

ALE VENDAS

**COMO AUMENTAR**  
*conversão*  
*de vendas*

# INTRODUÇÃO

---

Com o estudo realizado pelo Especialista Ale Vendas, você aprenderá como aumentar a sua conversão em vendas.

No objetivo de te ajudar a colocar essas estratégias em prática desenvolvemos um material complementar das sete aulas para que os seus negócios entrem em um novo nível.

Pois, como sabemos, a venda vai muito além de somente o momento da transação.

Vender é um processo não linear que incorpora diferentes estágios. Faz parte dele o mapeamento de oportunidades, de atração de clientes, de relacionamento com os mesmos, de confiança e engajamento no mercado.

**Com o objetivo de te ajudar a colocar esses ensinamentos em prática e facilitar o seu aprendizado, reunimos a seguir todos os materiais complementares das doze aulas dessa jornada de conhecimento.**

# O QUE VOCÊ VAI ESTUDAR

---

<b>AULA 01</b> - Os erros mais comuns na hora de fechar a venda .....	04
<b>AULA 02</b> - Decifrando o que o cliente quer e porque ele quer .....	08
<b>AULA 03</b> - Apresentando a proposta para o cliente .....	11
<b>AULA 04</b> - Como lidar com o fantasma chamado objeção .....	14
<b>AULA 05</b> - Como conduzir o cliente para o fechamento .....	17
<b>AULA 06</b> - Plano de ação .....	20
<b>AULA 07</b> - Tarefa .....	23

AULA 01

# OS ERROS MAIS COMUNS NA HORA DE FECHAR A VENDA



# AULA 01

---

## **1. Não caprichar nas preliminares e só pensar nos finais**

Vamos partir do pressuposto que a venda é um relacionamento. E, se a gente fizer uma analogia com um casamento, toda vez que eu vendo, eu estou casando com o cliente. Toda vez que o cliente abre a carteira pra mim, eu estou me comprometendo e me conectando a ele. Então, tem muitas pessoas que ao dividirem a venda em etapas, elas se dedicam pouco nas etapas anteriores, mas ao chegar no fechamento colocam ali todo o seu foco.

Essa metodologia não trará vantagem alguma ao processo. Primeiro, porque demonstrará ao cliente o seu desespero. E, segundo mostra que você não fez o que era necessário ser feito.

## **2. Falar do preço antes de mostrar o valor**

Antes de você falar o preço do seu produto ou serviço ao seu cliente, primeiro você precisa mostrar a ele todos os seus benefícios. Pois, somente assim, ele enxergará o valor e não meramente o preço.

Quando geramos valor, o preço fica baixo na visão do cliente, e assim, passa a "valer a pena" adquirir.

## **3. Vender com o seu bolso, gosto e a sua crença**

A venda não deve estar relacionada a você, e sim, ao seu cliente.

Muitas das vezes você precisa mudar a sua visão e mentalidade de como enxerga o seu produto e o mercado em si.

A concorrência é ampla e, talvez você precisará diferenciar o teu negócio para obter resultados.

## **4. Não mostrar clareza na oferta**

Se, por um minuto, um segundo sequer, o cliente não tiver clareza do que exatamente e efetivamente ele está comprando. Ele não finalizará a compra.

Precisamos passar a ele esse estado de segurança. Onde ele tenha clareza de que está fazendo um ótimo investimento.

Isso é papel fundamental de quem está realizando a venda. Tirar todas as dúvidas e gerar essa necessidade pelo fechamento.



# AULA 01

---

## 5. Deixar acontecer naturalmente

O fechamento de vendas consiste no momento decisivo da negociação, no qual a compra pode ser formalizada, ou não. Por ser uma etapa capaz de definir o resultado de longas negociações, precisa-se ter uma estratégia bem estruturada.

Contudo, apesar de ser um ponto-chave, o fechamento não é capaz de salvar interações mal conduzidas. Ou seja, o sucesso desta etapa depende da construção de um bom relacionamento com o cliente em estágios anteriores.

Somos responsáveis por conduzir a venda até o final: o fechamento.

Então, se deixarmos a venda "nos levar", a nossa conversão será baixa.

## 6. Pedir na hora errada

Para incentivar o fechamento, você precisa ter plena certeza de que o cliente está pronto para comprar.

Caso o contrário, todo o processo foi em vão.

Se o fechamento for realizado no momento errado, o cliente não dará a resposta que esperamos. Pois, ele ainda não estava preparado para esse momento.

Então, é muito importante que esse ponto seja atingido, e só então, se realiza a proposta.

## 7. Continuar falando depois do fechamento

Segundo a neurociência, nós temos 50 a 70 mil pensamentos por dia. Então, na hora do fechamento há uma pressão psicológica de venda e o seu cliente está em um sinal de alerta.

Se não paramos de passar informações a ele e falar descontroladamente, passaremos insegurança ao cliente.

A venda é um processo e passar por esse momento final de tensão é um grande desafio. Mas, evitarmos esses erros, aumentaremos significativamente as chances de bons resultados.

### **Agora, reflita sobre as seguintes perguntas:**

**1. Qual desses erros vc comete ou já cometeu?**

**2. Qual ou quais prejuízos você já teve por conta desse erro?**

“

**Só se proponha a fazer algo ou expor o teu produto e o teu serviço no mundo... Se, você de fato, amar tudo isso.**

**Pois, se você for apaixonado pelo que faz e pelo que vende, naturalmente você se conectará muito mais com quem está ali, do outro lado. Esse ponto é primordial para que a venda aconteça.**

Ale Vendas

AULA 02

**DECIFRANDO O QUE  
O CLIENTE QUER E  
PORQUE ELE QUER**





# AULA 02

---

Vamos fazer uma analogia das vendas com a construção de uma casa. O fechamento é o telhado. Então, eu não consigo realizar uma construção partindo do telhado. Precisamos da base, alicerce, paredes e por último será o telhado.

É uma construção focando naquilo que o cliente deseja comprar e não no que você deseja vender.

Para isso, existe um processo da venda, onde listamos abaixo alguns pontos importantes:

- **Definir o PIC**

Perfil ideal de cliente

- **Levantamento do DDD**

Dores , dúvidas e desejos do seu cliente

- **Deixe claro para todos os seus valores**

Fazer levantamento do lugar atual e do lugar desejado do cliente

## **Nível de Consciência**

- 1 consciente
2. Ciente do problema
- 3.Ciente do Produto
4. Ciente do Consumo

## **Valores CRETA**

**Comprometimento - O que é prometido é feito. A palavra é lei.**

**Resultado - O cliente sempre precisa sair ganhando**

**Energia - Tudo que se pega para fazer, você precisa estar aceso para acender outros**

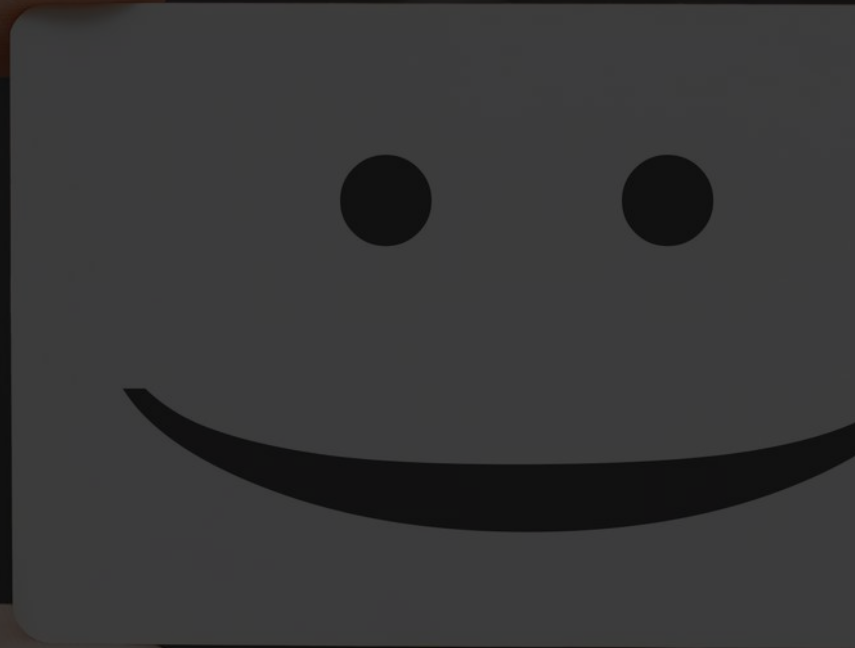
**Transformação -O cliente precisa sair melhor do que quando chegou, mesmo que não compre nada**

**Alegria- Precisamos estar alegres e leves.**

“

**Quem vem  
por dinheiro,  
por dinheiro  
vai embora.  
Mas, quem  
vem por valor,  
por valor fica.**

Ale Vendas



A close-up photograph of a person in a dark suit and light-colored shirt, with their hands held out in a gesture of offering or presenting. The background is dark and out of focus.

AULA 03

# APRESENTANDO A PROPOSTA PARA O CLIENTE

# AULA 03

---

## PIRÂMIDE DA NECESSIDADE

### **SOBREVIVÊNCIA**

Ou eu compro ou eu morro

### **SEGURANÇA**

Compro de forma preventiva

### **AQUISIÇÃO**

Compro por comprar ; reposição

### **IMPORTÂNCIA**

Compro ara me sentir importante

### **PODER**

Compro por auto realização

## **TAREFA**

COM base nesses 5 motivos de compra, para cada categoria você buscará:

1. O motivo que o seu cliente te procura
2. Como você pode se posicionar quanto a isso





**MOTIVAÇÃO:**  
Motivo para  
agir. Todo  
cliente estará  
comprando  
qualquer coisa  
por um motivo  
e dele.

Ale Vendas



AULA 04

# COMO LIDAR COM O FANTASMA CHAMADO OBJEÇÃO





# AULA 04

---

Dando início a etapa da oferta, vamos te desafiar a utilizando a sua mão para responder os seguintes quesitos:

- **Porque eu tenho que comprar esse produto?**
- **Porque eu tenho que comprar agora ?**
- **Porque eu não vou me ferr\*ar se eu comprar esse produto?**
- **Quem é você?**
- **Porque esse produto está tão barato?**

## Comparação

Levar o seu cliente a optar por um dos seus serviços, comparando os valores do mais caro ao serviço que é mais acessível.

É importante você ter sempre um produto que dê referência para os outros, um produto "Ferrari", que tem um valor acima da média.

## Indicação de Leitura:

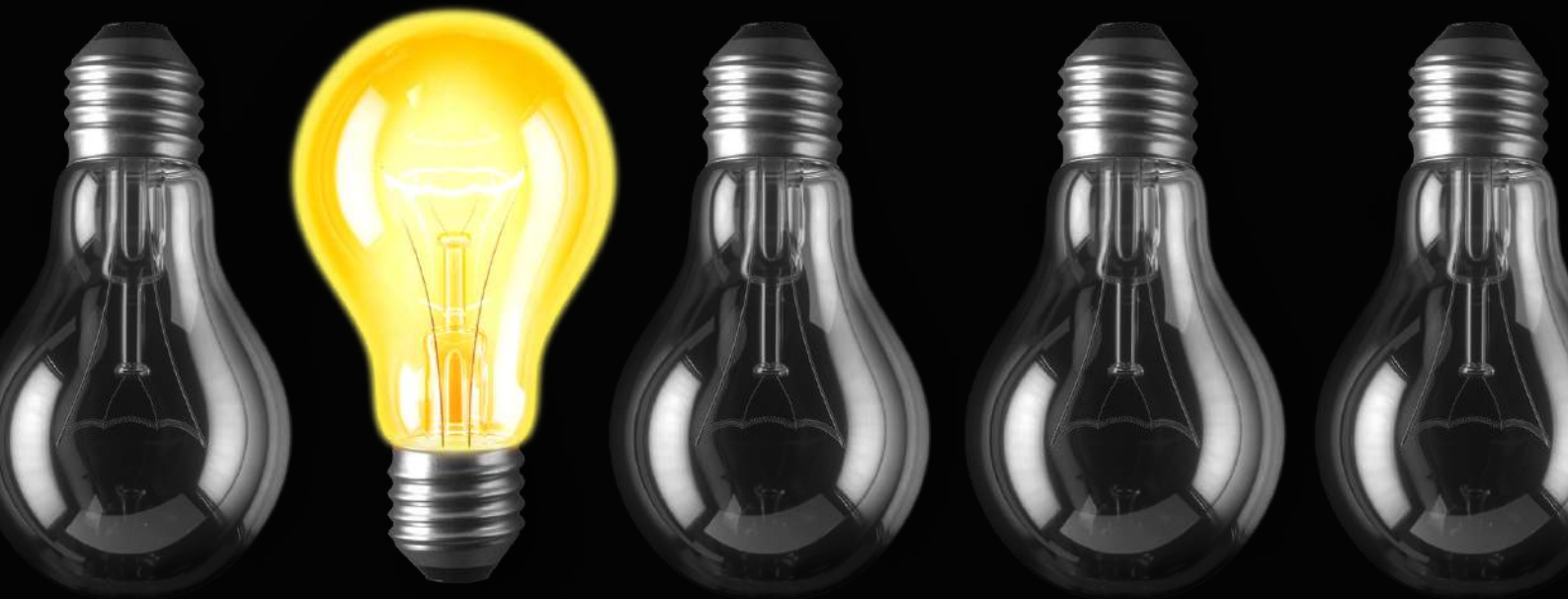


## Armas da persuasão Robert Cialdini

“

**O princípio da aprovação social sustenta: Quanto maior o número de pessoas que acham uma ideia correta, mais um dado indivíduo irá considerá-la correta.**

Ale Vendas





AULA 05

# COMO CONDUZIR O CLIENTE PARA O FECHAMENTO



# AULA 05

---

**O vendedor precisa incentivar a venda para o cliente.**

- **Balança**

Pessoas que estão com muitas dúvidas e não tem mais alguns itens do que atualmente vendemos. Listar todos os benefícios e as desvantagens da sua empresa.

- **Papo reto**

Sem mimimi, conversa direta, não precisa rodear muito deixar de ir para o ponto.

- **Eu ou ela**

Perguntar ao cliente o que ele prefere

- **Macho alfa**

Aperta o cliente para uma decisão.

- **Próximo passo**

Tudo que está relacionado a venda você já precisa ter amarrado o próximo passo. Você se antecipa e já o prepara para o fechamento



**Na venda uma coisa puxa a outra. Um passo puxa outro. Portanto, sempre planeje cada uma das suas ações empresariais.**

Ale Vendas







# AULA 06

---

## Por que é importante o depois?

Pois após o fechamento com o cliente, você precisa agradecê-lo

*“Cliente, muito obrigado por você ter feito o negócio conosco. É justamente esse o perfil de cliente que eu gosto de atender. Pessoas que são comprometidas e pessoas que querem mudança no seu negócio. A propósito, quais são os 02 contatos que você pode me passar, que vai se beneficiar do meu produto e do meu serviço.”*

Todo dono de lancha conhece outro dono de lancha. Toda mulher grávida também conhece uma outra mulher grávida. Então vamos pensar o seguinte:

Toda indicação cinquenta e um por cento da venda já foi feita, toda indicação você não tem o custo de aquisição que é o CAC. Você já não gasta dinheiro com isso. Então, tem um grande benefício aí de você ser mais assertivo no fechamento da venda.

Pontos importantes para esse momento:

### 1. Você solicitar a indicação no momento feliz

Isso deve ser feito no momento do fechamento. Não é depois quando entregar o produto e serviço.

Exemplo: Vamos imaginar que o cliente comprou de você e você vai entregar a mercadoria daqui há quinze, vinte dias. Não tem como se pedir indicação depois. Isso deve ser feito agora no fechamento. Porque ele está feliz, ele está com o ápice da venda. Ele está radiante. Depois de vinte dias que tem que entregar a mercadoria aí, por exemplo, o caminhão atrasou. Não é mais vinte. Agora viraram vinte e dois dias. Aí a secretária não atendeu o telefone. Pra completar, você está demorando para responder no WhatsApp, ou seja, coisas acontecem e vão diminuindo esse ápice da venda.

### 2. Especificidade.

Você reparou que a abordagem é bem específica?

“Cliente, quais são os dois contatos que você pode me passar que vai se beneficiar do meu produto e do meu serviço.(...)”

É importante ser específico para conseguir ser mais assertivo!

“

**Quando  
você é mais  
específico ,  
é muito  
assertivo.**

Ale Vendas



ALE VENDAS

TAREFA

**COMO AUMENTAR**  
*conversão*  
*de vendas*

# AULA 07

---

## TAREFA

1. Você precisa pegar os 10 clientes que você está atendendo e fazer o:

### **ANTES | DURANTE | DEPOIS**

2. Entrar em contato com clientes que já compraram de você e fazer as *03 perguntas mágicas*:

- **Porque você comprou esse produto?**
- **Porque você comprou de mim?**
- **O que você faria de diferente se fosse o dono(a) da empresa?**

**Objetivo: Atividade proposta para que você seja mais assertivo e tenha a sua taxa de conversão aumentando significativamente.**





“

**O mundo não é  
de quem sabe,  
o mundo é de  
quem faz!**

Ale Vendas