

100 FRASES

PARA USAR NO CONTORNO DE OBJEÇÕES E FECHAR VENDAS

Agora você terá as melhores respostas para derrubar o muro que seus clientes criam e vender como um monstro

THIAGO
CONCER | osv

ÍNDICE

Introdução	3
1ª - Como você contorna essa objeção: "Não tenho dinheiro"?	4
2ª - Como você contorna essa objeção: "Preciso de tempo para pensar"?	6
3ª - Como você contorna essa objeção: "O momento é incerto para investir"?	9
4ª - Como você contorna essa objeção: "Não sei se a diretoria aprova a ideia"?	12
5ª - Como você contorna essa objeção: "Seu concorrente tem um preço menor"?	15
6ª - Como você contorna essa objeção: "Estou satisfeito com o serviço/produto que utilizo"?	18
7ª - Como você contorna essa objeção: "Desculpa, mas estou sem tempo"?	21
8ª - Como você contorna essa objeção: "Na verdade já tenho esse produto"?	23
9ª - Como você contorna essa objeção: "Eu vou esperar passar essa crise"?	25
10ª - Como você contorna essa objeção: "Não é algo do qual eu precise"?	27

100 FRASES

PARA USAR NO CONTORNO DE OBJEÇÕES E FECHAR VENDAS

INTRODUÇÃO

Atualmente, em todas as minhas mídias sociais, reúno mais de um milhão de seguidores. Todos esses profissionais têm um ponto em comum: o Orgulho de Ser Vendedor. Juntos, formamos a Comunidade OSV!

Esse manual surgiu justamente do engajamento de toda a comunidade. Ele começou a se formar a partir de uma série de postagens feitas no meu perfil do Instagram, onde eu questionava qual seria a resposta perfeita para as objeções dos clientes.

A cada publicação, mais vendedores vinham comentar e apresentar suas respostas. Ao todo, foram dez objeções que renderam mais de duas mil respostas.

Selecionar as melhores frases para este material não foi tarefa fácil. Foram centenas de contornos de objeções de altíssima qualidade. A cada resposta, notava uma visão diferente, um detalhe que havia passado despercebido, um argumento mais sofisticado, e por aí vai.

Eu selecionei as dez melhores respostas para vocês terem um arsenal com os discursos de vendas que mais conquistam clientes.

Portanto, usem esse conteúdo sem moderação e adaptem ao seu nicho. Imprima, sublinhe, anote e estude para se preparar e responder a altura qualquer impedimento que o consumidor apresentar.

Uma ótima leitura!

Como você contorna essa objeção:

“NÃO TENHO DINHEIRO”?

1^a

1

“Com todo respeito, senhor... você realmente quer investir em si mesmo? Qual a pessoa que não tem tempo pra si? Para se melhorar? Ou prefere estagnar e não solucionar o contratempo que tem? Então, qual tipo de pessoa é você? As que querem ter uma vida mais elevada (fora da curva), ou as que são medíocres? Essas são as opções. Estou te dando essa oportunidade, porque é o que gosto de fazer e gostaria de te ajudar a resolver esse problema. Lembre-se que podemos parcelar”.

2

Acredito que a fidelização do cliente iria valer mais do que a venda específica. Eu mostraria compreensão, indicaria alternativas de mercado. Não quero que ele me veja como alguém que está ali para empurrar o produto e, sim, seu consultor de confiança. E que quando eu disser na próxima vez: “essa oportunidade você não pode perder”, ele irá comprar.

3

“Acredito que você esteja sem dinheiro no momento, porém, como o senhor (a) gostou de todos os benefícios e características do meu produto que atende às suas necessidades, vamos combinar a melhor data de pagamento que tenho a certeza que o senhor poupará no que não é necessário e fará esta compra inteligente”.

4

“Não tem dinheiro? Isso não é problema... vamos lá! Se eu estou aqui é por um motivo: você. Certo? Com certeza o que eu te ofereço você quer de verdade, não é mesmo? Quando você pode pagar? Ou como você pode pagar?” Tendo as opções da proposta, já fecho o negócio.

5

“Eu compreendo a sua situação. Mas, além disso, João, tem algo a mais que te impeça de comprar?”

Como você contorna essa objeção:

“NÃO TENHO DINHEIRO”?

6

“É por isso, que estou aqui e estamos tendo essa conversa. Assim como você, milhares de pessoas estão nesta situação. A diferença é que você está prestes a mudar isso por meio do meu serviço/produto. Agora você passará a vender mais e melhor”.

7

Primeiramente, dizer que "não tenho dinheiro" já é um desejo de compra, pois, se ele não quisesse o seu produto, nem te daria atenção. Segundo, preço é o que você paga, valor é o que você recebe e sua missão é mostrar as transformações que o seu produto pode proporcionar ao cliente (com provas sociais e autoridade). Isso gera um sentimento de pertencimento e então elas ficam mais propensas a comprar seu produto.

8

Não vendo produtos, VENDO SOLUÇÕES. Vender material de acabamento é vender realização de sonhos. A resposta de não ter dinheiro do cliente é momentânea, mas se meu trabalho for bom, o dinheiro será secundário. Minhas soluções apresentadas serão prioridades.

9

Mostraria empatia pela sua situação atual, para buscar uma conexão novamente, após isso, falaria novamente das qualidades do produto para agregar mais valor e fazer com que o preço já não seja uma objeção. Usaria a escassez para criar o senso de urgência e, por fim, finalizaria com as nossas condições de pagamento.

10

“Eu entendo, na atual conjuntura investir dinheiro só se estiver mesmo 100% seguro, não é mesmo? Já estive no seu lugar, mas quando eu percebi que o (fale do seu produto) trouxe o benefício (comente a transformação) para mim, percebi que investimento não era mais uma questão de quanto custa e sim de como eu posso pagar por ele. E veja como estou hoje”.

Como você contorna essa objeção:

“PRECISO DE TEMPO PARA PENSAR”?

2^a

1

“Certo, senhor, eu entendo que precisa pensar, porém, além de você, mais alguma pessoa decide sobre a compra? Podemos fazer um grupo no WhatsApp e assim posso enviar fotos do produto e características para que possamos pensar juntos a respeito. E sobre o produto você tem alguma dúvida? O preço ficou dentro do que você procura? Se fecharmos hoje, o senhor ganha um brinde. Tenho certeza que vai gostar”.

2

“Ótimo. Você precisa realmente pensar como será quando você tiver isso em suas mãos? Olha o tempo que você irá economizar de vida se aderir a esta solução agora. Talvez aproveite mais oportunidades? Fazer mais dinheiro? Bom, certamente com todos os benefícios que este produto oferece, o que você precisa pensar é como irá desfrutar disso tudo. Espero que considere também o que você irá perder caso não opte pela compra. Imagina se manter como está, tendo a chance de piorar a situação? Sabemos que quando não resolvemos nossos problemas, eles podem aumentar significativamente e depois pode ser tarde para reverter. Então, espero seu contato até o fim do dia, para você ainda aproveitar o bônus das compras efetuadas hoje. Caso precise de mais tempo, me avise que eu vejo quais condições consigo manter pra você. Estarei à disposição caso surjam mais dúvidas. Fica com meu cartão”.

3

“Você tem todo tempo do mundo para pensar, porém, tem só esse momento para assinar. Vender eu sei que eu vou, mas espero que seja para você e agora. Nossa empresa não faz reserva. Tendo em vista que você gostou e está aqui prestes a comprar, penso que essa atitude já foi pensada e o que está acontecendo é o frio na barriga entre fechar ou não. Essa sensação só vem quando estamos subindo ou descendo e tenho certeza que você ao fechar neste momento não está descendo em nada na sua vida, pelo contrário, está subindo e dando um passo importantíssimo”.

Como você contorna essa objeção:

“PRECISO DE TEMPO PARA PENSAR”?

4

Compreendo que é preciso pensar e analisar melhor antes de tomar uma decisão. Mas compartilhe comigo, qual a sua principal dúvida e qual ponto exatamente você precisa analisar melhor?”

5

“Eu entendo que você precise pensar. Muitas pessoas na mesma situação que você optam por reservar um momento de reflexão a respeito de uma grande decisão. Agora, essa seria a sua única preocupação? Apenas para que eu possa entender, no que exatamente você precisa pensar? Em algo do que conversamos, algo te apresentei ou deixei de te apresentar? Você sentiu falta de alguma coisa que é determinante para a sua decisão?”

6

“Olá, senhor, como pôde notar, esse produto realmente está sendo muito vendido e por esse motivo só conseguirei manter esse valor até o término dessa ligação. Caso realmente precise de mais tempo, infelizmente, não conseguirei manter esse valor. Gostaria de ressaltar as qualidades e benefícios que nosso produto irá fazer em sua vida. Vamos finalizar sua compra agora?”

7

Sim, Clarissa, é sempre necessário pensar antes uma decisão, e me diga uma coisa: quanto tempo você se entrega a momentos prazerosos na sua vida? Vamos pensar juntas como esse produto/serviço facilitaria suas tarefas e melhoraria seus resultados. Justamente por ser um produto/serviço diferenciado restam apenas duas vagas/produtos em estoque. Ou seja, garanta o seu agora mesmo, pois essas condições valem somente esta semana ou enquanto durar o estoque”.

Como você contorna essa objeção:

“PRECISO DE TEMPO PARA PENSAR”?

8

“Concordo plenamente com você, afinal essa é uma decisão importante e eu quero que você se sinta confiante e feliz em estar fechando essa parceria comigo. Então, vamos fazer o seguinte: vamos nos falar daqui a (dê um prazo). Nesse tempo você vai ter o período que precisa para anotar todas as suas dúvidas para que eu, junto com você, possa responder tudo o que precisa para tomar uma boa decisão. Você acha isso uma boa ideia? Então, acha uma boa ideia marcar para esse dia? Qual horário é mais tranquilo para você conversar? Perfeito! Até lá!”

9

“É de senso comum que o tempo é o único bem impossível de ser recuperado. Certamente, você já ouviu a expressão: tempo é dinheiro, correto? A sua indecisão para tomada de decisão poderá lhe custar ambos, seja aceitando ou não a minha proposta. O meu objetivo é que nós dois possamos ganhar tanto tempo, quanto dinheiro. O que te impede de fecharmos esta parceria agora mesmo?”

10

“Certo, Sr. Carlos. Antes de encerrarmos, só vou repassar alguns pontos com você. O senhor gostou do produto e atendeu a expectativa? Ele fez sentido para a sua necessidade e têm fit com seu negócio? O preço está dentro do seu orçamento e alçada?” Caso ele respondesse negativamente alguma questão, achou o motivo do “preciso pensar”. Se responder sim, peça o fechamento.

Como você contorna essa objeção:

“O MOMENTO É INCERTO PARA INVESTIR”?

3^a

1

“Neste momento, existem dois tipos de pessoas: aquelas que vão falar do momento atual, ter medo e adiar o que precisa ser feito e as que entendem que em momentos de crises estão as melhores oportunidades. O senhor (a) é qual dessas duas?”

2

“Senhor, incerto é sair de um momento de crise sem novas perspectivas. O que estou lhe oferecendo é uma oportunidade de investir enquanto o mundo segue na contramão. Pense em quantas empresas se reinventaram e cresceram nesse momento: vendas pela internet, empresas de entrega, cursos EAD, enfim... e quantos projetos saíram da gaveta impulsionados pela necessidade de renda na crise. O produto é bom? Resolve seu problema? Como ficou o investimento para o senhor? Então tá perfeito, assina aqui, por favor”.

3

“Compreendo a sua indecisão, Thiago, mas é exatamente por isso que este é o melhor momento. As melhores situações é onde as grandes marcas trabalham o seu branding e elevam seus preços. Hoje a oportunidade é totalmente exclusiva devido a essa situação única e passageira. O mercado está voltando cada vez mais, e quem aproveitar as oportunidades que surgem nas crises acaba sempre saindo na frente, afinal, não teríamos uma oportunidade dessas em outros momentos não é mesmo?”

4

“São nos momentos de crises que surgem as grandes oportunidades. Pensando assim, enquanto a concorrência chora, o senhor poderá estar vendendo lenços. No momento que estamos vivendo quem sai na frente é quem adapta ao cenário atual. Investir agora será um passo à frente da concorrência. Ainda mais quando se trata de um investimento proporcionado por uma empresa consolidada no mercado”.

Como você contorna essa objeção:

“O MOMENTO É INCERTO PARA INVESTIR”?

5

“Senhor (a), eu compreendo o seu medo, esse momento em que vivemos nos trouxe esse sentimento de insegurança. No entanto, veja essa proposta como uma oportunidade única, na qual vai fazer a sua empresa se destacar e largar na frente. Esse é o momento de surpreender o seu cliente. E acredite: o resultado positivo será certo”

6

“Entendi, senhor Thiago. Eu compreendo como o senhor se sente. Também já me senti assim, mas veja o que eu descobri. Quem cria a minha realidade não são as circunstâncias externas, mas sim a minha capacidade de planejamento, preparo e visão de futuro. Dessa forma, o que venho te propor é justamente uma saída segura para um momento como esse. Portanto, excluindo a incerteza, o que te impede de fechar esse investimento altamente lucrativo?”

7

“Compreendo, senhor Carlos. Eu também pensava assim como o senhor. Infelizmente, perdi muitas boas oportunidades. Mas reflita: daqui a um ano você vai desejar voltar no hoje. Não existe momento certo. A decisão está nas suas mãos... podemos fechar?”

8

“Thiago, eu entendo sua incerteza, na sua posição eu também ficaria assim. Mas o que aconteceria se você levasse essa decisão para a diretoria enquanto a concorrência apresenta crescimento? Se o seu concorrente decidir investir agora, quem vai competir com ele? Você pode começar quando a concorrência estiver pesada no futuro, gastando muito mais dinheiro e tempo para brigar por um cliente ou pode aproveitar a oportunidade que toda concorrência está recuada, ganhar vantagem, conquistar mais clientes, e , quando a concorrência decidir investir terá que enfrentar você. Isso mesmo, você já terá a maior parte do mercado, pois começou antes. Enquanto isso, você estará aproveitando seu tempo com a família... Thiago, pra gente começar, preciso que você assine aqui...”

Como você contorna essa objeção:

“O MOMENTO É INCERTO PARA INVESTIR”?

9

“Senhor Carlos, eu compreendo o seu pensamento, mas como profissional preciso fazer um comentário muito importante: já passamos por situações nacionais e mundiais muito piores e em todas tivemos pessoas ganhando dinheiro comprando na baixa e outras se recolhendo. Qual lado o senhor prefere estar quando esse momento passar?”

10

Senhora Antonia, entendo que o momento que estamos passando é de muitas incertezas, porém, agora as ideias criativas e inovadoras irão revolucionar o mercado. Meu produto traz uma proposta totalmente diferente de todos os outros, a inovação fará com que seu investimento tenha um retorno muito rápido. Estamos passando por um momento de inovação e a senhora será pioneira nesse novo ramo.

Como você contorna essa objeção:

“NÃO SEI SE A DIRETORIA APROVA A IDEIA”?

4^a

1

“O que está faltando pra fazer sentido pra diretoria? Você conhece as diretrizes da empresa? Me fala o que falta que vamos alinhar e encaixar de acordo com a sua necessidade?”

2

“Compreendo, Thiago. Realmente ficamos com muitas questões na cabeça. Mas vamos decidir juntos qual será a aprovação deles? De um lado, vamos colocar por que eles vão aprovar e do outro a possibilidade de não aprovarem e veremos qual será a resposta com mais favorecimento. Que tal? Vou fazer com esse papel e caneta para mostrar a você”.

3

“Vamos juntos caminhar para um acordo? Pois essa é a melhor decisão para sua empresa. Enquanto isso, me diga o que impediria de fecharmos negócio? Qual o medo da diretoria?”

4

“Compreendo a sua preocupação e no seu lugar também sentiria a mesma coisa ao avaliar uma oferta única que contempla diversas oportunidades de melhoria em sua área. Estou sentindo que você ainda não está 100% seguro dos benefícios dessa parceria. Vamos recapitular? Iremos reduzir os custos de aquisição de clientes em 15% e aumentar a produtividade do time de vendas em 18%. Com esses benefícios, a meta da sua área fica mais palpável, não é mesmo? Então, vou te ajudar a consolidar e estruturar tudo que conversamos para você passar para a diretoria, de forma objetiva e clara, os benefícios de iniciarmos agora”.

Como você contorna essa objeção:

“NÃO SEI SE A DIRETORIA APROVA A IDEIA”?

5

A resposta não deve ser uma receita de bolo, afinal vários pontos devem ser analisados. Primeiramente, você não conseguiu agendar a apresentação do projeto para o tomador de decisão (é uma falha). A pessoa que utiliza esta frase pode estar "projetando", ou seja, ela não está convencida, portanto, seu desafio ainda é vender melhor este projeto para este seu interlocutor. Quando alguém não decide ou não está preparado para fazê-lo, ela sempre dá um passo para trás e não fecha. Então, você precisa mostrar e ensinar para esta pessoa qual é o caminho. Quais os parâmetros que devem ser utilizados para uma tomada de decisão. Instruir seu cliente em como escolher a melhor solução só aumenta a sua credibilidade. Pode ser um lance de gosto pessoal, afinal você pode ser um super vendedor, ter a melhor solução, o melhor projeto e o "santo" não bater. Isto acontece, precisa mensurar as ocorrências. Para encerrar, o ponto que julgo mais importante é qual é o aprendizado a cada resposta negativa.

6

“OK, compreendo! Dessa forma, gostaria de saber a sua opinião: se fosse por você, o senhor (a) fecharia esse acordo agora? Se sim: que ótimo! Então, temos metade do acordo fechado! Entendo que o seu tempo é valioso, para que ambos sigamos nossas agendas. O que faltaria para fechar agora?”

7

“Compreendo. Além da aprovação da diretoria, existe algo a mais que impede o senhor de fechar comigo? O senhor está convicto de que o nosso produto/serviço pode impactar positivamente os negócios da empresa? O que impedirá a diretoria de fechar algo que agregará valor para eles mesmos?”

Como você contorna essa objeção:

“NÃO SEI SE A DIRETORIA APROVA A IDEIA”?

8

“Com certeza a diretoria sabe o que é bom de fato para a empresa. Meu objetivo é alinhar as expectativas da diretoria com os reais benefícios que meu produto poderá proporcionar. Então, faço questão de montar uma apresentação exclusiva para os diretores, apontando cada solução de acordo com as necessidades da empresa. Esse tipo de apresentação eu só faço para clientes especiais. Fica tranquilo que será um ótimo bate-papo. Podemos agendar para amanhã?”

9

“Compreendo perfeitamente, Thiago, isso me mostra o quanto você está interessado no crescimento e bem estar da empresa. Parabéns pelo ato de se importar, mas tem ocasiões que devemos tomar decisões ousadas quando a oportunidade é única e escassa. Sei que a diretoria confia bastante em você, ao contrário não te daria esse cargo. Então, agora é a oportunidade única de poder mostrar seu valor à empresa e confirmar a escolha dela por você”.

10

“Essa proposta é pautada em resultado. Isso que estou te mostrando é algo inovador que vai aumentar sua margem de lucro. Olhe os números novamente aqui comigo. Entendeu o impacto disso na sua operação?”

100 PARA USAR NO
FRASES CONTORNO DE
OBJEÇÕES E
FECHAR VENDAS

Como você contorna essa objeção:

“SEU CONCORRENTE TEM UM PREÇO MENOR”?

5^a

1

“O que é prioridade para você? Preço ou qualidade? Preço ou eficiência? Sempre me julgaram pelo meu serviço, porque a garantia de entrega, produto é de qualidade e tem eficiência. Meu preço não é o menor, você vai encontrar mais barato, mas a dúvida que fica é: você busca preço ou qualidade?”

2

“Entendo perfeitamente, senhor Carlos. O senhor está certíssimo em se preocupar com todos os custos da sua empresa, pois já está no mercado há mais de 20 anos, não é mesmo? Sendo assim, tenho certeza absoluta que o senhor preza por qualidade, parcerias de longo prazo e relacionamentos duradouros. Logo, não é o produto/serviço mais barato que o senhor está procurando e, sim, quem atende todas as necessidades de uma empresa com o seu porte/relevância no mercado”.

3

“Compreendo a situação Senhor Carlos. Mas seguramente posso lhe afirmar que, embora o senhor esteja me dizendo que a concorrência pratique um preço mais baixo, devo lhe alertar que abra bem os olhos para essa situação. Estamos trabalhando incansavelmente há mais de 35 anos, buscando otimizar ao máximo os nossos processos e sabemos que um preço abaixo do que eu estou lhe oferecendo agora é totalmente impraticável. Devo lhe dizer que possivelmente você compre gato e receba lebre caso opte pela concorrência. E, se após eu ter dito tudo isso o senhor ainda preferir comprar com a minha concorrência, estarei na torcida que tudo funcione bem e o senhor saia satisfeito com essa aquisição. Daqui 6 meses entrarei em contato novamente com o senhor e se mesmo assim o produto da concorrência se mostrar eficiente como o nosso, será uma excelente notícia para mim também. Será um excelente argumento para começar a trabalhar com outro tipo de produto, uma vez que é impossível alguém trabalhar com a mesma qualidade que nós, praticando um preço menor do que o nosso. E aí, senhor Carlos, você prefere comprar quando o meu produto? Entendo perfeitamente senhor, nesta época de insegurança buscamos economia para nos sentirmos mais confortáveis; mas lhe asseguro que com os anos que, tenho de experiência no mercado, o custo benefício do meu produto é muito superior e vantajoso a curto e longo prazo”.

Como você contorna essa objeção:

“SEU CONCORRENTE TEM UM PREÇO MENOR”?

4

“Se eu fizer o mesmo preço do concorrente, o senhor compraria meu produto ou do concorrente? Mas adquirindo o meu, o senhor acaba de perceber mais valor no meu produto, portanto, é justo que pague mais pelo melhor”.

5

Entendo, senhor João, mas o nosso trabalho é exclusivo e diferenciado de qualquer outro concorrente no mercado. São para um grupo seletivo de pessoas que não abrem mão de qualidade e garantia, por uma diferença irrisória de preço”.

6

“Olha, o preço é a primeira coisa que você irá esquecer quando os problemas começarem a aparecer”.

7

“Senhor Carlos, de fato, há produtos/serviços mais baratos que o meu. Ocorre que há uma grande diferença que deve ser observada: o meu serviço não é caro, mas sim, EXCLUSIVO. Senhor Carlos, pensa comigo: a sua empresa é muito importante para o senhor, certo? É ela quem patrocina seus sonhos, por isso o senhor deve tratá-la com todo carinho e cuidado, não é mesmo? Vamos fazer uma analogia: se o seu filho precisa de uma cirurgia cardíaca, senhor Carlos, o senhor vai procurar o cirurgião mais barato ou o melhor cirurgião? O melhor, não é mesmo? Pois é, mas o melhor nem sempre é o mais barato. Pense nisso”.

8

“Senhor Carlos, em uma coisa nós concordamos, o senhor gosta de produtos e serviços de qualidade. Quando foi comprar o seu sapato, a calça, com certeza não eram os mais baratos e sabe como eu sei disso? Sei porque o senhor gosta também de qualidade e garantia. Sabe que não existe o melhor produto ou serviço pelo menor preço. Posso explicar porque temos um valor maior do que a concorrência e se fizer sentido a gente continua?”

Como você contorna essa objeção:

“SEU CONCORRENTE TEM UM PREÇO MENOR”?

9

É importante focar no custo-benefício do seu produto. Eu diria assim: “Eu compreendo que existam empresas que tenham um custo menor que o nosso, mas o nosso produto [estude antes e diga as qualidades que o seu concorrente não tem]”.

10

Acredito que você nunca deve falar mal do seu concorrente neste momento. Nessas horas, apelar para esse recurso será catastrófico para a venda. É aquele ditado: “quando você fala mal dos outros está falando de si mesmo”. Então, a melhor forma de vencer as objeções é mostrar como o seu produto é excelente e a transformação que ele causa na vida desta pessoa.

100 PARA USAR NO
FRASES CONTORNO DE
OBJEÇÕES E
FECHAR VENDAS

Como você contorna essa objeção:

“ESTOU SATISFEITO COM O SERVIÇO/PRODUTO QUE UTILIZO”?

6^a

1

“Entendo completamente sua satisfação com seu serviço, porém, faço questão de lembrá-lo que estamos vivendo uma era da inovação e constantes mudanças e paradigmas são quebrados a cada minuto. Dessa maneira, peço que aproveite a oportunidade que lhe ofereço: conheça minha proposta e analise se você está feliz com a sua escolha atual pelo fato de realmente estar tendo seus objetivos alcançados ou se apenas vive em uma situação confortável. Vivemos um mundo de constantes mudanças e o mercado não perdoa quem está desatualizado. Está cada vez mais fácil e rápido se tornar obsoleto. Tenho certeza que irá se surpreender com o resultado”.

2

“Compreendo, me conte mais um pouco sobre o que esse produto/serviço tem que se apresenta de forma satisfatória ao senhor. É importante para mim como um concorrente aprender o que ele fez para te cativar. Olha que engraçado, o seu argumento é muito parecido com o do CLIENTE REFERÊNCIA. Após eu apresentar a ele os nossos diferenciais, ele aceitou fazer um teste e avaliar uma nova opção de mercado. O senhor prefere que o produto/serviço inicie na terça ou na quarta? Após o teste de X dias o senhor me diz o que achou e decide se quer continuar ou não”.

3

“Muito bem, senhor Carlos. Fico feliz que o senhor esteja satisfeito com o produto que utiliza. Hoje sabemos que com a guerra comercial muito grande, não conseguimos aumentar os valores dos nossos produtos, então precisamos comprar bem para conseguirmos vender bem. Mesmo o senhor estando satisfeito com o que tem hoje, o que o senhor mudaria no seu fornecedor atual para melhorar ainda mais a relação de vocês? Eu sanando esse ‘problema’, o senhor me daria a chance de iniciarmos nossa parceria? Prometo ao senhor que será de longo prazo e que o senhor não irá se arrepender”.

Como você contorna essa objeção:

“ESTOU SATISFEITO COM O SERVIÇO/ PRODUTO QUE UTILIZO”?

4

Começa perguntando o que o produto/serviço atual poderia melhorar para que o cliente ficasse ainda mais satisfeito. Depois, saiba quais são as principais características que o fizeram escolher a concorrência. Conheça o que um outro produto/serviço deveria oferecer que, potencialmente, o faria mudar de fornecedor. Pronto, você já tem boas informações para saber como conduzir o resto da conversa. Se seu produto/serviço atende a expectativa do cliente é só partir pro fechamento. Se não atender, agradece as informações e parte pra próxima, não fica perdendo tempo. Quando você tiver um produto/serviço que atende as prioridades desse cliente você já sabe com quem entrar em contato.

5

“Compreendo perfeitamente, as inovações acontecem muito rápido e só conseguimos acompanhar em uma oportunidade assim. Para aumentar sua satisfação atual estou aqui para apresentá-la. Nada está tão bom que não possa melhorar, posso informar os detalhes deste serviço/produto?”

6

“Nossa, até eu me interessei pra saber mais sobre esse serviço na prática, afinal, bons exemplos são essenciais para nossa melhoria contínua. Me conceda a oportunidade de fazermos um teste com nosso serviço e, após isso, faremos uma análise final juntos. No mínimo estará me ajudando com informações do mercado para que nossa empresa se adeque, será um parceiro importantíssimo pra gente se nos der essa oportunidade? Topa?”

7

“Maravilha, senhor Marcos, mas já imaginou que esta solução que está utilizando hoje, te trouxe até aqui? Mas acredito que o próximo nível, vai exigir um pouco mais. E, com certeza, nossa solução vai ajudar o senhor neste projeto”.

Como você contorna essa objeção:

“ESTOU SATISFEITO COM O SERVIÇO/ PRODUTO QUE UTILIZO”?

8

“Eu compreendo sua satisfação. Realmente o senhor possui um ótimo produto, isso é indiscutível. Por saber que o senhor preza por qualidade, não seria justo da minha parte deixar lhe apresentar o seguinte produto com alguns benefícios superiores ao produto ao que o senhor possui”.

9

“O senhor (a) está satisfeito hoje, mas minha proposta visa seu crescimento nos próximos anos e quanto tem a melhorar seus resultados”.

10

“Olha, meu amigo, no mundo não existe melhor do que bom, que é a excelência? Que tal eu te mostrar algo melhor ainda do que você tem? Eu te mostro agora ou você vai dar essa oportunidade de excelência para o seu concorrente?”

Como você contorna essa objeção:

"DESCULPA, MAS ESTOU SEM TEMPO"?

7^a

1

"De fato, seu tempo vale ouro. E pra você, tenho uma proposta especial. Inteligente como eu sei que você é, não deixará passar essa oportunidade única".

2

"Compreendo, já passei por isso... ainda bem que eu descobri como ganhar quatro horas a mais no dia, agora tenho tempo de sobra pra ganhar dinheiro. Quer descobrir como fazer o tempo trabalhar para você e te enriquecer?"

3

"Ok, senhor, compreendo essa correria nossa do dia a dia. Eu também era agitado e vivia sem tempo até algumas semanas atrás. Porém, o que me fez ter o tempo de visitar o senhor foi o meu produto. Você sabia que grande parte dos empresários vivem sem tempo por falta de programação pessoal e profissional?"

4

"Aproveite agora porque pode ser que suba o valor ou acabe. Esse é um produto exclusivo e tem poucas peças. Oportunidades vêm e vão todo o tempo. O tempo você recupera, as oportunidades não".

5

"Essa é a última vez que você precisa dizer isso. Veja esse resultado de X meses dedicando tempo que eu também não tinha".

6

"Exatamente, eu preciso de 20 minutos para te mostrar como cuidar da sua empresa de qualquer lugar. Isso vai te ajudar a ganhar tempo, economizar custos e estar por dentro de tudo que acontece na sua empresa, sem prejudicar seu tempo".

Como você contorna essa objeção:

"DESCULPA, MAS ESTOU SEM TEMPO"?

7

"Não existe falta de tempo e sim falta de prioridade. Qual sua prioridade? Até quando quer ficar sem tempo?"

8

"Compreendo você estar sem tempo, tirando isso, teria mais alguma coisa que te impede de fecharmos hoje?"

9

"Eu também estou, porém, invisto o meu para transformar a vida de algumas pessoas. Pode ser a do senhor?"

10

"Foi exatamente por isso que eu liguei. Imagino que agora você esteja ocupado e eu queria saber que horas que seria melhor para podermos conversar".

Como você contorna essa objeção:

"NA VERDADE JÁ TENHO ESSE PRODUTO"?

8^a

1

"Ah, que bom! Então, você já sabe que é excelente. Leva mais um pra garantir o estoque. Assim que acabar, já começa esse. E se alguém quiser experimentar o seu e gostar, ainda pode presentear essa pessoa! Olha aí a oportunidade".

2

"Que maravilha, senhor! Então, já conhece a qualidade desse produto? Que bom. Aposto que ainda funciona perfeitamente. Fico muito feliz porque vejo que o senhor sabe o que é bom. E é exatamente por isso que o senhor vai gostar ainda mais da nova versão que é compacta, mais leve, mais rápida e ainda mais segura, como o senhor pode ver (colocando o produto novo nas mãos do cliente)".

3

"Eu compreendo e fico aliviado por já contar com os benefícios deste produto. Conhece mais alguém que pode querer também? Se o senhor não se importar, poderia me passar o contato?"

4

"Olha que legal, então você sabe exatamente do que estou falando e como esse produto agrega valor e qualidade. Mas será que ele consegue atender totalmente sua necessidade ou acredita que adquirindo outra unidade desse poderia estar atendendo melhor a você e sua família? Acredita que possa fazer sentido para alguém do seu ciclo de relacionamento? Poderia me indicar e me passar o contato?"

5

"Fico feliz que já tenha tido uma experiência com este produto. E certamente seus amigos ainda não conhecem e podem se encantar assim como o senhor também se encantou. Quais os nomes de quem vamos presentear com este produto fantástico?"

Como você contorna essa objeção:

"NA VERDADE JÁ TENHO ESSE PRODUTO"?

6

"Que excelente, parabéns! Isso apenas reforça a convicção e admiração que eu já tinha a respeito de você. Inclusive, a nossa conversa já começa em outro nível".

7

"Que bom, fico feliz quando encontro pessoas como você, que já conhecem o excelente custo benefício da experiência que é poder utilizar esse produto. Sempre gosto de compartilhar essas experiências com um amigo ou familiar. Se eu fizesse uma flexibilização do pagamento e ainda te desse um bônus, você toparia presentear alguém ou então se presentear com o meu produto?"

8

"Assim como você, não tem só um par de sapatos. Adquirindo esse produto agora você pode deixar um no seu ambiente social e lazer. Afinal, diante de uma vida tão agitada e dinâmica costumamos estar sempre apressados e normalmente esquecemos algumas coisas, dessa forma, você terá mais versatilidade, poderá adaptar melhor o produto conforme a necessidade e poupará o desgaste precoce do produto possuindo dois exemplares".

9

"Ótimo, como você já conhece a qualidade do produto, já leva um de reserva. Por ele ser nosso campeão de vendas, pode ser que esteja em falta".

10

"Compreendo que você já tem esse produto, mas me tira uma dúvida, o que te levou a se interessar por ele?"

Como você contorna essa objeção:

"EU VOU ESPERAR PASSAR ESSA CRISE"?

9^a

1

"Toda crise gera uma oportunidade de crescimento porque as prioridades mudam. Vender bem é vender sempre e vender melhor. Para a crise, o mercado virtual está ajudando muito. Precisa ter produto para gerar caixa e sair na frente. Vamos nos preparar. Confie e no que puder vou ajudar nessa questão. Vamos fechar um pedido inicial e já programamos mais uma reposição e ajustamos, caso precise. Assim, você não perde oportunidades, pois o mercado está aquecido".

2

"Eu entendo perfeitamente o seu momento. Na verdade, o que estamos passando é algo muito superior a uma crise e, com certeza, essa oportunidade que estamos tendo agora não será a mesma daqui a 12 meses. Esse é o período que os especialistas acreditam que estaremos recuperados. Sem contar que a sua dor permanecerá, o conforto e solução do problema não vão acontecer, por isso estou pensando muito mais em você e sua família do que em lhe vender isso".

3

"Eu compreendo perfeitamente a sua preocupação e as incertezas que junto vieram com a crise: o corte nas empresas, a doença na família, as crianças em casa... não é mesmo? Contudo, imagine agora, se em meio a tudo isso, em um dia lindo de sol, o senhor coloca a família dentro do carro e sai para tomar um sorvete com a intenção de amenizar essa situação caótica. O papo tá bom, a conversa agradável, as crianças sorridentes e por alguns minutos o senhor deseja que esse momento não acabe e nem se dê conta de como o tempo passou".

Continue a narrativa: "Ao pagar a conta, percebe que deixou a carteira no carro, ao retornar para buscar... é tomado por um sentimento de pânico e desespero: cadê o carro? Roubaram! Infelizmente, senhor, essa realidade sempre existiu, porém, o índice tem sido muito maior nos últimos dias devido ao fato de muitos clientes acharem que o bandido também está em crise. E nesse achar, fica somente o prejuízo: além de não conseguir resolver a situação que já existia, só piorou! Concorde? Sem carro para trabalhar e agora restam somente o carnê de lembrança das prestações. Mas, fique tranquilo e respire fundo. Isso foi apenas um pesadelo e o senhor não fará parte dessa estatística, estou aqui para te ajudar".

Como você contorna essa objeção:

"EU VOU ESPERAR PASSAR ESSA CRISE"?

4

"Entendo, senhor. Mas com a matéria prima em falta, em breve teremos o reajuste em nossa tabela, vamos então fechar o nosso orçamento hoje para você conseguir o melhor preço."

5

"Compreendo seu posicionamento, senhor Carlos. Mas o senhor concorda comigo que se trabalharmos de maneira eficiente e com os produtos adequados, não fica muito mais fácil vencer essa crise?"

6

"É exatamente essa crise que traz consigo uma grande oportunidade, não perca a sua".

7

"Muito boa essa sua preocupação, mas essa não é a primeira crise que o nosso país enfrenta. Posso afirmar que o melhor momento para fechar foi ontem e o segundo melhor momento é hoje. Vai deixar essa oportunidade passar?"

8

"Em primeiro lugar, o Brasil é um país de crises constantes. Está na hora de criar coragem e tirar os projetos do papel. O momento é sempre agora, pois quem se prepara sai forte desta e de qualquer crise".

9

"Vivemos em crise. E concorda que ganha quem decide agora? Se deixar para amanhã, quem fez isso hoje tomará as rédeas e dominará o mercado".

10

"Tem oportunidades que só aparecem na crise. Essa é uma delas. A questão é: você é um(a) homem/mulher de coragem para conquistar seus objetivos ou vai aceitar menos do que merece nesta vida?"

Como você contorna essa objeção:

“NÃO É ALGO DO QUAL EU PRECISE”?

10^a

1

“O que leva você a pensar que não precisa? Para podermos entender a necessidade de algo, precisamos tê-la em nossas mãos e usufruir dos benefícios. Depois de adquirir nosso produto, tenho certeza que você voltará para fecharmos esse negócio pela segunda vez”.

2

“Você está coberto de razão. E é exatamente por não precisar agora que você merece adquirir este benefício. As pessoas mais preparadas se antecipam às necessidades e garantem o sucesso primeiro. Fico feliz em lhe proporcionar essa experiência”.

3

“O senhor não é o único que fala isso. Todos os outros que também falaram a mesma resposta ao menos optaram por conhecer este serviço e hoje são nossos clientes e não ficam mais sem. Não acredito que somente o senhor vá ficar de fora dessa experiência”.

4

“Bom, em nossa primeira conversa você comentou sobre essa dificuldade e, ao longo da nossa jornada, apresentei diversas maneiras para melhorar seu processo. O que o levou a essa conclusão?”

5

“Essa foi a mesma resposta que um cliente me deu antes de utilizar esse produto. Hoje ele aumentou suas vendas e trouxe soluções para seu negócio com rapidez no atendimento, personalização e capacitação dos funcionários. A pergunta que faço é: vai ficar para trás ou vai estar na frente da concorrência? O contrato está aqui, é só assinar”.

6

“Devo ter me equivocado em algum momento da apresentação. Você ainda não percebeu o quão útil isso será no seu resultado, e, principalmente, na felicidade que seus clientes ficarão quando os resultados deles forem potencializados com isso que estou te apresentando”.

Como você contorna essa objeção:

“NÃO É ALGO DO QUAL EU PRECISE”?

7

“Isso é ótimo, pois já mostra que o senhor sabe o que precisa. O que o senhor não sabe ainda é que este não é apenas um produto, mas sim uma oportunidade. Antes de dispensar essa chance, gostaria de lhe apresentar os benefícios desse produto e garantir que seu tempo será um investimento. Se não observar valor no produto que estou lhe oferecendo, ao menos sairá com a certeza que não deixou passar uma oportunidade sem antes entender bem do que se trata. Agora, me diga, por que acha que este não é o produto que o senhor precisa?”

8

“Talvez ainda não tenha parado pra observar a utilidade desse produto na sua vida, mas eu vou te ajudar a enxergar. Se mesmo assim você ainda achar que esse produto não serve pra você, gostaria de saber se conhece alguém pra quem esse produto serviria e se pode me indicar”.

9

“Sem dúvidas o senhor precisa e merece esse produto. Afinal, ele é diferente de qualquer outro no mercado. Pode mudar sua vida e facilitar demais no seu dia a dia. Nosso produto não faz você somente mais um cliente, ele faz você ser especial”.

10

“Hoje, qual é sua necessidade? Vamos alinhar qual a real necessidade e ver se o produto vai cumprir seu papel no qual você precisa”.

NÓS ACREDITAMOS NO PODER DAS VENDAS!

Venha fazer parte da maior comunidade de vendedores do Brasil.

Acesse todos os meus canais virtuais e junte-se oficialmente à Comunidade OSV.

