

A “arte” de conversar. Será que é uma arte esquecida por quem vende?

José Almeida

Normalmente consideramos que existem três objectivos na arte de conversar:

- O primeiro é pura e simplesmente, pelo prazer de se exprimir e interagir com outras pessoas.
- O Segundo objetivo está ligado com o conhecer melhor a pessoa que temos à nossa frente.

Nas vendas e em qualquer negócio, é necessária uma exposição mais prolongada à outra pessoa de forma a conseguirmos entender, como é que a outra pessoa pensa, sente ou reage.

- O terceiro objetivo na arte de conversar é o de construir credibilidade entre as duas partes envolvidas no processo da venda.

Esta é talvez, uma das coisas mais importantes que temos de aprender para nos tornarmos melhores vendedores.

Se no âmbito das relações pessoais, isto é importante, no âmbito da venda é crítico para uma relação comercial que sirva os interesses das duas partes.

Se pensarmos bem, será que alguém compra a uma pessoa em que não confie?

Muitas pessoas pensam que a arte de conversar se resume a falar de uma forma interessante e apaixonada, de forma a sermos notados pelo nosso humor, a nossa habilidade de contar histórias ou o nosso conhecimento de diferentes assuntos.

É normal pensarmos que se queremos ser melhores conversadores, devemos melhorar a nossa capacidade de expressão ou articulação dos assuntos.

No nosso entender, nada se afasta mais da realidade do que isto.

Como já tantas vezes ouvimos dizer, viemos a este mundo com duas “orelhas” e apenas uma “boca”.

Será que isto nos indica que devemos ouvir o dobro do que falamos?

Claro que sim!

Numa conversa é mais importante ouvirmos atentamente, do que falarmos de uma forma elaborada ou apaixonada sobre um produto.

Psicologicamente, é também a melhor forma de darmos importância ao nosso cliente. Ao escutarmos ativamente, estamos reforçando a nossa relação ao mesmo tempo que o cliente sente a importância que lhe damos.

A arte de conversar centra-se em grande parte na nossa capacidade de colocar questões e ouvir atentamente as respostas do nosso cliente.

Podemos introduzir numa conversa idéias e opiniões pessoais, mas para bem conversar há que colocar questões bem elaboradas, que permitam direcionar o fluxo da conversa para onde queiramos e ao mesmo tempo dar a oportunidade ao nosso cliente de se exprimir.

Devemos colocar questões abertas (que não podem ser respondidas por sim ou não) que encorajem o cliente a expressar as suas opiniões e comentários sobre o assunto em questão.

Podemos colocar questões abertas quase de uma forma interminável que nos permitem descobrir o que o cliente, pensa sobre o assunto em questão.

Quem aspire a ser um excelente conversador, deve resistir acima de tudo à vontade dominar a conversa. Os melhores conversadores são normalmente pessoas calmas, de trato fácil, bem-disposto e genuinamente interessado na pessoa com quem estão conversando.

São pessoas que se contentam em ouvir e a contribuir para a conversa sem a monopolizar e sem quebrar fluxo de conversação.

Ouvir é de fato o *skill* mais importante na venda. Se pensarmos, em muitos dos vendedores que conhecemos, será que são bons ouvintes?

Vamos ver abaixo as 4 regras base para ouvirmos ativamente.

Estas regras funcionam em qualquer situação, quer sejam na conversa com um cliente, colega, chefia, membro da família ou amigo. São técnicas práticas e psicologicamente testadas que aumentam a influência sobre a outra pessoa de uma forma exponencial.

A primeira regra base para ouvir ativamente, é ouvir atentamente sem interrupções. Quando prestamos atenção a uma pessoa, estamos a comunicar-lhe de uma forma subconsciente, que damos valor ao que está dizendo.

A maior razão para que a maioria das pessoas sejam péssimas ouvintes, prende-se com o fato enquanto estão a ouvir, estão ao mesmo tempo a preparar a resposta ou a próxima frase que vão dizer. Assemelham-se a dois pugilistas à espera que a outra pessoa baixe a guarda, para poderem saltar adiante com a resposta que estiveram preparando e tomar conta novamente da conversa.

Ouvir cuidadosamente requer que nos inclinemos ligeiramente em direção à outra pessoa e ouvir atentamente cada uma das palavras. É necessário ouvir como se não existisse nada mais fascinante no mundo do que o que a outra pessoa está dizendo.

Os melhores conversadores desenvolvem a capacidade de fazer a outra pessoa sentir-se especial, como se fosse à única pessoa no mundo. Os bons conversadores conseguem inclusive fazer isto numa sala cheia de pessoas.

Adicionalmente devemos também indicar que estamos a ouvir através de sinais corporais, acenando com a cabeça, sorrindo e concordando com o cliente está dizendo. Temos de ser ativos em vez de passivos. É necessário indicar que estamos totalmente absorvidos pela conversa.

Devemos também estabelecer o contato visual com o nosso cliente. Só cada um de nós, pessoalmente é que poderá saber se de fato fizemos ou não isto. No entanto para o cliente a impressão geral é de que temos toda a nossa energia focada nele e no que está dizendo.

A segunda regra que devemos adotar é a de fazer uma pausa antes de responder. A pausa será pequena, entre três a cinco segundos. Quando fazemos uma pausa antes de responder realizamos três objetivos em simultâneo.

Primeiro, evitamos correr o risco de interromper o cliente, caso ele esteja apenas recuperando o fôlego antes de continuar.

Segundo, estamos demonstrando ao cliente, que estamos dando a maior consideração ao que ele está a dizendo, devido a não saltarmos de novo para a conversa à primeira oportunidade.

Terceiro, através da realização das pausas, obtemos o benefício de melhor conseguir ouvir o cliente.

As palavras dele serão absorvidas mais facilmente na sua mente e conseguiremos compreender com mais clareza o que estão a dizendo.

As pausas são de fato o fator diferenciador de qualquer grande conversador. Se não acredita, escolha uma pessoa com quem aprecie conversar e verifique “in loco” se isto de fato, acontece.

A terceira regra para ouvir ativamente, é utilizar questões para clarificar o que o cliente está nos transmitindo.

Nunca devemos assumir que compreendemos à primeira, o que o cliente está nos dizendo. Em vez disso, devemos procurar clarificar o nosso entendimento da questão.

Por exemplo, podemos perguntar “Se me permite, só para estarmos sintonizados, o que é que quer dizer exatamente com isso?” Esta é uma das questões mais poderosas que podemos utilizar para controlar uma conversa. É quase impossível não responder a esta questão.

Quando perguntamos “O que quer dizer... ?” o cliente tem quase sempre a tendência para responder acrescentando outras informações que por vezes nos são preciosas no processo da venda.

A quarta regra é parafrasear as palavras do nosso cliente, utilizando as nossas próprias palavras.

Por exemplo: “Deixe-me ver se entendi corretamente o seu problema. O que está me dizendo é...”. Ao parafrasearmos o nosso cliente, demonstramos de uma forma inequívoca que estamos de fato a prestar atenção e que temos o correto entendimento do seu problema.

A razão por que o “ouvir” é uma ferramenta tão poderosa na venda, prende-se com o fato de que ouvir desenvolve a confiança. Quanto mais ouvimos, mais o cliente, confia e acredita em nós. Está

psicologicamente provado que ao ouvir estamos inclusive a aumentar de uma forma natural e subconsciente a auto-estima da outra pessoa.

Finalmente, ouvir obriga-nos a desenvolver a nossa disciplina interna na venda.

A nossa mente, processa 500 a 600 palavras por minuto enquanto que só conseguimos falar cerca de 150 palavras por minuto. Devido a isto, escutar ativamente e estar totalmente focado na outra pessoa e no que ela está dizendo é algo absolutamente extenuante.

Se não praticarmos esta disciplina de ouvir, a nossa mente vagará por cem direções diferentes ao mesmo tempo durante o processo da venda.

Portanto, em todas as oportunidades que tenhamos, devemos praticar.

Não se esqueçam: A prática faz a perfeição!