

Módulo 5 – Negociação e Vendas



Aula 3
Reconhecer o perfil do cliente



Existem 5 principais perfis motivadores de compra

O **sistema límbico** é o que impulsiona a motivação para as pessoas comprarem;

Existem 5 principais motivações de **compras**;
As pessoas têm essas motivações em diferentes intensidades, com algumas mais **predominantes**;
É fundamental entender porquê o seu cliente está pensando em te contratar.



1. Obter Lucros

Temos essa motivação quando estamos mais dispostos a correr riscos para ganhar mais. O prazer de comprar pela vantagem ao ver alguém vendendo **muito mais barato** porque precisa do dinheiro, é um dos motivadores principais ao perceber que pode-se lucrar nesse momento.



Características Principais

- Foca em benefícios financeiros em detrimento dos demais;
- Pede descontos o tempo todo;
- É extremamente competitivo;
- Não teme se arriscar para ganhar mais;
- Costuma ser egoísta.



Conquistando este perfil

- Mostrar numericamente os benefícios financeiros que ele terá ao adquirir os seus serviços;
- Oferecer bônus progressivos: quanto mais ele compra, mais ele ganha;
- Demonstrar que o negócio ficou muito mais vantajoso para ele do que para você;
- Mostrar que ele ganhou mais do que outras pessoas;



2. Evitar perdas

Este é sem dúvida o motivador **universal** mais comum entre os seres humanos.

Diversos estudos mostram que as pessoas hoje tem mais medo de perder do que coragem de ganhar.

Ninguém quer lidar com a **dor da perda!**



Características Principais

- Quase nunca se endivida por medo de não conseguir pagar;
- Fica anos no mesmo emprego muito mais pela segurança do que pela remuneração ou autorrealização;
- Prefere investimentos conservadores;
- Odeia correr riscos;
- É muito desconfiado;
- Costuma ser econômico, mesmo que possua um bom patrimônio;



Conquistando este perfil

- Mostrar diversos clientes felizes e satisfeitos, depoimentos de clientes agradecendo, trabalhos concluídos com sucesso;
- Conversar em um ritmo calmo, sem pressa;
- Oferecer garantias, e reforçar que vai colocar em contrato;
- Reforçar sobre a segurança que o seu projeto traz para a obra;
- Reforçar o grande risco que é contratar errado.



3. Evitar dor

Pessoas com alta influência de compra para evitar dor normalmente estão com pouca tolerância para longas conversas, procuram algo que resolva logo e não gostam de soluções complexas.



Características Principais

- Procuram praticidade em detrimento do lucro;
- Prefere propostas simples e diretas;
- Não tem paciência para ouvir longas explicações;
- Prefere pacotes completos (produto + instalação + assistência técnica)
- Detesta processos burocráticos;



Conquistando este perfil

- Priorizar a praticidade;
- Ser direto;
- Levar propostas “mastigadas”, fáceis de entender;
- Dizer que seu trabalho resolve toda parte burocrática e complexa;
- Ser rápido, poupá-lo de incômodos.



4. Satisfação Pessoal

Pessoas com alta influência em agir pensando em obter a satisfação pessoal, querem o prazer de consumir ou ter algo que desejam, isso funciona como um modelo mental, que define suas decisões. Elas costumam ter o foco no presente, preferem consumir e já não dão muita importância à opinião alheia.



Características Principais

- Prefere comprar de vendedores com bom conhecimento técnico;
- É exigente e costuma conhecer o que consome;
- Evita se exibir;
- Dá mais valor ao prazer do que ao lucro;
- Não economiza para satisfazer seus desejos.



Conquistando este perfil

- Conhecer profundamente o que está oferecendo;
- Fazer propostas detalhadas;
- Argumentar sobre as sensações que o seu produto ou serviço proporcionam;
- Ter o produto disponível, na hora.



5. Aprovação Social

Há pessoas estruturalmente condicionadas a agir de acordo com um modelo mental em que elas desejam se sentir admiradas, reconhecidas, e até mesmo invejadas.

Elas costumam dar muito valor ao que as pessoas pensam ao seu respeito e ser socialmente aceitas é uma preocupação constante.

Quando esse motivador é muito intenso, tendem até mesmo a gastar mais do que ganham para manter uma imagem de sucesso perante seus conhecidos.



Características Principais

- Dá muita importância à opinião alheia;
- Gosta de estar no centro das atenções;
- Exibe sinais exteriores de sucesso;
- Prefere consumir produtos de grife;
- Dá mais valor ao cargo do que à remuneração.



Conquistando este perfil

- Lembrar o quanto o seu produto/serviço vai agregar no reconhecimento dele;
- Enaltecer o seu bom gosto;
- Mostrar o quanto ele será admirado por utilizar o que você proporciona;
- Dar o máximo de publicidade;
- Falar sobre as pessoas importantes que você atende ou já atendeu.



Conheça bem e venda bem!

É essencial treinar o seu lado observador para reconhecer o perfil do cliente e conseguir vender melhor;

Observe como seu cliente é, faça perguntas e **escute muito.**

Alguns perfis vão ser mais comuns entre seus **avatares.**

Não se prenda totalmente e de maneira fechada a estes perfis, eles servem para te guiar sobre reconhecer as pessoas, mas o mais importante é você se tornar mais sensível e captar melhor o que o seu cliente está buscando.

É sempre algo além do projeto.



Próximos passos

Exercício do perfil do cliente:

Liste os últimos clientes que você atendeu e reflita sobre o perfil dele, a decisão sobre a compra e os motivos para tal decisão.