

Super Size Me.

Conrado Adolpho Vaz

Desde que ouvi falar do documentário de Morgan Spurlock, [Super Size Me](#), ou, A Dieta do Palhaço, fiquei impressionado demais para continuar rejeitando a proposta de uma vida saudável, longe dos fast-foods. Porém, eu confesso, ontem acabei por me render aos dois hambúrgueres, alface, queijo, molho especial, cebola, pickles num pão com gergelim, além de uma fritas pequena e uma Coca média.

Por que o MacDonald´s é acusado de ser um dos grandes causadores da obesidade nos habitantes da nação mais poderosa do planeta? Porque é um excelente vendedor.

Em suas lanchonetes você encontrará um dos melhores cursos de vendas que já vi pelo preço de um Big Mac.

A padronização de sua estrutura, o investimento na imagem de sua marca e a técnica de vendas das atendentes, minuciosamente treinadas, são irresistíveis em qualquer que seja a cultura ou país. Após enfrentar uma fila considerável - porém, de maneira nenhuma tão demorada quanto a que enfrentei no Banespa minutos depois - a atendente, uma adolescente com um sorriso metálico cheio de simpatia, me perguntava "deseja uma torta para sobremesa?"

Faminto como eu estava, aceitaria até um Javali, se ela me oferecesse.

Aceitei a torta.

Acabara de virar uma estatística obesa do Super Size Me.

Em minhas palestras de vendas, passo para os participantes a técnica do VMAC – Venda Mais Alguma Coisa – chamada por uns de venda ampliada ou venda cruzada e chamada por alguns de meus alunos de "Vendas Mac Donald´s", justamente por utilizar o exemplo do "Aceita uma torta para sobremesa?"

Pesquisas mostram que a maior parte dos seus clientes estaria disposta a gastar de quatro a seis vezes mais em algum outro produto de valor agregado elevado.

Vou lhes contar uma outra história para ilustrar bem o que estou dizendo:

Há uns meses atrás resolvi comprar uma calça que tivera visto em uma loja de um shopping. Experimentei algumas cores e, quando tinha finalmente me decidido por um modelo grafite, o vendedor me ofereceu uma malha italiana vermelha, para experimentar sem compromisso. A malha custava o dobro do preço da calça.

Meu bolso sentiu uma pontada quando aceitei a oferta e experimentei a malha.

Caiu como uma luva. Outra pontada.

O vendedor, habilidoso, não parou por ai, logo depois de ter decidido levar a malha, acenou com uma outra calça, modelo novo, que também ficou perfeita com a malha.

Uma hora depois, e várias centenas de reais mais pobre, deixava a loja com duas calças sociais, uma calça esporte, uma malha italiana, um blazer, que era mais caro do que o preço de todas as outras peças somadas, um par de meias e um sorriso no rosto como o de um garotinho que fez travessuras.

Super Size Me!

Habilidade do vendedor? Certamente, mais ainda, a percepção de que eu não tinha a necessidade de comprar uma calça, mas sim, tinha o desejo de comprar um pouco de status e beleza. Pontos para ele, e para as milhagens do meu cartão.

A partir desse dia passei a comprar minhas roupas somente naquela loja.

Quando for vender algum item para seu cliente, lembre-se de algumas regras básicas: Primeiro, venda-lhe o feijão com arroz. Ele pediu uma calça, venda-lhe uma calça. Ele pediu uma meia, venda-lhe uma meia.

Uma segunda regra das vendas: As pessoas não compram com a razão, e sim, com a emoção. Compram benefícios e desejos, portanto, após a primeira etapa da venda básica, aguçe seus sentidos e escute seu cliente com todos os seus poros. Descubra

quais são os seus desejos. Pelo que ele suspira? Pode ser por uma bolsa de viagens, pode suspirar por um terno italiano, não importa. Se você oferecer o que ele deseja, ele comprará.

As pessoas desejam produtos caros que, sozinhas, não teriam coragem de comprar. O ideal é que lhe ofereça um produto que custe de três a seis vezes mais do que o que ele já comprou.

Muito tem se falado a respeito de encantar o cliente. Vou lhe contar um segredo: um cliente fica encantado com uma venda quando compra bem mais do que ele esperava comprar, quando tem um desejo seu satisfeito.

Transformar um simples cliente em um jesuíta – cliente que fala para todos que encontra bem da sua empresa, sem que ninguém pergunte – requer esse tipo de encantamento na venda. Um ouvido acurado e um profundo conhecimento dos produtos da loja por parte da equipe de vendas poderá realizar milagres, surpreender o cliente e aumentar a lucratividade da empresa.

Na sua próxima venda, ofereça algo ao seu cliente que lhe surpreenda. Venda Mais Alguma Coisa para ele.

Boas vendas.

Conrado Adolpho (www.conrado.com.br) é educador, empresário, estrategista e palestrante. Sua formação vem de escolas de excelência como ITA e Unicamp. Há mais de 10 anos vem preparando profissionais dos mais diversos ramos de atividade em suas aulas, palestras e treinamentos. Suas áreas de atuação são: marketing, vendas, atendimento, marketing educacional, marketing pessoal e desenvolvimento pessoal.