrassenso, mas não é.

#3 Acreditam no produto/serviço – genuinamente têm de acreditar no valor do seu produto/serviço. E isto reconhece-se quando falam do mesmo com o seu mercado potencial, contribuindo

do para quebrar a resistência de compra e as dúvidas de quem tem de tomar uma decisão. Outra das vantagens é que, se conhecem o valor do produto, sabem o preço daquilo que entregam, logo evitam descontos absurdos que por vezes são praticados sem fazer contas.

#4 São naturalmente esforçados e fazem mais do que lhes é pedido – o talento é muito importante nos top performers, mas isso é uma pequena parte; a maior fatia está no “suor” e no trabalho duro – “quanto mais trabalho mais sorte tenho”; adoro utilizar esta frase! A inspiração e boa performance existem, mas têm de nos encontrar a trabalhar. Logo, estar no topo da lista pode até parecer simples, mas não é fácil e é só para alguns.

#5 Grande capacidade de resiliência perante adversidades – a performance nem sempre está em cima. E já o digo há muito – “gerir o sucesso é bem mais difícil que gerir o insucesso”; parece um contrassenso, mas não é. A diferença é que vendedores que não conhecem os ciclos facilmente vão abaixo e não têm capacidade de recuperar dos maus resultados emocionalmente, provocando ainda piores performances. Sem confiança não há venda. Os melhores, numa situação de ciclo mais baixo, ficam calmos, compreendem o jogo e as regras do jogo. No limite, redefinem objetivos (alterando datas de realização), gradualmente, até voltarem de novo a grandes números. As vendas também obedecem a ciclos, a altos e baixos... o segredo está em ser consistente e tentar estar quase sempre “em cima”, pois sempre é utópico.

#6 São apaixonados pelo que fazem – para termos sucesso, temos de gostar daquilo que fazemos, num desafio estimulante. Esse desafio é a energia para a ação, para não desistir perante adversidades e para ser paciente a qualificar, desqualificar e negociar. Bons vendedores adoram aquilo que fazem; top performers amam aquilo que fazem e têm um porquê (propósito) que os alimenta. Descobrir o porquê do que nos move pode ser o segredo para resultados anormalmente grandes (para refletir, pois por vezes esse propósito é mais forte do que o que fazemos ou como o fazemos).



#7 Têm “o seu quê” de alguma paranoia no fecho – um top performer não considera um acordo comercial, ou intenção de compra, como um negócio fechado. O negócio só fica fechado quando o cliente paga, efetivamente paga. Transforma uma intenção, vontade ou discriminação de quem compra em dinheiro – cheque ou transferência bancária. Ajuda o comprador na sua viagem de decisão com uma paranóia entre oportunidade e fecho. E só aí, no pagamento, é que dá a venda como encerrada. Quando a encerra, já só pensa em como repetir, em como “engordar” uma futura venda e como pode ser recomendado (referenciado) a outros potenciais clientes do círculo do seu interlocutor. A energia de um “craque” em vendas está concentrada naquilo que controla, que depende dele e que pode influenciar (controlar)

#8 São focados em resultados – sabem exactamente o que querem, como querem e de quem querem. O foco aumenta o domínio do processo de venda e de quais são realmente os drivers do negócio. Não se distraem com enquadramentos menos favoráveis ou com tomadas de decisão mais demoradas. E não esquecer a consistência no processo, assim como medir aquilo que estão a fazer, aquilo que resulta e o que não resulta.

#9 São eficientes e eficazes – organização do tempo e das prioridades é uma obrigação. Entram aqui, muitas vezes, conceitos “baralhados” de desempenho que justifica clarificar de forma simples - Eficiência (fazer bem feito - processos) e

Eficácia (fazer o que tem de ser feito – resultados). E nunca esquecer de perguntar sempre: “isto precisa ser feito?”. Se for possível automatizar algumas tarefas rotineiras, fazem-no. Tudo aquilo que não é produtivo e não aponta para resultados rejeitam, sejam formulários, “cafezinhos”, ou reuniões sem sentido e sem uma ordem de trabalhos. Colocam a si mesmo as seguintes questões: O que é que eu quero?; Onde é que estou relativamente ao que quero?; Como chego lá?

#10 Focam-se em “variáveis” (factores) que podem controlar – a performance não depende só de fatores que controlamos. Há fatores não controláveis que influenciam uma decisão, e não podemos de todo controlar. Saber isso já é uma vantagem competitiva de um “top performer”. Perder tempo num orçamento que foi condicionado para metade (pela administração e não pelo decisor), num cliente que está a passar por uma má fase, na empresa que não proporciona todos os recursos hipoteticamente necessários para vender, num governo que não cria condições para uma concorrência leal, e por aí fora, não leva a resultados. A energia de um “craque” em vendas está concentrada naquilo que controla, que depende dele e que pode influenciar (controlar). Esta característica comportamental, atitude, mantém a sua paixão e entusiasmo “em cima” e assegura que toda a energia da venda esteja a ser canalizada para produtividade, e não para desculpas. Espero que a leitura tenha merecido o tempo investido - sempre focados em que “o nosso maior desafio somos nós próprios!!”