




PORTALFOX
consultoria - coaching - treinamento

Alta Performance em Vendas

 WWW.PORTALFOX.COM.BR
 (11) 4319-6001

2

**VENDER É INFLUENCIAR,
NADA MENOS E NADA MAIS**

3

5 Atitudes que Atrapalham a sua Capacidade de Persuasão e Influência

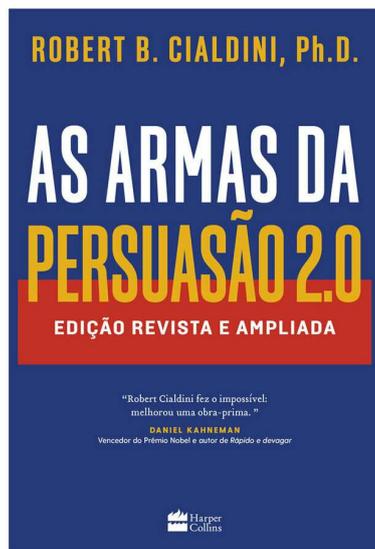
4



1

**Não Reservar Tempo
para Estudar Influência**

5



8 Gatilhos Mentais



10 Pilares da Venda

6

***As Pressões e Dificuldades
da Vida Se Resolvem a
LUZ do CONHERIMENTO***

7

2

PROCRASTINAR Tarefas Importantes

8

Procrastinação de Tarefas Importantes



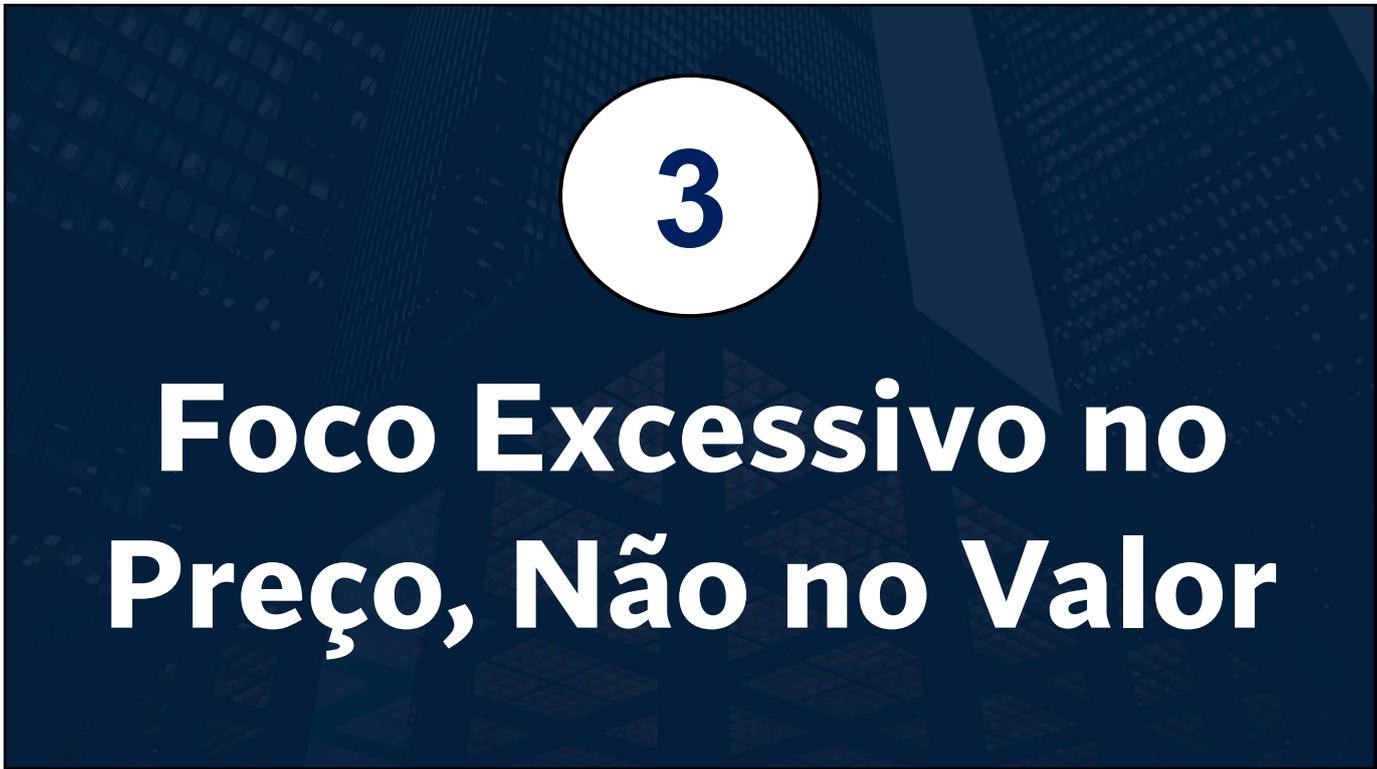
1. **PROCRASTINAR** o follow-up com os contatos.
2. **PROCRASTINAR** a organização do CRM
3. **PROCRASTINAR** prospecção de novos clientes e ativação antigos
4. **PROCRASTINAR** a documentação do processo e estudo

FRASE

9

POBRES fazem o que gostam,

10



3

**Foco Excessivo no
Preço, Não no Valor**

11

| Foco excessivo no preço, não no valor



- Venda benefícios, não as características.
- Use e abuse de histórias de sucesso.
- Faça um atendimento irresistível.

12

4

Não Aprender com os ERROS

13

1- Por que perdi esta venda?

2- O que posso fazer diferente?

14

1/3 – Eu Vendedor

1/3 – Meu Líder e Empresa

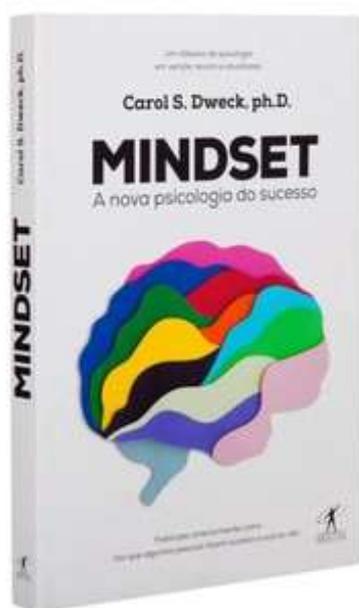
1/3 – A Economia

15

5

Ser um Vendedor de Mind Set Fixo

16



Mindset de Crescimento

Mindset FIXO

Configuração da Mente

17

Como a sua mente está configurada?

18

Mindset FIXO

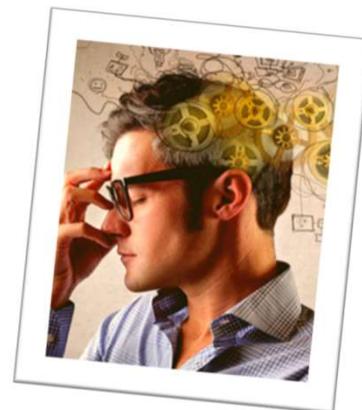
- Não adianta fazer diferente. As coisas são como são.
- Precisa aceitar o mundo como ele é.
- Não posso ser melhor que alguém que nasceu para isso.
- Acreditam que existem talentos e dons.
- Existem oportunidades únicas para pessoas únicas.
- Esforço não vai mudar o que eu sou.
- Eu não consigo fazer o que você faz.
- Se não deu certo, não era para ser.
- **NÃO GOSTA DE ARRISCAR ALGO NOVO.**



19

Mindset de Crescimento

- Ainda não sou bom, preciso me esforçar mais.
- Isso vai ser difícil, mas vou ser um pessoa melhor.
- Reconhecem que não sabem algo que o outro conhece.
- Não acredita em talentos e sim em esforço.
- Se ele consegue eu também consigo.
- Eu não nasci sabendo isso, vou ter que me esforçar mais.
- Se eu aprender e entrar em ação vou conseguir.
- Resolvo qualquer problema buscando conhecimento e agindo.
- **GOSTA DE ARRISCAR ALGO NOVO.**



20



21

**Como a sua mente
está configurada?**

22

**Como Mudar de
Mindset *FIXO* para
de Crescimento**

23

A – Aceitar esta Limitação

C – Buscar Conhecimento

A – Ação do Conhecimento

Exemplo Ricardo Vend
Polêmica

24

POLÊMICA

**É muito fácil ganhar
dinheiro no Brasil**

25

A CONCORRÊNCIA É FRACA

26

VOCÊRH | APRESENTADO POR:
flash

LIDERANÇA | DIVERSIDADE | CURSOS | VAGAS | REVISTA | BIBLIOTECA VOCÊ RH

Futuro Do Trabalho, Mercado E Vagas

Há escassez de profissionais de alto desempenho no Brasil, indica estudo

Faltam, principalmente, candidatos com soft skills – num cenário em que as empresas têm valorizado mais do que nunca as habilidades comportamentais.

Por **Ricardo Ivanov** Atualizado em 12 jun 2023, 16h35 - Publicado em 9 jun 2023, 07h00

27

Brasil está entre os países mais atrasados em ranking global de talentos

O Brasil ficou na 75ª posição entre 134 países no ranking de competitividade global de talentos 2021 realizado pela escola de negócios francesa Insead. Embora tenha melhorado sua colocação em relação ao ano passado, estando mais próximo do grupo que está progredindo, o país ainda ficou agrupado com os mais atrasados em relação à formação, atração e retenção de profissionais. Enquanto China, Rússia, Costa Rica e Malásia subiram ao grupo dos campeões, onde estão os países mais desenvolvidos e que reúnem os profissionais mais preparados para os desafios globais

28

PROBLEMA
É
OPORTUNIDADE

29

SEJA UM PROFISSIONAL DE VENDAS DIFERENTE

30

Níveis de Maturidade	Competência	Comprometimento
M4	+	+
M3	+	-
M2	-	+
M1	-	-



31

MISSÃO
BUSCAR A
POSIÇÃO M4

32

QUER
SER UM
M4?

33

5 Pilares das Vendas

1. Prospecção de Novos Clientes
2. Conhecimento do Produto
3. Necessidade X Apresentação Produto
4. Tratamento de Objeções
5. Follow-Up e Perguntas de Fechamento



34



MATERIAIS DO TREINAMENTO

Apostila em Slides

GPT - Benefícios Produto

GPT - Twist the Knife

Documento Feedback

Seguir o Ricardo no YouTube

GPT - Mudar Comportamento

Seguir o Ricardo no Instagram



35

5 Pilares das Vendas

1. Prospecção de Novos Clientes
2. Conhecimento do Produto
3. Necessidade X Apresentação Produto
4. Tratamento de Objeções
5. Follow-Up e Perguntas de Fechamento



36

Funil de vendas



37

QUAIS SÃO AS MELHORES FORMAS DE PROSPECTAR NOVOS CLIENTES?

38

POR QUE VENDEDORES NÃO PROSPECTAM?

1. Não sabem
2. Mind Set FIXO
3. Insubordinados
4. Preguiçosos



39

Dinheiro
ODEIA
Preguiça

40

5 Pilares das Vendas

1. *Prospecção de Novos Clientes*
2. Conhecimento do Produto
3. *Necessidade X Apresentação Produto*
4. *Tratamento de Objeções*
5. *Follow-Up e Perguntas de Fechamento*



41

68% dos Vendedores Não Conhecem os Produtos Suficientemente

42

Pessoas compram Benefícios com Especificidade

Característica: O sabão em pó TANTO contém o exclusivo removedor R4H.

Benefício: Que elimina as manchas da sua roupa em 20 minutos

Característica: O Compass modelo 2024 está equipado com o motor turbo power timer.

Benefício: Que lhe dá segurança nas ultrapassagens. Você ultrapassa em 3 segundos

43

Tenha um Documento com as Características e Benefícios dos Produtos

44

[]	
Característica	Beneficio
[]	[]
[]	[]
[]	[]

45



46



47



MATERIAIS DO TREINAMENTO

Apostila em Slides

GPT - Benefícios Produto

GPT - Twist the Knife

Documento Feedback

GPT - Mudar Comportamento

Seguir o Ricardo no YouTube

Seguir o Ricardo no Instagram



48



Gerador Benefícios

Por ANTONIO R PIOVAN &

Descreva em detalhes a característica de um produto!

LUBROPPA

As principais características do óleo mineral agrícola são: a capacidade de aderir na superfície da planta, sua penetrabilidade nos tecidos vegetais, o espalhamento e resistência a evaporação e lavagem pela água da chuva.

Uma característica agrônômica importante, o óleo mineral agrícola, ao contrário do óleo vegetal, não permite a formação de fungos e líquens nos troncos das plantas.

Aplicações:

LUBROPPA é um óleo mineral agrícola puro utilizado como adjuvante para pulverização



49

CARACTERÍSTICA:

Óleo mineral agrícola com alta capacidade de aderência, penetração nos tecidos vegetais, espalhamento eficiente e resistência à evaporação e lavagem pela chuva. Além disso, não permite a formação de fungos e líquens nos troncos das plantas.

BENEFÍCIOS:

1. **Maior eficiência na aplicação de defensivos agrícolas:** A capacidade de aderência e penetração potencializa a ação de herbicidas e pesticidas, garantindo que o produto seja bem absorvido pelas plantas e permaneça ativo por mais tempo, mesmo após chuvas.
2. **Melhora a saúde das plantas:** Ao evitar o crescimento de fungos e líquens nos troncos, contribui para um ambiente mais saudável para o desenvolvimento das culturas.
3. **Redução de perdas e reaplicações:** Com maior resistência à evaporação e lavagem, o produto reduz a necessidade de reaplicações, economizando tempo e recursos.

50

SUPER BENEFÍCIO:

1. **Economia de até 30% no uso de defensivos agrícolas:** Como o óleo mineral melhora a absorção e eficiência dos produtos pulverizados, os agricultores podem reduzir a quantidade de defensivos utilizada, conforme estudos publicados pela Embrapa (fonte: Embrapa).
2. **Redução de custos com mão de obra e logística:** Menos reaplicações resultam em até 20% de economia nos custos operacionais de pulverização, como transporte de equipamentos e trabalho humano.
3. **Aumento de produtividade em até 15%:** Por melhorar a saúde das plantas e a eficiência dos tratamentos agrícolas, o uso de óleo mineral pode levar a uma safra mais saudável e produtiva, impactando diretamente os lucros do agricultor (baseado em dados de eficiência de adjuvantes agrícolas, relatórios do setor).

51

NÃO ACEITE TUDO DO CHATGPT

da onde você tirou este percentual de economia de 30% no uso de defensivos agrícolas?



O percentual de 30% de economia no uso de defensivos agrícolas é uma estimativa comum baseada em relatórios e estudos técnicos disponíveis sobre o uso de óleos minerais agrícolas como adjuvantes, que comprovam a melhoria na eficiência de pulverizações. Esses produtos melhoram o espalhamento, fixação e penetração dos defensivos, permitindo que uma menor quantidade do produto químico tenha o mesmo efeito ou reduza o número de reaplicações necessárias.

No entanto, como você pediu uma fonte mais clara, vou buscar informações específicas para confirmar ou ajustar esse dado. Um momento! 😊

Peço desculpas pela falta de especificidade na estimativa anterior de 30% de economia no uso de defensivos agrícolas. Após uma análise mais detalhada, não encontrei estudos que confirmem exatamente esse percentual. No entanto, é amplamente reconhecido que o uso de adjuvantes, como óleos minerais, pode melhorar a eficácia dos defensivos agrícolas, resultando em economia de produto e redução de custos operacionais.

Por exemplo, segundo um estudo da Universidade Federal de Uberlândia, os adjuvantes agrícolas contribuem para a redução da quantidade de defensivos utilizados, mantendo a qualidade biológica das plantas e diminuindo os custos da operação. REPOSITÓRIO UFU

52

POR QUE VENDEDORES NÃO FALAM DE BENEFÍCIOS

1. Não sabem
2. Mind Set FIXO
3. Insubordinados
4. Preguiçosos



53

5 Pilares das Vendas

1. Prospecção de Novos Clientes
2. Conhecimento do Produto
3. Necessidade X Apresentação Produto
4. Tratamento de Objeções
5. Follow-Up e Perguntas de Fechamento



54

1

Descubra os Problemas do Cliente

55

**Quais os problemas que
você está enfrentando com**

.....

56

2

Faça Twist The Knife

Aumente a Dor do Cliente

57

A minha equipe de vendas é muito “PRECERA”. O cliente reclama do preço e eles já querem dar desconto

Isso realmente é um problema sério na maioria dos vendedores brasileiros, uma pesquisa mostra que 73% dos vendedores acreditam que negociação é redução de preço.

Você me falou que vocês faturam 30 milhões por mês certo?

10% que é a média de desconto que vocês vem aplicando e isso significa que você está deixando de faturar 3 milhões, certo?

Realmente isso é um problema enorme, precisamos treinar os seus vendedores para pararem de ser “preceiros”

58

Estou conseguindo produzir 10 sacas por hectare e vários dos meus vizinhos estão conseguindo 12 sacas

Isso realmente é um problema sério pois você está perdendo \$2k por hectare. Como você tem 50 hectares você está deixando de faturar \$100K.

Os produtores que estão conseguindo produzir 12 sacas por hectare utilizam o produto X que [Característica, Benefícios e Super Benefício]

Vamos fazer uma conta rápida aqui: [Fazer a conta demonstrando que o produto X é mais barato que o produto que ele está usando]

59

Quais Twists The Knife que Podemos Fazer para Cada Problema Levantado?

60



ChatGPT

61



TODOS os MATERIAIS

62



MATERIAIS DO TREINAMENTO

Apostila em Slides

GPT - Benefícios Produto

GPT - Twist the Knife

Documento Feedback

GPT - Mudar Comportamento

Seguir o Ricardo no YouTube

Seguir o Ricardo no Instagram



63



Twist The Knife

Por ANTONIO R. PIOVAN

O meu cliente trouxe o seguinte problema: Ele está gastando muito para aplicar defensivos agrícolas na sua lavoura. Quero vender o meu produto Lubroppa com as características abaixo. Faça o Twist The Knife

64

2. Profundando a Dor

- **Desperdício de produto:** "Sem o adjuvante certo, grande parte dos defensivos aplicados pode não atingir a planta de forma eficiente. Isso significa mais gastos com produtos, mas com resultados abaixo do esperado."
- **Perdas por chuvas e evaporação:** "Quantas vezes uma chuva inesperada ou evaporação rápida comprometeram uma pulverização? Isso faz você gastar o dobro, ou até mais, para reaplicar defensivos."
- **Problemas de saúde e segurança:** "Sem um produto seguro como o Lubroppa, seus aplicadores podem estar expostos a altos níveis de toxicidade, o que é um risco não só para eles, mas para sua reputação e conformidade com as regulamentações."
- **Doenças nas plantas:** "Além do desperdício, óleos de má qualidade ou mal formulados podem promover a formação de fungos e líquens nos troncos, o que reduz a saúde da lavoura e exige ainda mais defensivos para corrigir o problema."

65

3. A Virada: Por que o Lubroppa é a Solução

"O Lubroppa resolve esses problemas de maneira eficiente e com benefícios claros:"

- **Eficiência máxima com adesão e espalhamento:**
 - "O óleo mineral agrícola Lubroppa adere perfeitamente à superfície das plantas, garantindo que os defensivos sejam bem distribuídos e atinjam o alvo certo. Isso significa menos desperdício e mais resultado com a mesma quantidade de produto."
- **Proteção contra intempéries:**
 - "A resistência à lavagem por chuva e à evaporação prolonga o tempo de ação dos defensivos, reduzindo a necessidade de reaplicações. Menos produto, menos custo, menos estresse."
- **Saúde da lavoura garantida:**
 - "Ao contrário de óleos vegetais, o Lubroppa não permite a formação de fungos ou líquens, mantendo os troncos saudáveis e eliminando a necessidade de tratamentos adicionais."
- **Segurança para os aplicadores:**
 - "Com baixa toxicidade e faixa verde, o Lubroppa é seguro para os trabalhadores, alinhado com as melhores práticas agrícolas e regulatórias."

66

Golpe Final com Percentual

"Em resumo, cada aplicação sem o Lubroppa não é só um custo a mais; é uma perda direta na eficiência e no bolso. Estudos mostram que o uso de adjuvantes como o Lubroppa pode aumentar a eficiência dos defensivos agrícolas em até 30%, reduzindo significativamente o desperdício e o custo por hectare. Agora pense: se você gasta R\$ 10.000,00 por safra em defensivos, está jogando pelo menos R\$ 3.000,00 fora em perdas evitáveis. Quanto tempo mais você pode arcar com essa ineficiência? Investir no Lubroppa não é só economizar, é garantir que cada centavo gasto na lavoura entregue o máximo de resultado."

Gostou dessa abordagem? Quer ajustar algo ou incluir outro dado?



NÃO ACEITE TUDO DO CHATGPT

67

3

Apresente o Produto

Característica e Benefício

68

COM AUTORIDADE E

AUTOCONFIANÇA

69

Característica	Benefício

70



4

Conte uma História

Cliente que está muito satisfeito

71



72

**Tenha um documento
com as melhores
histórias de clientes**

73

POR QUE VENDEDORES NÃO FAZEM FANTÁSTICAS APRESENTAÇÕES

1. Não sabem
2. Impacientes
3. Insubordinados
4. PREGUISOSOS



74

5 Pilares das Vendas

1. Prospecção de Novos Clientes
2. Conhecimento do Produto
3. Necessidade X Apresentação Produto
4. Tratamento de Objeções
5. Follow-Up e Perguntas de Fechamento



75

A verdadeira arte de vender acontece quando o cliente diz NÃO

76

1. Compensação: SIM – MAS

Dê razão ao cliente, não entre em embates

Apresente um argumento verdadeiro que compensa a sua objeção.

Exemplo:

- Este tecido é muito grosso.
- Sim, mas se a senhora quer resistência, o tecido terá que ser mais encorpado que os normais.

77

2. Resposta com uma pergunta

É a utilização de um argumento em forma de pergunta que desperta para uma vantagem que supera a objeção.

Exemplo:

- A tiragem de seu jornal não é tão grande quanto eu pensava.
- O que interessa mais ao senhor no caso de um jornal dirigido a um público-alvo segmentado: A quantidade de exemplares ou a qualificação do público que o recebe?

78

3. Método Bumerangue

A ideia é converter a objeção numa razão de compra.

Exemplo:

- Este equipamento é sofisticado demais para nós.
- Precisamente por isso que acredito que o senhor deve adquiri-lo, um equipamento mais simples ficará obsoleto em pouco tempo.

79

Tenha um documento com as Objeções CATALOGADAS

80

POR QUE VENDEDORES NÃO MATAM OBJEÇÕES

1. Não sabem
2. Impacientes
3. Insubordinados
4. PREGUISOSOS



81

5 Pilares das Vendas

1. *Prospecção de Novos Clientes*
2. *Conhecimento do Produto*
3. *Necessidade X Apresentação Produto*
4. *Tratamento de Objeções*
5. *Follow-Up e Perguntas de Fechamento*



82

**Você precisa buscar o
SIM ou o NÃO
do Cliente**

83



1

Disciplina

Ter um CRM e Contatar o Cliente

84



2

Fazer Perguntas de Fechamento

85

| Sugestões de Perguntas de Fechamento



Já vimos que **[produto/serviço]**
resolve **[problema]**, vamos marcar a
data de entrega?

86

| Sugestões de Perguntas de Fechamento



Você vê algum obstáculo que
precise ser resolvido para
fechamos o pedido?

87

Agora que já vimos como **[produto/serviço]** resolve **[problema específico]** e traz **[benefício]**, o que falta para fecharmos e iniciar essa solução?

88

"Olá **[nome]**, tudo bem?

Faz alguns dias que estou tentando contato, mas acredito que a sua agenda está bem cheia — por aqui também está bem corrido!

Queria apenas confirmar: avançamos com a negociação ou isso já não é mais uma prioridade para você no momento?

O seu 'sim' ou 'não' vai me ajudar bastante a seguir daqui.

Fico no aguardo, combinado?"

89

CRIE UM DOCUMENTO COM PERGUNTAS DE FECHAMENTO

Faça Testes

90

POR QUE VENDEDORES NÃO FAZEM PERGUNTAS DE FECHAMENTO

1. Não sabem
2. Indisciplinados
3. Insubordinados
4. PREGUISOSOS



91

RECAPTULANDO

92

5 Pilares das Vendas

1. *Prospecção de Novos Clientes*
2. *Conhecimento do Produto*
3. *Necessidade X Apresentação Produto*
4. *Tratamento de Objeções*
5. *Perguntas de Fechamento*



93

PEÇA UM FEEDBACK PARA O SEU LÍDER

94

Profissional de Vendas					
1	Mind Set de Crescimento - Automotivação	1	2	3	4 5
2	Prospecção de Novos Clientes	1	2	3	4 5
3	Conhecimento do Produto	1	2	3	4 5
4	Compreender a Necessidade e Apresentar o Produto	1	2	3	4 5
5	Tratamento de Objeções	1	2	3	4 5
6	Perguntas de Fechamento	1	2	3	4 5

95



MATERIAIS DO TREINAMENTO

Apostila em Slides

GPT - Benefícios Produto

GPT - Twist the Knife

Documento Feedback

GPT - Mudar Comportamento

Seguir o Ricardo no YouTube

Seguir o Ricardo no Instagram



96

| Foco excessivo no preço, não no valor



Negação

Raiva

Indiferença

Racionalização

Aceitação

97

MONTE UM PLANO DE AÇÃO COM O SEU LÍDER

98



MATERIAIS DO TREINAMENTO

Apostila em Slides

GPT - Benefícios Produto

GPT - Twist the Knife

Documento Feedback

GPT - Mudar Comportamento

Seguir o Ricardo no YouTube

Seguir o Ricardo no Instagram



99

5 Pilares das Vendas

1. *Prospecção de Novos Clientes*
2. *Conhecimento do Produto*
3. *Necessidade X Apresentação Produto*
4. *Tratamento de Objeções*
5. *Perguntas de Fechamento*



100

BIG FIVE

Profissional de Vendas Alto Desempenho

101

BIG FIVE em Vendas



1. **Abertura ao Novo:** Buscar conhecimento e experimentar o novo
2. **Disciplina:** Follow-Up do CRM, Prospecção e Estudar Persuasão
3. **Extroversão:** Criar conexões com seus clientes – Prospecção e FLP
4. **Persuasão:** Ser um grande persuado e influenciador de pessoas
5. **Automotivação:** Saber lidar com uma semana difícil, sem reclamar

102



**Se você não está disposto a
dar o MÁXIMO, não espere
receber o MÁXIMO da vida**

103



Ricardo Piovan



11-98389-8928

ricardo.piovan@portalfox.com.br

