

SABER VENDER É DA NATUREZA HUMANA

Daniel H. Pink

LeYa 2013

Gostando ou não, estamos todos em vendas

Estamos influenciando outras pessoas a abrir mão de algo que elas têm, em troca de algo que nós temos

Nossas habilidades precisam se estender e ultrapassar fronteiras

As indústrias de maior crescimento ao redor do mundo são os serviços educacionais e da área médica

A honestidade, a integridade e a transparência são o único caminho viável

Qualidades valiosas: sintonização, ânimo e clareza

Uma das maneiras mais eficaz de induzir os outros é desvendar dificuldades que talvez não saibam que possuem

Compreender as regras de improvisação teatral pode aprofundar seus poderes persuasivos

Faça com determinação

Veja o ato de vender sob uma nova luz

O setor privado americano emprega três vezes mais gente de vendas do que o pessoal empregado pelos governos dos cinquenta estados juntos

No Canadá, vendas e cargos de serviços representa mais de 25% da mão de obra canadense.

100% da mão de obra da Austrália está sob a classificação de “funcionários de vendas”

Em toda a União Europeia, cerca de 13% da mão de obra trabalha em vendas

O Japão empregava 8,6 milhões de trabalhadores de vendas

As vendas permaneceram como parte robusta dos mercados de trabalho ao redor do mundo

Seja qual for a nossa profissão, fazemos apresentações e vendemos ideias

Muitos de nós dedicamos uma porção de nosso tempo livre às vendas

Nós vamos online para vender a nós mesmos (redes sociais)

Pesquisa Qualtrics para tentar descobrir quanto tempo e energia as pessoas estão dedicando a induzir os outros, incluindo vendas que não envolvam uma compra:

- As pessoas passam cerca de 40% do tempo no trabalho persuadindo, influenciando e convencendo outras pessoas
- As pessoas consideram esse aspecto do trabalho como crucial para seu sucesso profissional
- Mais da metade dos entrevistados disse que vender ideias é a atividade mais importante
- Quanto mais experiente, mais diz que induzir os outros ocupa seus dias

Os proprietários de pequenas empresas precisam usar vários chapéus, e um desses é o boné de vendedor. Ele precisa fazer de tudo

Em 16 países da OCDE mais de 90% dos negócios têm menos de 10 empregados

As tecnologias transformaram mais gente em vendedores

Distinção entre “produtos que as pessoas compram” e “produtos que são vendidos às pessoas”

Descoberta das necessidades dos clientes

Interagir com clientes em um cenário de problemas não é vender em si, mas vende

Apresentar propostas a clientes, vender ideias e serviços e identificar problemas existentes e potenciais que possa resolver

Quando você pensa em vendas, qual é a primeira palavra que lhe vem à cabeça?
Dinheiro, *pitch*, marketing, persuasão, importante, necessário, desafiador, divertido, essencial, persistência, empatia, honestidade, retidão, transparência

Negócios desonestos tendem a tirar os negócios honestos do mercado

Cada um de nós tem 250 pessoas que conhecemos bem o suficiente para ligar outras 250 pessoas de seu círculo e algumas dessas outras pessoas farão o mesmo, e assim por diante

As pessoas querem um negócio justo, de alguém que gostem

O computador com a tela virada de modo que tanto comprador quanto vendedor possam vê-la ao mesmo tempo: simetria de informação

ABC da indução: sintonização, ânimo, clareza

Como interpretamos o que está acontecendo?

Temos capacidade de imaginar sentimentos, percepções e motivações do outro?

Colocar as ações e visão em harmonia com outras pessoas e com o contexto em que você se encontra

O poder leva indivíduos a se basearem pesadamente em seu próprio ponto de vantagem, com insuficiência de adaptação à perspectiva alheia

Usar uma franqueza aparente como uma força real

Enxergar a perspectiva do outro lado

É mais benefício entrar nas cabeças deles

Seria horrível passar um ano tentando vender para Maria e descobrir que João era o tomador de decisão

Sintonizar nossos gestos e padrões de fala aos de outra pessoa, para que possamos entender e ser entendidos é fundamental

Sociáveis, assertivos, vivazes e em busca de sensações: perfil ideal para induzir

Encontrar equilíbrio: quando falar e quando calar

Repertórios mais amplos permitem um leque maior de

Nós nascemos para vender

Tudo de bom começa com uma conversa

Ajudar a entender e conectar outros

Como deixar a pessoa à vontade?

De onde você é?

A cadeira vazia, na Amazon, incentiva participantes a assumirem a perspectiva da pessoa invisível (essencial)

Compilando material para uma venda, gerar possíveis objeções e perguntas

Faça menos afirmações e mais perguntas

Fale menos e ouça mais

Sorrir e sentar ereto

Afirme seu ponto de vista

Tendemos a ser persuadidos por quem gostamos

As pessoas tendem a progredir juntas, quando compartilham um território comum

Os nós que estava acumulando eram apenas parte do processo

Precisa se energizar, o primeiro passo é a autossugestão

O vendedor acredita no produto ou serviço oferecido

A conversa positiva é mais eficaz do que a negativa

Otimismo flexível: otimismo de olhos abertos

Pense em como você se prepara, faça uma pergunta e relacione cinco razões específicas para responder SIM à sua pergunta

Alegria, gratidão, serenidade, interesse, esperança, diversão, inspiração

Persista, mesmo na adversidade

A forma como você encara a rejeição pode depender muito de como você a enquadra

Pensar em cenários sombrios e se preparar para o pior possível

Você está economizando para sua aposentadoria?

Se eu conhecer meu problema, provavelmente poderei resolvê-lo

Se não conheço meu problema, talvez precise de alguém para descobri-lo

A coisa mais importante é descobrir problemas para resolver

Vendedores precisam ser bons ao fazerem perguntas, descobrindo e trazendo problemas à tona

O poder duradouro da clareza

Pessoas obtêm satisfação maior comprando experiências do que produtos

Clareza na forma de pensar e agir

Perguntas são ferramentas eficazes para extrair inclinações das pessoas

A clareza depende de comparação

- ✓ Elabore uma lista das melhores fontes de informação
- ✓ Consulte-a diariamente
- ✓ Selecione os itens mais interessantes
- ✓ Compartilhe

Fazer as perguntas certas

Elaborar lista de perguntas

Escolher três perguntas mais importantes

Não se perca na praga dos detalhes, pense sobre a essência do que você está examinando (naquele 1% que dá vida aos 99%)

Fervor, perspicácia, peculiaridade

Oferecer algo tão atraente que dê início a uma conversa

Precisamos ampliar nosso repertório

O mundo tem intensificado a batalha pela atenção

A única forma de ser ouvido é a brevidade

Só as ideias brutalmente simples são assimiladas

Sobre o que é minha empresa, serviço, negócio?

Precisa de ajuda para ouvir

A mímica estratégica pode enfatizar a tomada de perspectiva

Ouças, diga sim, faça parecer bem

Adeptos do improviso podem gerar ideias, incorporar mudanças com rapidez e facilidade, e se comunicar de forma eficaz e convincente

Superar objeções

Habitar a perspectiva de outra pessoa

Já pensou em como ouvir?

Poucos de nós, de fato, sabemos ouvir bem

A desaceleração e o calar como trajetória para ouvir bem

Adotar estado de mente e coração que constantemente busca o benefício mútuo

Fazer seu parceiro se sair bem

Treinar seus ouvidos para escutar

“A natureza deu ao homem uma língua e dois ouvidos, para que possamos ouvir dos outros o dobro do que falamos” (Epíteto)

Programa um dia da semana para ser seu dia desacelerado

Seus parceiros de conversa estão terminando as frases?

As pessoas estão conseguindo concluir suas perspectivas sem que você interrompa?

Torne a coisa significativa

Responder a qualquer problema ouvindo primeiro

Vendedores querem resolver problemas e servir os clientes, fazer parte de algo maior

<https://rightquestion.org/>

<https://www.kickstarter.com/>

<https://epocanegocios.globo.com/colunas/Escolas-de-negocios-pelo-mundo/noticia/2019/03/como-e-estudar-na-escola-de-negocios-de-berkeley.html>

<https://haas.berkeley.edu/>

https://www.etsy.com/market/pequeno_negocio?ref=seller_tag_bottom_text-5

<http://stoneslidecorrective.com/select-your-rejection/>