

Clientes difíceis

A maioria dos vendedores tem grande resistência em atender os clamados "clientes difíceis". De fato, para atender alguns tipos de clientes é preciso existir alguma preparação especial por parte do vendedor para transformar estas dificuldades em oportunidades de negócios. Justamente por serem clientes cujos atendimentos são mais complexos, eles são, em geral, discriminados pelos vendedores despreparados para estas situações. No entanto, quando encontram um profissional que sabe lidar com eles, estas pessoas acabam se transformando nos melhores clientes que um profissional poderia ter.

Na verdade existem inúmeros tipos de clientes difíceis, que tornam o processo de vendas mais demorado e às vezes desgastante para o profissional que os atende. Vamos destacar três padrões principais de comportamentos de clientes que geram dificuldade de atendimentos por parte dos vendedores, são eles:

Clientes Inseguros

Este tipo de pessoa é mais comum do que se imagina. Em geral, são clientes que ficam horas tentando escolher a cor de uma camisa, ou o modelo de um sapato. Testam infinitamente a paciência do vendedor, e quando encontram um profissional tão inseguro quanto eles, então a situação fica ainda mais dramática. Os clientes inseguros não conseguem se decidir sozinho, e por isto precisam de uma opinião segura, firme, inequívoca da parte do vendedor.

Quando um vendedor perceber que está diante de uma pessoa assim, precisará redobrar os cuidados ao apresentar opções de produtos. Quanto mais opções oferecer ao cliente, mais confuso este cliente ficará, dessa forma à medida que apresenta novas opções, mais distante a venda vai ficando de sua conclusão.

O cliente indeciso tem dificuldade de tomar decisões, inclusive em sua vida particular, por isto normalmente quando vai realizar uma compra, é comum pedir a opinião de alguém conhecido para ajudá-lo se decidir por um determinado produto.

Muitas vezes este cliente levanta objeções apenas como uma "cortina de fumaça", para não admitir que esteja com dificuldade de tomar uma decisão e, para fugir daquela situação difícil. Ele levanta objeções como forma disfarçada de pedir ao vendedor que o oriente melhor e lhe ofereça segurança para se decidir.

Em geral são pessoas que ficam ansiosas diante da necessidade de terem que tomar decisão e, por isto, o vendedor precisa manter-se tranqüilo, passar confiança e principalmente, fazer "a ansiedade do cliente trabalhar a seu favor", ou seja, fazer com que suas dúvidas se transformem em motivos para querer compra e não como motivo de afastá-lo da venda.

Para atender bem os clientes indecisos é preciso:

- Apresentar o mínimo de opções possíveis, mas que possam atender às necessidades daquele cliente. Por exemplo, se estiver vendendo carros a um inseguro, após ouvi-lo atentamente e perceber suas reais necessidades, tente apresentar um número menor de opções e sugestões a este cliente, pois muitas alternativas só irão confundir-lo ainda mais e dificultar uma tomada de decisão.
- Utilizar a ansiedade deste cliente a favor da realização da venda. Por exemplo, caso o vendedor sinta que o cliente está bastante preocupado com a responsabilidade de tomar aquela decisão, é preciso mudar o foco e mostra-lhe como poderá ser ruim o fato de adiar a decisão, as oportunidades que poderá perder ou prejuízo que terá ao não tomar aquela decisão.

Clientes Dispersivos

O segundo grupo de clientes são os "clientes dispersivos desorganizados", aquelas pessoas que não se concentram em um assunto por vez. Às vezes estão em uma loja realizando uma compra e ao mesmo tempo ligando em dois celulares ao mesmo tempo. São como gafanhotos, ou seja, ficam pulando de um foco de atenção para outro constantemente. É comum o vendedor ligar para este cliente para saber se ele já se decidiu pela compra e o cliente não lembrar do vendedor, ou não lembrar da proposta recebida.

Este tipo de cliente precisa que o vendedor aja com ele como uma babá e que esteja sempre pronto a lembrá-lo de todos os detalhes anteriores do processo de vendas. Em geral estes clientes perdem os orçamentos anteriores, esquecem o preço e outros detalhes. Por isto, é fundamental que o vendedor esteja sempre atento e pronto a manter este cliente informado. Este cliente não tem medo de decidir algo, ele tem preguiça de decidir as coisas.

A preguiça mental e a desorganização são suas principais deficiências e por isto o vendedor precisa estar atento para suprir adequadamente esta sua limitação. Muitas vezes as objeções levantadas são apenas "cortinas de fumaça" para encobrir esta desorganização e preguiça mental.

É fundamental que o vendedor possa utilizar esta sua limitação para realizar a venda ao invés de tentar combatê-la.

Clientes dominadores

São os mais difíceis, pois eles têm forte opinião formada a respeito das coisas, não gostam de ser influenciados e adoram influenciar e dominar os outros. Para descobrir sua maneira de pensar, seus preconceitos e suas áreas de interesse, é preciso incentivá-los a falar. As principais dicas para lidar com estes clientes são:

- Preste atenção a suas opiniões, valores, preconceitos e maneira de pensar.
- Associe o seu produto às qualidades que eles admiram.
- Associe o concorrente às qualidades que eles desprezam.
- Saiba que a vaidade não deixa que admitam que não têm autoridade para se decidir.
- Eles são vaidosos, egocêntricos e gostam de ser elogiados.
- Não combata sua vaidade, mas procure utilizá-la para realizar a venda.

Baseado nos conceitos apresentados é possível concluir que os "clientes difíceis", antes de serem um estorvo para o vendedor, podem ser ótimas oportunidades de negócios, pois em geral os concorrentes despreparados terão dificuldades de lidar com eles, e quando eles encontram alguém que consegue contornar suas dificuldades acabarão por se tornar clientes fieis e satisfeitos.