

5 técnicas de negociação para arquitetos e designers de interiores

Antes de te dar 5 dicas poderosas de técnicas de negociação, que vão te ajudar a vender qualquer ideia ou serviço, tenho que primeiro convidar você para uma reflexão.

Você gosta de ser chamado de vendedor? Você teria orgulho de ser o vendedor da sua empresa?

Se a sua resposta foi **não** para alguma das perguntas acima, infelizmente você precisa parar a leitura aqui, rever alguns conceitos e depois continuar.

Digo isso, pois **TODOS** nós somos vendedores. Sim. Você também. O tempo todo você vende ideias, precisa convencer clientes, amigos, familiares etc. A vida é vender.

Entretanto, no Brasil, tratamos o termo vendas e vendedor como algo pejorativo.

Por isso, preciso que você abra a sua mente, se considere um vendedor e então você terá melhor proveito das 5 dicas abaixo.

Dica 1: Não é sobre você

“Uma boa ideia não é sobre você parecer inteligente. É sobre fazer as outras pessoas se sentirem inteligentes e especiais”. Esse é um dos grandes erros dos profissionais do mercado. Normalmente as pessoas tendem a julgar o cliente por não entender seu talento, por querer coisas que são “feias”, por não concordarem com o preço, etc.

O que nunca entra em reflexão é que talvez você não tenha conectado a sua mensagem, que talvez você esteve tão preocupado **em se vender** que esqueceu do principal: o projeto é do cliente e não seu.

Para entender melhor a jornada de compra do consumidor, conheça o [Ciclo do Encantamento](#), uma metodologia de 12 etapas

para você vender melhor.

Conecte a sua mensagem, customize sua linguagem e entre no mundo do cliente.

Entenda as necessidades dele, pergunte, escute e só depois fale sobre como você irá ajudar.

Nunca use o “eu”. Sempre use o “nós”.

Aprenda como inspirar pessoas com a metodologia do [Círculo Dourado](#).

Dica 2: Não seja o vendedor tagarela

Essa dica está diretamente conectada com a primeira. Se você acha que o processo é sobre você, naturalmente você vai ser um vendedor tagarela, que fala o tempo todo, que quer toda hora se sobressair e que, infelizmente, escuta pouco o cliente.

Você sabe que um vendedor é inexperiente quando:

- Ele fala demais
- Ele fala só sobre si próprio
- Ele fala só sobre seus produtos ou serviços
- Quando ele tem um discurso mecânico

Aposto que você não gosta de receber ligações de telemarketing de empresas de telefonia móvel, certo?

E se eu te disser que muitas vezes você age igual ou pior?

Pense nisso na próxima vez que você for fazer uma reunião!

[Veja também como usar gatilhos mentais](#) para se conectar melhor com seu cliente.

Dica 3: Use a regra do 80/20

Levando em consideração as duas dicas acima, existe uma forma de você conectar sua mensagem e criar uma conexão com o cliente.

A regra do 80/20 é que você deve escutar por 80% do tempo e falar somente 20%. E quando falar tem que estar conectado com

o que o cliente falou para você previamente.

3 tipos de perguntas que você pode usar:

Abertas, não diretivas

- O que você acha de...?
- Como você se sente sobre...?
- Qual seu plano para...?

O objetivo dessas perguntas é entender porque as pessoas se interessaram por algo, quais são seus desejos, anseios e desafios.

Fechadas, diretivas ou estruturadas

- Você vai falar com fulano ainda hoje?
- Você consegue me dar a resposta até amanhã?
- Você já decidiu se vai fazer o item xxx?

O objetivo dessas perguntas é conseguir compromimentos e descobrir desacordos.

Reflexivas

- Você me disse que ia falar com seu sócio ontem. Você conversou?
- Ontem você me falou que acreditava em xxx. Alguma coisa mudou?
- Você me disse que...
- De acordo com o que você me falou...

O objetivo dessas perguntas é repetir algo que o seu cliente usou para poder confirmar um fato, afinal ninguém discorda de si próprio.

[Veja 17 dicas de como ter um atendimento memorável](#) ao cliente.

Dica 4: Use o GPCT

O GPCT é uma metodologia muito usada em vendas e que vai te proporcionar um conhecimento grande sobre todas as necessidades do cliente e com isso facilitar a sua negociação e fechamento do projeto.

Goal (Objetivo)

Você precisa entender quais são os objetivos do seu cliente.

Ex: o objetivo dele pode ser querer receber os amigos todo final de semana em casa.

Plan (Plano)

Qual o plano que o seu cliente tem em mente para que o objetivo dele se realize?

Ex: fazer uma nova área de lazer com uma piscina e churrasqueira.

Challenges (Desafios)

Levando em consideração o objetivo e o plano do cliente, qual o desafio que ele acha que pode existir para que tudo ocorra?

Ex: será que vai caber no quintal dele?

Timeline (Tempo)

Agora é uma das partes mais importantes: em quanto tempo ele deseja que isso fique pronto?

Ex: em dois meses para poder comemorar o aniversário dele.

Depois que você coletou todas essas informações ficará muito mais claro para você propor soluções e lidar com objeções, afinal você agora sabe o que o seu cliente quer, como ele quer, quais os desafios e em quanto tempo.

Você deve agora conectar suas soluções e tratar etapa por etapa para que tudo fique claro e que todas as possíveis objeções sejam tratadas e alinhadas.

Veja também como [prospectar ativamente clientes](#).

Dica 5: Faça o cliente ver o futuro positivo e negativo

Você concorda comigo que ninguém quer ter um futuro negativo, certo? Todo mundo quer melhorar e todo mundo espera que o futuro seja melhor que o presente.

Você precisa fazer essa conexão com o seu cliente, pois isso irá te ajudar e muito na hora de fechar um negócio.

Levando em conta as informações da dica 4, segue abaixo um exemplo de como fazer isso:

Conectando com o futuro negativo: Fulano, você me falou que precisa da sua nova área de lazer em dois meses para poder comemorar seu aniversário, pois você deseja reunir mais pessoas na sua casa e com isso ter uma melhor qualidade de vida. Qual seria o impacto se nosso escritório não conseguir entregar em dois meses o projeto?

Nesse momento o cliente vai começar a pensar em tudo que pode dar errado e vai começar a sentir um certo anseio, pois não é isso que ele deseja.

Conectando com o futuro positivo: Fulano, levando em consideração tudo que você me falou, se nosso escritório entregar o projeto no prazo, como será essa sua festa, como você imagina fazer essa inauguração e comemorar seu aniversário?

Agora o cliente tem outro tipo totalmente diferente de sentimento. Ele está sonhando, imaginando todo o momento de felicidade que terá depois do projeto entregue.

É seu papel conectar esses dois momentos sempre que necessário. Se o cliente estiver te enrolando para dar uma resposta, por exemplo, você pode mencionar o futuro negativo, pois quanto mais ele demora menos tempo você tem e isso pode colocar em risco a entrega em dois meses.

E uma vez que você consegue lidar com todas as objeções e conectar o cliente com o futuro positivo, a venda é fechada.

Colocando em prática essas 5 técnicas de negociação

Vender, negociar e técnicas de negociação não se aprende da noite pro dia. Você precisa treinar, estudar e se aperfeiçoar até se tornar um grande vendedor.

As primeiras reuniões serão mais difíceis, mas você irá pegar o jeito aos poucos. O importante é ter o seu estilo, a sua abordagem e ser natural.

E não se iluda, você é sim um vendedor e sem vendas o seu escritório não sobrevive.

Aprenda agora a [estabelecer metas](#) como um bom vendedor!



Esse post foi escrito por Pedro Renan, Gerente de Marketing da [Viva Decora](#), maior portal de decoração, reforma e mobília do Brasil.