

Montando Uma Boa Equipe de Venda de Serviços

Como Obter e Manter Uma Boa Equipe de Vendedores? Qual o Perfil Ideal dos Vendedores? O Que é Melhor – Equipe Própria ou Vendedores Autônomos?

No mundo moderno – marcado pela feroz concorrência entre as empresas prestadoras de serviços – a época de vender com facilidade já se foi e, atualmente, é necessário que as empresas se esforcem bastante e tenham muita imaginação.

Com a crescente oferta de serviços à disposição dos consumidores torna-se dramática a busca pelo estímulo à demanda e, nessa trajetória, as empresas de serviços devem traçar estratégias de venda baseadas na sua “tropa de choque” – a força de vendas. Mas, como obter e manter uma boa equipe de vendedores?

O primeiro passo da organização é definir o tipo de força de vendas que será utilizado. Ou seja, equipe própria ou vendedores autônomos? É evidente que ambas têm vantagens e desvantagens e, por isso mesmo, a empresa deve avaliar com antecedência o tipo de serviço que imagina prestar e o perfil das pessoas envolvidas nisso.

Para uma empresa vender um bem intangível é necessário entender que hoje não é mais o vendedor que vende, mas é o cliente que compra desde que as contingências de compra sejam bem administradas pelo vendedor.

Nesse sentido, o processo começa no recrutamento e na seleção da força de vendas. O perfil profissional dos vendedores deve contemplar – entre outras coisas – agilidade de raciocínio, grande habilidade em persuasão, conhecimentos técnicos e atendimento pós-venda.

Em termos de mercado espera-se que eles (as) saibam observar a concorrência, buscar novos clientes, sugerir novos tipos de serviços e servir como consultores aos clientes.

Em decorrência disso exige-se que os vendedores de serviços sejam constantemente treinados, a fim de poderem identificar as necessidades de seus clientes, detectando problemas e propondo soluções.

O treinamento deve ser orientado para suprir as deficiências sobre os conhecimentos, as habilidades e as atitudes dos vendedores. Sendo assim, os programas de treinamento devem melhorar o desempenho dos vendedores quanto ao conhecimento:

- Das Necessidades dos Clientes.
- Dos Procedimentos de Venda.
- Do Mercado em Que Atuam.
- Dos Serviços Ofertados.
- Da Empresa.

Em relação às habilidades, o treinamento pode ajudar:

- A reconhecer os sinais de compras emitidos pelos clientes.
- Em como vencer as objeções dos clientes
- Na argumentação de vendas.
- Abordar os clientes.
- Fechar a venda.

Quanto às atitudes, um bom programa de treinamento deve ter como objetivo principal tornar os vendedores mais colaborativos, mais cordiais e empáticos com os clientes. Ou seja, criar a atitude servir e prestar serviços.