

Vendendo Software

**A Metodologia da Engenharia de Vendas
para Empresas de Software**

Aisa Pereira

Novatec Editora

Capítulo 1

A Necessidade de Eliminar Técnicas Manipulativas de Vendas

Um dia desses, conversando com um antigo gerente de desenvolvimento, não pude deixar de perceber o visível desconforto dele ao comentar que estava no ramo de vendas. Cá pra nós, o termo “vendedor” está mesmo desgastado e carrega um estereótipo negativo de pessoas desonestas, insistentes, desagradáveis, inconvenientes, insensíveis, inescrupulosas, que falam demais, sendo difícil assumi-lo com orgulho.

A cultura religiosa brasileira, diferentemente da norte-americana, também, embute um preconceito subliminar contra a profissão de vendedor. Desde crianças ouvimos dizer que é mais fácil um camelo passar pelo buraco de uma agulha do que um rico entrar pela porta dos céus. Isso permanece no subconsciente e dificulta a aceitação da venda e do lucro como ações legítimas na vida adulta – riqueza não deveria ser motivo de vergonha? E com a propagação do estereótipo do vendedor manipulativo e desonesto (muito menos preocupado com o cliente do que em vender a qualquer custo), a vergonha inconsciente torna-se ainda maior...

“Mudança é um antídoto lógico para pobres resultados”, diz Amy Lindgren. É hora de mudar o conceito do vendedor de software. Do outro lado da mesa de negociação, os clientes estão se profissionalizando, tornando-se cada vez mais exigentes e avessos a técnicas de vendas usadas por vendedores manipuladores que mentem, omitem, não cumprem o prometido, não conhecem bem o que vendem, não se importam com os desejos e necessidades do cliente. E, a não ser que queiramos fechar as nossas portas e passar todos a ser fazendeiros (dizem que a vida no campo é muito saudável)

ou entrar para um convento (perdoem-me, mas prefiro a vida aqui fora), temos que agir de forma diferente.

Mas, o que fazer?

Sem querer ser simplista, primeiro, tente exorcizar todos os estereótipos negativos da palavra vendedor. Readquira sua auto-estima ao exercer a atividade da venda com ética e capacidade – mesmo que aqui e ali você encontre situações desanimadoras, clientes difíceis e/ou concorrência desleal. Preocupe-se em ajudar o seu cliente a comprar de você.

Segundo, concentre-se em prospectar novos clientes e vender. Isso deveria ser óbvio, mas tendemos a perder muito tempo com atividades burocráticas, suporte técnico a clientes etc.

Terceiro, lembre que é na área de vendas que um profissional mais rapidamente ascende na carreira profissional. Não é à toa que técnicos brilhantes passam a vender em algum momento da vida.

E, por último, decida-se a ser o melhor vendedor que você pode ser. Faça isso nesse exato momento. A sua vontade e a sua experiência pessoal atual já serão um bom começo, mas você precisará aprender a pensar e a agir como um “engenheiro de vendas”.

Desafio

1. Analise o seu sentimento quando você está vendendo uma idéia, um produto ou um serviço de software. Libere-se de qualquer culpa e concentre-se em ajudar o seu cliente a comprar.
2. Um cliente potencial que lhe interessa está sendo assediado por um concorrente que tradicionalmente promete na fase de pré-venda muito mais do que cumpre na fase da pós-venda. O que você pode fazer para obter a preferência do cliente?
3. Com que conseqüências o típico vendedor manipulativo tem que lidar após a primeira venda para um cliente? Vale a pena? Será que ele está enxergando o potencial do ciclo de vida do cliente em termos de compras?