

COMO SUPERAR OS 3 GRANDES OBSTÁCULOS DAS SUAS VENDAS



Olá! Natanael Oliveira aqui para mais um e-book sobre como vender mais, de maneira mais inteligente simplesmente entendendo como funciona a mente do seu consumidor.

ENTÃO VAMOS LÁ.

Hoje eu quero falar sobre como superar os **3 MAIORES OBSTÁCULOS QUE ESTÃO DIARIAMENTE IMPEDINDO VOCÊ DE VENDER.**

É muito comum os empresários colocarem em suas metas mensais diversos números que eles esperam que aconteçam, sejam eles baseados no histórico dos últimos anos ou até mesmo com base no que eles precisavam faturar para manter a empresa lucrativa.

Infelizmente, muitos chegam ao final do mês e aquela meta passou bem longe. Muito longe. No papel, tudo muito bonito, mas na vida real as vendas não aconteceram como era esperado.

MAS POR QUE ISSO ACONTECE?

SERÁ QUE É O PROBLEMA FOI O PREÇO?
SERÁ QUE O PROBLEMA FOI NA OFERTA?
SERÁ QUE O MERCADO PAROU DE COMPRAR?
O QUE ESTÁ ACONTECENDO?

É óbvio que se sua empresa tem um serviço/produto ruim que ninguém se interessa, dificilmente você conseguirá bater suas metas... mas vamos imaginar que esteja tudo ok com o seu produto/serviço, suas campanhas estão bem feitas, mas por alguma razão as pessoas continuam não comprando no volume que você acreditava que iria acontecer.

É aqui que entram os 3 GRANDES obstáculos que podem estar te fazendo perder vendas HOJE.

OS 3 GRANDES OBSTÁCULOS:

URGÊNCIA

Esse é um obstáculo que tem atrasado o faturamento de muitas e muitas empresas. O obstáculo da urgência é quando o seu cliente SABE que precisa comprar o seu produto/serviço, já DECIDIU que quer comprar, TEM DINHEIRO para comprar...

MAS fica deixando para depois, depois, depois, depois...

SABE O QUE ACONTECE COM O SEU FATURAMENTO?

Ele fica para depois, depois, depois.

Este obstáculo prejudica todos os tipos de negócios, pois é um hábito do ser humano deixar as coisas para depois e ficar procrastinando, porém as empresas que vendem produtos físicos, são as que mais sofrem com esse tipo de obstáculo.

Imagine uma pessoa que precisa comprar uma carteira nova. A carteira já está velha, furada, mas ainda guarda o dinheiro. Então muitos ficam deixando para depois, amanhã eu vou, etc.

Aquela geladeira que já está precisando ser trocada, mas ainda está “funcionando”... Depois eu troco. O sofá que já não está tão confortável quanto antes... Depois eu troco.

É por isso que as grandes lojas de varejos trabalham suas campanhas forçando a compra imediata.

.....
“Só AMANHÃ! SÓ AMANHÃ MESMO... Fogão 6 bocas com 50% de desconto... É isso mesmo. 50% De desconto! É uma LOUCURA! Mas atenção! É só AMANHÃ. Só AMANHÃ MESMO!”
.....

Como o ser humano não gosta de perder boas oportunidades... finalmente ele decide finalizar a compra.

Para quebrar a barreira da urgência e da procrastinação, sua empresa precisa ter um cronograma de ofertas exclusivas para realizar durante TODO o ano.

Por exemplo:

Em Janeiro iremos fazer a promoção exclusiva para quem comprar nosso produto/serviço, iremos dar um bônus, desconto, frete grátis, evento ao vivo, etc.

EM FEVEREIRO NOSSA OFERTA EXCLUSIVA SERÁ:

EM MARÇO NOSSA OFERTA EXCLUSIVA SERÁ:

PLANEJE 12 CAMPANHAS DE OFERTA EXCLUSIVA PARA O SEU NEGÓCIO, ISSO IRÁ MANTER A URGÊNCIA SEMPRE NOVA.

Esse é um obstáculo que consiste naquela pergunta:

“Essa é a melhor opção?”

O ser humano de uma modo geral tem MUITO medo de errar, e ninguém gosta de fazer uma compra para depois se arrepender, não é verdade?

Por isso o nosso cérebro fica buscando sinais de confiança, sinais de que está tudo sob controle e que estamos tomando boas decisões.

Para quebrar o obstáculo da confiança, sua empresa precisa contar histórias de sucesso, mostrar exemplos reais de pessoas que usaram seu produto/serviço, apresentar exemplos práticos da utilização e enviar sinais de confiança para o seu público.

Se você vende serviço, como por exemplo, Coaching, Consultoria, Palestra, contratar você é sempre um risco, afinal, o contratante está escolhendo você ao invés de outras tantas opções.

No seu subconsciente fica aquela pergunta:

“Estou fazendo uma boa escolha?”

Muitas vezes você não é contratado e é “trocado” por um profissional com capacidade inferior, porém, que conseguiu passar mais sinais de confiança.

Se você não quer ficar perdendo vendas porque não passou confiança, você precisa aprender a criar estratégias para quebrar essa barreira.

COMO FAZER ISSO?

Basicamente existem duas grandes estratégias que você pode utilizar para conseguir quebrar a barreira da confiança.

O1 – SE TORNE FAMILIAR PARA O SEU CLIENTE

O ser humano tende a escolher coisas que lhe pareçam familiares, ou seja, algo que ele já tenha visto anteriormente.

Por exemplo: Você está em um outro país e precisa escolher 1 restaurante entre 10 opções.

Mas você lembra que um amigo já esteve naquele país e comentou que foi no restaurante B. Para eliminar o risco, você então decide seguir a MESMA escolha do seu amigo, simplesmente porque parece ser a opção mais segura e confiável.

Mesmo que o restaurante C fosse 10x melhor, você não quer arriscar e por isso corre para a opção mais segura.

Essa é a razão pela qual muitas empresas investem pesado em deixar suas marcas expostas por todos os lados, porque mesmo que sua mente consciente não esteja prestando atenção, o seu subconsciente está recebendo aquela imagem inúmeras vezes.

Quando for preciso realizar uma escolha, o seu subconsciente irá entrar em ação e irá te ajudar a escolher a **marca/produto/serviço que pareça mais familiar, logo, mais segura.**

Já que você não é uma grande marca que pode investir milhões em publicidade, invista na sua presença online.

Escreva artigos, grave vídeos de maneira recorrente, pois quanto mais você aparece para o seu público, mais familiar você se torna, mais agradável e mais CONFIÁVEL.

FAÇA O SEU PLANEJAMENTO PARA OS PRÓXIMOS 12 MESES

No mês de janeiro irei gravar vídeos e escrever artigos falando sobre o tema [Digite aqui seu tema]

No mês de Fevereiro irei gravar vídeos e escrever artigos falando sobre o tema [Digite aqui seu tema]

e assim sucessivamente...

LEMBRE-SE: O seus vídeos e artigos **PRECISAM** falar sobre o tema central do produto/serviço que você vende. Seu objetivo é se tornar confiável no tema que você vende um produto ou serviço.

Se você vende consultoria em marketing digital, fale sobre marketing digital e vendas online.

Se você vende coaching, fale sobre assuntos relacionados ao seu programa de coaching.

O2 – APRESENTE O SEU MÉTODO NÃO DICAS ALEATÓRIAS.

Para tornar seu nome/serviço mais confiável é importante que você apresente um método e não simplesmente dicas.

Se você começar a compartilhar processos organizados e métodos que se repetem rapidamente o seu público irá entender a maneira como você trabalha e o modo pelo qual você ajuda seus clientes a alcançar resultados.

De uma maneira bem simples, é como se você estivesse ensinando o seu cliente a fazer o seu serviço sozinho, por eles mesmos.

PORÉM, 90% DO SEU PÚBLICO IRÁ PENSAR: NOSSA! ELE(A) REALMENTE ENTENDE DO ASSUNTO, PRECISO DO SEU SERVIÇO.

Quanto mais você educa o seu público, mais ele deseja te contratar. Isso é uma resposta padrão do nosso cérebro que reage imediatamente quando é ajudado por alguém.

Sempre que alguém te ajuda, imediatamente o seu cérebro cria uma conexão neural que registra aquele momento e como consequência já pensa em “o que eu posso fazer em troca dessa ajuda?”.

A decisão mais racional e segura, tão logo que existir a necessidade da contratação de um serviço, será procurar aquela pessoa que ajudou anteriormente.

Se você começar a ensinar seu método de trabalho, ao mesmo tempo que você gera autoridade, você ajuda o seu público e como consequência se torna mais confiável, ou seja, quebra o obstáculo.

NECESSIDADE:

Esse obstáculo também atinge todos os tipos de negócios, porém, ele é mais forte para quem vende produtos digitais ou “infoprodutos”.

A pergunta que o público faz é:

“Eu realmente preciso disso?”.

Essa pergunta tem diminuído com muitas vendas, porque as pessoas gostam do que ouvirem/assistiram, mas não sentem que exista uma real necessidade de dar um próximo passo de compra do produto.

O cérebro do ser humano está sempre buscando tomar decisões racionais, principalmente de autopreservação. Quando falamos de dinheiro então, o comportamento natural do ser humano é pensar: “Vale a pena gastar dinheiro com isso?”, ***“Eu preciso disso?”.***

Se o subconsciente com todas as suas emoções não enviar uma mensagem forte para o cérebro racional que influencie na decisão, a venda simplesmente não irá acontecer.

É UMA GUERRA NA MENTE E NÃO NA CARTEIRA. SE A MENTE ENVIAR A MENSAGEM COMPRE, NÓS IREMOS COMPRAR. NÃO IMPORTA SE PARCELADO, SE PEDINDO DINHEIRO EMPRESTADO, NÃO IMPORTA.

Quando nosso cérebro identifica que aquela decisão é a melhor decisão e que aquela compra irá trazer bons resultados, nós iremos agir.

PENSE UM POUCO SOBRE ISSO.

Imagine alguma compra/investimento que você fez para o seu negócio que te ajudou a ter muitos resultados. Foi exatamente esse pensamento na recompensa que te fez agir e tomar uma decisão.

Sua mente registrou: **EU PRECISO DISSO PARA CONSEGUIR ISSO.**

Seu cliente está sempre com a barreira da necessidade ligada.

“Eu preciso disso?”.

Se o seu produto/serviço for realmente bom e útil, é ÓBVIO que o seu público precisa MUITO, porém, ele ainda não sabe disso, na verdade, o subconsciente dele ainda não deu esse recado para a mente consciente.

COMO QUEBRAR A BARREIRA DA NECESSIDADE?

Existe um template muito simples para quebrar o obstáculo da necessidade que é falar sobre o problema, consequências do problema e as causas.

Se você vende por exemplo, um produto digital que ensina as pessoas a criarem um blog que seja planejado para gerar vendas diárias, como criar essa necessidade?

01 - PROBLEMA:

As empresas estão gastando cada vez mais para vender menos... As estratégias que antes funcionavam agora não estão dando mais certo. Resultado? As metas ficam cada vez mais distantes...

02 – CONSEQUÊNCIAS DO PROBLEMA:

Quando uma empresa não tem uma estratégia ou ferramenta de confiança para gerar vendas, o empresário sempre fica com medo de investir... Afinal, como colocar dinheiro em algo que não se sabe que irá dar certo?

É assim que muitos empresários ficam... Não investem em publicidade, porque não sabem se vai dar certo e por não investir, não está conseguindo gerar mais vendas. É uma armadilha das mais perigosas.

03 – CAUSA:

Isso acontece porque os empresários brasileiros ainda não entenderam que hoje em dia, fazer publicidade não é suficiente é preciso construir **AUTORIDADE**, ao invés de simplesmente anúncios, as pessoas querem conteúdo, informações úteis.

Uma empresa que não tem um blog, está perdendo uma chance de **OURO** para gerar vendas através dos seus conteúdos. Mas não adianta simplesmente ter um blog é preciso ter estratégia, processos testados para que seus artigos se transformem em faturamento e que seus leitores se transformem em clientes **PAGANTES**.

PERCEBEU COMO É SIMPLES A ESTRUTURA?

Percebeu que nós acabamos de criar uma necessidade?

Você ficou com vontade de aprender a criar um blog de negócios?

Ficou com vontade de aprender a criar esse tipo de estratégia para o seu negócio?

É bem provável que sim.

POR QUE O SEU CÉREBRO NÃO CONSEGUE NÃO PENSAR SOBRE O ASSUNTO.

Se você leu o problema e esse problema faz parte da sua realidade atual, seu cérebro não te deixa não pensar no assunto, você começa a se interessar cada vez mais, porque é assim que nosso cérebro funciona.

Quando eu apresento a CAUSA, o seu cérebro então faz a conexão mestra, ele pensa: **PRECISAMOS APRENDER ISSO**. É óbvio que quanto mais você escuta essa mensagem, mais o seu cérebro registra isso e fortalece essa informação.

Por isso você precisa conhecer muito bem o seu público e os problemas que eles estão enfrentando, pois o seu produto/serviço será o grande responsável por apresentar as verdadeiras causas desse problema e entregar uma excelente solução.

TODO EMPRESÁRIO QUER SABER POR QUE SUA EMPRESA NÃO ESTÁ VENDENDO COMO DEVERIA? POR QUE ELE NÃO ESTÁ CONSEGUINDO TRANSFORMAR AS METAS QUE ESTÃO NO PAPEL EM FATURAMENTO? O QUE ESTÁ ACONTECENDO DE ERRADO? QUAL A CAUSA?

Quando alguém chega e mostra uma causa que faça sentido, o cérebro automaticamente registra isso e então se inicia o desejo pela solução.

Faça esse exercício:

01 - Descreva os problemas que seu público está enfrentando

02 - Descreva as consequências desse problema

03 - Explique em detalhes quais as causas desse problema

04 - Explique porque o seu produto/serviço é a solução para essa causa

PRONTO! VOCÊ ESTÁ PREPARADO PARA GERAR NECESSIDADE DE AÇÃO NO SEU PÚBLICO.

Conclusão:

VENDER É UMA BATALHA QUE ACONTECE NA MENTE DO SEU PÚBLICO E NÃO OBRIGATORIAMENTE NA CARTEIRA.

Se você ficar atento aos 3 grandes obstáculos que estão te fazendo perder vendas todos os dias e parar para prestar atenção no que acontece na mente do seu cliente, você estará pronto para quebrar essas barreiras e como consequência aumentar consideravelmente suas vendas.

Ou você para e começa a entender como funciona a mente do seu cliente ou irá ficar trabalhando no escuro, tentando fazer coisas aleatórias sem resultados. Agora a escolha é sua.

SE VOCÊ QUER CONSTRUIR UM SISTEMA DE VENDAS ONLINE para a sua empresa, programado para vender todos os dias durante 1 ano, que se concentra em aniquilar todas essas 3 barreiras, minha sugestão é que você faça o meu mini-treinamento.

**FAÇA O SEU CADASTRO
GRATUITO AQUI.**