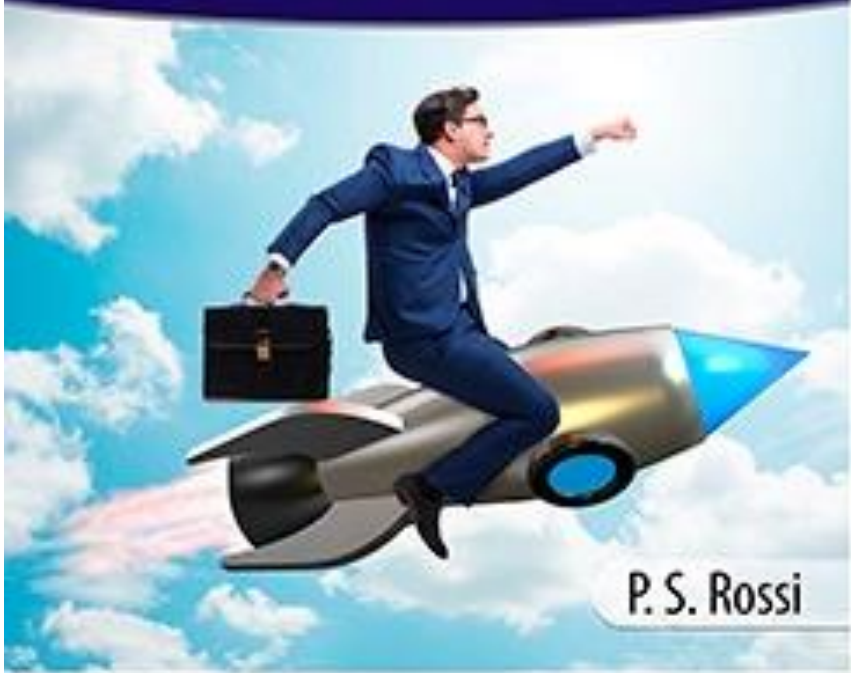


# Armando vendas

*História ensina.  
Boas histórias,  
ensinam melhor.  
Muitas histórias  
ensinam mais.*



P. S. Rossi

**Armando Vendas**

**Histórias de vendas e de vendedores**

**Pedro Santo Rossi**

**2022**

Rossi, P. S. Armando Vendas

Histórias de vendas e de vendedores.

Rossi Publicações, 2022 – São Paulo

## Sumário

Fumo Goiano .....	1
Venda por indiretas .....	4
A pick-up usada. ....	6
Acabou a munição .....	8
Cadastro pessoal.....	10
O caderno preto. ....	12
Calendário sensual.....	15
Cliente importante .....	16
Cobrando o prejuízo .....	17
Cortando vaca.....	18
De hora em hora.....	20
Consórcio de bezerros. ....	23
De porta em porta. ....	24
Desconto no preço. ....	26
Dupla insistente. ....	28
E diga que não. ....	30
Fotografando a entrega.....	32
Jeans Lycra.....	34
Madrugada na boate. ....	37

Máquina preparada.....	38
Medo de vender.....	40
Monte de esterco.....	42
Multiplicando as vendas.....	44
Ninguém mais sabe.....	46
O camelô na praça.....	48
O churrasqueiro.....	50
O fusca rejeitado.....	52
O gordo folgado.....	53
O ladrão e o coronel.....	54
O terror da administração.....	57
O vendedor analfabeto.....	59
O vendedor mudo.....	62
Pano de prato.....	65
Perdendo o frotista.....	66
Pipoqueiro de feira.....	67
Plantão no portão.....	69
Prioridade para vendedores.....	71
Reclamação.....	72
Sem saber marketing.....	74
Servindo cafezinho.....	77
Técnicas de fechamento.....	79

Testemunhas. ....	81
Venda técnica? .....	83
Vendedor insistente. ....	85
Vendedor ruim. ....	87
A culpa do Déo.....	88
IF .....	90
Agradecimentos ao leitor .....	92
O autor.....	93

## Homenagens.

Meus agradecimentos àqueles que me contaram algumas dessas histórias, e outros que foram os próprios protagonistas:

Benedito Ferraz, Claudionor Luongo, Edgar Senise,  
Eduardo Leite, Gildo Cancelli, Heloiza Rodrigues Viana,  
Irineu Dalbello, Ismar Alves de Oliveira, Jesus Avino,  
João Batista de Oliveira, Manoel Tenório, Maria Alcides,  
Mario Nishida, Naguato Kobayashi, Nelson Ribeiro,  
Paulo Coutinho, Remy Oliveira, Sebastião Caracas,  
Tárcio Soares, Valentin Valente,  
Vanderley de Oliveira, Victor Lobato,

e uma homenagem especial ao colega

Ivan de Freitas Paiva

um grande contador de histórias.

## Quem é o Armando?

Tudo que se produz é para ser vendido, e tudo que se consome tem que ser comprado. No meio disso tudo, existe o vendedor. Um elo muito importante na cadeia de marketing, mas poucos reconhecem isso. "*Nenhuma corrente é mais forte que o seu elo mais fraco*". Para quase todas as profissões e ocupações existem longos e elaborados trabalhos de formação técnica, enquanto para ocupação dos espaços destinados a vendas, são recrutados os mais diversos tipos de pessoas com praticamente nenhuma formação técnica anterior. Os vendedores são feitos nas empresas, quando muito com um cursinho de uma semana. E olhe lá.

Iniciado, dessa mesma forma, depois de um cursinho de quatro dias fui jogado no campo para "buscar vendas". Devido aos conceitos anteriores, adquiridos na formação acadêmica de Pedagogia, comecei a pesquisar e ler tudo que aparecia sobre vendas. Por melhores que fossem meus resultados sempre aparecia alguém que, sem nenhuma "preparação", vendia mais do que eu. Isso me intrigava. Onde estaria a razão do sucesso do vendedor que não tem nenhuma formação acadêmica e consegue vender tanto.

Comecei a colecionar história de vendas e de vendedores, que fogem de qualquer esquema normal de um manual de vendas. Essas histórias não devem ser tomadas como exemplo a serem seguidos ao pé da letra, este não é um manual de vendas, mas servem de referências tanto boas quanto más, algumas são instrutivas, outras apenas jocosas.

Essas histórias foram recolhidas, ao longo de vinte anos de atividade em vendas por todo Brasil. Algumas são situações que eu mesmo vivi profissionalmente, outras que contaram e me chamaram a atenção quanto ao seu aspecto fantástico, ou cômico.

Durante muito tempo relutei em publicar estas histórias; costumava contá-las somente em ambientes fechados tais como cursos e treinamentos de vendas. Temia que a divulgação maior pudesse prejudicar ou mesmo desgostar os personagens envolvidos. Muitos



desses personagens continuam em atividade, alguns ainda vendedores, outros gerentes, diretores e empresários.

Agora encontrei esta forma: o Armando.

Este personagem - o Armando - vai assumir todas as histórias como se fosse o protagonista original.

Acredito que a história seja um dos melhores instrumentos didáticos, pois nelas cada um encontra o que é capaz de reconhecer como virtudes ou defeitos. A imitação ou condenação de qualquer procedimento depende da formação de cada um. Em cada história o leitor poderá identificar métodos a serem adotados ou evitados. O julgamento é seu.

Quanto à exatidão dos fatos, posso garantir que estão tão féis quanto permite minha capacidade de assimilação e transmissão. Ando repetindo essas histórias como as percebi, ou ouvi; qualquer distanciamento do fato real deve ser atribuído muito mais a minha dificuldade de transcrição do que ao desejo de fantasiar.

Numa apresentação anterior deste projeto a uma editora, foi solicitado que se acrescentassem discussões teóricas. Não concordei, pois estaria desfigurando o ensejo inicial de só contar histórias, sem ser um manual ou livro texto.

## Fumo Goiano

*Esta história foi a origem de todo este trabalho. Percebi naquele dia que todas as teorias de condução psicológica e sequencial da venda técnica, estariam prejudicadas se não se o conhecesse exatamente o mercado em que estivesse atuando. Não que os clássicos de vendas não considerassem essa possibilidade, mas é que, na maioria dos casos, os vendedores saem por ai repetindo o mesmo procedimento com todos os clientes sem um estudo preliminar das abordagens necessárias para o bom desenvolvimento da venda.*

Eu andava lá pelas bandas do Sul de Goiás (Itumbiara). Estava numa revenda de automóveis quando minha atenção se fixou num matuto que rodeava uma caminhonete. Abriu a porta esquerda, puxou o volante, olhando o giro das rodas dianteiras. Andou um pouco e parou para observar a dianteira do carro. Abriu a porta esquerda, bateu no banco como se bate no baixeiro da montaria, abriu e fechou o porta-luvas... Tudo isso numa lentidão de dar gosto. Fechou a porta, deu dois passos para traz e começou a fazer um picadão (cigarro de palha, com fumo de corda).

Fiquei observando cada corte de fumo, a esfarelada no palmo da mão, o aliso e o corte da palha, o encalhamento e a enrolada. Quando o matuto acendeu o cigarro e deu a primeira baforada eu já estava ao seu lado:

- *Fumo bõo?*

- *Bããã!*

- *Ouvi dizer que tem fumo bom em Goiás.*

- *Teeem!*

*- Meu pai até pediu que eu levasse um fumo bom de Goiás para ele. Qual é a marca boa?*

*- Num tem marca não.*

*- Então como vou saber qual é o fumo bom?*

*- Que tipo de fumo ele gosta?*

*- Não sei, eu não conheço, eu não fumo. Mas ele diz que gosta de um fumo gostoso, nem forte, nem fraco.*

*- Eu acho que sei o fumo que ele gosta.*

*- Qual é a marca?*

*- Num tem marca não.*

*- Então não adianta, não vou saber qual comprar.*

*- Oê qué mesmo comprá?*

*- Quero sim. Vai ser bom levar uma lembrancinha de Goiás pra ele.*

*- Então vamo ali no mercado que eu mostro pro cê.*

No mercado, do outro lado da rua, ele cheirou e apalpou bem uma dúzia de rolos de fumo. Tranquilamente, apontou para dois como sendo os recomendados. Sem titubear pedi que o balconista cortasse um metro de cada um.

Paguei e saímos de volta para a revenda.

Saindo do mercado, perguntei para o matuto:

*- Mexe com quê?*

*- Com arroz.*

*- Dizem que o arroz neste ano tá ruim, ... esta seca!*

*- É... (demorou um pouco e emendou) tem cento e cinquenta alqueire de arroz que não vai dar pra colher metade, mas tem seiscentos alqueires de milho que tá bom!*

Ali mesmo me despedi do roceiro, agradecendo a ajuda na compra do fumo e voltei para a revenda pensando nos seiscentos alqueires de milho.

Perguntei ao Remy (dono da revenda) o que significava seiscentos alqueires de milho. Olhando para o lado da rua, em frente ao mercado, mostrou uma carreta graneleira de 30 toneladas.

*- São seiscentas carretas daquela saindo da roça dele.*

*- Mas Remy, esse homem entra na sua loja, olha uma caminhonete e sai sem que nenhum vendedor se digne a atendê-lo?*

*- É, ... não pode. Se for conversar com ele, ele foge, não compra.*

Eu quis saber exatamente como era aquilo e o Remy explicou contando a história da “venda por indiretas”, a primeira de uma série que comecei anotar como "causos" e que acabaram nesta série de histórias do Armando.

## Venda por indiretas

Assim contou o Remy:

Outro dia eu soube que ele queria comprar um caminhão. Mandei o Armando até a fazenda dele para realizar o negócio. O Armando chegou à fazenda:

*- Boa tarde, "seu" Onório, como vai o senhor? Eu estou indo ali pra fazenda do "seu" Antonio, me deu uma sede danada. Tem água no pote?*

*- Teeem, vamo entrando.*

Como de costume, foi servindo água do pote e um pires com pedaços de doce. Um pouco de água, um pedaço de doce, outro pouco de água, e o tempo passando bem devagar. Armando então entra com a conversa:

*- To indo ali pra fazenda do "seu" Antonio, andam dizendo que ele quer comprar um caminhão, vou ver se é mesmo verdade. O caminhão que custava 84 mil, já aumentou para 92 mil, e o pior, não se acha!*

*Até logo, e muito obrigado pela água.*

Armando sai na direção da outra fazenda. Dois dias depois...

*- Oh, "seu" Onório, olha nós aqui outra vez! Eu tava indo lá pra fazenda do "seu" Antonio e foi só passar por aqui que deu aquela sede de tomar água do seu pote.*

*- Vamo entrando.*

Repete-se o ritual da água no copo, o doce no pires... e o tempo passando lentamente.

*- Bão eu tenho que ir. Vou ver se o "seu" Antonio vai mesmo querer o tal caminhão porque consegui arrumar dois ainda com preço de 84 mil. Vamos ver se ele quer mesmo, porque nesse preço tem um montão de gente querendo.*

*Até logo, obrigado pela água e pelo doce.*

Armando saiu em direção da outra fazenda. O matuto saiu em direção à cidade, passou no banco, sacou 84 mil, colocou numa sacola de feira e foi para a revenda.

- *Remy, ocê tem caminhão?*

- *Tenho...*

- *Quanto custa?*

- *84 mil.*

- *Eu vou levar um.*

Colocou a sacola na mesa para eu contar o dinheiro.

- *É assim que se vende pra ele (disse o Remy), doutro jeito não funciona, ele foge.*

## A pick-up usada.

*Muitos vendedores perdem uma pequena fortuna em comissão de vendas, por não atender ou procurar pessoas que "não parecem" que possam comprar.*

Eu estava gerente de uma concessionária de veículos no interior de Minas, onde havia outra concessionária da mesma marca e do mesmo dono.

Um cliente chegou perguntando se tinha F-100. Levei o cliente até o veículo em exposição e mostrei a pick-up nova toda equipada.

- *Entrega já?*

- *É só fazer a revisão de entrega e faturar. Uma meia hora, enquanto a gente toma um café e prosea um pouco.*

Fechado o negócio, o cliente insistia que o seu cheque fosse sacado no banco e o recibo declarasse pagamento "em dinheiro". Eu dizia que não precisava, aceitaria o cheque mesmo. Mas não restou outra alternativa senão mandar sacar o dinheiro do cliente e emitir o recibo com a declaração: "em dinheiro".

Conversa vai, conversa vem, enquanto fazia a revisão, o cliente acabou por confessar a razão de tal impertinência:

Estivera na outra revenda, e ao perguntar o preço da F-100, o gerente de lá respondeu secamente:

- *Usada não tem.*

Isso sem dar a mínima atenção ao comprador interessado.

Agora o interesse do cliente era de levar de imediato a F-100 até a outra revenda só para mostrar que tinha dinheiro para comprar um veículo novo.

Meu drama era agora contornar a situação de faturamento, pois o veículo em meu pátio, que acabara de vender, era exatamente

te da outra revenda, daquele mesmo gerente. Era consignação e de lá que teria que sair a nota fiscal. Isso acontecesse, a venda seria perdida. Faturamento entre revendas do mesmo dono (impostos e taxas) não era aceito pela diretoria.

Tentei rodear, puxei outro assunto, estiquei a conversa procurando ganhar todo o tempo possível, para dar tempo para alguém da contabilidade acertar a entrada e a saída do veículo, sem que o cliente percebesse estar comprando do mesmo vendedor.

Depois de uma hora de arroteio e muita conversa esticada, saiu a nota fiscal.

A primeira atitude do cliente foi dirigir até a outra revenda, parar na frente e gritar para o gerente:

- *"Ei, fulano, você tem dinheiro para comprar uma F-100 USADA!"*

O gerente que a essa altura já sabia do acontecido, tentou amenizar:

- *Essa caminhonete não é usada, é nova.*

Mas o cliente insistiu:

- *É USADA sim, já andei três quarteirões com ela. Você tem dinheiro para comprar?*



## Acabou a munição

Armando vinha tentando fechar aquele contrato nos últimos três meses, o cliente sempre apresentava uma desculpa e provocava o adiamento. Agora a campanha estava no fim, o contrato teria que ser conseguido.

Era um fim de tarde chuvoso em São Paulo, e fazia frio. O carro estacionado no Largo do Arouche, nenhum cliente por ali, Armando resolveu fazer mais uma tentativa com aquele protelador da Praça do Patriarca.

Garoa fina, pingos de marquises e pontas de guarda-chuva enquanto Armando se dirigia, quase sem esperanças, por meio a multidão. Praça da República, camelôs, Barão de Itapetininga, Viaduto do Chá, Praça do Patriarca. Subiu pensando que seria somente mais uma visita a acrescentar no relatório e uma pendência que permanecia nas estatísticas de negócios não concluídos. Lembrou da cara do supervisor.

A secretária, já velha conhecida, entrou para anunciar mais uma visita do vendedor e logo voltou chamando-o para entrar.

*- Pois bem seu Armando, vamos lá, vamos fechar esse contrato de uma vez. Hoje é seu dia de sorte.*

Armando nem acreditava no que estava acontecendo. Abriu a pasta para pegar o talão de pedido. Procurou, procurou, mas não encontrou, esquecera fora da pasta, no banco do carro.

Tentou pensar no que fazer, mas o cliente não deu tempo.

*- Como é, vamos lá? Tenho mais o que fazer, estou saindo de viagem para o Nordeste e só volto no mês que vem.*

No meio da batalha, Armando ficou sem munição.

Não houve jeito, teve que confessar a falha e pedir um tempo para ir até o carro. A chuva aumentara, havia mais pessoas nas ruas, era hora de saída dos escritórios, as lojas estavam fechando. O cora-

ção do Armando queria saltar pela boca. Tentava correr, não conseguia, era muita gente pelo caminho; quando percebia uns claros pela frente e corria, logo via que os claros eram por causa das poças d'água. Correndo quando podia, lembrou que se alguém gritasse "pega ladrão" seria o primeiro suspeito.

A trancos e encontrões, chegou ao carro, e pegou o talão. Não tinha mais pique para voltar. Arrastou-se de volta até a Praça do Patriarca. Chegou molhado, mais de suor do que de chuva.

Ao preencher, tremendo, o pedido do cliente, jurava nunca mais sair sem verificar o material necessário.

## Cadastro pessoal

*Poucos vendedores conseguem entender o valor de cada contato que fazem. O conhecimento do mercado é de um valor enorme para qualquer atividade de marketing. Sem o conhecimento do mercado nada se pode fazer com alguma chance de êxito. Muitas empresas contratam vendedores e pagam um fixo razoável para que façam visitas e tragam relatórios. As informações contidas nos relatórios, quando devidamente analisadas, cobrem todo custo de manutenção daqueles vendedores mesmo improdutivos.*

Armando foi vendedor de livro, de publicidade, de imóveis, de investimentos, etc., e nunca desperdiçou uma visita. No mínimo saía com o cadastro do cliente. Enquanto outros vendedores discutiam a validade de fazer relatórios, Armando fazia cópias de fichas de clientes. Enquanto outros reclamavam a quantidade de itens que deviam ser preenchidos na ficha de visita, Armando criava mais informações na ficha própria.

Hoje tem um fichário próprio e uma secretária que só cuida do arquivo<sup>1</sup>.

Diariamente, cumprimenta cerca de 50 aniversariantes do dia, também envia cartões, flores ou brindes pelo evento, seja aniversário de nascimento, casamento ou formatura. Age mais ou menos assim:

*- Olá fulano, que satisfação, aqui é o Armando, estou ligando para lhe dar um abraço nesse dia tão especial. Eu queria almoçar consigo, mas como sei que você já deve ter seus compromissos com parentes e amigos mais chegados, até já aceitei outro compromisso. Mas você vai ficar devendo “um chopps”. Felicidades.*

---

<sup>1</sup> Quando escrevi isto, não havia computador

Talvez a esposa do cliente não tenha lembrado do seu aniversário, mas Armando nunca esquece, e geralmente é o primeiro a saudar o aniversariante. Também costuma mandar flores em aniversário de casamento e aniversário da esposa de clientes, e nesse dia também telefona para o cliente:

*- Ei, vai ter festa em casa hoje, comemorando mais um, ei! Olha quando chegar em casa vai ver que sua mulher recebeu flores, mas não vá brigar com ela, fui eu quem mandou para vocês. Felicidades.*

O marido poderia até ter esquecido do aniversário de casamento ou da esposa, mas o Armando lhe lembrava.

É claro que os clientes sabem que o Armando sozinho não poderia ter tudo isso na cabeça, sabem que é uma atividade organizada. Mas também sabem que o Armando é o único vendedor que lembra do seu dia de aniversário, do aniversário da sua mulher e de seus filhos, e isso faz a diferença.

Armando nunca quis ser gerente de vendas, pois acreditava que não iria conseguir formar uma equipe que trabalhasse como ele, e de forma diferente não iria conseguir os resultados que conseguia pelo seu estilo e pela sua filosofia.

Agora, Armando não procura mais clientes para vender qualquer produto; procura produtos que sirvam para atender a sua clientela. Um dia eu estava no seu escritório quando ele “distribuía” os lotes de um condomínio entre seus clientes cadastrados. Presenciei uma venda:

*-Olá fulano, (e depois de alguns cumprimentos e arroteios) eu estava fechando um condomínio na praia Tal e lembrei de você. Reservei um lote entre seus amigos Cicrano e Beltrano. É um lugar privilegiado, tenho até inveja de você. Estou mandando um portador com o contrato pronto para você assinar. Um abraço.*

## O caderno preto.

Armando estava em Ribeirão Preto, a serviço de uma multinacional, fazendo seu trabalho e treinando um novato. Como parte do treinamento para testar a esperteza do novato, sempre costumava criar algumas situações só para ver as reações. Como em diversas atividades, os veteranos sempre encontram um jeito, às vezes engraçado, outras de mau gosto, para se divertir com os novatos. Algumas dessas brincadeiras servem de integração outras pelo contrário podem causar inimizades já no início.

Armando gostava de motocicletas e até tinha algumas habilidades. Já no fim do expediente, conseguiu uma moto emprestada de um vendedor local e intimou o novato para dar uma volta na garupa. Subidas, descidas, curvas, lombadas, e o novato agarrado na cintura do Armando sem qualquer esboço de medo ou de aprovação, apenas obedecia ao comando do piloto.

Ao retornar para a empresa, Armando deu de cara com mais um carro da companhia, pensou consigo mesmo que deveria ser um colega qualquer, mas aproveitou para assustar o novato:

*- Ih cara, auditoria! Se o auditor nos pega andando de moto durante o expediente, estamos os dois na rua.*

O novato arregalou os olhos, não poderia perder o emprego já na primeira semana de experiência.

Ao me ver (o novato ainda não me conhecia), foi logo tratando como se eu fosse o chefe, e lhe apresentou o novato. O "chefe" que também não era lá boa coisa, "entrou de sola" no Armando:

*- Então seu chefe chega para acompanhar o seu serviço e o moço está por aí andando de moto?!*

*- Sabe, chefe, nós só fomos até ali para comprar um cigarro.*

*- Qual é, cara, eu sei que você não fuma. Também, não adianta mais, você já está mais sujo que pau de galinheiro.*

*- Pô chefe, o que foi? Descobriram alguma coisa?*

*- Não sei, isso você vai discutir na Diretoria de Relações Industriais.*

O novato não sabia o que estava ocorrendo, aquela conversa parecia cifrada; parecia algo muito sério; não percebeu que estavam fazendo um teatro para ele. Armando se fez de entristecido e perguntou se teria que ir logo para São Paulo. O "chefe", num tom de condescendência:

*- Tá bom, faz de conta que não lhe encontrei hoje, assim você fica mais um dia; amanhã você vai embora. Vai fazer o seu trabalho, e mais tarde a gente se encontra para o jantar; aí você me passa o "caderno preto"*

O novato permanecia imóvel, quase nem respirava; Armando, como que disfarçadamente, disse para o gordo que caderno preto era a ficha de avaliação do novato.

*- Então, Armando, amanhã você volta de ônibus e deixa o carro com o gordo.*

*- Mas chefe, o gordo não tem ainda autorização para dirigir o carro de frota. Tenho que voltar com o carro e o gordo fica com você.*

*- Mais essa! Vou ter que dar uma de motorista particular. Você sabe que não gosto de ninguém no meu pé.*

Dito isso, "o chefe" saiu pisando firme, "contrariado", entrou no seu carro e foi embora. Armando se calou, como se tivesse ficado muito preocupado. Chamou o novato para realizarem a assembleia marcada em Sertãozinho, a cerca de 30 km. No caminho não falava nada e o gordo estava cada vez mais agitado. Por três vezes pediu para o Armando parar o carro e correu para o meio do canavial, estava com diarreia. Finalmente explodiu:

*- Olha Armando, eu vou voltar com você. Preciso desse emprego, mas não vou aguentar esse cara. Vou acabar batendo na cara dele e o negócio vai ficar mais complicado.*

Durante a reunião em Sertãozinho, o novato ficou a maior parte do tempo no banheiro.

Chegando ao hotel, o "chefe" estava esperando para o jantar. O novato quis passar direto para o seu apartamento e disse para o Armando:

*- É melhor eu me mandar; se ficar aqui eu quebro esse cara ainda hoje.*

Percebendo que a brincadeira fora longe demais, contamos toda verdade para o novato, rimos juntos da troça e explicamos que "caderno preto" era a agenda com os nomes das meninas da região. A diarreia sarou e a noite acabou num jantar a três.

## Calendário sensual

*A pesquisa de mercado, o levantamento prévio dos dados do cliente, são algumas atribuições específicas e necessárias para o bom desempenho do vendedor. Confiar só na sorte ou confiar demais nas próprias habilidades e artimanhas podem não ser um bom negócio.*

Naquela época não era nada comum a estampa de mulheres nuas em calendários, nem havia revistas de sexo tal como hoje. Armando conseguira numa gráfica de um cliente, uma certa quantidade de estampas de mulheres nuas em calendários de bolso.

Ao remexer nas coisas da pasta de apresentação do seu produto, Armando deixava deslizar para a mesa dois ou três calendários.

Geralmente o comprador, ou pretendo cliente, gostava do que via e pedia para ficar com aquilo. O vendedor dizia que só tinha aqueles exemplares, que era muito difícil conseguir, que era muito valioso, etc., tudo para valorizar o presente que acabava deixando para o comprador como se tivesse sido vencido.

Dado esse momento inicial, o próximo passo era conseguir que o comprador, por sua vez, cedesse na realização do pedido.

Numa dessas investidas, ao abrir a agenda e deixar escorregar um calendário, o cliente indignado imediatamente chamou a secretária para que acompanhasse o vendedor até a saída e deixasse instruções na portaria para que não mais lhe fosse permitida a entrada.

Armando não tivera o cuidado de pesquisar os dados do cliente que era um pastor evangélico.



## Cliente importante

*Para pegar um pedido, é necessário que se esteja diante do cliente. Para se chegar ao cliente é preciso decidir fazer isso. Programar e realizar, eis a questão.*

Armando era novo na empresa; recebeu uma ficha e deveria programar uma visita. A ficha estava cheia de assinaturas de outros vendedores que haviam ido atender aquele cliente.

*- Oba, um cliente importante (pensou o vendedor), muitas pessoas já foram visitá-lo. Vou programar uma boa oferta.*

Chegou ao cliente com todo entusiasmo, com a atenção e decisão que merecia um cliente tão importante; ofereceu a quarta capa (da lista telefônica de Porto Alegre) e o cliente aceitou na hora. Saiu do cliente pensando em agradecer o supervisor por ter atribuído uma ficha tão boa, afinal ele estava apenas começando, não era ainda da equipe de elite. Quando chegou com o contrato, percebeu o maior espanto do supervisor que correu mostrar a venda para o gerente.

*- O novato vendeu nesta ficha?!*

Armando não entendia o que estava acontecendo, somente depois de alguns meses é que foi saber. Aquele tipo de fichas era de clientes sem perspectivas; eram dadas para vendedores novos somente para treinamento de abordagem. Muitos vendedores “mais expertos” ao receberem fichas daquele tipo, apenas “forjavam” o relatório de visita, assinavam a ficha como se tivessem visitado em nem chegavam a fazer a visita ao cliente.

Armando não sabia disso, pensava que era um cliente importante. Foi lá e faturou. E tem mais. No final da campanha, quando recebeu o prêmio de vendedor que mais tinha vendido à vista, é que percebeu que não tinha recebido a tabela de “vendas a prazo”, nem ficou sabendo dessas facilidades.

## Cobrando o prejuízo

*O vendedor precisa ser um ator, saber representar e exprimir os seus sentimentos na hora certa.*

Armando vendia uma determinada coleção de livros, fazendo sua apresentação com um volume de demonstração que pesava quase dois quilos. Uma vez, no centro de São Paulo, demonstrando o produto para um juiz de direito, foi surpreendido pelo "veredicto" do cliente:

*- Isso não presta.*

Com olhar indignado, fixou seus olhos nos olhos do juiz e num movimento brusco lançou o exemplar de demonstração pela janela do escritório (estava no décimo andar).

*- Doutor, não trabalho mais com isso. Não sabia que não prestava. Acreditava que era bom. Agora, se o senhor souber de alguma coisa que eu possa fazer, favor indicar para mim, pois não posso ficar desempregado.*

*- Espera aí, não serve para mim que só tenho tempo para ler anais dos tribunais e revistas jurídicas, poderia ser útil para minha filha que estuda no colegial.*

Armando tirou um contrato do bolso:

*- Então assina aqui, a faz o cheque de tanto.*

Terminado o preenchimento do contrato e tendo guardado o cheque, voltou-se para o cliente e declarou num tom de lamentação:

*- Que prejuízo! O senhor me fez perder 237 cruzeiros (era o preço do material de trabalho), vou ter que comprar outro para continuar trabalhando.*

O juiz retomou o talão de cheques e fez mais outro, no valor do material de demonstração.

## Cortando vaca

*As pessoas investem uma boa parte da vida numa atividade, tanto em estudos e treinamento quanto em tempo, e acabam deixando aquela atividade, partindo para outra. Em vendas encontramos pessoas provenientes dos mais diversos campos. Temos equipes de vendas de um mesmo produto, onde se encontram engenheiros, economistas, administradores, advogados, professores; isso tudo misturado com mecânicos, estudantes, donas de casa e até alguns semianalfabetos. Alguns conseguem utilizar os conhecimentos anteriores em benefício da atividade atual, outros quase nada. Às vezes conhecimentos antigos podem proporcionar benefícios ou facilidades em abordagens ou argumentações.*

Armando havia trabalhado em açougue desde muito cedo, até que teve que partir para a carreira de vendas, representando uma fábrica de louças porque lhe faltava capital para concorrer com o supermercado que abria no seu bairro. De carne, conhecia tudo.

Um dia viajando pelo interior de São Paulo, pela região de Aguai, presenciou na estrada o atropelamento de uma vaca que andava solta pela rodovia. O caminhão tivera batido na cabeça da vaca, e quase nenhum estrago acontecera, tanto que o motorista seguiu tranquilo seu caminho.

Ao largo, estavam os boias-frias colhendo algodão. O dono da vaca era o mesmo dono da plantação e autorizou os empregados a retalharem o animal e levarem para casa.

Curioso, em função do hábito, Armando que por ali passava, parou e ficou vendo os trabalhadores tentarem retalhar a vaca. Quando percebeu que ninguém ali entendia de vaca mais do que ele, interveio:

*- Conta tantas costelas aqui e passa a faca que sai o dianteiro, mais tantas costelas ali, para tirar o traseiro, e vai em frente. Corta aqui... corta ali...*

Com a orientação do Armando, foram descarnando a vaca e em pouco tempo tudo estava terminado.

Ofereceram-lhe um pedaço da vaca, mas ele agradeceu, dizendo que não poderia levar porque estava seguindo viagem para o trabalho, se estivesse voltando para casa aceitaria.

Quando virou as costas e se dirigia para o carro, ouviu:

*- Tá vendo, passam esses granfino de carro, a gente não dá um peido prá eles, e eles vem ensiná nois cortá vaca!!!"*

Armando entendeu, fez que não ouviu e foi embora contente.

## De hora em hora

A equipe era formada de "vendedores viajantes", na verdade, mais viajantes do que vendedores.

Tinham reunião na segunda feira de manhã, e depois todos sumiam. Quando mais longe melhor: Barra do Garça, Quirinópolis, Morrinhos, Catalão, Rio Verde, Jataí, Cassilândia, etc., Ituiutaba mesmo, nada. O gerente resolveu contratar um amigo seu, sem carro, sem condições de viajar e obrigá-lo a trabalhar a cidade. Operação pente-fino.

Armando chegou na cidade, comprou um caderninho e passou a entrar de porta em porta, conversar com todo mundo.

Na primeira reunião (Segunda-feira) foi apresentado à equipe e não tinha vendido nada.

Na segunda reunião (outra Segunda-feira) foi cobrada a sua produção e não tinha vendido nada.

Na terceira reunião, Armando já estava a mais de quinze dias na cidade e não apresentou nenhuma venda. Como era início de mês, foi solicitado que cada vendedor fizesse a sua própria previsão de vendas. Cada um estipulou um número de acordo com sua experiência e casos pendentes que acreditava resolver no mês. Os números giraram entre 5 e 15 vendas.

O gerente que já conhecia a fera, deixou o Armando para ser consultado por último.

- Armando, quantos contratos você vai trazer neste mês?

- Trinta. Um por dia.

Ninguém acreditou. Durante 15 dias não tinha vendido nada, e agora iria vender o dobro do campeão!! A reunião terminou por ali. Todos saíram tirando o maior sarro do novato petulante.

A partir daquela data, dia a dia, pingava um contrato na mesa do gerente. Ninguém entendia o que estava acontecendo. Havia

quem viajasse 800 quilômetros para trazer um ou dois contratos por semana, enquanto Armando ia até a esquina e trazia um por dia. Ainda mais ali naquela praça que ninguém mais queria trabalhar.

Na reunião de objetivos do mês seguinte, quando foi pedida previsão de cada um, Armando respondeu:

- Quarenta e cinco. Uma e meia por dia.

A essa altura, Armando havia contratado uma secretária particular e alugado um telefone para marcar suas entrevistas. Assim a equipe acabou sabendo o seu segredo.

Os quinze dias iniciais foram usados para conhecer o mercado e começar a marcar entrevistas. Marcava uma entrevista por hora, dez por dia.

Depois com a contratação da secretária, ela ligava para os assinantes da lista telefônica dizendo que o Armando tinha um presente para entregar e pedia que definisse um horário para a visita. Quando chegava no cliente o Armando entregava o seu presente, uma carteira para colocação dos documentos de carro e emendava:

- A propósito do seu carro novo, vamos falar como conseguir um!

Seu processo era uma visita por hora. De hora em hora 10 visitas por dia. Caso a entrevista estivesse demorando mais de 45 minutos, Armando virava para o cliente:

- O papo está muito bom, mas eu tenho uma entrevista marcada para daqui a quinze minutos e sou obrigado a ir. Vejamos na sua agenda, e na minha, um horário em que possamos continuar nossa conversa.

E lá ia para o próximo compromisso. Da mesma forma, se a entrevista fosse muito curta, ou não acontecesse, por impossibilidade do cliente; Armando não ia ao próximo da agenda, pois só chegava, exatamente na hora. Procurava aproveitar o tempo pesquisando e marcando outras entrevistas nesse intervalo de tempo dis-

ponível, conversava com todos que encontrasse, a busca de novas informações.

- *O sr. entende de consórcio?*

- *Não.*

- *Ótimo, então vamos marcar uma hora para eu poder explicar.*

Ou então:

- *O sr. entende de consórcio?*

- *Sim*

- *Ótimo, então vamos marcar uma hora para o senhor dar umas opiniões para mim.*

De qualquer forma conseguia uma abertura para marcar uma entrevista. Assim era metódico seu trabalho: Uma entrevista por hora dez entrevistas por dia. Iniciou o trabalho com um aproveitamento de dez por cento, passando depois para quinze por cento.

Armando que era um profissional experiente aprendera que sem esse tipo de comportamento, escravizando-se a uma agenda, ele não conseguiria nem trabalhar, quanto mais conseguir resultados.

## Consórcio de bezerros.

*Além de conhecer o produto que vende, o que é, o que faz, para que serve e quais os benefícios que o produto pode proporcionar a cada tipo de cliente, o vendedor deve ter o espírito preparado para enfrentar os "sapos" que ficam chiando na hora que não devem.*

Armando vendia consórcio lá pelas bandas de Goiás.

Estava em Santa Helena tentando vender para uma fazendeira, mas o amigo dela, acompanhando a conversa, insistia ser melhor comprar bezerro do que consórcio.

*- Ora, por quinhentos cruzeiros por mês, quantos bezerros o Sr. vai comprar?* Perguntou o vendedor.

*- Um bezerro!*

*- Pois então, o Sr. entra no consórcio, vai pagando quinhentos cruzeiros por mês, tira o carro, desaliena, vende por 60 mil, e compra de uma só vez 120 bezerros para colocar na invernada.*

Assim o "sapo" concordou, seria realmente melhor fazer uma compra só de tantos bezerros.

Nisso o Armando coloca na frente da cliente, três propostas para assinar.

*- Mas porque três?* Indaga a cliente.

*- Ora, se a senhora pode comprar 360 bezerros, por que vai querer só 120?!*

E a cliente assinou todas as três propostas de adesão ao consórcio.



## De porta em porta.

*Por mais que se fale contra, e por mais difícil que seja o acesso às pessoas em suas casas, principalmente nas grandes cidades, onde as pessoas vivem se escondendo de tudo e de todos, também pelo medo de assalto, o "xaveco" continua sendo uma ferramenta MUITO ÚTIL para alguns tipos de vendas. É claro que como qualquer ferramenta, é necessária habilidade para manuseio.*

Vendendo enciclopédias, Armando era um campeão. Por dez meses consecutivos havia conseguido o primeiro lugar. Conversando com dois novatos, eles perguntaram onde conseguia fazer tantas vendas.

*- Ora, em qualquer lugar, é só escolher uma rua e trabalhar.*

A conversa começou a se estender porque os novatos insistiam na sorte, e nas dicas, enquanto o Armando reafirmava a sua convicção que qualquer lugar era bom para vender. Bastava trabalhar mesmo e pronto.

Combinaram então pegar uma rua qualquer e fazer o serviço. Estavam por Santo Amaro, e por ali ficaram na primeira rua residencial que encontraram. Na hora de escolher o lado, o Armando deixou que os novatos fizessem a escolha. Eles escolheram o lado par e o Armando pegou o lado ímpar. Começaram as visitas, ficando combinado que se encontrariam para o almoço, num bar da terceira esquina, ao meio-dia.

Armando fazia pelo menos um contrato por dia, às vezes até conseguia 3 ou 4; mas a responsabilidade da conversa que tivera começou a pesar quando saiu da quarta visita, já pela hora do almoço e nada tivera conseguido. Mais uma visita e nada.

Na hora do almoço encontrou os dois colegas no bar e fizeram um lanche. Nada de vendas. Eles já tinham feito juntos mais de 10

casas e retomaram a conversa que precisavam mesmo de boas indicações, pois trabalhar assim não dava.

O orgulho do Armando começou a se perturbar. Tinha que conseguir vender naquela rua, para provar a sua opinião. Depois do almoço se despediram e continuaram no trabalho.

Armando fez mais duas visitas infrutíferas e na terceira encontrou uma jovem senhora com sua filha de 8 anos, que lhe deu boa atenção. Começaram a conversar e a mulher resolveu falar com a mãe que morava do outro lado da rua.

A casa era das mais simples da rua. Armando sentia que estava perdendo tempo. Afinal, aquela casa certamente já teria sido visitada pelos colegas que não tinham conseguido nada.

A mãe, uma viúva, era simplesmente a dona da vila de casas. Não só comprou a coleção para a filha que fazia faculdade, como também uma coleção infantil para a neta e outra enciclopédia para ela mesma.

Os colegas tinham pulado aquela casa, talvez por parecer muito simples.

[veja continuação em [Plantão no portão](#) ]

## Desconto no preço.

*Em época de inflação, os consumidores não têm condições de saber o valor exato de qualquer produto. Como a inflação geralmente é psicológica, pela expectativa de aumento constante, se aumenta o preço por antecipação. Da parte dos consumidores resta a pechincha como meio de defesa. Muitas das vezes o vendedor se retrai e acaba perdendo a venda por medo de não conseguir justificar o seu preço.*

Armando estava gerenciando um departamento de peças numa revenda de implementos agrícolas na Paraíba. Havia um cliente que toda vez que passava por ali para comprar alguma peça, sempre reclamava dos preços e exigia um desconto. Fosse o que fosse.

Armando já andava irritado com aquele fazendeiro que reclamava de tudo, por mais justos que fossem seus preços.

Num dia quando viu o cliente entrando, chamou rápido o balconista e instruiu para que multiplicasse por quatro, todos os preços dos produtos que fossem consultados por aquele cliente e ficou por perto para observar.

O fazendeiro trazia na mão um parafuso quebrado, de mostra para um novo de reposição.

- *Veja aí o preço de uma geringonça dessa.*

O balconista percorre a lista de preço e atende:

- *Custa 40 cruzeiros, cada um.*

- *Olha aí, seu Armando, assim não dá mais pra viver de agricultura, os preços de peças estão pela hora da morte. Tem pena de um pobre lavrador e, faz um descontinho. O senhor é tão ruim de negócio, nunca dá desconto.*

Chamado, o Armando atendeu:

*- Que é isso! O senhor merece toda nossa consideração, vou lhe fazer um desconto de vinte por cento. Dá 32. Melhor ainda leva por 30. Tá bom?*

*- Ah, assim tá melhor. O senhor tá aprendendo a negociar, até vou levar três de uma vez. Sabe como é, nunca se sabe quando vai quebrar.*

Aí o Armando perdeu as estribeiras:

*- Vai nada, o senhor não sabe nunca o preço das coisas e fica todas as vezes reclamando como se a gente estivesse roubando os clientes. Leve os 3 por 30. O preço real é de 10 cruzeiros cada um. Tá vendo como o senhor não entende de preço.*

Não sei dizer se foi boa ou ruim a atitude do Armando, mas a partir daquela data, nunca mais o cliente reclamou do preço nem pediu desconto.

## Dupla insistente.

Armando vendia consórcio em Goiânia, usando um método de trabalho que envolvia duas pessoas: ele e ele mesmo.

Quando visitava um cliente e não conseguia vender, apelava para a ajuda do seu outro eu - "o supervisor". Do escritório, ligava para o cliente que não quisera comprar:

*- Alo seu fulano de tal, aqui é o Sales, supervisor de vendas do Armando. Estou lendo o relatório de visitas do vendedor e percebo que ele NÃO explicou direito para o senhor o que é realmente o consórcio. Não é possível que o senhor não queira participar, só pode ser porque o vendedor não explicou direito. Esse meu vendedor, o Armando, tem muito ainda que aprender. Olha só,... (explicava de novo todo o plano de consórcio, enfatizando os pontos que achava interessante para aquele cliente.)*

Por mais que o cliente escorregasse e até elogiasse o serviço do vendedor, dizendo que ele tinha realmente explicado tudo aqui-lo, o "Sales" era inflexível, e até ameaçava demitir o Armando por não ter conseguido a venda. E completava sem dar chance ao cliente:

*- Olha, senhor, eu vou dar mais uma oportunidade ao vendedor. Vou mandá-lo de novo falar com o senhor, e se ele não voltar com o contrato assinado, vai ser demitido.*

De novo o Armando ia ao cliente, com cara de condenado, como se tivesse recebido o ultimato, mas agia junto ao cliente como se não soubesse do teor da conversa do "supervisor". Apenas dizia que tinha voltado porque lembrara de mais algumas coisas que tinha a dizer e que não ficara bem explicado. Mostrava-se esforçado, persistente, como se "alguma força" maior tivesse atingido a motivação do vendedor. Sem criar clima de maior pieguice, nunca dizia que seria demitido se não vendesse.

Como o cliente "sabia" do perigo que o vendedor estava correndo se não levasse o contrato, isso influenciava um pouco os seus instintos paternos, e o Armando sempre contava mais uma historinha qualquer para reforçar esses sentimentos. Geralmente saía com o contrato.

## E diga que não.

*Uma coisa que os vendedores têm em mente a todo momento é que todos querem comprar praticamente tudo. Todo dinheiro do mundo, tirando o que o governo absorve, é entregue nas mãos de um vendedor, seja ele vendedor do que for. Quando alguém não está querendo comprar isso ou aquilo, é porque está querendo mais comprar outra coisa e o dinheiro não dá para comprar tudo. Ninguém, ou quase ninguém pode dizer que não quer comprar um carro novo, ou que não quer comprar uma página de espaço para propaganda num veículo qualquer. Se pudessem as pessoas comprariam tudo. A função primordial do vendedor é fazer com que o cliente decida pela compra do produto que está representando. Muitas vezes os compradores já estão interessados no seu produto, estão realmente querendo e o que falta é um empurrãozinho, um pouco de cumplicidade.*

Armando estava trabalhando no lançamento de uma nova publicação - um guia de comprador- e seu trabalho era vender espaços de publicidade. Tendo demonstrado todas as vantagens do produto, não conseguia fazer com que o cliente ficasse interessado na contratação do serviço. Não tinha mais argumentos para continuar a tentativa de venda. Tirou então, da pasta, a ficha do cliente, e apontando o lugar reservado para o relato da visita:

*- " Por favor, queira por aqui o seu carimbo e escrever: entendi perfeitamente, mas não quero participar."*

E ali parado, olhando fixo para os olhos do cliente, continuou:

*- Depois quando a publicação sair, o senhor não vai poder reclamar que não lhe foi dada a oportunidade. Não vai poder dizer que o vendedor não explicou direito. Escreva e assine.*

O cliente levou um susto:

*- Espera um pouco, se é tão sério assim, vamos ver um jeitinho para eu constar pelo menos. Só não posso fazer um grande investimento.*

Armando saiu com um contrato até maior do que estava esperando. A partir de então passou a trabalhar melhor todo e qualquer fechamento, dando maior importância ao seu trabalho e conseguindo maiores vendas.



## Fotografando a entrega.

*Por maior que seja o seu volume de vendas, não permita que a quantidade provoque um "calo" na sua sensibilidade. Cada cliente é um cliente, e a compra que está fazendo pode ser a coisa mais importante para ele, pelo menos, naquele momento. Vender é atender necessidades de clientes, proporcionar satisfação. No entanto, a maioria dos vendedores esquece que cada cliente conta e que cada cliente é importante.*

Armando era gerente de vendas de uma revenda do interior do Estado de São Paulo, uma revenda bem ativa que entregava mais de 100 carros por mês, só pelo consórcio, fora as vendas diretas e para frotistas. Havia dia de entregar mais de 10 carros novos, para todo tipo de cliente.

Aquele era um dia de trabalho como outro qualquer quando Armando viu um senhor, aparentando uns 60 anos, trajas simples de roceiro da região, pedindo para o jardineiro se poderia tirar uma fotografia ali. Reconheceu o contemplado com um carro standard, o mais barato da linha. Olhando melhor notou a presença de diversos acompanhantes acanhados rodeando o carro novo. "Em trajas de missa", a família toda viera receber o carro, como se fosse um bebê na maternidade. Conversando com o cliente, Armando ficou sabendo que era o primeiro carro novo da família e ali estavam todos os filhos do cliente (3 homens e 5 mulheres). Eles só queriam tirar uma fotografia no carro novo, defronte a revenda.

Aquilo comoveu Armando. Acostumado a entregar tantos carros novos, muitos por dia, esquecerera o quanto poderia representar um carro só. Pensou rápido numa providência, mas precisaria ganhar um pouco de tempo; chamou o chefe da oficina e, na frente do cliente, deu a "maior bronca" dizendo que estava faltando a revisão

da "esperinguela da parafuzeta<sup>2</sup>" e mandou retornar o carro para a oficina. O chefe da oficina não entendeu o súbito perfeccionismo do gerente, nem a bronca, nem a ordem, mas recolheu o carro.

Convidou o cliente e seus filhos para tomarem um cafezinho enquanto se corrigia o "descuido". Deixou todos no saguão e correu para um telefone. Mandou um vendedor seu correr para a cidade, trazer um fotógrafo profissional e cinco arranjos de flores. Pediu que o chefe da oficina "desse o maior trato" no carro, pois precisava "ganhar tempo".

Voltava para os clientes, dava alguma atenção, pedia desculpas pelo contratempo e corria para o telefone dando seguimento ao seu plano. Depois de algum tempo, cerca de meia hora, o carro novo (encerrado e polido) estava sobre a grama do jardim, com o fotógrafo fazendo todo tipo de retratos que o cliente pedisse ou o Armando sugerisse. Uma vez cada um dentro do carro, como se estivesse dirigindo; todos ao lado do carro; só as mulheres; só os homens, e tudo mais que se pensou no momento. As mulheres ostentavam, cada uma, um arranjo de flores.

Depois de tudo, com os maiores agradecimentos possíveis do cliente e de toda família, Armando ainda mandou o motorista levar uma parte deles em outro carro, pois não cabiam todos no carro novo. Depois da despedida, olhando os dois carros saírem dali, Armando largou-se na grama do jardim, ao lado do fotógrafo e de um monte de curiosos que pararam para ver tal carnaval (ou seria casamento, ou batizado?). Agradeceu a colaboração de todos e, num desabafo inusitado, declarou:

*-Alguém tinha que pisar no meu calo. Eu tinha esquecido o prazer que é receber o primeiro carro novo da vida; e a alegria que é poder entregar. A gente acostuma a fazer tudo tão rápido, tão automático, que esquece o lado gostoso desse negócio - a satisfação do cliente.*

---

<sup>2</sup> Referência feita a uma peça qualquer

## Jeans Lycra

*Muito se tem falado que vender é atender as necessidades do consumidor, que alguém compra porque necessita daquele produto. Isto é, no mínimo um erro de enfoque. Basta você mesmo verificar entre as coisas que você comprou e constatar quanta tranqueira adquiriu sem estar realmente necessitado daquilo. A compra é realizada, ou levada a acontecer, por uma carência interna, geralmente inconsciente. Há uma falta de alguma coisa, uma insatisfação, um incômodo, um vazio, ou seja, lá como for sentido pelo indivíduo, que precisa ser suprido por alguma coisa; por isso ele compra o que acha que vai satisfazer nessa situação. Há aquele momento em que o indivíduo pensa em fazer alguma coisa para si: tomar um café, almoçar fora, comprar um sapato, ir ao cinema, dar um passeio, trocar o carro, etc., e acaba por realizar uma compra. Vai depender muito do vendedor que encontrar pela frente nesse momento. É a realização de algo que venha suprir um desejo que nem mesmo ele, o comprador, sabe exatamente o que é. Não é o produto que está importando no momento, é aquele algo indelével, indefinido, sub-reptício até, que o comprador não sabe o que é, ... mas quer. É a hora em que muitos vendedores se irritam com a indecisão do cliente que não sabe se compra uma escada ou uma bicicleta.*

Naquele dia, resolvi comprar uma calça de jeans lycra, e fui ao Shopping Recife.

Na primeira loja:

- *Tem jeans lycra?*

- *Não.* Sem qualquer atenção pessoal ou oferta possível.

Na segunda loja:

- *Tem jeans lycra?*

- *Do teu tamanho, não tem.* Fez-me sentir mais gordo do que o aceitável.

Na terceira loja:

- *Tem jeans lycra?*

- *Custa 350.* Como se dissesse que era caro para mim.

Na quarta loja:

- *Tem jeans lycra?*

O vendedor fez uma medida, deu três passos para traz convidando-me para entrar. Segui o vendedor por dentro da loja. Lá no fundo, numa seção de roupas de verão, e o vendedor começou a me fazer experimentar conjuntos do tipo safari (eu estava usando um). Quando percebi, ele já estava me chamando pelo nome, eu já tinha experimentado cerca de meia dúzia e estavam três separados e dobrados como se eu os estivesse escolhido, e junto, três pares de meia combinando com cada conjunto. O vendedor me chamou para outro lado e começou desmontar uma série de camisas para eu usar com a calça jeans. Separou três camisas e me chamou para a seção de sapatos.

- *Não, sapatos não.*

Consegui sair do transe hipnótico e recusar uma oferta do vendedor.

Armando me apresentou a conta pedindo que eu preenchesse o cheque, pois ele teria que "abonar". Foi preenchendo o cheque que notei não ter experimentado qualquer calça jeans.

- *E a calça jeans?*

- *Infelizmente, eu não tenho hoje. Eu lhe telefono assim que chegar.*

Sem maiores preocupações, com a maior segurança do mundo, pegou o meu cheque, entregou-me o pacote, e me acompanhou

até a porta da loja onde se despediu de mim como se fôssemos velhos amigos.

Só em casa fui perceber a compra que fizera, e mais, as meias não teriam utilidade, pois naquele calor eu usava conjuntos com sapatos mocassim, sem meia. Só me restou escrever uma carta à diretoria da loja, elogiando o Armando.

*Por maiores que sejam os esforços para ganhar dinheiro, a finalidade é uma só: gastar. Feliz de quem encontra um bom vendedor pela frente que o ajude a gastar com satisfação. Vender não é pecado, é virtude. Mas uma das coisas mais raras ainda hoje é bom atendimento nas redes de lojas. Parece que definitivamente as grandes redes resolveram investir somente em propaganda, em promoções de preço e quantidade, deixando de lado qualquer preocupação com o cliente. Atender um cliente é fazer um favor. Se quiser comprar tem se sujeitar à vontade do todo poderoso que ali se instalou. Quando se consegue um bom atendimento numa dessas lojas de rede, é de se estranhar.*

## Madrugada na boate.

*O vendedor tem que ir aonde o cliente está, seja qual for o lugar, a hora ou o tempo. As salas de espera costumam estar cheias de vendedores, pois todos procuram o cliente sempre no mesmo horário, no entanto pode haver horários diferentes daqueles que os vendedores estão acostumados*

Chamei o Armando para uma conversa, pois queria que declarasse qual a razão para tantas vendas enquanto outros pouco ou nada conseguiam.

*- É que eu trabalho e muitos dos outros não trabalham, só isso. Eu andava atrás de encontrar um cliente que estava difícil de ser localizado. Estava sempre onde eu não tinha ido. Soube que costumava passar por uma boate sua, sempre pelas duas horas da madrugada. Fui lá. Quando cheguei na boate, de terno, gravata e pastinha, encontrei uns colegas de trabalho que estavam lá muito bem acompanhados.*

*- Oh, Armando, chega cá, tira essa gravata! Trabalhando essa hora!*

*- Ai eu respondi: Quando você sair daqui, vai deixar dinheiro, enquanto eu, vou levar. E trouxe o contrato.*

## Máquina preparada.

*O desenvolvimento do conhecimento do produto, e no que tem de vantagens para oferecer ao cliente, possibilita o vendedor fazer demonstrações eficientes com resultados positivos. Alguns produtos dependem quase exclusivamente da habilidade de demonstração do vendedor. Muitos produtos são tecnicamente muito iguais, apresentando apenas diferenças em estilos, quando não só mudam de cor. Também a rapidez com que as inovações técnicas são introduzidas e popularizadas, não permite muita diferença entre diversos produtos concorrentes por muito tempo. A conquista de muitos mercados depende exclusivamente da habilidade do vendedor, indiferentemente até, as diferenças dos produtos concorrentes.*

No norte de Minas Gerais, o Armando andava fazendo demonstrações de tratores e implementos agrícolas.

Numa fazenda, tradicional produtora de alho, estava passeando com o trator pelo canteiro, revirando a terra, quando o fazendeiro observou:

*- Uai sô, até que na terra fofa o bicho vai bem né, quero ver se é bão na terra pilada.*

Terra pilada, era aquele espaço que ficava entre os canteiros; por onde pisavam as pessoas e, o pior, os bois que puxavam o arado de tração animal. Por cinqüenta anos, aquele trecho vinha sendo pilado.

*- Não tem problema, é só ajustar a regulagem da máquina.*

Para fazer a "regulagem", o Armando experimentou algumas vezes o terreno, sempre atacando de lado, e rebaixou o corte para 40 cm, quando percebeu que o terreno compactado era cerca de 30

cm. Procurou uma boa "entrada" tal como o piloto busca a tangência da curva, e enterrou o arado sob a casca dura, o terreno pilado.

O fazendeiro estava a cerca de 30 metros torcendo, talvez, para que a máquina emperrasse ali. Para sua surpresa, o trator vinha arrancando tudo e jogando torrões a 3, até 4 metros de distância.

Ninguém entendeu quando o fazendeiro gritou:

*- Para, para, tá bão, pode deixar, não precisa forçar mais, a máquina é minha!*

*Armando desceu e tentou explicar para o fazendeiro que aquela era uma máquina usada para demonstração, e que ele receberia uma nova diretamente da fábrica.*

*- Aqui, ó... nada disso. Sô seis qué vendê, dexa essa aqui que tá perparada.*

*Não teve jeito, por mais que se argumentasse, teve que vender aquela máquina usada em muitas demonstrações, como se fosse nova, pois o cliente insistia que outra não estaria "perparada" como aquela.*

*Só que o cliente não sabia que "perparado" era o vendedor.*



## Medo de vender.

*Há um ditado árabe que diz: "Para se agir corretamente, são necessários: uma sólida formação moral; uma firme convicção religiosa; e ... algumas testemunhas." Se não houver testemunhas, de nada valerão "sólida formação moral" e "firme convicção religiosa". Pior é quando as testemunhas se tornam cúmplices!*

*Muitos compradores estão procurando um cúmplice para a realização dos seus desejos, procuram a cumplicidade do vendedor na hora de decidir comprar. Sabem que serão criticados pela aquisição (a esposa, a sogra, os amigos), todos poderão dar opiniões contrárias ao negócio feito. Mas ele quer comprar aquilo e precisa de um cúmplice para o seu desejo. Depois vai dizer que foi "enrolado" pelo vendedor; vai usar isso como desculpa para o que, realmente, queria fazer. Poderíamos afirmar que mais de 90% de nossas resoluções são emocionais ao invés de lógicas. Ora então por que não tirar proveito desse conhecimento também na atividade de vendas? O prazer de gastar com uma coisa que se quer, pode estar comprometido com outras coisas do cliente. O cliente pode estar querendo comprar, gastar em alguma coisa em detrimento de outras. Isso gera dúvidas, gera indecisão. Inconscientemente está querendo que alguém "force" a compra por ele.*

Trabalhando no Nordeste, invejava os turistas com suas máquinas fotográficas. Fiquei interessado em comprar um equipamento fotográfico. Andava por todos os cantos, shoppings, lojas, de todo lugar por onde viajava, tentando decidir qual equipamento comprar. A vontade era grande. Havia comprado uma série de revistas sobre fotografias, comprara livros, e consultara diversos colegas e outros profissionais sobre marcas de câmeras, tipos de lentes e etc.

Juntara dinheiro suficiente, faltava apenas definir o que comprar. Sabia que se chegasse em casa com toda aquela tralha, a esposa iria lembrar do sofá novo, da troca das cortinas e de tantas outras coisas que achava mais importante. Precisava achar um motivo mais forte para justificar tanto gasto. Precisava de um cúmplice, de uma desculpa do tipo:

*Estava em promoção. Comprei isso e ganhei aquilo. Esse preço era só até ontem, etc.*

Diversas vezes, estive prestes a fazer a aquisição, mas nenhum vendedor ajudou a tomar a decisão, eu precisava de um cúmplice. Entrava na loja, fazia perguntas, pedia para ver o equipamento, e saía sem comprar. Muitas vezes, saía irritado com o atendimento dos balconistas por não ajudarem na minha decisão, ninguém acreditava que quisesse comprar, ou que pudesse pagar.

Um dia minha irmã chegou dizendo que a mãe queria comprar a casa que fora de nossa avó e que agora estava à venda. Peguei o talão e fiz o cheque no valor da compra, era o que poupara para um equipamento de fotografia. O corretor do imóvel ganhou a comissão; os vendedores de equipamentos perderam um cliente. Eu nunca mais me interessei por fotografia.

## Monte de esterco.

*Picareta é um termo muito usado para se referir a vendedores, é originário de outras atividades em que o indivíduo, por falta de conhecimento de outras ferramentas, somente utiliza a picareta, um instrumento rústico onde é exigida muita força. Picaretagem em vendas é a utilização da mesma técnica, a mesma ladainha, os mesmos procedimentos para todo e qualquer possível cliente. Há situações em que é necessária, senão vital, a criatividade. O vendedor tem que desenvolver a sensibilidade suficiente para, na pesquisa dos valores do cliente, na abordagem, perceber qual é a carência existente e, por consequência, com habilidade utilizar a ferramenta mais apropriada para a situação. Há momentos em que se devem utilizar de sutilezas, delicadezas, calma; outros em que são requeridas firmeza e decisão imediatas. Nem sempre o cliente tem a capacidade de discernimento e a habilidade de negociação que deve ter o vendedor. Às vezes muitos negócios deixam de ser feitos por se ficar esperando que o cliente resolva comprar. O vendedor tem que buscar entender o que está acontecendo no mundo do cliente. Avaliar a situação pelo lado do outro. Pode até tomar a iniciativa do negócio como se fosse auxiliar de compras do cliente. Tirar do cliente um peso de decisão pode ser um bom negócio.*

Armando vinha há algum tempo tentando fechar um negócio com "Seu" Antônio. Oitenta por cento do valor do financiamento já estava aprovado no Banco do Brasil, faltava conseguir que o cliente arrumasse os 20 % de recursos próprios. Passavam-se os dias, a safra iria começar, e nada de decisão por parte do "Seu" Antônio.

Um dia levantou resolvido a dar conclusão àquela pendência e partiu para a fazenda do cliente. Chegou pela hora do almoço e não

perdeu a boquinha. Conversa vai, conversa vem, quando o cliente estava para aceitar o negócio, Dona Maria dizia de lá: Toííinho; e "Seu" Antônio desconversava e Armando tinha que começar tudo de novo.

Na quarta vez que a mulher falou Toííinho..., Armando voltou-se para ela e perguntou:

*- Dona Maria, por que a senhora não quer comprar o trator?*

*- Porque não tem dinheiro.*

Retrucou com toda segurança de quem não se mete onde não pode e só se permite desejar o que dá conta.

A parte de recursos próprios era 20 mil, e este era o problema, o restante era financiado.

Armando olhando pela janela viu um grande monte de esterco. Normalmente quem tem criação de gado vai acumulando o estrume para curtir e secar para depois vender.

*- Pois eu troco o meu trator por aquele monte de merda!*

*- Então tá fechado o negócio. Pode mandar o **meu** trator.*

Assinados os documentos, confirmado o negócio, Armando se volta para Dona Maria:

*- Agora a senhora vai me dizer o que eu vou fazer com esse monte de merda!*

*- Ora, (respondeu, tranquilamente), isso se vende fácil, é só dizer que numa semana vende tudo. Dá para apurar um 30 mil.*

Armando que até já tinha oferecido um prazo de trinta dias para o pagamento, fez uma proposta que Dona Maria aceitou na hora.

*- Pois a senhora vai vender isso para quem quiser e daqui a 15 dias eu venho para buscar os meus 20 mil e o resto é da senhora.*

## Multiplicando as vendas.

*Em todas as atividades profissionais, se requer um aprendizado formal, alguns anos de escola e outros de estágio e especialização. Vendas não é diferente. Exige do profissional de vendas um certo custo em autoformação, vez que não há, ainda, uma escola de vendas. Exige muito investimento em livros, revistas e cursos para atualização constante. Quem não acompanha a evolução, fica para trás.*

*Acostumados, até calejados pela rotina diária e pela exploração do mesmo mercado muitos vendedores esquecem que o mundo é composto dos mais diversos tipos de pessoas, tanto quanto aos interesses quanto as possibilidades financeiras. Alguns vendedores se acostumam com um determinado tipo de cliente e não sabe, ou não querem tentar abordar um outro tipo. Conheci vendedores que, embora visitando todo tipo de atividade, só trazia contrato de um determinado seguimento.*

Eu vendia um curso de inglês que constava de três livros e 30 aulas particulares com hora marcada. Didaticamente era um bom curso e relativamente barato, considerando a possibilidade de pagamento em até 24 meses. Era acessível até mesmo para estudantes e pessoas de baixa renda.

Por decisão de diretoria, o gerente comunicou que a partir daquela data, somente seriam aceitas as vendas de cursos com 90 aulas e com pagamento em até 12 meses. Isso representava multiplicar por três o preço do curso e, com a redução do prazo, a mensalidade ficava 6 vezes maior.

Foi uma revolta geral, assim não iria dar. Seria impossível vender daquela forma, diziam. Antes de desistir por completo, resolvi sair para o campo, fazer algumas visitas, constatar a impossibilidade

de vender daquela forma, aumentando enfim suas justificativas para entregar a pasta.

Chegando no primeiro cliente, uma professora de inglês, (só para que a dificuldade fosse maior) Demonstrei o produto e, na hora do fechamento, ofereci as 120 aulas (já que era para bagunçar...) e pagamento em 6 meses.

- *Não assim não quero.* Disse a cliente. (Bem que eu sabia, logo pensei).

E a cliente continuou:

- *Eu não gosto de prestações longas, posso pagar em 3 meses?*

- *!?*

A partir daquela venda, a minha produção passou de 10 a 15 vendas por mês, para 50 a 60. Pois comecei a oferecer o produto em outros tipos de mercados e procurando sempre oferecer os planos mais altos.

## Ninguém mais sabe.

*Nenhuma informação vai causar qualquer resultado se não for preocupante. Uma forma de convencer é argumentando com sinceridade os prejuízos possíveis se não comprar.*

Armando saiu naquele dia disposto a vender um espaço na lista telefônica, para aquela loja de alimentos importados. Entrou na loja, com três listas telefônicas debaixo do braço e perguntou para o proprietário:

- *O senhor tem amêndoa canadense?*

- *Sim.*

- *O senhor tem bacalhau norueguês?*

- *Sim.*

- *O senhor tem azeite espanhol?*

- *Sim*

- *O senhor tem salame italiano?*

- *Sim.*

- *O senhor tem tâmara egípcia?*

- *Sim*

...

O lojista foi responder sim, sim, sim, sim, e assim Armando foi procedendo até sentir que o lojista estava começando a se irritar com tantas perguntas da mesma forma. Então o Armando desfechou o "granfinale" do espetáculo:

- ***" Pois bem senhor, agora eu sei o que o senhor tem aqui, e o senhor também sabe..."***

***...mas ninguém mais sabe, não está em lugar nenhum!***

Disse isso jogando ao chão todas aquelas listas telefônicas que trazia debaixo do braço.

Saiu de lá com um grande anúncio onde constavam todos os produtos que eram vendidos naquela loja.



## O camelô na praça.

*Um motivo suficiente para incentivar ou levar alguém a fazer alguma coisa. Motivação é algo que parte de dentro, dos valores próprios. Inferências externas podem promover algum resultado quando estiverem de acordo com os valores internalizados. Fatos externos podem provocar algum resultado se conseguirem atingir os conceitos internos, pessoais. Depende muito da carência de cada um. Muito se tem discutido quanto a validade de muitas premiações e competições de vendas. Algumas empresas gastam verdadeiras fortunas em promoções de vendas para suas equipes e poucas conseguem alcançar os resultados almejados. O ambiente de competição interna, se de um lado pode provocar maior produtividade, por outro pode conduzir as equipes a um ambiente desfavorável quanto ao relacionamento interno e até provocar desgaste da própria empresa junto ao mercado. Às vezes uma brincadeira qualquer supera todas as expectativas.*

Havia uma competição muito acirrada entre o eu e um colega seu de equipe, pela primeira colocação mensal em vendas. Num dia 30, eu já estava com 15 vendas e meu adversário com 14, pelo que o chamou de "picareta".

*- Vamos ver que é "picareta", quem perder neste mês vai vender uma dúzia de pentes na Praça da República.*

Topamos a aposta e partimos para o último dia de produção do mês.

No dia seguinte, dia 31, eu cheguei com mais três vendas e o outro entrou com mais cinco; 19 a 18, foi a contagem final, eu ficando em segundo lugar.

Depois da reunião a equipe toda foi para a praça, quando o eu tive que passar numa drogaria e comprar uma dúzia de pentes, para vender.

Espalhados pela Praça da República, estavam todos os vendedores da equipe liderados pelo campeão, enquanto eu tentava oferecer pentes aos passantes. Demorou 30 minutos para vender o primeiro, e mais 25 para vender todos os outros. Foi só pegar a prática.

No dia seguinte, o gerente convocou uma reunião, e criticou duramente o procedimento da equipe.

*- Mas senhor, foi só uma brincadeira, ninguém usou o nome da empresa!*

*- Pois é exatamente da brincadeira que estou falando. Por causa de uma brincadeira, vocês conseguem trazer num dia a produção de 10 dias, enquanto toda conversa séria, prêmios e comissões, não conseguem fazer com que trabalhem assim o mês inteiro. Está tudo errado!*

## O churrasqueiro.

*Criatividade e investimentos na abertura de novos mercados são necessidades de qualquer vendedor. O mercado conhecido é um recurso que escasseia e tem que ser renovado. Quanto menor a criatividade maior será o custo do investimento. Muitas vezes todo investimento é perdido por não atingir os resultados objetivados. Alguns investimentos, por melhores que sejam suas doses de criatividade, são abandonados no meio do caminho antes de atingirem o limiar necessário para a apresentação de resultados. Alguns projetos quando acertam o alvo tornam realidade por muito tempo.*

O Armando viera do Piauí com uma mão na frente outra atrás.

Como a maioria daqueles que não sabem o que fazer, ou que não conseguem outra coisa, foi tentar ser vendedor. Tentou e deu certo.

A uma certa altura, já com uma bela casa com piscina e churrasqueira, mudou o processo de venda. Durante a semana, ao encontrar algum conhecido, fazia um convite para um churrasco que iria fazer no sábado em sua casa:

*- Sábado, vou fazer um churrasquinho lá em casa. Vá e leve alguns amigos seus.*

Assim fazia com cerca de 10 pessoas por semana. No sábado, lá se encontravam, em média, 30 pessoas.

Ele mesmo era o churrasqueiro, e fazia questão de servir pessoalmente todos os convidados, e principalmente os convidados dos convidados. Além de carne braseada, havia a vontade, uísque e cerveja. Em dias de calor, estava a disposição dos convidados um armário repleto de roupa de banho e toalhas, para quem quisesse aproveitar a piscina e a ducha.

Enquanto isso, o Armando, todo atencioso, procurava conversar com todos os convidados dos convidados, para saber quem eram, o que faziam e o que pensavam disso ou daquilo.

Geralmente, as pessoas começavam a chegar as 9 horas e até as 15 ainda tinha gente por ali.

Conversa vai, conversa vem, o Armando achava um jeito de conseguir o cartão da pessoa, ou anotar o endereço. Na semana seguinte o processo se repetia. E daí, todos aqueles nomes e demais informações daquelas pessoas, chegava a vez do vendedor. Armando passava a mão no telefone:

*- Fulano, como é que vai você? Aqui é o Armando, tudo bem? Estou fechando um grupo de consórcio e só tenho disponíveis mais duas cotas. Lembrei de você e mandei meu filho, aí, para pegar a sua assinatura. Olha, sábado tem outro churrasco, leve outros amigos seus.*

Naquela época o Armando gastava cerca de 15 SM (salário-mínimo) por mês em despesa com o churrasco. Com isso, ganhava cerca de 80 SM por mês em comissões de vendas.

## O fusca rejeitado.

*Nunca se sabe quando vai aparecer uma objeção nova.  
O vendedor tem que se preparar para imprevistos.*

Armando, quando vendedor de consórcio, no início de sua carreira, andava com um fusquinha velho, caindo aos pedaços. Não porque Armando não estivesse ganhando para comprar um carro melhor, mas porque a sua paixão era comprar bezerro para engorda. Tinha bezerros engordando num monte de pastos nas fazendas dos amigos e clientes.

Coincidentemente, a comissão da venda de consórcio era exatamente o valor de um bezerro desmamado; Armando, então fazia seus objetivos de vendas, em bezerros. Enquanto isso continuava andando no seu "pau-velho".

Um dia, quando argumentava com um cliente, as facilidades de se conseguir ter um carro novo "ZERINHO", explanando todas as vantagens do consórcio, o cliente observou:

*- Uai, ocê diz que é tão fácil ter um carro novo "ZERINHO", como é que vive por aí capengando com esse carro velho caindo aos pedaços?*

Armando se viu em palpos de aranha, gaguejou, pigarreou ... mas achou uma saída:

*- Pois é, a gente tem que aceitar qualquer carro velho como lance; aceitamos esse aí e não conseguimos vender para ninguém, então eu estou usando até acabar.*

## O gordo folgado.

*Nem só de dinamismo e fluidez vive o vendedor, há aqueles que apelam para suas inconveniências como forma de conseguirem fazer suas vendas.*

Eu era office-boy de um departamento de vendas (fábrica de adubo) e buscava, atento, entender o que era ser vendedor.

O que me entusiasmava era o respeito que todos tinham por aqueles profissionais, que trabalhavam na empresa. Além do mais, "só viajavam". Era bem o que eu queria para mim, então buscava aprender o que faziam. Dentro dessas observações, um conceito de dinamismo foi se formando em mim, como o mais necessário para a profissão. Afinal era essa a característica mais comum entre quase todos.

Havia, porém, um vendedor da região nordeste do Estado de São Paulo, que conflitava com a característica dominante em toda equipe. Era gordo, lento, chato, inconveniente, sem nenhum grama de "simancol". Enquanto os outros vendedores faltavam à reunião mensal ou chegavam atrasados ou reclamavam para sair mais cedo, o gordo, para desespero do setor administrativo, chegava dois dias antes e aproveitava para ficar toda semana.

Sem ter o que fazer no escritório, ele encostava no primeiro que lhe desse trela e ali ficava. Se ninguém lhe desse atenção ele encostava atrás de alguém e ficava olhando trabalhar, sem dizer nada.

Intrigado, resolvi perguntar para seu gerente, como é que um "hipopótamo" daquele conseguia vender tanto.

*- É por isso mesmo. Ele chega na fazenda do cliente, almoça, janta, dorme, toma o café da manhã, almoça de novo, e vai ficando até o cliente dar o pedido. Sem o pedido ele não sai. Para ficar livre dele os clientes preferem fazer o pedido.*

## O ladrão e o coronel.

*Em qualquer relação, não é o que você fala que importa, mas o que o outro entende. Tem-se que falar a linguagem do cliente. Isso é conversar, "com o verso", ver também o outro lado. Abordar é entrar no mundo do cliente, incluindo aí os seus conceitos e seus valores. Para atender as necessidades do cliente é necessário achar o que realmente está faltando para ele. Para entender as crenças do cliente, é importante entender o mundo em que ele vive.*

Eu estava gerente de uma revenda de tratores no Nordeste, era novo na função, conhecia pouca gente e era pouco conhecido.

Estando em sua mesa de trabalho, percebi a chegada alvoroçada de um velho baixinho em estatura, mas que falava mais alto que todo mundo. Pequeno no tamanho, alto no berro, falava com todos como se fosse dono do lugar, sempre num tom ditatorial.

Sem saber ainda como se portar com aquele sujeito permaneceu de cabeça baixa, continuando seu trabalho. Quando ouviu aquela voz bem a sua frente:

*- Ei, ladrão, quanto custa a grade de 28x20?*

Eu sabia que era comigo, mas fiz de conta que não havia percebido, continuei escrevendo.

O outro insistiu, chegando mais perto e batendo na mesa:

*- Oh, paulista ladrão, qual é o preço da grade?*

Levantei a cabeça, como que incomodado, percebera que o coronel já sabia quem era ele, e de onde viera:

*- O senhor está falando comigo?*

*- É com você sim, paulista ladrão. Você é surdo?*

*- Surdo não, mas pensei que não fosse comigo porque não sou ladrão.*

*- Tá, ladrão não, ladrãozinho, porque ladrão mesmo é o patrão que é mais velho. Diz ai o preço da grade 28x20.*

Consultando a tabela, viu que era 340, respondeu secamente:

*- Seiscentos e oitenta.*

*- O quê?! Você pensa que meu dinheiro é capim, que nasce na beira da estrada?*

*- O senhor perguntou o preço, mas como aqui o senhor é quem manda, diz ai quanto vai querer pagar.*

*- Pago quinhentos. E só pago no mês que vem.*

*- Tá feito, assina aqui a duplicata.*

O cliente deu o aceite em uma duplicata em branco. Esse era um procedimento normal.

Quinze dias depois, o coronel entrou bufando. Babava de rai-va, babava tanto que sua dentadura dançava na boca enquanto fa-lava.

*- Paulista ladrão, se fez de bonzinho, com essa cara santo-do-pau-oco, e me roubou, seu desgraçado. O Paulo Cezar está vendendo por 360; você me cobrou 500. (Paulo Cezar é o mesmo que depois virou o famoso PC)*

*- Ele é quem está querendo roubar o senhor, eu vendo essa grade por 340.*

*- Mas você me cobrou 500!*

*- Eu não, o coronel é que quis pagar 500. Lembra? Tanto que tenho aqui na minha gaveta uma nota de crédito de 160 para des- contar numa compra. (Tinha mesmo, pois sabia que isso iria aconte- cer.) Foi o coronel que quis pagar 500, não seria eu quem iria contra- riar o coronel.*



Nisso o baixinho babão, acalmou-se, sentou-se, pediu um café, enquanto pensava um pouco.

*- Aquela lâmina dianteira, quanto custa? E não adianta querer roubar porque eu já sei o preço.*

*- O preço da lâmina é 1200, como o senhor tem um crédito de 160, fica por 1040 ... melhor ainda, fica por 1000.*

*- Tá feito, pode entregar.*

Assinou a duplicata e saiu, sem esquecer de estender a mão e cumprimentar com respeito.

Só não ficou sabendo que a lâmina estava em promoção por 900.

A partir daí, o coronel chegava mais manso e me procurava para trocar ideias sobre diversas coisas. Passou a respeitar o vendedor.

## O terror da administração.

*A maioria, ou a quase totalidade dos problemas de uma empresa podem ser atribuídos aos vendedores. São as vendas que geram problemas na produção e na administração; sem as vendas não haveria problemas de produção nem de administração e ... nem a empresa!*

Eu era o campeão de vendas na empresa, mas tinha um hábito que irritava muito o Diretor Administrativo, sem contar os demais chefes e funcionários da administração. Toda segunda-feira, logo depois da reunião de vendas, partia para o setor de administração da empresa com um rol de reclamações de toda sorte:

Setor de cobrança. Reclamava de cobrança que fora feita em data diferente daquela combinada com o cliente, do valor da parcela, do desconto em banco diferente do combinado (naquela época, não havia o sistema de cobrança interbancária), de cobrança em duplicidade, de clientes que não foram cobrados e estavam reclamando, etc.

Setor de entrega. Reclamava da entrega errada de produtos, de atraso de entrega, de entrega em endereço diferente àquele definido pelo cliente, etc.

Departamento Financeiro. Como as comissões eram pagas todas as sextas-feiras, na segunda era dia de reclamar das comissões que não foram pagas, das que foram calculadas errado.

Um dia, depois de deixar louco, metade do escritório, fui abordado pelo Diretor Financeiro, bem no meio dos corredores da empresa:

*- Oh, cara, você é quem mais ganha nesta empresa, e é quem mais dá trabalho, só reclama!*

*- Bem vamos em partes: Se sou quem mais ganha é porque sou quem mais vende. Às cinco da tarde todos aqui estão fechando as*

*gavetas para irem embora, eu fico no campo, normalmente até 22 ou 23 horas; já passei muitas madrugadas trabalhando. Se chove ou faz sol, eu estou no campo. Sábados e domingos, vocês descansam, eu trabalho. E tem mais... se eu não vendesse, não teria o porquê reclamar das entregas erradas, das cobranças erradas, das comissões erradas. E tem mais ainda, se nós, vendedores, não vendêssemos tanto, não déssemos tanto trabalho, vocês não teriam emprego.*

## O vendedor analfabeto.

*Pela escassez de mão-de-obra qualificada, as empresas são obrigadas a recorrer a qualquer disponibilidade do mercado. Profissionais de venda são "coisa rara" pois a carreira de vendas no Brasil é muito rápida. Se o vendedor é muito ruim, acaba logo sendo desviado para outras atividades, se acerta e consegue resultados, acaba logo sendo promovido a supervisor, gerente, diretor, quando não empresário dos seus próprios negócios.*

*A maioria que "está" vendendo é composta de elementos que sem conseguir promoção, apenas conseguem manter-se. Mas também conheci alguns bons vendedores, que não tinham nenhuma condição para assumir cargo de supervisão ou gerência, nem de administrar qualquer negócio pessoal, por isso permaneciam vendedores.*

Eu estava muito folgado na revenda da região de Campinas-SP, revisando alguns procedimentos administrativos quando o Armando, um vendedor do tipo muito folgado, começou a insistir que eu fosse com ele "confirmar uma pendência" (verificar o carnê de pagamentos de um consorciado contemplado). Eu não estava nem um pouquinho interessado, mas Armando era insistente, acabei saindo com ele.

Na estrada, no meu carro, eu dirigindo e ele contando estórias para passar o tempo. A cada momento, ele repetia: É logo ali, estamos quase chegando; e mais estrada pela frente.

Avistando um posto de gasolina, me convidou para um café. Fui parando no pátio do posto, mas ele insistiu que parasse bem na frente do escritório. Mais um pouco, mais ali; e quase me fez entrar com o carro dentro do escritório. Saímos do carro e ele se dirigiu para o dono do posto:

*- Tá vendo o que você me faz passar! O gerente da fábrica veio buscar o grupo novo e não pode levar porque estava faltando a sua cota. Eu não deixei levar sem a sua cota. Ele teve que vir até aqui, só por sua causa. Toma, vai preenchendo a cota que ele está com pressa.*

Armando parecia muito bravo. Mandou que servisse um cafezinho para mim dizendo que eu estava nervoso. Enquanto isso o dono do posto de gasolina preenchia uma inscrição.

Saímos dali, com uma venda feita. Eu esperava que o vendedor explicasse aquele procedimento, mas não comentei nada, nem perguntei. Voltaram as estórias, e de vez em quando: é logo ali, estamos quase chegando.

Mais de hora de viagem e chegamos na casa do consorciado contemplado. Armando me apresentou como gerente da fábrica e pediu o carnê de pagamento para verificação. O cliente foi buscar e trouxe o carnê para o vendedor. Do jeito que pegou, passou para mim, sem olhar, nem verificar nada. Olhei da data do pagamento, estava tudo correto, estava confirmada a contemplação. Ai, mais uma surpresa:

*- Eu não disse pro senhor que não precisava vir até aqui? Toda essa viagem, a toa. Cliente meu, principalmente este aqui, eu garanto, ponho a mão no fogo. Tá vendo? Não queria acreditar? Pode fazer a carta de autorização pra ele. Ele vai fazer outra cota, ele disse que faria outra quando saísse esta.*

Entregou outra proposta para o cliente dizendo:

*- Vai preenchendo logo que ele tá com pressa, tem que voltar para a fábrica ainda hoje. Não precisava vir até aqui, eu disse, mas ele quis vir.*

Eu não estava entendendo aquele teatro, mas fiquei na minha; busquei a pasta no carro e fui fazer a "autorização". Nisso chega um vizinho e o Armando não perde tempo.

*- Toma, vai preenchendo a sua proposta que a sorte está andando por esses lados. Aproveita que o homem da fábrica está aqui e já leva a sua.*

Com esta foi a terceira venda do dia.

Na volta, ele não tocou no assunto e continuou contando suas estórias.

Chegando à revenda, fui comentar o dia com o gerente de vendas. Eram três vendas num dia, quando o normal eram dez por mês. Maior surpresa ainda estava por ser revelada pelo gerente:

*- Imagine se ele não fosse analfabeto.*

*- Como? Analfabeto? Ele fez três vendas na minha frente?!*

*- Você viu "ele" preencher alguma cota?*

*- Não. É mesmo, todas foram preenchidas pelos próprios clientes.*

*- Pois é, não dá nem para perceber que ele não escreve. Ele sempre entrega o formulário para o cliente preencher. Muitas vêm com erros e eu acabo consertando por aqui. Ele não lê nada, mas é o melhor vendedor da região, ganha muito bem, tem um "Galaxie", com motorista particular porque não consegue tirar carteira de habilitação. A propósito, ele lhe pegou de motorista, hoje, porque o carro novo dele estava na revisão.*

## O vendedor mudo.

*Muitos vendedores falam demais, quando na realidade deveriam aprender a ouvir mais.*

Armando estava gerenciando uma equipe de consórcio e tentava transmitir, aos vendedores, todas as técnicas de vendas que podia. Por mais que insistisse no treinamento, as vendas estavam abaixo das expectativas e a equipe não deslanchava como poderia.

Num desabafo, sem medir muito as consequências, afirmou:

*- É tão fácil vender consórcio, até um mudo vende!*

Aí a equipe toda "chiou" era demais. Armando não perdeu a oportunidade de dar mais uma lição para a equipe e apostou que conseguiria provar a sua teoria.

*- Eu vou trazer um contrato sem falar nada. Vou fazer uma venda sem dizer uma só palavra!*

*Sentou-se diante a uma máquina de escrever e fez um texto:*

*Sou mudo, vendo Consórcio Nacional Ford.*

*O consórcio funciona assim:*

*.....*

Colocou ali cerca de dez itens explicativos, terminando com:

*Se houver alguma dúvida, pode perguntar que mostro a cláusula onde está a explicação.*

Pegou a folha datilografada e saiu. No fim da tarde voltou com um contrato preenchido, acompanhado do cheque, dizendo que conseguira vender sem falar nada.

Diante a descrença da equipe, eu como representante da Ford, acompanhado de um vendedor da revenda, fui, no dia seguinte, até o cliente.

Chegando no escritório do cliente, eu me anunciei como auditor da companhia, dizendo que costumava pesquisar a forma como o vendedor fazia o seu trabalho e o que prometia para o cliente.

*- Gostaria de saber do senhor, o que o vendedor lhe falou que o levou a aderir a esse plano.*

*- Bem, na verdade ele não disse nada, foi um vendedor mudo que me vendeu.*

*- Mudo? Como é que ele conseguiu vender?*

*- Bem, ele chegou com uma folha na mão; eu li. Fiz três ou quatro perguntas ao que ele mostrou as cláusulas onde se podia entender a resposta. Eu sou advogado estou acostumado a ler contratos. Aí ele deu três propostas para eu assinar; eu disse que eu não queria três; ele tirou uma e apontou para os lugares onde deveria assinar as outras duas; eu disse que só faria uma, então ele deixou só um contrato para eu assinar. Assinei o contrato e fiz o cheque no valor que ele indicou.*

Aí reconhecemos a veracidade da história, pois esse era o estilo de fechamento do Armando, sempre oferecida três propostas para serem assinadas.

*- Mas por que o senhor comprou de um mudo?*

*- Bem, na verdade, eu já conhecia consórcio, até estava pensando em entrar num; muitos vendedores aparecem por aqui. Eu que não tinha resolvido ainda. Achei que o mudo deveria ser prestigiado, achei que ele merecia.*

*- Olha doutor, aqui está o seu contrato e o seu cheque; na realidade ele não é mudo, é o gerente da equipe, estava tentando mostrar que não precisava falar muito para vender. O doutor vai nos desculpar, podemos cancelar o contrato e devolver o seu cheque.*

*- Mas não está valendo?*

*- Se o doutor não se importar, e quiser confirmar, posso assinar aqui mesmo.*



- *Tudo bem, valeu.*

Voltamos para a revenda, confirmando a venda; Armando tinha razão: até mudo pode ser vendedor!

Perguntei então ao Armando como ele tivera a ideia e a coragem de tal empreendimento.

- *Na verdade, faz tempo que estava ensaiando experimentar isso. Lá em casa, toda semana, passa uma vendedora de cosméticos, que é muda. Trás em cada frasco uma etiqueta com o preço; vai tirando da sacola aquele monte de produtos e colocando sobre a mesa e espera que se decida qual vai ser o escolhido; nunca perde a viagem, pois a gente sempre acaba comprando alguma coisa. Fiquei com vontade de experimentar.*

## Pano de prato.

*Nem sempre a experiência e o capital garantem o êxito de qualquer promoção. Muito se pode fazer com um pouco de criatividade. Se o mercado não consome o seu produto, antes de mudar de mercado, pode-se tentar mudar o mercado.*

Um comerciante do Piauí, foi a Fortaleza para fazer compras de tecidos. Entusiasmado com o preço de promoção de panos de prato, comprou uma quantidade muito grande. Eram panos estampados com morangos, bananas, abacaxis, e outras frutas.

Chegando a mercadoria, seu velho e experiente pai observou:

*- Meu filho, você nunca vai conseguir vender isso aqui. Todo mundo usa pano de saco para fazer pano de prato, as meninas aprendem a bordar e fazer rendas, fazendo panos de prato. Ninguém compra pano de prato aqui.*

O jovem comerciante ficou preocupado com o investimento e lembrou que o vendedor havia alertado que não receberia devolução de mercadoria que estava em promoção de fim de estoque. Pensou bastante, e observando a clientela que passava e não comprava, achou uma solução. Percebeu a quantidade de mulheres que usavam lenço de cabeça. Achou a solução para o seu problema, fez um grande cartaz e pregou na frente da loja:

## **TROPICALISMO – ÚLTIMA MODA EM FORTALEZA**

E acabou com o estoque em três tempos, enquanto as ruas ficaram coloridas de morangos, bananas, abacaxis, etc., ... nas cabeças das mulheres.

## Perdendo o frotista.

*Enquanto algumas pessoas, dentro da organização, fazem de tudo para conquistar um cliente, outros conseguem, com muito pouco, estragar tudo.*

Armando vinha trabalhando naquele cliente por mais de dois anos. O gerente anterior havia provocado um desentendimento que provocou o afastamento do cliente que nem queria ouvir falar da empresa. Questão de palavra - dissera que nunca mais poria os pés naquele lugar onde fora desrespeitado. Com muita calma e perseverança o Armando foi provocando aproximação até conseguir respeito pessoal e reconquistou o cliente para a empresa.

Um dia, saindo do escritório da diretoria, onde fora acertar os últimos detalhes da compra de doze caminhões para substituição da frota antiga, o cliente, passando pelo balcão de peças lembrou de comprar um acessório para o seu carro. Escolhido o acessório, tirada a nota, o cliente emitiu um cheque. O balconista pediu que fosse pagar no caixa. Pacientemente esperou enquanto a mocinha do caixa discutia, por telefone, com o tesoureiro, a respeito de erros no movimento do dia anterior.

Ao entregar o cheque, o cliente lembrou de um detalhe:

*- "Minha filha", por favor, deposite este cheque somente depois de amanhã. Essa conta está com todo dinheiro aplicado e tenho que fazer o resgate amanhã.*

*- De jeito nenhum, eu não te conheço, depois tudo estoura nas minhas costas!*

O cliente não disse nada, pegou o cheque, rasgou, deixou a peça sobre o balcão, virou as costas e nunca mais voltou, nem aceitou receber ninguém da empresa. Jurou que nunca mais voltaria atrás com sua promessa. O Armando perdeu o cliente, todo trabalho realizado e a comissão, a empresa perdeu o cliente.

## Pipoqueiro de feira.

*Muitas vendas se têm perdido por erro de enfoque na análise do potencial do cliente, por avaliação errada baseada na aparência. Nem sempre a aparência externa, as roupas e modos, demonstram a capacidade de compra.*

Armando era vendedor numa revenda do interior de São Paulo, numa época difícil de vender caminhão. A diesel, não tinha para entregar e a gasolina, ninguém queria.

Estava, o vendedor, conversando com o gerente, quando entrou um caipira e começou a olhar os carros em exposição no salão. Abria um e outro, olhava dentro e batia a porta.

- Armando, olha lá o que aquele cara tá querendo. Ordenou o gerente, com ares de indignação com aquele procedimento.

Armando foi chegando com toda a sua gentileza:

- Bom dia. O senhor quer ver algum modelo em especial?

- Não eu quero mesmo é um caminhão a gasolina, o senhor tem? Qual é o preço ?

- Temos um. O preço é 60 mil, mas podemos fazer um agrado para pagamento "a vista", 55 mil.

- Tá caro! Vê se consegue fazer um preço melhor que eu compro.

Vender caminhão com motor a gasolina naquele tempo era uma glória. Foi até o gerente e solicitou um preço melhor para poder fechar o negócio. O gerente, por não acreditar no comprador, pela sua aparência e também porque no interior se costuma conhecer as pessoas que podem comprar por se conhecer todo mundo, falou alto sem preocupação que o cliente ouvisse ou não:

- Faz 50. Ele não vai comprar mesmo!

O Armando, respeitoso e educado, chegou no cliente e disse que poderia fazer por 50 mil, se fosse pago "a vista " naquele dia.

- *O senhor tem carro?* Pergunta o caipira ao vendedor.

- *Sim.* Respondeu o Armando.

O caipira então convidou o Armando para irem juntos até sua casa para buscarem o dinheiro. Voltaram depois com cinco sacos (sacos de açúcar, de 5 quilos) cheios de dinheiro trocado. Continham exatamente, 10 mil em cada saco. Nisso o gerente, assustado, quis voltar atrás no negócio dizendo que 50 mil era preço inferior ao custo e que não dava para fazer.

- *O senhor é homem, o senhor engole.* Dizia o caipira.

O negócio acabou sendo feito e o Armando procurou então saber o que aquele indivíduo fazia. Era um pipoqueiro que arrendava feiras e exposições. Vendia pipoca, amendoim torrado e maçã do amor. O caminhão era para montar um quarto e cozinha ambulante, como um "trailer", para deslocar de uma cidade para outra, por ocasião dos eventos.

## Plantão no portão.

*Na atividade de vendas se permite comemorar resultados praticamente todos os dias. Dependendo do produto e da situação de mercado, as reuniões de fim de tarde são sempre festivas, sempre há o que se comemorar. Uma das coisas piores que enfrentamos é quando estamos cheios de vontade e de razões para comemorar e não encontramos ninguém para dividir nossa alegria.*

[esta história é continuação de: [De porta em porta](#) ]

Armando saiu daquela casa pelas cinco horas da tarde. Fora uma tarde de batalha, mas saiu vencedor com 3 contratos na pasta. Sua maior vontade era encontrar os colegas e mostrar os pedidos. Estava tão contente que jogou a pasta para cima e chutou como se fosse uma bola, extravasando sua alegria.

Bom de vendas e ruim de bola, a pasta caiu dentro de um quintal. E agora?

Tocou a campainha e quem atendeu foi um doberman muito do invocado. Por mais que insistisse na campainha, ninguém mais aparecia, até que o vizinho veio informar que o casal costuma chegar somente lá pelas 8 da noite.

Armando se aquietou por ali. Olhava a pasta, via o cachorro.

Deu nove horas e nada dos moradores chegarem. A fome apertava o estômago, e a carteira estava dentro da pasta. Do bar da esquina chegava um cheirinho de churrasco e frituras.

Para completar começou a cair uma garoa e o tempo começou a esfriar. O Armando na chuva, a pasta no jardim e o cachorro confortavelmente deitado na varanda olhando o portão.

Ali na chuva, com fome, com frio, esperou até dez e meia quando parou um carro e a mulher desceu para abrir o portão.

Teve que inventar que fora atacado por trombadinhas e num reflexo de defesa jogara a pasta para dentro da casa. Não sabe se convencera (trombadinha ali ?!) mas recuperou a pasta molhada.

Pior foi explicar em casa, chegando naquela hora.

## Prioridade para vendedores.

Eu havia recebido uma indicação e fora até lá.

Chegando ao escritório, a sala da recepção estava cheia, o que me levava pensar que teria uma longa espera na fila para ser atendido. Entreguei o cartão para a secretária, solicitando a entrevista.

A secretária imediatamente entrou na sala do diretor, levando o meu cartão. Quando já se preparava para encontrar um lugar para sentar e tirar uma revista da pasta, para aproveitar o tempo lendo alguma coisa, a secretária abre a porta de volta e me chama.

Isso na frente de todo mundo!!!

Meio desconsertado, entrei e cumprimentei o diretor, dizendo da razão de sua visita, e comecei a minha abordagem.

Depois de permitir toda demonstração, fazer diversas perguntas, até discutir o preço e as condições, o cliente disse que aquele produto não lhe interessava e agradeceu a minha atenção.

Então resolvi perguntar, muito delicadamente o porquê de ter sido passado na frente de todos os outros, ao que fui surpreendido pela resposta:

*- Hoje sou um empresário com muitos negócios, mas comecei vendedor como você. Tenho por hábito atender de imediato o primeiro vendedor que aparecer no dia, mesmo tendo um monte de clientes para atender. Os vendedores, diariamente, me fazem lembrar de uma série de coisas que devo fazer, e até uma série de coisas que não devo fazer diante de meus clientes. São aulas diárias que me fazem manter no meu pique de vendedor*



## Reclamação.

*Tive um gerente que costumava dizer: Se você é do tipo de vendedor que troca de calçada quando encontra um cliente, troque de profissão.*

Eu, como bom vendedor, gostava muito de fazer compras, gastar o seu dinheiro. Um dia entrei numa loja e comecei a escolher diversas roupas. Ternos, camisas, meias, cuecas, gravatas, lenços; uma verdadeira renovação do meu guarda-roupa. Depois de duas horas de trabalho para o vendedor da loja, resolvi, finalmente, fechar o pacote. O balconista demorou quase meia hora só para preencher as duas notas fiscais, tantos eram os itens que resolvera comprar.

Tirada a nota, me dirigi ao caixa e ofereci o cartão de crédito para pagamento.

*- Olha senhor, não podemos aceitar esse cartão. Está vencido.*

Estava realmente. Eu já tinha recebido o outro, mas esquecera numa gaveta do escritório.

*- Por favor, deixe empacotado que amanhã eu volto e levo tudo, só não posso voltar hoje devido a alguns compromissos agendados.*

*- Sinto muito, mas não podemos fazer reserva de mercadoria.*

Voltei para o escritório lamentando não ter inutilizado, no ato, o cartão vencido. No dia seguinte, em função do trabalho, não consegui tempo para ir até a loja. Fui só no terceiro dia.

Chegando à loja, encontrei, de pé, na porta, o vendedor que o atendera. Dirigi-me a ele:

*- Por favor, foi o senhor que me atendeu noutra dia?*

*- Não, eu não, reclamações é com o gerente.*

- ?! ?! ?!

O vendedor virou as costas e foi para o fundo da loja.

Nisso, chegou uma outra balconista, com um sorriso perguntou:

- *O senhor já foi atendido?*

Eu parado ali, sem entender o procedimento do vendedor, resolvi pedir tudo, de novo, para a mocinha solícita que acabou por receber a maior comissão do dia.

## Sem saber marketing.

*Fazer marketing é conquistar e manter o cliente. Fazer freguês de caderneta (como se diz no interior).*

*O vendedor que costuma trocar de calçada quando encontra um cliente, é melhor que troque de profissão. O vendedor inteligente explora bem o mercado que atua. Vender é transferir a posse uma vez, enquanto fazer marketing é manter sua clientela comprando sempre. Uma das coisas mais importantes do marketing é o seguimento da venda, mesmo porque é bem mais barato manter uma clientela vendendo sempre, do que investir sempre na conquista de novos mercados, enquanto se perde fatias do mercado onde já atuou. Muitos vendedores não fazem acompanhamento do cliente, pois entendem que isto não é contabilizado nas comissões.*

Quando trabalhava vendendo livro, eu tentara diversas vezes entrar numa multinacional para vender lá dentro; mas era proibido.

Por sorte (a sorte de quem trabalha), fizera uma venda para uma secretária no centro da cidade de São Paulo, e como de costume, não abandonara o cliente. Visitei a secretária para confirmar se ela recebera certo toda a coleção, depois visitei de novo para ver se a cobrança fora certa. Na terceira visita, percebendo a satisfação da cliente com o produto, vendi mais uma coleção (agora a infantil), para as duas filhas da secretária.

Recomeçando as revisitas de acompanhamento, ouvi da cliente um elogio feito pelo marido dela quanto à qualidade do trabalho de marketing que o vendedor vinha fazendo.

Eu ainda não sabia o que era marketing, mas me interessei pelas opiniões do marido da secretária, e solicitei a oportunidade de

falar com ele. O marido era simplesmente gerente de marketing da divisão de peças da Ford, em São Bernardo do Campo.

Chegando à fábrica, fui mais uma vez foi barrado pelo guarda da recepção, informando que não poderia entrar para tratar de assuntos particulares.

Não desisti, deixando o carro ainda no estacionamento da empresa, fui até o primeiro orelhão (Não havia celular naquele tempo), liguei para o gerente dizendo que estaria na recepção da empresa em cinco minutos, e perguntei de que forma deveria anunciar a sua presença.

*- Diga que eu estou esperando e peça para me avisar que irei buscá-lo na recepção.*

Assim feito, em pouco tempo estava dentro dos escritórios da multinacional mostrando seu produto para diversos outros gerentes apresentados pelo gerente de marketing. Já passava das dezessete horas, final de expediente, quando eu acabara de tirar o décimo primeiro pedido e ainda havia mais um gerente no fundo do salão.

Com ares de quem estava com pressa, cheguei naquele que ainda estava ali:

*- O senhor também vai fazer o pedido? Preciso do seu documento para preencher o formulário.*

*- Ora, eu estou com pouco tempo, esse serviço atrasado...*

*- Não há problema, o senhor me fornece o seu documento pois os outros dados todos podemos completar depois, além do que já tenho a maioria dos dados conseguidos com seus colegas.*

*- Mas não tenho tempo para você explicar como funciona isso!*

Armando não perturbou:

*- Não faz mal, todo mundo já fez, só falta o senhor, faça um cheque e amanhã conversamos por telefone. Além do mais, qualquer colega seu poderá explicar tudo direitinho.*

E sai apressado com doze contratos num só dia, quando essa era a média mensal de vendas dos outros vendedores.

Foi meu melhor dia de vendas, ainda sem saber o que era marketing.

## Servindo cafezinho.

*Um dos assuntos mais comuns do folclore de vendas é a barreira da secretária. Muito se tem falado e discutido como técnicas para se passar pelas secretárias, e muitas vendas se continuam perdendo por não chegar ao elemento de decisão. Ninguém dá importância a quem não se parece importante. Por mais que se fantasie de importante e com isso se consiga passar por algumas secretárias, outras continuam eficientemente imbatíveis. Nunca se sabe o quanto manda uma secretária, por isso é aconselhável não arriscar. Mas chega um ponto em que é tudo ou nada.*

Aquele era realmente um cliente difícil de se conseguir entrevista. Armando já havia estado ali diversas vezes e sempre era barrado pela secretária com uma desculpa qualquer. Tantas foram as tentativas de conseguir a entrevista que o Armando já estava bastante conhecido, desde o porteiro até a mulher do café. A secretária nem mais consultava o chefe, assim que via o vendedor ia dizendo a desculpa do dia. Armando que sempre fora bom em furar bloqueios, estava quase capitulando.

Um dia partiu decidido a falar com o cliente de qualquer maneira, e para tanto ousou um plano meio louco. Observara, pelas tantas vezes que ali estivera, o procedimento da Dona Maria, a mulher do café: Pontualmente, às nove horas, todos os dias a Dona Maria chegava com a bandeja e entrava na sala sem passar nem se anunciar pela secretária.

Armando postou-se na recepção enquanto esperava a hora da encenação. Às nove em ponto, vem de lá Dona Maria. Armando se aproxima da simpática senhora com uma barra de chocolate e diz:

*- Hoje é seu dia de folga, e enquanto a senhora saboreia esse chocolate eu sirvo o café.*

Foi tamanha a segurança do Armando, que Dona Maria ficou atônita e a secretária não soube como reagir, enquanto o vendedor entrava na sala com a bandeja de café numa mão e a pasta de trabalho na outra.

*- Bom dia, senhor! Chegou o café das nove. Sou o Armando e estou aqui para renovar este contrato. Como o senhor é muito ocupado e nunca pode ser interrompido, resolvi aproveitar a pausa do café para lhe dar a oportunidade de resolver mais essa pendência. Não se preocupe, está tudo pronto, é assinar aqui.*

E saiu com o contrato assinado.

## Técnicas de fechamento.

*O que o vendedor quer, é fechar vendas. Mas ninguém fecha o que não abriu. O fechamento de vendas é um sonho acalentado por todos, mas que só acontece quando todas as etapas anteriores foram bem-sucedidas. O fechamento é a conclusão natural de todas as etapas anteriores. Muitos dizem que fizeram tudo certo e só não conseguiram fechar. Errado. Se não fecharam é porque não fizeram certo as outras etapas. O fechamento começa na pesquisa do mercado, passa pela programação de visita, pelo planejamento da oferta, daí vai para abordagem, apresentação, negociação e tudo mais. Raramente encontramos vendedores suficientemente preparados para queimar etapas e trazer o contrato, ou pedido. Muitas vezes, quando não se percebe no vendedor de sucesso, a elaboração dessas etapas anteriores ao fechamento, é porque pela prática, pelo desenvolvimento profissional, as coisas acontecem de forma mais sutis do que aquelas divisões pedagógicas como são ensinadas.*

Alguém apareceu no escritório com um programa da ADVB- Associação dos Dirigentes de Vendas do Brasil, para os cursos do mês. Havia todo tipo de cursos, desde iniciação nas técnicas de vendas, até gerência de vendas, mas um título chamou a atenção do Armando: Técnicas de Fechamento.

*- Olha aqui, um curso que eu preciso fazer - Técnicas de Fechamento!*

Todos riram pensando que o Armando estivesse com brincadeira, afinal ele era o campeão de vendas, vendia todos os dias. Mas ele explicou:

*- Esse é um assunto que toda hora eu vejo vocês falando e não entendo, eu nunca vi.*



Houve um riso geral, todos pensavam que o Armando estava com mais uma de suas brincadeiras.

*- Ora Armando, você! Você que é o campeão, que ganha a campanha todos os meses, vem agora dizer que precisa aprender a fechar vendas! Isso é para nós outros.*

A discussão então começou, uns achando que era brincadeira do Armando, e outros, observando a seriedade do campeão, ficavam sem entender a razão daquilo. Depois de diversas considerações sobre as técnicas de fechamento de vendas, o Armando então se localizou e explicou para a equipe:

*- Eu agora percebo o que acontece. Geralmente eu chego no cliente como se ele estivesse ali, esperando que eu fosse tirar o contrato. Comprar ele já queria, só faltava eu chegar e explicar a forma de pagamento e demais condições de contrato. Eu nunca penso que ele não vai querer, talvez ele não possa fazer no momento, mais querer sempre vai. Portanto, nunca estou preocupado em técnicas de fechamento, já chego com a venda fechada.*

Quando todos então entenderam a mensagem do campeão, ele se vira e pergunta:

*- Quem vai fazer o curso comigo?*

## Testemunhas.

*Repetindo o que se vê em qualquer manual de vendas, o vendedor não consegue trazer a venda se não falar com o cliente, não consegue falar com o cliente se não chegar até ele, não consegue chegar até o cliente se não souber onde está, e não vai saber onde está o cliente se não souber quem é. Em resumo, para vender é preciso pesquisar para encontrar pessoas que possam comprar. Algumas formas de pesquisas bastante conhecidas tais como catálogos telefônicos ou "xavecos" são bastante usadas. Outras, mais raras, são resultado da criatividade e senso de oportunidade de alguns.*

Armando dirigia pela Rua Cardoso de Almeida quando numa esquina muito movimentada, perto da PUC, um carro atravessou a sua frente e o choque foi inevitável.

A desvantagem era do Armando que tinha um Karmam Guia, a razão também era dele, se bem que nessas horas ninguém tem razão. O que não faltou, foram curiosos. Era gente de todo lado que surgia para dar opiniões.

Com um ar de coitado, pegou sua agenda e começou a anotar os endereços das pessoas para servirem de testemunhas. Naturalmente muitos se negaram, mas o Armando conseguiu um monte de nomes e endereços.

Esfriados os ânimos, afastaram-se daquela confusão de curiosos e os dois acidentados entraram num acordo, cada um pagaria o seu estrago e ficaria por isso mesmo.

Com seu cadastro aumentado, Armando partiu para visitar as testemunhas. A abordagem, como se pode imaginar, era sempre a mesma:

*- Eu sou o Armando. Você se lembra daquela batida, na Cardoso de Almeida, o Karmam Guia branco, era eu, você me deu seu en-*

*dereço. Pois bem, a despesa ficou mesmo por minha conta. Mas tudo bem, o negócio agora é trabalhar para recuperar o dinheiro. Eu vim para agradecer a sua boa vontade em ajudar, isso tão raro, hoje em dia.*

E emendava, de imediato:

*- A propósito, me permita apresentar a enciclopédia...*

## Venda técnica?

Eu gerenciava uma revenda de trator Ford em Maceió. Estava na minha sala quando chegou um desconhecido pedindo para ver os tratores.

Feitas as apresentações (não era um cliente cadastrado), levei o cliente até o pátio para apresentação física dos modelos. Percebi que o cliente estava mesmo interessado e querendo saber de muitas coisas, resolvi fazer uma apresentação técnica, exatamente como manda o manual.

Fiz a apresentação estática, contornando o trator e mostrando cada item. Liguei a máquina e fiz uma apresentação dinâmica, colocando cada equipamento para funcionar. A seguir passei para comparações e apresentação das vantagens em relação a outros modelos da concorrência.

O cliente começou insistir em cada detalhe com relação a um modelo específico da concorrência (MF). Não tive dificuldade em responder cada item. Chegando ao final, dei o preço, a vista, sem prazo nem desconto; a partir daí teria margem para discussão de fechamento. Para minha surpresa, o cliente perguntou se aceitava cheque! (a razão do espanto é que, na época, só se vendia trator por financiamento subsidiado).

Anotado o pedido, recebi o cheque e prometi a entrega para o dia seguinte. Encerrei o expediente contente por ter aprendido fazer uma boa demonstração técnica. Fiquei pensando o quanto fora bom ter participado do curso no Centro de Treinamento da empresa, afinal fizera uma excelente demonstração; tudo de acordo com o manual.

A surpresa ocorreu no dia seguinte, quando o motorista veio contando a história da entrega:

Chegando lá na fazenda, encostou o caminhão num barranco para descarregar o trator. Nisso chegou o cliente que quis ele mesmo descarregar e saiu dirigindo direto para a fazenda vizinha.

O motorista já estava preocupado porque o cliente não voltava para assinar o canhoto da nota, quando um empregado contou a seguinte história:

*- Ele e o cunhado tinham tratores iguais (Valmet). Brigaram, e o cunhado foi na Massey, comprou um trator novo. Agora ele foi ao revendedor Ford e comprou um maior, só para enfrentar o cunhado. Ele não aceita ficar para trás.*

Percebi que tudo o quanto o cliente queria, era saber das vantagens que poderia contar sobre o produto que estava comprando para fazer frente ao cunhado.

## Vendedor insistente.

*Enquanto alguns vendedores se perdem no "triângulo das bermudas" (em São Paulo isso se falava do vendedor que programava visitas na Penha, na Lapa e em Santo Amaro, o que, naturalmente, não conseguia realizar), por não planejarem bem suas visitas, outros conseguem resultados na base do "pé duro" ou "arrastão", fazendo muitas visitas no dia.*

Alguns vendedores são verdadeiros atores, interpretam um papel na frente de cada cliente. Enquanto os atores profissionais de teatro representam uma vez por dia, alguns vendedores repetem suas apresentações 5, 10 e até 20 vezes por dia. Acabam por ficarem bons no que fazem.

Armando não era um vendedor de muitos predicados; era tímido e sem muitas habilidades requeridas para um vendedor de livro. No entanto, todos os meses, estava entre os primeiros na classificação de vendas. Seu método era simples; não tinha carro e só trabalhava no centro da cidade. Entrava num prédio, subia até o último andar e começava entrar em cada porta. O primeiro que encontrava pela frente, iniciava a sua demonstração:

*- Vim aqui para lhe vender essa coleção; ela funciona assim, assim, assim; tem isso, aquilo e aquilo. Entendeu?*

*- Sim*

*- Então assina aqui.*

*- Mas eu não quero.*

*- Então você não entendeu. Olha: ela funciona assim, assim, assim; tem isso, aquilo e aquilo. Entendeu?*

*- Entendi, mas não quero.*

*- Então você não entendeu. Olha: ela funciona assim, assim, assim; tem isso, aquilo e aquilo. Entendeu?*

Assim fazia com todos que encontrava pela frente. Não vendesse na primeira demonstração, tentava a segunda, ou ainda, a terceira vez. Havia quem comprasse na primeira, outros na segunda, alguns na terceira e muitos que não compravam.

Ele não se alterava, procurava o próximo e começava tudo de novo.

## Vendedor ruim.

Armando era gerente de vendas de uma empresa no centro de São Paulo. Um dia sua secretária anunciou uma pessoa que fora mandada por um amigo seu. Armando atendeu. Era um vendedor que Armando não aprovaria para integrar sua equipe. Não tinha dinamismo nenhum, não apresentava nenhum entusiasmo.

*- O senhor me desculpe eu não queria incomodar, o senhor - pode estar muito ocupado, eu não queria atrapalhar. Só vim aqui porque o seu amigo pediu que eu viesse. Estou oferecendo essas ações. Não são muito diferentes das outras. O senhor pode entender muito bem disso, sabe que rendem como as outras. O senhor pode ter investimentos que até rendem mais do que isso. Não precisa comprar muito; é bom mesmo variar os investimentos, pode comprar só o lote mínimo de 500 ações.*

Armando ficou com dó daquele coitado. Dó mesmo, tanto que "colaborou" com o vendedor, comprando 1000 ações, e deu três indicações de amigos seus que poderiam comprar. Assim que o vendedor saiu, ligou para o seu amigo:

*- Oh cara, como é que uma empresa pode ter vendedores desse tipo, o indivíduo parece que está morrendo em pé!*

*- O que você fez?*

*- Subscrevi mil ações e dei três indicações para ele.*

*- Pois é, é por isso que ele é o campeão de vendas da empresa. Só visita gerentes e diretores de vendas (gente que ganha bem), e com sua cara de sonso, não perde uma visita.*



## A culpa do Déo.

*Costumo dizer que todos os problemas da empresa comecem no vendedor, que todos os problemas da empresa são causados pela equipe de vendas. Não fossem os vendedores não haveria problemas na empresa, pois não haveria a empresa. Se há muito serviço é porque os vendedores andam prometendo o que não se pode cumprir; e se há falta de serviço é porque os vendedores não estão cumprindo a parte deles que é vender. Se os vendedores ficam na empresa, sem sair, "estão coçando", se saem e não aparecem "vivem passeando".*

Deusdedit de Oliveira, o popular Déo das Alagoas, era vendedor de carros numa revenda de Maceió. Cabra simpático, muito querido por todos os colegas e da vizinhança. Estava bem de vida, tinha uma boa casa no Farol e uma de praia na Paripuera. Seu carro era um modelo do ano, luxo, com um som “melhor que boate”.

O Bio, de nome Severino da Silva, era mecânico da mesma empresa e muito amigo do Déo. Eram até compadres, pois o Déo batizou a Marina, filha mais nova (a quinta) do Bio.

Veza por veza, o Déo inventava uma coisa qualquer para comemorar e convidava o Bio e a mulher, com toda a filharada para uma buchada na Paripuera. Dali já saia compromisso para o domingo próximo - pescaria na Barra ou caçada no sertão.

Os negócios iam bem. Até o Bio já estava animado a jogar o décimo terceiro e toda a poupança num Fusquinha que o Zé Alves andava oferecendo.

*- Lá pelo São João, eu boto a família no pau-velho e me mando para o sertão de Mar Vermelho e levo a netaiada para o meu velho ver. Pensava firme o Bio.*

As coisas em casa andavam bem. O empréstimo que o compadre Déo fizera para completar a entrada da casa, já tinha pago. As

prestações nas lojas, finalmente, ficaram em dia. Estava até fazendo novos planos esperando aumento para o mês.

Mas as coisas começaram a mudar. As vendas ficaram poucas, e por falta de negócios, os serviços da oficina iam escasseando.

Buchada e pescaria começaram a fugir da agenda do Déo.

No aniversário de Marina, o compadre Déo não apareceu e a pequena ficou sem presente.

Um dia o Bio foi chamado no departamento pessoal e despedido. O chefe falou que a empresa estava ruim de dinheiro por falta de vendas e de serviço. Com isso tinha que reduzir as despesas com a folha de pagamento.

Bio começou a procurar emprego noutros lugares, mas a história era sempre a mesma - as vendas andam fracas, tá tudo ruim.

As prestações começaram a atrasar e faltava tudo em casa. Um dia, Bio sumiu. Foi embora sem dizer nada, nem para onde, só deixou um bilheteinho:

***- "Num guento mais, tá tudo ruim. A culpa e do compadre Déo e da raça dele, aqueles vagabundo que não tão vendendo."***

## IF

Se és capaz de manter a tua calma  
quando todo mundo ao teu redor já a perdeu e te culpa;  
de crer em ti quando estão todos duvidando  
e para esses, no entanto, achas uma desculpa;  
se és capaz de esperar sem te desesperares,  
se enganado, não mentires ao mentiroso;  
se, sendo odiado, sempre do ódio te esquivares  
e não pareceres bom demais, nem pretensioso;  
se és capaz de pensar, sem que a isso só te atires;  
de sonhar, sem fazer dos sonhos, teus senhores;  
se encontrando a desgraça e o triunfo, conseguires  
tratar da mesma forma a esses dois impostores;  
se és capaz de sofrer a dor de ver mudadas  
em armadilhas, as verdades que disseste  
e as coisas, por que deste a vida, estraçalhadas,  
e refazê-las com o bem pouco que te reste;  
se és capaz de arriscar numa única parada  
tudo quanto ganhaste em toda vida e perder,  
e ao perder, sem nunca dizer nada, resignado,  
tornar ao ponto de partida;  
de forçar coração, nervos, músculos, tudo  
e dar seja o que for que neles ainda existe,  
e a persistir assim quando, exausto, contudo

resta em ti a vontade que ainda te ordena: persiste;  
se és capaz de, entre a plebe não te corromperes,  
entre reis, não perderes a naturalidade,  
e de amigos, quer bons, quer maus, te defenderes;  
se a todos puder ser de alguma utilidade;  
se és capaz de dar, segundo por segundo,  
ao minuto fatal, todo teu brilho e valor;  
tua é a terra com tudo que existe no mundo  
e o que é mais importante, és um **vendedor**.

**Rudyard Kipling** (ligeiramente adaptado)

[na versão original:

se és capaz de dar, segundo por segundo,  
ao minuto fatal, todo teu valor e brilho;  
tua é a terra com tudo que existe no mundo  
E o que é mais importante, és um homem, meu filho]

## Agradecimentos ao leitor

Quero agradecer a você que chegou até aqui, no final deste livro. Espero que tenha valido a pena.

Procurei transmitir um pouco da experiência e vivência dos mais de vinte anos em vendas, aliados aos estudos de pedagogia, administração de empresas e psicologia.

Este livro foi feito com muito carinho, o melhor que pude realizar. Demorei mais de 20 anos entre escrever o primeiro "causo" e entregar o livro para edição. Houve muita autocrítica, muito medo de transmitir coisas erradas e induzir ao erro.

Um dia, lendo um texto atribuído a Santo Agostinho, cheguei à conclusão de que:

- - *se for medíocre, não fará mal a ninguém;*
- - *se for bom, promoverá ajuda a algumas pessoas;*
- - *se for muito ruim, provocará que alguém se levante contra e faça algo de bom, o que promoverá ajuda a muitas pessoas.*

Agora ... cá entre nós, colegas:

***"Se gostou, conte para todo mundo, recomende, divulgue, distribua, ofereça como presente; se não gostou, não conte pra ninguém!"***

## O autor

*“Ah, se eu soubesse naquele tempo,*

*o que eu sei agora...”*

Em se tratando de vendas, este autor foi da prática diária para o estudo da teoria no decorrer de uma vida.

Enquanto fazia Faculdade de Educação na USP (1972), dava aulas em curso supletivo e cursinho pré-vestibular, mas precisou ganhar dinheiro e buscou mais um emprego. Atendeu um daqueles anúncios “não precisa prática, nem habilidade” e depois de uma semana de treinamento estava no campo tentando vender curso de inglês. No terceiro mês de vendas, largou a universidade e deixou de ser professor. Virou supervisor e montou sua própria equipe de vendas. Um dia, vendendo para um gerente da Ford, foi convidado a treinar seus vendedores de consórcio. Logo depois entrou na Ford, treinou vendedores de São Paulo, Minas Gerais, Mato Grosso e Goiás. Depois, passando para Ford Tratores, formou equipes de vendas de máquinas e equipamentos na região Leste (MG, RJ e ES) e depois da região Nordeste, da Bahia ao Pará.

Em Maceió - AL, fundou e presidiu a “ADVM-Associação dos dirigentes de vendas e marketing”.

Voltando a São Paulo, com empresa própria, deu treinamentos para vendedores de publicidade, de convênio médico, de consórcio e de veículos.

Foi com 50 anos de idade que sentiu a necessidade de fundamentar a sua prática e voltou para a universidade. Formou-se em

psicologia (USM-1994), na área organizacional. Continuou buscando especialização em ensino de comunicação, fazendo pós em:

- “Didática no Ensino Superior” (USF-1998);
- “Ensino Superior em Saúde” (Unifesp-2001);
- “Sexualidade Humana” (Unicamp-2002);
- Mestrado em Ciências (Unifesp-2004) com a tese  
“O ensino da comunicação na formação em medicina”
- Doutorado em Ciências (Unifesp-2012) com a tese  
“O remédio é o menor dos problemas”

Como professor universitário, lecionou:

- Psicologia,
- Psicologia em Recurso Humanos,
- Psicologia em Marketing,
- Psicologia Organizacional,
- Psicologia em Enfermagem,
- Saúde Coletiva,
- Metodologia de pesquisa (TCC).

Aposentou-se como psicólogo (2014) na diretoria de saúde do Estado de São Paulo, departamento de vigilância epidemiológica.

Agora está reescrevendo seus textos, tanto da área de vendas e marketing, quanto de psicologia e saúde.

Para maiores detalhes:

<http://lattes.cnpq.br/8621373155847763>

[www.psrossi.com](http://www.psrossi.com)

[autor.rossi@gmail.com](mailto:autor.rossi@gmail.com)