



# 0 que é rapport em vendas + 6 técnicas que trazem excelentes resultados

*Rapport é uma expressão muito usada no idioma francês. É usada para designar um relatório, mas também tem outro significado: indica uma **ligação entre duas coisas**. É nesse sentido que ela é usada em vendas e na psicologia. Rapport é o ato de **criar uma conexão com outra pessoa** com o objetivo de que ela **ouça o que você tem a dizer** sem apresentar grandes resistências.*

**Pense assim:** as pessoas compram coisas de vendedores que elas gostam.

Se você empregar, aos poucos, **declarações empáticas** nas conversas com seus clientes, você irá desenvolver um relacionamento que lhe permitirá definir o ritmo e a direção da transação, enquanto ainda permite que os clientes mantenham o controle.

Declarações empáticas mantêm o foco da conversa nos clientes e fazem com que eles se sintam bem sobre si mesmos.

Nós gostamos de pessoas que estão **interessadas naquilo que dissemos** e em como nos sentimos.

Demonstrações de empatia também fecham o **ciclo do [discurso de vendas](#)**. Quando dizemos alguma coisa, queremos o *feedback* para saber se a nossa mensagem foi recebida e entendida.

Veja, a seguir, mais detalhes de como criar *rapport* em vendas.

[Guia para construir rapport e fechar mais vendas](#) from [Agendor](#)

## O que é *rapport*, na prática

Achou nossa definição do que é *rapport* muito teórica?

**Veja, então, um exemplo do que é *rapport*:**

Imagine que o vendedor vai se encontrar com um executivo conhecido por ser muito fechado e objetivo, seco ao tratar de negócios. Ao entrar em sua sala, repara nas paredes que há muitos retratos de pescarias. Como ele entende do assunto, depois de se apresentar, pergunta:

***– Desculpe a curiosidade, mas aquela carretilha da foto é uma [marca de carretilha]?***

Logo em seguida, o executivo diz que sim e conta detalhadamente como foi sua viagem ilustrada naquelas fotos de pescaria.

Pronto! O gelo foi quebrado, uma conexão criada: **aconteceu o *rapport*!**

Ficou mais claro para você o que é *rapport*, depois desse exemplo?

# Técnicas de *rapport* em vendas infalíveis

Declarações empáticas capturam a mensagem verbal, estado físico ou sentimento emocional de uma pessoa, e usam a linguagem paralela para refletir a mensagem de volta para ela.

O **espelhamento**, uma das mais conhecidas técnicas de *rapport* em vendas, faz com que transmitamos às pessoas o que elas dizem ou sentem para que fechemos o ciclo de comunicação.

Nós nos sentimos bem sobre nós mesmos quando comunicamos com sucesso uma mensagem. Evitar a repetição de palavra por palavra do que uma pessoa diz, por simplesmente repetir, soa paternalista e condescendente.

A fórmula básica para a construção de demonstrações de empatia é: “então você...”. Esta construção simples mantém o **foco no cliente** e permite que eles saibam que você está realmente os ouvindo.

Declarações empáticas simples podem incluir: “então você gosta da maneira como as coisas estão indo hoje”, ou: “então você está tendo um bom dia”.

O básico “então você” garante que o foco da conversa permaneça sobre a outra pessoa. Por isso, aqui estão mais 2 ferramentas adicionais para fazer a empatia funcionar.



Criar *rapport* e empatia pode ajudar você a entender melhor seus clientes e vender mais.

Veja também: [Como usar a linguagem corporal em vendas](#)

# #1. Empatia presumida

O presumível estabelece rapidamente o *rapport* e recolhe informações adicionais de clientes para ajudar vendedores a dirigir a transação.

Nas técnicas de *rapport* em vendas de empatia presumível **apresenta um fato, mas deixa a interpretação do fato para o cliente**. Se a presunção for verdade, o cliente normalmente irá adicionar novas informações à conversa.

O vendedor poderia, então, construir outra declaração empática com base na resposta do cliente para solicitar mais informações.

Se a presunção é falsa, o cliente normalmente vai corrigir a informação.

**Veja o exemplo de *rapport*, abaixo:**

- **Vendedor:** posso ajudá-lo?
- **Cliente:** sim, eu tenho que comprar uma nova máquina de lavar e secar.
- **Vendedor:** então sua antiga máquina de lavar está com problemas?
- **Cliente:** não, é que eu estou me mudando e ainda não tenho uma.
- **Vendedor:** ah! Então você vai precisar de uma máquina de lavar e secar roupa compacta. Deixe-me mostrar-lhe uma unidade que é muito vendida para quem mora em pequenos espaços.
- **Cliente:** ok.

O vendedor usou a presunção empática para manter o foco no cliente e para **incentivar o cliente** a afirmar ou negar a presunção.

Quando ele disse: “então sua antiga máquina de lavar está com problemas?”, o cliente o corrigiu, dizendo que estava se

mudando e ainda não tinha uma máquina de lavar.

Essa informação adicional **identifica o tipo de unidade** que o vendedor deve direcionar para o cliente.

As palavras “tenho que comprar” indicam que o cliente está realmente considerando a compra de uma máquina de lavar e secar ao invés de estar apenas olhando.

**As palavras “tenho que comprar” também indicam que o cliente tem uma necessidade imediata e está sob pressão para comprar uma máquina lava e seca.**

O vendedor obteve informações importantes durante a abertura. E está, além de uma prática muito usada por [vendedores de sucesso](#), é uma das Melhores consequências dos uso de boas técnicas de *rapport* em vendas.

Em primeiro lugar, o cliente é um comprador sério, e em segundo lugar o vendedor sabe exatamente que categoria de máquina de lavar o cliente está propenso a comprar.

Essa informação poupa tempo do cliente e do vendedor. O cliente vai pra casa com o produto que ele precisa e o vendedor tem tempo para servir outros clientes.



Seus clientes precisam do seu produto. A empatia é a maneira de chegar à venda mais rápido.

Saiba mais: [4 livros famosos sobre a arte de influenciar pessoas](#)

## #2. Empatia condicional

A empatia condicional, outra das técnicas de *rapport* em vendas, **mantém o foco da conversa no cliente** com que você está promovendo o *rapport* e **introduz um conjunto de circunstâncias** em que o cliente irá comprar um produto ou serviço.

## Veja mais um exemplo de *rapport*:

- **Vendedor:** posso ajudá-lo?
- **Cliente:** não, eu estou apenas olhando.
- **Vendedor:** então, você ainda não decidiu qual modelo você quer comprar.
- **Cliente:** eu preciso de um carro novo, mas não tenho certeza de que posso pagar por um.
- **Vendedor:** então você compraria um carro se fosse o preço certo?
- **Cliente:** claro.
- **Vendedor:** você gosta de carros vermelhos ou azuis?
- **Cliente:** azul.
- **Vendedor:** vamos dar uma olhada em alguns carros azuis que estejam na sua faixa de preço.

Em resposta à empatia presumível inicial, o cliente **identificou a razão** que o impedia de comprar um carro.

O vendedor, em seguida, usou uma **condicional empática**. Os conjuntos de empatia condicional (se/então): “então você compraria um carro se fosse o preço certo?” são uma excelente forma de como criar *rapport* em vendas.

A presunção subjacente é que o cliente vai comprar um carro, se forem respeitadas determinadas condições. Nesse caso, a condição é o preço.

A **condicional empática ajudou o vendedor a identificar um obstáculo de compra**. Com essa nova informação, o vendedor pode direcionar o cliente para uma fila de carros na faixa de preço que o cliente pode pagar.

Agora que você já sabe como funciona, compartilhe essas duas técnicas de *rapport* em vendas essenciais com a sua equipe, usando o nosso infográfico!



Confira estas dicas: [PNL em vendas: alcançando resultados poderosos nas vendas](#)

## Como criar *rapport* por telefone?

O fato de não estar vendo o cliente cara a cara pode dificultar um pouco o *rapport*. Assim, como criar *rapport* por telefone?

**Existe um passo a passo em 6 etapas:**

### 1. Lição de casa: estude seu cliente

Quanto mais você souber sobre seu cliente, maiores as probabilidades de achar uma conexão com ele. Assim, você pode superar essa barreira de não ver seu cliente para entendê-lo melhor.

Por isso, pesquise o perfil dele nas mídias sociais como LinkedIn e Facebook e também da empresa em que ele trabalha, assim como seus sites e blogs.

**Conheça tudo sobre ele e sobre a empresa!**

### 2. Crie um roteiro de como criar o *rapport*

Agora que você já conhece diversos aspectos da empresa e da pessoa com quem vai falar, pense em como conduzir a conversa de modo a mostrar algum interesse comum.

Ao estudar o perfil da pessoa nas redes sociais, você pode descobrir detalhes como este:

- a escola ou faculdade onde ele estudou;
- lugares para onde já viajou;
- empresas em que ele trabalhou antes;
- amigos ou colegas de trabalho em comum;
- hobbies e outras atividades que ambos apreciam;

- fatos recentes da vida dele, como casamento, nascimento de um filho, promoção, conclusão de um curso etc.

Assim, você deve elaborar uma forma de entrar nesses temas sem parecer “abelhudo” nem inconveniente. E o ideal é que você **realmente entenda desses temas** e esteja familiarizado com eles. De outra forma, pode parecer artificial e pouco convincente.

**Dica importante! Não aborde os seguintes assuntos NUNCA:**

- Futebol;
- Política;
- Religião,

São terrenos em que as pessoas costumam ter emoções muito fortes e, por isso, uma pequena palavra mal colocada pode levar tudo a perder. Evite!

### **3. mantenha o fluxo do diálogo**

Evite silêncios constrangedores. Inclua em seu roteiro todo tipo de pergunta que poderia fazer para entender melhor as dores do cliente, as necessidades de seu negócio.

E não se esqueça também de ter na ponta da língua a melhor maneira de contornar objeções de clientes.

Este post pode ajudar você: [Como lidar com objeções em vendas – 5 técnicas infalíveis](#)

### **4. Use o mesmo estilo de linguagem da outra pessoa**

Uma das mais conhecidas técnicas de *rapport* é o espelhamento. Consiste em imitar os gestos e a postura da pessoa com quem está falando.

Como isso não é possível por telefone, a solução é tentar espelhar a **maneira de falar e o vocabulário do comprador**.



## 5. Seja cordial e amigável

Não é hora de ser agressivo. É hora de criar um clima favorável. Por isso, seja simpático e agradável, sem ser bajulador.

Mesmo que em alguns momentos seu interlocutor pareça agressivo ou impaciente, contorne isso e ofereça o outro lado da moeda.

## 6. Mostre que se importa com o cliente

Deixe bem claro que seu objetivo é ajudar o possível cliente a resolver seus problemas, não apenas fechar uma venda!

E essa ajuda pode se revelar até mesmo em um conselho que não tem a ver com a solução que sua empresa vende. Mas, de qualquer forma, vai categorizar você como um entendido na área de atuação do cliente.

**Quer conexão melhor do que essa?**

Quer mais dicas de técnicas de *rapport*? Então, confira este video do Adriano Carioca:

## Que tal fazer um teste de como criar *rapport* em vendas em sua rotina?

Então você está querendo aumentar as vendas e passar bem pelos momentos difíceis do nosso país, correto?

Experimente, na próxima vez que você se reunir com um cliente ou que você tiver a oportunidade de conversar com um *prospect*, utilizar um desses 2 recursos para criar empatia e estabelecer *rapport*.

Saber como criar *rapport* em vendas não apenas espelhando o

comportamento do seu cliente e suas ações (cruzar os braços, encostar na cadeira, colocar a mão no bolso, e etc.) é muito importante.

Também podemos **estabelecer *rapport* através da empatia**, nos colocando no lugar de nossos clientes e falando para eles o que gostaríamos de ouvir se estivéssemos no lugar e nas condições dele.

Essa é a melhor maneira de entender o que o seu cliente precisa e ajudá-lo a comprar o seu produto. Assim, no final do dia, todos ficam satisfeitos e conseguem o que queriam.



Guia para construir *rapport* e fechar mais vendas

Depois de usar técnicas de *rapport* em vendas, que tal saber como contornar as objeções de seus clientes? Baixe este e-book gratuito e descubra como: [Como o Agendor pode ajudar a vencer objeções durante suas negociações](#)