

Qual a melhor hora para falar o preço?

por João Baptista Vilhena*

Responda sem vacilar: qual é a hora certa de dar o primeiro beijo em alguém que você queira namorar? Se você responder que não existe hora certa para esse tipo de atitude, acertou em cheio. Na verdade, como a maioria de nós sabe, o importante para iniciar um namoro é estar atento aos sinais emitidos pela outra pessoa. Isso exige total concentração no que está sendo dito e, principalmente, atenção aos mínimos detalhes no que diz respeito a gestos e expressões, que compõem a chamada comunicação não verbal.

É pensando nisso que, toda a vez que alguém me pergunta a hora certa de falar sobre preços durante a venda, brinco devolvendo a interpelação com a pergunta sobre a hora certa de dar o beijo. Essa é a forma descontraída que encontrei para explicar às pessoas que não existe uma receita de bolo para cada coisa que o bom profissional precisa fazer durante a venda.

Alguns autores costumam dizer que devemos evitar falar de preço logo no início da abordagem. Em linhas gerais, eu tendo a concordar com essa ideia, pois acho que, na maioria das vezes, discutir o preço interessa mais ao vendedor que ao cliente.

Para ser sincero, nunca vi uma só pesquisa sobre critérios de decisão de compra na qual o quesito preço aparecesse em primeiro lugar. Mas não posso deixar de lembrar que eu mesmo já lidei com pessoas que eram muito focadas em preço. Com esse tipo de cliente, eu sempre encarava o assunto de frente, mas procurava uma pista sobre o valor que ele atribuía a minha oferta, perguntando: “Quanto o senhor acha que vale?”. Nem sempre os clientes entravam na minha e sinalizavam o seu ideal de preço.

Nesses casos, não tinha jeito, eu dizia o valor e partia para negociar o que fosse possível. Mas, na maioria das vezes, eu conseguia sim ter uma pista de se o cliente tinha pelo menos uma noção aproximada do valor que ouviria a seguir.

O que evito até hoje é, quando estou perante os poucos clientes que são muito ansiosos no que diz respeito a preço,

deixar de responder a pergunta feita, fazendo “ouvidos de mercador”. Ignorar a ansiedade do cliente só servirá para uma coisa: torná-lo ainda mais ansioso.

Pragmaticamente, eu diria o seguinte:

Para cliente ansioso, procure descobrir o seu objetivo de preço por meio de perguntas exploratórias ou que se espelhem em algo que ele próprio já disse e que valoriza a sua oferta.

- Para cliente controlado, procure enfatizar o valor, e não o preço da sua oferta. Lembre-se de que o valor

não está nas coisas, mas sim nas necessidades ou desejos que a oferta é capaz de atender. Por isso, foque os benefícios.

- Para cliente apático, procure interessá-lo na discussão fazendo um grande estardalhaço

sobre o quanto o produto é barato e, ao mesmo tempo, importante para ele.

- Para clientes agressivos, evite polemizar demais sobre o aspecto do preço. Faça comparações com outros produtos, estabeleça correlações interessantes e bem-humoradas: “Este sapato custa o equivalente ao valor de 30 maços de cigarros. Como o senhor não fuma, neste mês, dê a si mesmo esse presente”.

Entretanto, a mais preciosa de todas as dicas que posso dar a você é a seguinte: durante a venda, não perca de vista os mais sutis sinais do cliente. Preste atenção em tudo o que ele fala e, principalmente, naquilo que ele não fala, mas deixa transparecer em seu semblante, gestos e expressões. Se você tiver pelo cliente o mesmo interesse que as pessoas têm por novos namorados, falar de preço será sempre uma coisa fácil. 📌



“Alguns especialistas dizem que devemos evitar falar de preço logo no início da abordagem (...) Na maioria das vezes, discutir o preço interessa mais ao vendedor que ao cliente”

* João Baptista 'JB' Vilhena é presidente e consultor sênior do Instituto MVC. www.institutomvc.com.br