



# Os 10 erros mais comuns na redação de um email de vendas

Causar uma [boa impressão é um grande desafio](#) para qualquer vendedor. Mas esse desafio se torna ainda maior quando essa impressão depende de um email de vendas.

Conversar pessoalmente ou, até mesmo, por telefone com um cliente permite que o vendedor explore uma série de recursos de comunicação que nem sempre estão disponíveis quando nos comunicamos por via escrita.

Por isso, é fundamental que você se dedique ao máximo na hora de redigir um [email de vendas](#). Se, por um lado, nada garante que você obterá uma resposta do seu potencial cliente, por outro, um bom email pode ser chave para o desenrolar de uma negociação.

Para que isso seja possível, é necessário se destacar de todas as maneiras possíveis dos demais emails que seu cliente irá encontrar na sua caixa de entrada. Essa talvez não seja uma tarefa fácil, por isso, que tal começar apenas evitando os erros mais comuns cometidos na redação de emails de vendas?

*Está sem tempo para ler o conteúdo? Gostaria de poder acompanhá-lo enquanto dirige, caminha ou realiza outra atividade? Então não perca tempo e ouça este artigo na íntegra. Basta clicar no play! Agradecemos o seu feedback nos comentários ☐*

## **Os erros que você deve evitar**

### **Erros gramaticais**

Erros gramaticais são, sem dúvida, os mais comuns na redação de qualquer email. Às vezes pode se tratar de um erro de digitação. Outras vezes, talvez você apenas não conheça a grafia correta de alguma palavra. Pode parecer algo bobo, mas em um mercado competitivo, até um erro como esse pode reduzir sua credibilidade frente à concorrência.

Não há motivo para pânico, afinal de contas, todos nós sabemos que o português não é dos idiomas mais fáceis. Ainda assim, com as ferramentas de correção automática de texto disponíveis em softwares como o Microsoft Word ou, até mesmo, nativamente nas versões mais recentes do Windows ou Mac OS, não existe desculpa para não dar aquela revisada antes de enviar o seu email.

### **Repetir palavras**

Se você trabalha com vendas, deve estar acostumado a ter sua rotina interrompida inúmeras vezes ao longo do dia. Por isso,

nem sempre é fácil sentar para escrever um email com calma sem receber uma ligação no meio do processo. Como consequência, na hora de retomar a redação, você pode acabar repetindo palavras que já havia escrito sem nem perceber. Nada que uma rápida releitura não resolva.

## **Errar a grafia do nome ou da empresa do cliente**

Essa é de doer! É o tipo de erro que pode dar a entender que o vendedor não estão tão atento ou interessado no seu próprio cliente. Enquanto algumas pessoas podem não ligar, outras podem até mesmo se ofender. Mais uma vez, nada que uma rápida revisão não resolva.

Se você está conversando com um cliente ou empresa de grafia complexa, é melhor manter a atenção redobrada! Na dúvida, copie e cole o nome a partir de alguma fonte segura, como o site da empresa ou algum email anterior do cliente.

## **Errar a grafia da sua própria empresa**

Esse é outro erro que é difícil de engolir, mas que acontece com alguma frequência. Certamente é menos grave do que errar o nome da empresa do seu cliente, mas não deixa de ser um problema facilmente evitável.

## **Errar suas informações de contato**

Há algum tempo me mudei de cidade e, no processo, acabei trocando meu número de telefone e alterando meu DDD. Na hora de criar a minha assinatura de email do meu novo emprego, acabei incluindo o número novo, mas com o DDD antigo. O resultado? Perdi alguns contatos profissionais até me dar conta do erro.

Sempre que você estiver provendo ao seu cliente um meio para que ele entre em contato com você, seja por telefone, Skype ou

o que for, confira duas vezes se os dados estão realmente corretos.

## **Não utilizar vírgulas corretamente**

Pode parecer surpreendente, mas muitas pessoas acreditam que a vírgula serve apenas para marcar pausas na leitura. No entanto, a vírgula também tem o objetivo de enfatizar expressões ou orações e impedir qualquer ambiguidade. Essas funções não são excludentes e é necessário estar atento a todas elas.

Pode ser um pouco chato ler um texto se deparando com vírgulas que não deveriam estar ali. Pior ainda talvez seja ler um texto sem qualquer vírgula. Mas nada é pior do que possíveis ambiguidades decorrentes do uso incorreto desse tipo de pontuação, como no exemplo abaixo:

**Maria, estuda todos os capítulos para a avaliação.**

**Maria estuda todos os capítulos para a avaliação.**

Você consegue notar qual a diferença no significado entre essas duas frases? Enquanto a primeira ordena Maria a estudar, a segunda informa que Maria já estuda. O sentido muda completamente, certo? Agora imagine algo do tipo em um email de vendas.

## **Não utilizar o ponto final**

O ponto final tem um propósito bastante simples: marcar uma pausa total. Mesmo assim, muitas pessoas parecem esquecer de usá-lo, escrevendo frases longas que parecem não terminar nunca. A falta do ponto final tende a dificultar bastante a leitura, por isso, ainda que pareça óbvio, é importante deixar aqui o alerta: não tenha medo de usar o ponto final.

## **Não utilizar parágrafos**

O parágrafo funciona como se fosse um pedaço do discurso que expressa um mesmo pensamento. Além disso, quebrar o texto em parágrafos ajuda bastante na leitura. Se você já precisou ler um longo bloco de texto, vai concordar com a gente que a experiência não é das melhores.

## **Utilizar um discurso vago ou evasivo**

Vamos ser honestos: ninguém gosta de receber um email com ofertas ou propostas de produtos ou serviços. Você até pode acabar adquirindo aquilo que foi oferecido no email, mas a reação inicial não costuma ser tão positiva.

Talvez por isso que tantos vendedores pareçam ter receio de escrever um email de vendas. O pior é que, muitas vezes, isso acaba sendo percebido no próprio conteúdo. É como se o vendedor estivesse com vergonha de demandar a atenção do seu possível cliente.

O resultado disso costumam ser frases excessivamente longas que podem provocar ainda mais dúvidas no cliente. Ao invés de escrever “Você, por um acaso, estaria interessado em agendar uma conversa para debatermos melhor a questão?”, busque ser objetivo e honesto em relação às suas intenções, optando por algo como “O que acha de agendarmos uma conversa de 15 minutos para eu te apresentar melhor o produto?”.

>>> Vai utilizar email para realizar o primeiro contato com um possível cliente? [Confira algumas dicas que podem te ajudar!](#)

## **Não prestar atenção na formatação**

Quando você copia algum texto de uma página na internet e o cola no corpo de um email que você está escrevendo, é comum que a formatação original do trecho copiado seja mantida no email. Quando nós falamos em formatação, nos referimos a

detalhes como tamanho e tipo de fonte, por exemplo.

Se você já recebeu algum email em que parte do conteúdo está escrito com uma fonte de um tamanho, enquanto em outra parte o tamanho é diferente, então você já se deparou com esse tipo de erro. Não é lá um problema assim tão grave, mas pode dificultar a leitura e fazer com que o email pareça amador e desleixado.

## **Leia mais, escreva mais e peça ajuda**



Eu já disse isso aqui neste artigo, mas é sempre válido frisar: o português não é um idioma fácil. Ninguém espera que sua redação seja perfeita, mas saber se comunicar a partir da escrita é uma habilidade que deve ser desenvolvida por qualquer vendedor.

Para algumas pessoas, no entanto, escrever é um pouco mais difícil do que para outras. Ainda assim, é necessário entender que a redação não é um dom, mas uma competência. E, como qualquer competência, ela pode ser aprimorada.

Você pode melhorar sua redação lendo e escrevendo. Simples assim! E, quando surgir alguma dúvida, basta perguntas para algum colega. As sugestões de outras pessoas podem nos ajudar a melhorar a qualidade de um texto e, com o tempo, escrever bem se torna natural.