

## Socorro, eu preciso vender!

Tenho feito seleção de pessoal para trabalhar na área de vendas com alguma frequência e o resultado não tem sido nada bom.

Posso listar aqui alguns motivos desta constatação.

A maioria das pessoas não é vendedora, ela está vendedora!

Isso significa dizer que para a maioria das pessoas, elas estão vendedoras, isto é, não é uma profissão definitiva, é como algo passageiro.

Mas eu pergunto a você: Você crê realmente que não precisa vender e não sabe vender nada?

Bem, sinto informá-lo, mas tudo é vendido e tudo é vendável!

Isso significa dizer que em qualquer relacionamento com outra pessoa há um ato de venda. Pense comigo!

Se você precisar de um emprego, você não vai procurar ressaltar no seu currículo as suas virtudes, os seus atributos profissionais, as suas qualificações e, inclusive, descrever as empresas para qual já trabalhou?

Claro que sim!

Você ressaltará somente seus atributos, suas qualidades, suas virtudes e esconderá os defeitos, certo?

Isso é vender!

Se você não fizer isso direito, não conseguirá nem a oportunidade de ser chamada para uma entrevista. Sem entrevista não há emprego. Então, é preciso saber se vender no currículo.

Claro que um amigo pode te indicar para uma empresa, pois a sua amizade pesa na hora da indicação e você conseguirá a contratação.

Isso é vender!

Você mostrou atributos profissionais ao seu amigo que o levaram a esta indicação e a uma possível contratação. Você vendeu estas qualidades profissional para ele, certo?

Agora imagine se você chegar para os seus amigos e só ficar reclamando do seu trabalho?

Crê ainda assim que ele vai te indicar para algum trabalho? Claro que não! Você vendeu a ele somente seus defeitos!

Você compraria um produto com defeito?

Há pessoas que compram, mas elas sabem como consertá-los, mas a maioria não compra nada com defeito.

Lembre-se, a maioria das pessoas contratadas vieram por uma indicação. Mas para por aí, porque as empresas fazem testes seletivos para identificar exatamente se aquela pessoa se encaixa no perfil da vaga desejada por ela. São testes de perfil psicológico, são testes de habilidades, são testes em grupo para verificar os comportamentos em equipe, há entrevistas com os superiores e há empresas que ainda fazem entrevistas com os seus pares.

Para todas estas pessoas você vai ter que vender seu peixe, isto é, deverá deixar claro para elas que você é a pessoal ideal para aquela função naquela empresa.

As minhas experiências mostram que as coisas têm sido exatamente ao contrário.

As pessoas não aproveitam à oportunidade de se vender. É uma pena, porque isso vai fazendo com que ela seja filtrada pelo caminho.

Recentemente eu entrevistei uma moça de 20 anos e para testá-la fui colocando-a sob pressão, como um cliente irado faz quando entra na sua loja, na sua empresa, certo? Ele repete, diversas vezes, a mesma coisa, traz rancores da família junto com a reclamação, traz rancores de outras experiências desagradáveis que ele já passou e outras coisas mais, certo?

No começo ela mostrou certo equilíbrio, mas na medida em que eu ia aumentando a pressão sobre ela, ela foi ficando incomodada, sua expressão facial foi mudando, sua postura foi assumindo a posição de alguém que quer voar na goela do adversário, seus olhos foram demonstrando raiva, mas ela tentava lutar para que isso não acontecesse, mas acontecia. Ela não estava preparada para a pressão, creio que saiu de lá sabendo que tinha terminado tudo para ela na seleção. Ela não estava preparada para vender. É uma pena! Tanto que assim que nós terminamos a entrevista e ela saiu da sala, a psicóloga que estava comigo disse tacitamente, essa moça não serve, ela não vai agüentar a pressão na loja do seu cliente.

É isso mesmo pessoal, ela foi descartada naquela hora porque não soube controlar seus defeitos e exaltar as suas virtudes. Era uma moça bonita, mas era desmotivada e se irritava facilmente. Quem vende não pode se irritar facilmente, em hipótese alguma, nem se deixar le-

var pelos sentimentos pura e simplesmente. É preciso controlar suas emoções a fim de poder o controle da situação. Imagina se ela estivesse ali irritada e eu fosse mesmo o cliente... Eu como cliente sentiria estas coisas e nunca mais voltaria naquela empresa. Seria um cliente perdido. Lembre-se do que eu escrevi aqui recentemente, 2/3 dos seus clientes você perde por mau atendimento, por uma má venda!

Carpe Diem e bons negócios!

Celso Negrão  
celsonegrao@uol.com.br