

**Num ambiente de tão acentuada transparência e abundância de meios e formas de comunicação, não parece estranho e, muitas vezes contraditório, o súbito e prolongado silêncio ou ausência de reação dos clientes às múltiplas tentativas de continuidade dos contactos?**

## COMO INTERPRETAR OS SILÊNCIOS



Carlos Vasconcelos  
Sênior Consultant

aliados  
para resultados | **Basilaris**

“Quem vai para o mar, prepara-se em terra”, diz o ditado popular que, neste caso, se aplica integralmente.

Porque, muitas vezes, a pressão dos resultados leva quem vende a agir à pressa, descuidando a sua preparação e, em consequência, a preparação dos respetivos clientes.

Quem vende descuida a sua preparação quando, também, mostra a tendência para classificar como manifestações de interesse as normais perguntas de curiosidade ou de esclarecimento que os clientes colocam perante informação que lhes parece nova ou que – apesar dos cuidados da comunicação – não lhes parece clara, até, por não coincidir com aquilo que já conheciam.

Descura, ainda, a sua preparação quem se esquece que o dito interesse dos clientes também pode resultar – e em boa parte dos primeiros contactos resulta – da vontade de avaliar a credibilidade que cada profissional de vendas demonstra ser capaz de lhes merecer.

E também desfavorece a sua preparação quem rapidamente assume o compromisso de apresentar uma proposta de solução sem antes ter assegurado o completo e objetivo entendimento dos problemas do cliente. Esta preparação de quem vende, visa o aperfeiçoamento das competências para, nos contactos com os clientes, distinguir manifestações de curiosidade, das de interesse e das da vontade de resolver problemas.

A falta de preparação de quem vai para o mar constata-se, também, na tendência de não cuidar a preparação dos clientes ao presumir que, após uma apresentação inicial da organização, os clientes ficarão logo dispostos a considerarem quem vende como fornecedor exclusivo ou, no mínimo, “um dos” fornecedores a quem os clientes reconhecem capacidade para lhe resolver os problemas.

Na atualidade, a conquista de um posicionamento de credibilidade e respeito profissionais, constitui um dos fatores mais críticos da atividade de quem quer vender. É essencial que, desde muito cedo, se conquiste perceções de valor nos clientes e, isso obriga a começar por construir, nas mentes dos clientes, as perceções do elevado valor dos potenciais contributos quem quer vender.

E é crucial a preparação de quem vende para pôr em evidência o conhecimento sobre as questões de negócio potencialmente mais significativas para cada cliente e, só depois, se destacar as capacidades que comprovadamente se tem vindo a aplicar na resolução de questões similares.

Quanto maior for o respeito profissional conquistado por quem vende, menor será a probabilidade do silêncio prolongado e incompreensível dos clientes. E, isto exige muita e criteriosa preparação/formação.

**Preparação, preparação e preparação: Antes do contacto – a de Quem Vende (ou quer vender); Durante o contacto – a do Cliente; Após o contacto – a de Quem Vende para continuar a preparar o cliente e a conquistar-lhe os apropriados compromissos intermédios.**



Miller Heiman Group™

achieve+forum



CSO Insights  
The Research Division of Miller Heiman Group



aliados  
para resultados |

**Basilaris**