



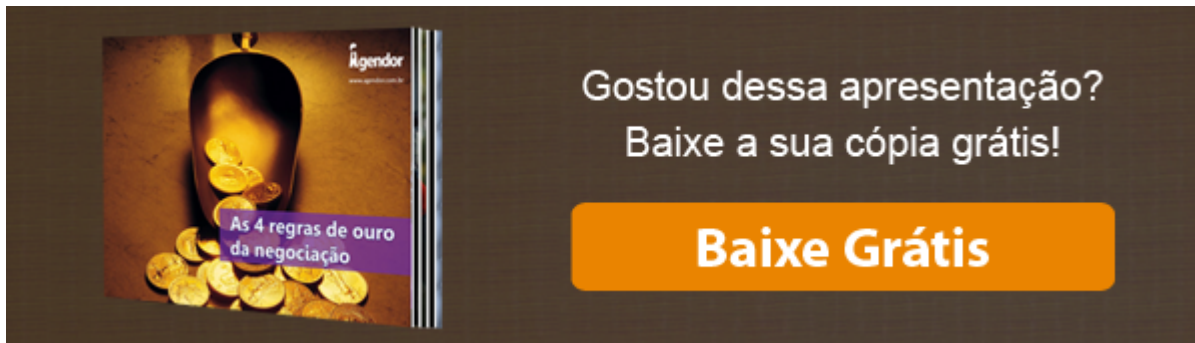
As 4 regras de ouro da negociação

Você encara a negociação como uma disputa? A vitória está em como você lida com essa situação.

A arte de negociar passa batida pela maioria das pessoas. Para alguns gestores comerciais, só importam 2 habilidades em seus vendedores: a da prospectar e a de negociar.

Infelizmente, nem todos os vendedores têm igual talento para negociar com seus clientes.

OBS: Preparamos uma apresentação com as principais dicas desse artigo. **Confira a apresentação clicando na imagem abaixo:**



Confira o artigo na íntegra abaixo:

Mas, por outro lado, nem todos sabem o que realmente significa “saber negociar”. Faça um teste: *pergunte para a sua equipe o que é negociação*. Dentre as respostas, certamente você vai ouvir: *“como vender pelo maior preço”, ou “como fazer o melhor negócio possível”*.

Isso prova o quanto é equívoca a opinião das pessoas sobre o que é negociação. Aproveitando, *qual é a definição de negociação para você?*

Para algumas pessoas a negociação é um conjunto de táticas dolorosas que tentam superar ou conseguir a rendição de uma das partes envolvidas na transação comercial, **como se alguma parte precisasse perder para a outra ganhar**.

Negociar vem do latim, *negotiatus*, que é o passado de *negotiare*, e os meios para exercer sua atividade.

Este significado original é fundamental para entender porque o objetivo da negociação é continuar a fazer negócios, entendendo a outra parte para chegar a um acordo.

Então, jogue fora a ideia de que negociar significa baixar seus preços para chegar a um acordo. Um preço mais baixo não vai fazer o negócio melhor, mas só diminuir a margem da empresa e a sua comissão.

Seu objetivo é chegar a um acordo sobre a proposta e a maneira de fazer isso é construindo valor em sua oferta. **A solução de**

seu produto ou serviço é o ponto chave das negociações e não o preço.

Aqui estão 4 regras da negociação, que recomendamos que você não viole durante nenhuma negociação. Com elas as suas vendas poderão ficar bem mais tranquilas.



Como você encara a negociação? Como uma disputa?

#1. Sempre inicie as negociações

Você deve iniciar o processo porque quem controla o início das negociações tende a controlar onde elas acabam.

Se você deixar o cliente começar a negociação, você vai acabar abrindo mão do controle, muitas vezes sem perceber.

Por exemplo, quando você pergunta ao cliente o orçamento do projeto, você está iniciando as negociações. Quando alguém pergunta pra você o preço antecipadamente, você está permitindo que eles iniciem as negociações.

Então, se você deixa que os outros iniciem as negociações, você vai gastar seu tempo perseguindo um número ao invés de negociar a melhor solução para você.

Quando vendedores veteranos e experientes se sentam para falar sobre números, procure impedir que o outro lado inicie as conversas sobre preços e valores.

Pode parecer engraçado, mas é importante iniciar a transação assim. Uma vez que você coloca o ponto de partida, você pode direcionar o cliente para o melhor caminho.

Ao iniciar as negociações você consegue ter o controle de onde as coisas irão e não ficar à mercê do que o seu cliente decide. Começar a negociar também pode ajudar você a não ser encurralado pela pressão dos clientes para que você abaixe o preço.

Ao perguntar, por exemplo, qual é o investimento, ou qual a verba que seu cliente tem para o projeto, você consegue saber quanto ele dispõe para pagar pelo que você faz e sabe se ele pode ou não pagar para contratar seus serviços.

Por outro lado, quando o cliente já inicia as conversas perguntando qual o menor preço que você pode fazer, você fica à mercê do preço que ele acha alto ou baixo.

Se isso acontecer durante as negociações, peça para o cliente primeiro deixar você mostrar as condições que preparou para ele, para depois vocês falarem de preço. Assim, quando você expor tudo o que preparou com uma bela apresentação, entre novamente no preço e dê início à rodada de negociação.

#2. Negocie sempre por escrito

Milhares de vendedores profissionais cometem o erro de discutirem e se debruçarem sobre os termos de um acordo ou contrato, sem nunca se comprometerem e assinar um acordo por escrito.

Mas o objetivo das negociações é chegar a um acordo formal por escrito, não apenas perder tempo conversando ou tentando convencer as pessoas de algo.

Desde o primeiro momento em que você fizer uma proposta, deixe claro que ela se refere a um documento que está sendo criado na frente do cliente. Ele inclui todos os pontos do acordo e se torna real para o cliente em potencial.

Negociar em primeiro lugar para, depois formalizar o que foi negociado acrescenta tempo desnecessário a uma transação. Mas se você construir o seu acordo por escrito, ao passo em que você negocia, você está preparado para pedir a assinatura do cliente no momento em que a decisão de compra é feita.

Existe um ditado muito verdadeiro sobre esse detalhe: as palavras, o vento leva. Isso significa que, mesmo que o seu cliente tenha dado o aceite verbal, ele pode acabar se arrependendo e mudando de ideia.

Quando você negocia por escrito, o aceite das 2 partes sela o compromisso e garante que as condições acertadas serão cumpridas.

Infelizmente, muitos clientes não sustentam o que acordaram quando se arrependem de suas decisões. E a melhor maneira para garantir que as partes estão acordadas e chegaram ao meio termo é documentando todas as ofertas e condições do serviço.



Negocie por escrito, deixe tudo às claras.

#3. Mantenha-se frio

A mesa de negociação pode estar carregada de agendas, egos, emoções e prioridades. Grandes negociadores sabem como ficar frios e tranquilos, fornecendo soluções e permanecendo na liderança.

Chorar, ficar com raiva, nervoso ou bufando, pode ajudar você a se sentir melhor, **mas esse tipo de comportamento não vai beneficiá-lo durante a negociação.**

Quando as pessoas ao seu redor estiverem exaltadas ou emocionadas demais, fique frio, mantenha-se calmo, use a lógica para negociar e fechar o melhor acordo para garantir a venda.

As emoções podem te ajudar a se conectar com o cliente, com [*técnicas de rapport*](#), mas em muitos casos, se exaltar ou se aborrecer nessas situações pode expor seus pontos fracos e dar mais poder ainda para o seu cliente.

Lembre-se que o poder de decisão é sempre do seu cliente. É ele que vai dizer o sim ou não no final. Além do mais, deixar que as emoções e o estresse transpareça só vai deixar o cliente com mais dúvidas sobre a sua capacidade de realmente entregar o que está prometendo.

Manter-se tranquilo vai mostrar que você sabe valorizar o que vende, que acredita em sua solução e na sua utilidade para o cliente.

Dessa maneira, as chances de seu cliente confiar em você são maiores.

Por outro lado, se você percebe que o cliente está querendo mais do que você pode dar, **nunca tenha receio de recusar o negócio**. Não devemos perder oportunidades junto aos clientes, mas por outro lado, não podemos fechar um acordo que certamente será prejudicial a nossa empresa.

Por maior que seja a sua vontade de servir o cliente, nunca se sujeite a um contrato ou venda em que a sua empresa saia no prejuízo.

#4. Esteja no seu terreno

A melhor maneira de estar mais confortável na negociação é estar dentro da sua empresa. Isso ajuda e fortalece você porque geralmente as pessoas são mais confiantes e confortáveis quando estão em um terreno que já conhecem ou dominam.

Dito isso, sempre que possível, leve as reuniões de negociação para a sua empresa. Você pode fazer isso convidando um cliente para conhecer as instalações da sua empresa, para conhecer sua fábrica, ou até mesmo para ver um produto funcionando.

A vantagem de estar em casa, vai ajudar você a ter confiança para negociar.

Por outro lado, caso você não consiga fazer com que isso aconteça, ainda assim é possível tentar fazer com que o encontro aconteça em um terreno neutro, onde nem o seu cliente está muito confortável, nem você.

Dessa maneira, mesmo não estando no seu território, você também não está no do cliente, fragilizado e intimidado pela sua posição. Em um terreno neutro, ambos os lados estão um tanto quanto desconfortáveis.

Por último, se for impossível fugir do escritório do cliente durante a negociação, não vá sozinho.

Muitas empresas, principalmente as grandes, abusam do fato de terem vários funcionários para encherem a sala de reunião e fazer pressão. Dito isso, aprenda a fazer volume também a seu favor.

Leve pessoas que possam compor o seu time em caso de impasse e que possam ajudar você a não ser pressionado pelo fato de você estar na casa de seu adversário (ou quem está do outro lado da mesa, se preferir).

Essa pode parecer mais uma tática sem importância mas, quanto maior for o seu nível de confiança, mais preparado para lidar com problemas e objeções você estará.

Pense nos grandes varejistas. Nenhum deles negociam nos escritórios de seus fornecedores, porque sabem que suas chances são muito maiores em seu território, no local que eles sentem mais confiança e por isso, estão mais confortáveis para barganhar e impor condições comerciais favoráveis apenas a uma das partes.

Não se trata tirar vantagens do seu cliente, mas sim, de ter argumentos para criar valor e não ceder às pressões por preços, condições de pagamento e entregas impossíveis de serem realizadas.

O trabalho do vendedor é ajudar seu cliente a ser bem sucedido. Mas isso não significa que ele tem que passar por cima da própria empresa, do que vende e do seu emprego para fazer as vontades de seus clientes.



Quanto mais você estiver confortável para negociar, melhor.

A negociação não é uma guerra

Mas muitas empresas acreditam que estão em um campo de batalhas. Portanto a melhor maneira é jogar limpo com o cliente.

Quando vamos a alguma reunião com potenciais clientes, fazemos questão de deixar claro que a primeira função de uma equipe de vendas é ajudar seus potenciais clientes a contratarem nossos serviços.

Isso significa que somos responsáveis por ajudar esses

clientes a entenderem e enxergarem valor no que fazemos para que compreendam porque cobramos o nosso preço.

Caso contrário, quando o cliente não enxerga valor, o passo natural é realmente questionar o preço. Afinal isso é [o que você precisa fazer para parar de competir por preço.](#)

Se, no final das contas você sentir que a negociação está se tornando uma queda de braço, ou uma tormenta, **pare de negociar e inicie o processo comercial novamente.** Tente transformar as objeções de seu cliente em oportunidades de agregar valor para a sua marca.

Negociação é relacionamento

A partir do momento em que você entende que a objeção do cliente é uma oportunidade que ele está dando a você para explicar melhor como pode ajudá-lo, você vai enxergá-las com outros olhos.

Isso significa que, nem sempre as dúvidas do seu cliente são um problema, mas sim uma oportunidade.

Você não faz negócios com quem não confia. Você não faz negócios com “pulgas atrás da orelha”. Portanto, não queira que seu cliente se precipite e faça um negócio que ainda é duvidoso para ele.

O seu papel é entender como o seu produto ajuda o seu cliente e ajudá-lo a contratar você, construindo um relacionamento em torno da relação comercial de vocês.

Como fazer isso? Mostre ao seu cliente que você está interessado em muito mais do que apenas um contrato, que você está interessado em construir uma relação de confiança e em eliminar, de uma vez por todas, os problemas que fizeram com que ele buscasse a sua solução.

O (bom) relacionamento ainda é a única saída para o sucesso em qualquer negociação.