

ABERC NEWS

19ª Edição – 15/10/2015



O NATAL VEM AÍ: Prepare sua equipe de vendas

O Natal e o Réveillon se aproximam e os representantes e donos de lojas se esforçam para obter bons resultados no período de maior movimento do Varejo de Moda.

Então, é hora de repassar com a equipe de vendas as formas de atendimento que devem ser adotadas e as que, de maneira alguma, devem acontecer na frente de loja. O ABERC News apresenta a seguir uma seleção de cuidados que os vendedores devem tomar antes, durante e após o atendimento, evitando que o cliente saia da loja sem comprar. A seleção é bem extensa e, por isso, o ABERC News vai apresentar essa matéria nesta edição e nas 2 edições subsequentes. Vamos começar com os cuidados que os vendedores precisam tomar antes de começar o atendimento propriamente dito.



Antes do atendimento

Entender o valor de ser vendedor – Para muita gente ser vendedor não foi a primeira opção profissional. Tem vendedores que ficam aguardando uma oportunidade para mudar de ocupação e terminam não se preparando adequadamente para os desafios dessa nobre profissão. Ser vendedor dá dinheiro! Mas, é preciso se preparar para exercer as funções dessa ocupação. E essa preparação é contínua, pois as novidades do mundo da moda chegam a todo instante tornando sem utilidade o conhecimento anteriormente adquirido.

Conhecer bem o produto que vende – Uma loja de calçados e produtos de moda tem centenas de tipos de itens em estoque e não dá para conhecer todos muito bem. Porém, toda loja tem um grupo limitado de produtos que é o carro chefe das vendas em cada período. Então, o bom vendedor precisa, com a ajuda do proprietário da loja, do gerente e dos representantes comerciais, “estudar” e conhecer as características pelo menos desses produtos. Por outro lado, a capacidade de argumentar e fechar vendas ficam duramente prejudicadas quando quem está atendendo não conhece as potencialidades e vantagens do produto que está vendendo. Aí, de novo, as vendas não acontecem e o prejuízo é de todos. Os representantes comerciais filiados à ABERC podem fazer palestras, workshops e fornecer vídeos que vão melhorar o preparo das equipes nesse item.

ABERC NEWS

19ª Edição – 15/10/2015



Localizar a posição dos produtos na vitrine – Não é raro que um vendedor despreparado seja surpreendido por um cliente a lhe mostrar na vitrine o item que o vendedor acabou de dizer que não tinha. Toda vez que a vitrine mudar, total ou parcialmente, é necessário fazer uma revisão com todos os integrantes da equipe de vendas para ter certeza de que a localização dos itens em cada vitrine é conhecida por todos. No Varejo Moderno as vitrines mudam com frequência, demandando disciplina de vendedores, gerente e proprietários para garantir que o “time não faça gol contra” e vendas sejam perdidas.

Saber distinguir os diversos perfis de clientes – O que é um cliente do tipo racional? E um cliente presunçoso? Saber enquadrar os clientes por categorias é um pré-requisito para fechar vendas. São várias as formas de fazer isso (veja mais detalhes em <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/8-perfis-de-clientes-com-os-quis-voce-precisa-aprender-a-lidar/68288/>). Não se pode ter uma loja, ou ser gerente de um ponto de venda, vendedor ou representante comercial e preposto sem se inteirar deste assunto. O desenvolvimento de abordagens e argumentações que levam a conclusões positivas do processo de vendas dependem muito dessa base de conhecimentos.

Cuidar da aparência pessoal – A loja de sapatos e acessórios é um ente do universo da moda. Moda no mundo do Varejo é a maneira ou costume predominante de se trajar, de aparecer, de se apresentar. As pessoas que vendem tem o dever de cuidar da aparência. Causa um tremendo mal estar ser atendido por alguém que está despenteado, barba por fazer, unhas mal cuidadas ou sujas, dentes por limpar, roupa desalinhada, etc. O sapato do vendedor, obviamente, é um item especial nessa questão, pois até pode não ser novo, mas o cliente fica com uma péssima impressão quando está empoeirado, rasgado ou com o salto excessivamente desgastado. O exemplo tem que partir dos donos, gerentes e representantes até chegar nos vendedores.



ABERC NEWS

19ª Edição – 15/10/2015



Manter uma postura corporal adequada – Muitas vezes o cliente passa do outro lado da rua e olha para o interior da loja. Ou seja, às vezes o vendedor começa a ser observado antes de o cliente chegar à loja. Se a postura corporal dos vendedores for displicente, de gestos muito exagerados ou não transmitir a sensação de presteza no atendimento, de atenção na espera do cliente que poderá chegar, pode ser que a venda seja perdida antes mesmo de o cliente ser atendido. Afinal, quem quer ser atendido por alguém que transmite uma sensação de desleixo e falta de comprometimento?



Conversar em serviço ou “ficar de trololó” – Este é outro indicador para o cliente de que naquela loja as coisas não vão bem. Numa loja bem gerida, onde os empregados estão em sintonia com as responsabilidades do trabalho não há conversa desnecessária ou fora do contexto. Há situações em que durante um atendimento o vendedor envolvido chega a ser interpelado por colegas que estão conversando, atrapalhando e frustrando a conclusão positiva da venda. Quando um vendedor está fazendo uma venda ninguém deve interromper! Não está sendo sugerida aqui a proibição de conversas durante o serviço, uma vez que a comunicação é uma atividade imprescindível para o bom andamento das atividades. O que se defende é que essas ações sejam realizadas dentro dos limites necessários e sem excessos no uso da palavra. Deve haver uma supervisão atenta sobre essa prática e orientações constantes devem ser passadas de modo a esclarecer a força de vendas acerca dos malefícios desse expediente.

Ficar atento à chegada do cliente – Nada mais desagradável para um cliente que entrar numa loja e não encontrar alguém que possa atendê-lo. Até clientes menos exigentes costumam dar meia volta e procurar o concorrente. Mesmo se todos os vendedores estiverem ocupados é importante orientar para que um deles peça licença ao cliente que está atendendo e informe ao cliente que chegou que em instantes ele será atendido. O vendedor que primeiro ficar livre é orientado a imediatamente atender ao cliente em espera. Isso requer atenção e cooperação entre todos os integrantes da equipe de vendas.

ABERC NEWS

19ª Edição – 15/10/2015



Postura desanimada – Venda é emoção! Esta é uma das verdades mais importantes para quem atua no Varejo de Moda. No ato da compra o cliente é um indivíduo que deseja realizar uma vontade, um desejo, um sonho. O vendedor deve se apresentar ao cliente de maneira gentil, sem exageros, porém com entusiasmo. Se a equipe de vendas se mostra desanimada, sem disposição para atender, isso é imediatamente percebido pelo cliente, que passa a adotar uma postura negativa na sua intenção de comprar. Nessas condições, a compra geralmente vai acontecer na loja ao lado. Todo ser humano tem problemas e os vendedores devem ser orientados para que evitem levar ao cliente questões internas da loja ou problemas pessoais. As vendas dependem de emoção e entusiasmo e se isso não for usado no contato com o cliente as vendas retraem, a loja não bate suas metas, podendo chegar a ter prejuízos, passar a demitir ou fechar.



Existem outras competências a serem dominadas pelos vendedores e por aqueles que estão próximos apoiando a ação dessas figuras centrais no processo de fazer a loja dar resultados. O ABERC News não pretendeu esgotar o assunto e vai voltar a ele nas próximas edições de modo a permitir que as informações aqui apresentadas possam ser aproveitadas pelos lojistas, gerentes, representantes e vendedores. Em breve esse conteúdo será transformado em um curso e disponibilizado na forma de vídeo. Infelizmente, ainda existem empresas que gastam somas vultosas na construção de uma loja, mas acham caro investir uma fração desse montante numa ação de treinamento de seus vendedores. Ainda bem que um número crescente de lojistas já reconheceram que quem vende efetivamente é a equipe de vendas e, portanto, é imperativo cuidar bem deste patrimônio.

RECAPITULANDO:

Entender o valor de ser vendedor

Conhecer bem o produto que vende

Localizar a posição dos produtos na vitrine

Saber distinguir os diversos perfis de clientes

Cuidar da aparência pessoal

Manter uma postura corporal adequada

Não conversar em serviço

Ficar atento à chegada do cliente

Evitar postura desanimada