

## NOVO PERFIL DE COMPETÊNCIAS DO PROFISSIONAL DE VENDAS E ATENDIMENTO



A globalização, a oferta crescente de produtos e serviços, as transformações tecnológicas e a inovação são algumas das tendências e mudanças que estão afetando o perfil de competências, necessário para obter sucesso nas áreas de vendas e atendimento ao cliente, ou seja, aquilo que era receita de sucesso no mundo dos negócios ontem, não é válida para hoje.

Estamos vivendo um período altamente competitivo, numa mesma rua, ou avenida comercial, encontramos diversos concorrentes disputando entre si consumidores.

O interessante disso tudo é que, quem fica feliz é o cliente, pois tem maior número de opções de compra, daí as empresas travam verdadeiras batalhas pelo mercado, onde vencerá quem for mais forte, ou seja, aquela empresa que conseguir voltar-se completamente às reais necessidades dos clientes, desenvolvendo programas de fidelização, mantendo os antigos e atraindo novos clientes. É nesse cenário que o cliente se torna mais informado, crítico e conhecedor de seus direitos, sendo disputado e bajulado pelas empresas. Tudo isso contribui para que ele passe a ser mais exigente.

Pois é, acabou aquela velha estória de vender "gato por lebre", ou "Cliente é igual a biscoito: vai um e vem dezoito".

É chegado o momento de mudar os velhos paradigmas, ou seja, aqueles padrões que tínhamos como verdadeiros. De focados apenas nos produtos, passamos a nos preocupar com as reais necessidades dos clientes. Buscamos mecanismos para conquistar, manter e fidelizar clientes; toda a organização precisa estar comprometida e compromissada com a grande missão de "satisfação plena das reais necessidades dos clientes". É a empresa voltada ao cliente, onde todos os departamentos mobilizam-se para superar as expectativas de seus clientes.

De baseados em resultados, passamos a insistir em oferecer maior valor agregado ao cliente, pois os resultados virão à medida que nosso produto ou serviço for mais "valioso" aos olhos do cliente. Passamos de distantes do cliente para uma maior proximidade do cliente, de olhos e ouvidos abertos para suas necessidades, a fim de superar suas expectativas.

A concorrência nos tirou do comodismo. Passamos a dar mais importância à satisfação plena dos nossos clientes, eliminando tudo que venha contribuir para sua insatisfação, pois um cliente insatisfeito multiplica negativamente a imagem da empresa.

Acreditamos que a imagem do profissional de vendas e de atendimento mudou na cabeça do consumidor; o que nós representamos para ele hoje? – indagou Gabriel, de forma inteligente.

Um dos maiores motivos para o não fechamento de uma venda é a sensação que o cliente tem de que estamos querendo vender algo que realmente não lhe interessa. É como se ele pensasse: "Este vendedor está precisando cobrir sua meta de vendas e está querendo me empurrar este produto ou serviço".

Mas em muitos casos ele tem mesmo razão de pensar assim, pois alguns vendedores estão mais preocupados com sua comissão do que com as reais necessidades dos clientes. Eu mesmo era assim, não entendia que através de uma sincera preocupação com as reais necessidades dos meus clientes eu conseguiria, não só vender, mas o mais importante: conquistar sua confiança.

**Márcio Silva** é escritor, consultor de Treinamento & Desenvolvimento, palestrante a mais de 8 anos nas áreas de gestão de clientes, gestão de pessoas, vendas, motivação, planejamento estratégico e liderança. Autor do livro "Clientes por Todos os Lados" pela Editora Diário (SP), tendo como principais clientes: Volvo, Unimed, Shopping Center Uberaba, Vila Rica Imóveis, Kia Motors, Band FM, Centro Auditivo Surtel, e entre outros.

*Visite nosso site: [www.callcenter.net23.net](http://www.callcenter.net23.net)*

