

Ediberto Santos



**AUMENTE SUAS VENDAS
COM A METODOLOGIA**

DISC

Aumente suas vendas com a metodolgia DISC

©EDIBERTO SANTOS

Todos os direitos Reservados
São Paulo - 2023

Copyright © 2023 de Ediberto Santos

Todos os direitos reservados e protegidos pela Lei 9610/98 do Brasil, bem como demais leis sobre direitos autorais dos países em que essa obra for adquirida.

Nenhuma parte do conteúdo deste livro poderá ser utilizado, alterado, distribuído, vendido, parafraseado ou reproduzido em quaisquer meio ou forma, seja ele impresso, digital, áudio ou visual sem a expressa autorização por escrito do autor.

A não observância destas condições pode incorrer em penas criminais e ações civis.

ISBN: 978-65-00-64373-2

Primeira edição, 2023

<https://www.mrcoach.com.br/>

Ediberto Santos



ISBN: 978-65-00-64373-2



9 786500 643732

Sumário

1. INTRODUÇÃO	7
1.1. Como o DISC pode aumentar as vendas	8
1.2. Estrutura do ebook	9
2. COMPREENDENDO A METODOLOGIA DISC	11
2.1. O que é o modelo DISC	12
2.2. As quatro dimensões da personalidade DISC	14
2.3. Como avaliar sua personalidade DISC	20
2.4. Como avaliar o perfil DISC de outras pessoas	24
3. APLICANDO O MÉTODO DISC NA VENDA	33
3.1. Identificando o estilo do cliente	34
3.2. Adaptando sua abordagem ao estilo do cliente	43
4. ESTRATÉGIAS DE VENDAS BASEADAS NO DISC	48
4.1. Venda para o estilo D (Dominante)	48

4.2. Venda para o estilo I (Influente)	52
4.3. Venda para o estilo S (Estável)	55
4.4. Venda para o estilo C (Consciente)	59

5. SUPERANDO OBSTÁCULOS NA VENDA COM O DISC 63

5.1. Como lidar com clientes difíceis	64
5.2. Como lidar com objeções de vendas	68
5.3. Como o DISC pode ajudar a construir relacionamentos duradouros com os clientes	83

6. CONCLUSÃO 89

6.1. Principais conceitos e recomendações para a aplicação do modelo DISC em suas vendas	90
6.2. Considerações finais	92

*O sucesso é a soma de pequenos
esforços repetidos dia após dia.*

- Robert Collier -

1 Introdução

Vender é uma arte e uma ciência. Por mais que você tenha o melhor produto ou serviço do mercado, se não conseguir apresentá-lo de maneira atraente e eficaz aos seus clientes, as chances de fechar uma venda são bastante reduzidas. É aí que entra a metodologia DISC.

A metodologia DISC é uma ferramenta valiosa para qualquer profissional que queira aumentar suas vendas, independentemente do setor em que atua. Ela ajuda a compreender as diferenças de personalidade entre os clientes e como adaptar sua abordagem para maximizar suas chances de sucesso. A ferramenta também ajuda a identificar as barreiras que impedem as vendas e fornece estratégias eficazes para superá-las.

Em outras palavras, a metodologia DISC é uma verdadeira bússola para o sucesso nas vendas. Ela permite que você compreenda a personalidade do seu cliente, suas necessidades, desejos e expectativas, e, com base nessas informações, desenvolva uma abordagem de vendas personalizada e eficaz.

Mas afinal, o que é a metodologia DISC?

A Metodologia DISC é uma sofisticada abordagem de avaliação de personalidade, fundamentada na análise de comportamentos humanos. Desenvolvida pelo renomado psicólogo americano William Moulton Marston, tem sido amplamente adotada em todo o mundo ao longo das últimas décadas. Ela identifica as quatro dimensões distintas da personalidade humana, representadas pelas letras D (Dominante), I

(Influente), S (Estável) e C (Conforme).

Cada uma dessas dimensões é caracterizada por comportamentos distintos e as pessoas geralmente apresentam uma combinação única das 4 dimensões, que compõem sua personalidade.

Neste ebook, você aprenderá em detalhes sobre as quatro dimensões da metodologia DISC, como identificá-las e como aplicá-las em suas vendas. Além disso, você também aprenderá a identificar as barreiras que impedem as vendas, a superá-las e a maximizar suas chances de sucesso.

Com exemplos práticos, dicas e estratégias, este ebook é uma verdadeira "cartilha" para quem quer aumentar suas vendas e alcançar sucesso profissional.

Se você está pronto para aumentar seus ganhos, aprimorar sua abordagem de vendas e alcançar o sucesso profissional que você vem buscando, este ebook é o caminho certo!

Boa leitura!

1.1. Como o DISC pode aumentar as vendas

A metodologia DISC é uma ferramenta valiosa para aumentar as vendas porque permite que você compreenda a personalidade do seu cliente, adapte sua abordagem de vendas para atender às suas necessidades e expectativas, identifique barreiras que impedem as vendas e forneça estratégias eficazes para superá-las. Ao aplicar o método em sua abordagem de vendas, você pode se comunicar de maneira mais eficaz com seus clientes, criar relacionamentos mais fortes e, conseqüentemente, aumentar suas vendas.

Por exemplo, se você estiver vendendo para uma pessoa com uma personalidade DISC Dominante, você deve ser direto e objetivo em sua abordagem, destacando os pontos fortes e as vantagens do produto ou serviço. Já se estiver vendendo para uma pessoa com uma personalidade DISC influente, você deve ser mais animado e descontraído em sua abordagem, enfatizando a experiência e as emoções que o produto ou serviço proporciona.

O método criado por Moulton também ajuda a identificar objeções

que impedem as vendas e fornece estratégias eficazes para superá-las. Se estiver vendendo para uma pessoa com uma personalidade DISC conforme, ela pode ter dúvidas sobre o investimento ou sobre a segurança do produto. Nesse caso, você deve fornecer dados concretos e informações claras para minimizar essas preocupações e aumentar suas chances de sucesso.

A teoria também pode ser usada para treinar sua equipe de vendas. Ao compreender as personalidades de seus colegas de trabalho, é possível trabalhar de maneira mais colaborativa e eficaz em conjunto, o que pode resultar em um maior número de vendas para a empresa como um todo.

Mas não é só isso, você ainda pode utilizar o DISC para entender a personalidade de outros vendedores e adaptar sua estratégia de vendas para se destacar no mercado. Ao compreender as forças e fraquezas de seus concorrentes, é possível criar estratégias de vendas mais eficazes e aumentar sua participação no mercado.

Em resumo, a metodologia DISC pode ser usada de várias maneiras para aumentar as vendas, desde a adaptação da abordagem de vendas ao compreender a personalidade do seu cliente, até o treinamento de sua equipe de vendas e a compreensão de seus concorrentes. Ao incorporar a metodologia DISC em sua estratégia de negócios, você pode obter resultados mais eficazes e aumentar significativamente seus ganhos.

1.2. Estrutura do ebook

Neste tópico, apresentaremos a estrutura do ebook "Como aumentar as vendas usando a metodologia DISC". O objetivo é fornecer uma visão geral do conteúdo que será abordado nos próximos capítulos, a fim de ajudar você a entender como cada um deles pode contribuir para o aprimoramento das suas habilidades de vendas.

O primeiro capítulo, "Introdução", apresenta o objetivo do Ebook, que é fornecer informações úteis para melhorar suas habilidades de vendas usando a metodologia DISC. No segundo capítulo, "Compreendendo a metodologia DISC", você aprenderá sobre a ferramenta e como ela funciona. Descobrirá as quatro dimensões da personalidade

do método e como avaliar sua própria personalidade.

Em seguida, no terceiro capítulo, “Aplicando a metodologia DISC na venda”, você aprenderá como identificar o estilo de comunicação do cliente e adaptar sua abordagem de ao estilo preferencial do cliente.

No quarto capítulo, “Estratégias de vendas baseadas em DISC”, você aprenderá como vender para cada estilo DISC: D (Dominante), I (Influente), S (Estável) e C (Consciente). Essas estratégias podem ajudá-lo a personalizar suas abordagens e aprimorar sua comunicação com cada cliente, maximizando as chances de sucesso.

No quinto capítulo, “Superando obstáculos na venda com a metodologia DISC”, você aprenderá como lidar com clientes difíceis e objeções na hora da compra. Descobrirá como o método pode ajudar a construir relacionamentos duradouros com os clientes.

No último capítulo, a “Conclusão”, você encontrará uma breve recapitulação sobre a importância da ferramenta por diversos pontos de vista e algumas recomendações finais.

Esperamos que esta estrutura possa ajudá-lo a aproveitar ao máximo o conteúdo do Ebook “Como aumentar as vendas usando a metodologia DISC”. Acreditamos que ele pode ser um recurso valioso para melhorar seu desempenho nas negociações com seus clientes e ajudá-lo a alcançar seus objetivos. Se você está procurando maneiras de melhorar suas vendas, este ebook é o recurso que você precisa!

Compreendendo a metodologia DISC

Antes de explorarmos o método DISC em profundidade, precisamos primeiro compreender o conceito de perfis comportamentais.

Os perfis comportamentais representam as características predominantes de um indivíduo, proporcionando uma maneira de compreender e decodificar os comportamentos humanos mais comuns em uma determinada pessoa. Cada indivíduo possui um perfil único, que define seu estilo de comportamento e suas atitudes.

Permita-me apresentar alguns exemplos de características que variam de pessoa para pessoa e que, juntas, formam o mapa comportamental de um indivíduo:

Tempo de decisão - Algumas pessoas tendem a se decidir rapidamente, enquanto outras precisam de mais tempo para avaliar todas as opções antes de tomar uma decisão.

Comunicação - Existem pessoas mais diretas e objetivas, enquanto outras são mais detalhadas e descritivas. Alguns também são mais propensos a usar humor e outros recursos sociais em sua fala.

Estilo de liderança - Algumas pessoas são líderes naturais, enquanto outras preferem seguir ou trabalhar em equipe. Tem quem seja mais propenso a delegar tarefas, enquanto outros preferem fazer tudo sozinhos.

Comportamento em situações estressantes - Existem aqueles que mantêm a calma e a clareza de pensamento em situações estressantes, enquanto outros podem se sentir sobrecarregados ou frustrados.

Preferências de trabalho - Tem quem prefira trabalhar sozinho, enquanto outras pessoas preferem trabalhar em equipe ou ter interações sociais com os colegas de trabalho.

Compreender quais conjuntos de características correspondem as preferências naturais de um indivíduo pode ajudá-lo a ter uma compreensão mais profunda do estilo de comportamento de uma pessoa e como esse perfil pode afetar suas ações e reações em diferentes situações. Ao utilizar a metodologia DISC, devemos lembrar que não há um estilo de comportamento certo ou errado, que cada pessoa é única e tem suas próprias habilidades e pontos a serem desenvolvidos.

O objetivo de estudarmos os perfis comportamentais das pessoas, não é julgá-las ou tentar rotulá-las, mas compreendê-las com o intuito de ajustar nossa comunicação e nossos comportamentos. Desse modo, poderemos nos comunicar de maneira mais eficaz com elas, e, assim, desenvolver relacionamentos mais harmoniosos, respeitosos e duradouros.

2.1. O que é o modelo DISC

Você já se perguntou por que algumas pessoas parecem ter uma habilidade natural para se comunicar de forma clara e eficaz, enquanto outras lutam para se expressar de maneira adequada? Por que algumas pessoas são mais extrovertidas e confiantes, enquanto outras preferem trabalhar sozinhas e manterem uma postura mais discreta? O modelo DISC é uma ferramenta incrivelmente útil para compreender como as diferenças comportamentais afetam a nossa forma de comunicação e interação com os outros.

O modelo DISC foi desenvolvido por William Moulton Marston, um psicólogo e professor universitário, no início do século XX. Ele acreditava que todas as pessoas têm uma combinação única de quatro traços comportamentais: D (dominância), I (influência), S (estabilidade) e C (conformidade). Estes quatro traços se combinam para formar nosso estilo de comportamento natural, ou seja, a maneira como agi-

mos e nos comportamos em diferentes situações.

O traço de dominância (D) se refere ao nosso nível de assertividade e a nossa capacidade de tomar decisões rapidamente. Pessoas com uma tendência marcada para a dominância são geralmente confiantes, ousadas e decididas. Elas não têm medo de desafiar o status quo e gostam de ser o centro das atenções.

Já o traço de influência (I) se refere à nossa habilidade de persuadir e inspirar os outros. Pessoas com uma tendência marcada para a influência são geralmente extrovertidas, animadas e carismáticas. Elas gostam de se comunicar e de se relacionar com os outros, e são excelentes em criar conexões com pessoas.

O traço de estabilidade (S) se refere à nossa capacidade de lidar com mudanças e incertezas. Pessoas com uma tendência marcada para a estabilidade são geralmente pacientes, equilibradas e confiáveis. Elas preferem manter as coisas como estão e evitar mudanças súbitas e abruptas.

Por fim, o traço de conformidade (C), se refere à nossa necessidade de seguir regras e procedimentos. Pessoas com uma tendência marcada para a conformidade são geralmente precisas, detalhistas e cuidadosas. Elas valorizam a ordem e a organização, e gostam de trabalhar com dados e informações precisas.

Compreender o nosso próprio estilo de comportamento DISC e o de outras pessoas pode ser extremamente útil em vários aspectos da nossa vida, desde as relações pessoais até o ambiente de trabalho. Ao conhecer nossas tendências comportamentais, podemos desenvolver estratégias para melhor nos comunicarmos com outras pessoas, lidar com situações de conflito e trabalharmos de forma mais eficaz com equipes diversas.

No entanto, vale lembrar que o modelo DISC não é uma fórmula mágica para entender a personalidade das pessoas. Cada pessoa é única e pode apresentar características de mais de um traço comportamental. Além disso, nossos comportamentos podem mudar em diferentes situações, o que significa que não somos presos a um único estilo DISC.

Em resumo, a metodologia DISC é uma ferramenta valiosa para compreender as diferenças comportamentais, melhorar nossas habilidades

de comunicação, colaboração com os outros e como veremos profundamente mais adiante nesse ebook, aumentarmos nossas vendas.

2.2. As quatro dimensões da personalidade DISC

Chegou a hora de explorarmos as quatro dimensões da personalidade DISC em detalhes para que você possa entender melhor como cada uma delas influencia os comportamentos e a comunicação com outras pessoas. Ao entender os quatro perfis, você pode começar a desenvolver habilidades para interpretar a maneira como cada dimensão enxerga a vida, melhorando assim suas habilidades de comunicação e, em última análise, de convencimento no momento da venda, tema principal desse ebook.

Vamos mergulhar nas quatro dimensões da personalidade DISC e descobrir o que cada uma significa.

PERFIL DOMINANTE (D)

As pessoas com alto índice de (D) são geralmente assertivas, competitivas e diretas. Eles são pessoas orientadas para objetivos e costumam ter uma visão clara do que desejam alcançar.

Elas são frequentemente descritas como confiantes e independentes, gostam de assumir riscos e tendem a ter pouca paciência para a procrastinação ou a indecisão. Elas costumam ter uma forte necessidade de controle e preferem liderar em vez de seguir.

Outra característica comum dos indivíduos Dominantes é a impaciência. Eles podem ficar frustrados facilmente com aqueles que não se movem rápido o suficiente ou que não compartilham sua abordagem direta e assertiva, e têm uma tendência a serem mais agressivos e competitivos do que outras pessoas.

No entanto, as pessoas com perfil Dominância também são líderes naturais e podem ser bastante motivadoras e inspiradoras. Elas têm a capacidade de ver o quadro geral e podem tomar decisões rápidas e assertivas, são altamente eficientes e têm uma forte ética de trabalho.

A emoção que se destaca nesse perfil é a raiva. Um alto (D) tende a se

irritar com facilidade, pois costuma “ter o pavio curto”. Inclusive, uma maneira de identificar o quão predominante é a dimensão dominância em uma pessoa é, justamente, observando a intensidade e frequência com que ela se irrita ou demonstra raiva.

Para trabalhar com pessoas com alto índice de D, lembre-se que eles gostam de ser desafiados e terão mais sucesso em um ambiente em que possam liderar. Eles preferem receber feedback direto e honesto e costumam se sentir frustrados com colegas que não compartilham suas qualidades assertivas. No entanto, quando bem direcionados, suas forças podem levar a excelentes resultados em qualquer projeto ou ambiente de trabalho.

Quando canalizado corretamente, o Dominante pode levar a excelentes resultados em funções que exijam liderança, iniciativa e tomada de decisão rápida. Algumas dessas funções incluem cargos de gerência, vendas, empreendedorismo e outras tarefas que exigem coragem e uma abordagem agressiva para alcançar objetivos.

Uma curiosidade sobre o alto (D) é que, historicamente, muitos líderes e personalidades famosas apresentam altos níveis de Dominância em suas personalidades. Isso inclui figuras históricas como Winston Churchill, Steve Jobs, bem como líderes empresariais como Elon Musk e Jeff Bezos.

Os indivíduos alto (D) têm uma tendência natural a serem corajosos, ambiciosos e assertivos em suas ações e tomadas de decisão. Essas características podem ajudá-los a ter sucesso em ambientes altamente competitivos, onde é preciso correr riscos e tomar decisões rápidas.

No entanto, vale destacar que um Dominante também pode apresentar desafios em ambientes sociais e de trabalho, onde a colaboração e o trabalho em equipe são importantes. É necessário encontrar um equilíbrio entre a assertividade e a cooperação para alcançar o sucesso em muitas áreas da vida.

Em síntese, o perfil Dominante é um “perfil de líder” natural, mas também é preciso ter consciência dos desafios que podem ser encontrados com a abordagem agressiva e focada em objetivos que são comuns a essa dimensão.

PERFIL INFLUENTE (I)

O (I) do DISC representa o traço de personalidade da influência. Pessoas com esse perfil são frequentemente descritas como extrovertidas, sociáveis e comunicativas. Elas tendem a ser muito persuasivas e têm um talento natural para convencer e influenciar os outros.

Essas pessoas são vistas como animadas e motivadoras, gostam de estar no centro das atenções e tendem a ser muito populares dentre seus colegas e amigos. Elas geralmente têm uma personalidade encantadora e cativante, o que as torna excelentes em vendas e marketing.

Outra característica comum dos indivíduos com alto índice de (I) é a falta de foco. Elas podem se distrair facilmente com novas ideias e tendem a ter dificuldade em manter o foco em tarefas específicas. Elas também podem ser um pouco impulsivas e tendem a tomar decisões rápidas, muitas vezes baseadas em suas emoções.

No entanto, as pessoas com a dimensão influência predominante também são muito criativas e com a capacidade de pensar fora da caixa, costumam ser empáticas, compassivas, e contam com um forte desejo de ajudar os outros.

A emoção que se destaca no perfil influência é o otimismo. Quanto mais predominante essa dimensão em alguém, mais essa pessoa tenderá a ver o lado bom das coisas, mesmo quando a situação não for das mais favoráveis. O alto (I) possui uma enorme capacidade de ser percebido como uma pessoa confiante, convencendo os outros a concordarem com suas ideias e visões de futuro.

Para trabalhar com pessoas com esse perfil, é necessário ter em mente que elas gostam de se sentir valorizadas e apreciadas. Elas tendem a se sair melhor em um ambiente de trabalho social e colaborativo, onde possam usar suas habilidades de comunicação e influência para contribuir com as outras pessoas. Elas também precisam de liberdade para se expressar e costumam obter menos sucesso em ambientes muito estruturados e controlados.

Quando canalizado corretamente, o alto (I) pode levar a excelentes resultados em vendas, marketing e funções de liderança. A capacidade natural de persuasão e carisma dessas pessoas pode inspirar e motivar outros a alcançar grandes conquistas.

Algo previsível sobre esse perfil é que muitos artistas, atores e celebri-

dades apresentam altos níveis dessa dimensão em suas personalidades. Isso inclui figuras icônicas como Marilyn Monroe, Elvis Presley, Robin Williams, Silvio Santos, Fátima Bernardes e Galvão Bueno.

Como gostam de estar no centro das atenções, os indivíduos Influentes habitualmente são muito expressivos e emocionais em suas interações com os outros. Essas características podem ajudá-los a ter sucesso em áreas que exigem comunicação efetiva ou a necessidade de se manter em evidência.

No entanto, vale ressaltar que um alto (I) também pode apresentar desafios em ambientes onde é preciso ser mais reservado ou objetivos em suas interações com os outros. Além disso, indivíduos influentes costumam ser mais propensos a buscar novidades e aventuras, o que pode levar a uma tendência a se distrair facilmente ou não se comprometer de maneira duradoura com alguns compromissos.

Em resumo, o perfil (I) pode ser visto como um “perfil de artista” natural, mas é importante encontrar um equilíbrio entre a sociabilidade e a produtividade para alcançar o sucesso em muitas áreas da vida.

PERFIL ESTÁVEL (S)

As pessoas Estáveis são frequentemente descritas como amigáveis, leais e compassivas. Elas valorizam a harmonia e a estabilidade em suas vidas e tendem a ser muito responsáveis e confiáveis.

Essas pessoas são frequentemente vistas como pacientes e têm a capacidade de trabalhar bem em equipe. Elas preferem um ambiente de trabalho estável e previsível, onde possam se sentir seguras e apoiadas, também têm uma forte ética de trabalho e buscam ser conscienciosas.

Outra característica comum dos indivíduos Estáveis é a falta de assertividade. Elas podem ser relutantes em assumir riscos e tendem a evitar conflitos, por isso, preferem trabalhar em um ambiente calmo e previsível e podem ter dificuldade em se adaptar a mudanças repentinas.

No entanto, as pessoas com a dimensão estabilidade acentuada são frequentemente vistas como confiáveis e leais e podem ser excelentes em funções de apoio e serviço ao cliente. Elas têm uma natureza compassiva e podem ser bastante empáticas com os outros.

A principal característica em relação à parte emocional do perfil estabilidade é que o alto (S) não demonstram emoções. Mas é preciso tomar cuidado ao interpretar essa afirmação!

O Estável é muito emotivo, entretanto possuem uma habilidade inata de esconder suas emoções, seja enfrentando um terrível problema pessoal, seja quando acabou de ganhar na loteria. Eles costumam expressar pouco o que sentem, podendo internalizar suas emoções e dizer que tudo está bem, quando essa pode não ser a verdade.

Para trabalhar com pessoas com alto índice de (S), é importante lembrar que elas preferem um ambiente de trabalho com poucas alterações, que precisam de tempo para se adaptar a mudanças e que podem se sentir desconfortáveis em ambientes altamente competitivos. Elas também precisam de encorajamento para expressar suas opiniões e ideias, já que tendem a evitar conflitos.

Quando canalizado corretamente, o alto (S) pode levar a excelentes resultados em funções de apoio ao cliente, gerenciamento de projetos e funções administrativas. Sua natureza compassiva e leal pode inspirar confiança e estabilidade em sua equipe, levando a um ambiente de trabalho mais colaborativo e harmonioso.

Algo que vale destacar é o fato de muitos profissionais de serviços de saúde e assistência social apresentam altos níveis de estabilidade em suas personalidades. Isso inclui profissionais como enfermeiros, assistentes sociais e terapeutas. Além disso, personalidades famosas por sua doação pessoal e luta a favor dos mais fracos e oprimidos como Madre Teresa de Calcutá, Martin Luther King Jr. e Mahatma Gandhi também possuem a estabilidade como seu perfil comportamental predominante.

Os indivíduos Estáveis costumam ser prestativos, empáticos e pacientes. Eles gostam de ajudar os outros e tendem a ser muito confiáveis em suas interações com os colegas e amigos. Essas características podem ajudá-los a ter sucesso em áreas que exigem habilidades interpessoais, como cuidados de saúde ou ensino.

No entanto, é importante lembrar que um Estável também pode apresentar desafios em ambientes altamente competitivos, onde é preciso ser mais assertivo e focado em objetivos. Indivíduos com o perfil estabilidade mais acentuado tendem a ser mais propensos a evitar conflitos e se conformar com a opinião dos outros, o que pode levar

a dificuldades em tomar decisões difíceis.

Em resumo, o perfil (S) pode ser visto como um “perfil de cuidador” natural, mas é importante encontrar um equilíbrio entre a empatia e a assertividade para alcançar o sucesso em muitas áreas da vida.

PERFIL CONFORMIDADE (C)

As pessoas com alto índice de (C) são frequentemente descritas como perfeccionistas, organizadas, orientadas para detalhes e tendem a ser muito precisas e meticulosas em tudo o que fazem.

Essas pessoas são frequentemente vistas como analíticas e têm um forte desejo de seguir regras e regulamentos. Elas preferem trabalhar em um ambiente estruturado e controlado e tendem a ser disciplinadas e responsáveis.

Outra característica comum do perfil Conformidade é a falta de flexibilidade. Elas podem ter dificuldade em se adaptar a mudanças repentinas e tendem a ficar frustradas com a falta de ordem e controle, costumam ser relutantes em tomar decisões rápidas e preferem analisar todas as opções antes de agir.

No entanto, as pessoas com a dimensão Conformidade como a mais predominante são frequentemente vistas como confiáveis e responsáveis e podem ser excelentes em funções que exigem atenção aos detalhes e precisão. Elas têm uma natureza orientada para seus resultados e podem ser muito comprometidas em atingindo metas e objetivos.

A emoção que se destaca nesse perfil Conformidade é o medo. Quanto mais predominante for esse perfil, maior a necessidade do indivíduo de coletar informações ou saber todas as regras antes de tomar uma decisão. Costuma agir “segundo o manual”, aumentando assim as chances de evitar erros, enganos, críticas e minimizar os riscos das decisões.

Pesquisas nessa área mostram conclusivamente que uma pessoa com alto (C) em seu perfil é melhor motorista e que pais com alto (C) tendem a ser mais protetores e cuidadores em relação a seus filhos, também devido ao medo que sentem.

Para trabalhar com pessoas Conformes, é importante lembrar que elas preferem um ambiente de trabalho estruturado e controlado,

que precisam de tempo para analisar informações e tomar decisões e que podem se sentir desconfortáveis em ambientes muito caóticos. Elas também precisam de reconhecimento por seu trabalho duro e dedicação, e podem ficar desmotivadas se não perceberem que seus esforços estão sendo reconhecidos.

Quando canalizado corretamente, um Conforme pode levar a excelentes resultados em funções que exigem atenção aos detalhes, como finanças, contabilidade e gestão de projetos. Sua natureza analítica e orientada para o objetivo pode ajudá-lo a identificar áreas de melhoria e a trabalhar para alcançar metas de longo prazo.

Um fato sobre o perfil conformidade é que muitos cientistas e pesquisadores apresentam altos níveis de (C) em suas personalidades. Isso inclui figuras icônicas como Albert Einstein, Isaac Newton e Marie Curie.

Os indivíduos alto (C) tendem a ser precisos, analíticos e metódicos. Eles gostam de trabalhar com dados e informações, e tendem a ser muito detalhistas em suas interações com os outros. Essas características podem ajudá-los a ter sucesso em áreas que exigem pensamento crítico e solução de problemas, como engenharia, ciência e tecnologia.

No entanto, é importante lembrar que um Conforme também pode apresentar dificuldade em ambientes onde é preciso ser mais adaptável ou flexível. Além do mais, indivíduos com esse perfil tendem a ser mais propensos a ser perfeccionistas e a ter dificuldade em delegar tarefas ou trabalhar em equipe.

Em suma, o perfil (C) pode ser visto como um “perfil de analista” natural, mas é importante encontrar um equilíbrio entre a atenção aos detalhes e a flexibilidade para alcançar o sucesso em muitas áreas da vida.

2.3. Como avaliar sua personalidade DISC

Sua personalidade é uma das características mais importantes que você possui, é o que o torna único e especial. É ela que define a maneira como você se comporta em diferentes situações e como se comunica com as outras pessoas.

Para ser capaz de utilizar a metodologia DISC para aumentar suas vendas, identificando como deve lidar com diferentes perfis de compradores, você precisa primeiro entender seu estilo. Dessa forma você terá consciência de qual sua maneira mais natural de agir e como precisará se adaptar para se conectar mais profundamente com seus clientes e eliminar as objeções deles.

Para avaliar sua própria personalidade DISC e ampliar a compreensão sobre si mesmo, você deve seguir os seguintes passos:

PASSO 1: FAÇA UM TESTE DISC

A maneira mais fácil de analisar sua própria personalidade DISC é fazer um teste online. Existem muitas avaliações disponíveis, mas escolha uma que seja confiável e que ofereça uma análise abrangente. O teste geralmente consiste em uma série de perguntas que você deve responder com base no seu comportamento em determinadas situações.

Para começar, você pode fazer nosso teste gratuito. Ele não é um teste profissional e não fornece todas as informações que uma avaliação pagar será capaz de oferecer sobre você, mas é um recurso bastante preciso e confiável, e um ótimo ponto de partida para conhecer seu perfil comportamental.

O link para nosso teste DISC gratuito é:

<https://www.mrcoach.com.br/perfil-comportamental-disc.php>

PASSO 2: ANALISE OS RESULTADOS

Depois de fazer o teste, você receberá uma avaliação completa de seu perfil comportamental DISC. O relatório costuma incluir informações sobre suas principais características, pontos fortes e fracos, e sugestões para melhorar sua comunicação e relacionamentos interpessoais. Leia cuidadosamente a análise e tente identificar os padrões que encontrar.

É importante lembrar que a análise DISC é apenas uma ferramenta de autoconhecimento. Ela pode fornecer insights valiosos, mas não é uma descrição exata de quem você é. Use esses insights para melhorar seus relacionamentos e comunicação, mas lembre-se de que a

mudança só ocorre através da prática constante e do esforço.

PASSO 3: ENTENDA SUA PERSONALIDADE DISC

Agora que você tem uma análise completa de seu perfil, é hora de entender o que isso significa. Descubra o que cada uma das quatro dimensões de personalidade significa e como ela se aplica a você. Por exemplo, se você tem uma alta pontuação em Dominância, é bem provável que você seja direto e objetivo em sua abordagem e tenda a ser orientado para resultados. Por outro lado, se você tem uma alta pontuação em Influência, você deve ser persuasivo e extrovertido e tende a ser mais orientado para as pessoas, como já descrevemos no tópico anterior desse ebook.

Quanto mais você se aprofundar na metodologia DISC, maior será sua compreensão sobre você e sobre as pessoas para quem gostaria de vender, por isso, sugerimos que, caso ainda não tenha adquirido nosso curso online chamado "Entendendo seu teste DISC", você pense seriamente nessa possibilidade.

Existe uma boa chance de você já ser nosso aluno, uma vez que esse ebook é um dos bônus oferecidos para quem adquire o curso, mas caso tenha comprado o ebook separadamente, segue o link do nosso treinamento: <https://www.mrcoach.com.br/curso-disc>.

Você pode usar esse código promocional para que o valor que você pagou nesse ebook seja descontado do valor do curso, afinal, como já mencionei, ele é oferecido como bônus no treinamento.

Use o cupom: **DESCONTOEBOOK**

PASSO 4: APLIQUE SUAS DESCOBERTAS

Agora que você tem uma compreensão mais clara sobre sua personalidade, é hora de aplicar essas descobertas. Use suas forças para trabalhar em seus pontos fracos e aprender a se comunicar mais efetivamente com as pessoas ao seu redor. Aplique sua compreensão de como outras pessoas pensam e se comportam para melhorar seus relacionamentos e tornar-se um comunicador mais eficaz.

Abaixo, vou acrescentar algumas sugestões de como fazer isso:

1. Desenvolva um plano de ação personalizado - Você pode usar sua análise DISC para desenvolver um plano de ação personalizado para trabalhar em suas áreas de melhoria e ampliar suas forças. Defina metas claras e medidas para alcançá-las. Isso pode ajudá-lo a se concentrar em melhorar suas habilidades e a aumentar sua eficácia em diferentes áreas da vida, não só na comunicação.
2. Aprenda a se adaptar a diferentes situações - Use sua compreensão do modelo DISC para se adaptar a diferentes situações e tipos de pessoas. Se você está trabalhando em um ambiente altamente competitivo, pode ser necessário ser mais assertivo e dominante. Por outro lado, se está trabalhando em um ambiente onde a cooperação é mais importante, pode ser necessário ser mais paciente e voltado para as relações com as pessoas.
3. Reforce a empatia e a compreensão - Use as informações sobre as diferentes dimensões descritas na ferramenta DISC para reforçar a empatia e a compreensão das perspectivas dos outros. Isso pode ajudá-lo a desenvolver relacionamentos mais fortes e a resolver conflitos de maneira mais eficaz. Ao entender melhor as motivações e as necessidades dos outros, você pode se comunicar com mais clareza e alcançar resultados melhores.
4. Identifique oportunidades de desenvolvimento - Use sua análise DISC para identificar oportunidades de desenvolvimento e aprendizado. Isso pode incluir a participação em treinamentos específicos, a busca de mentoria ou a leitura de livros e artigos relacionados ao seu tipo de personalidade. Isso pode ajudá-lo a desenvolver habilidades e conhecimentos que complementem suas forças e abordem suas áreas de melhoria.
5. Celebre suas conquistas - Nunca se esqueça do mais importante quando o assunto é autodesenvolvimento, celebrar suas conquistas e vitórias ao longo do caminho. Reconhecer seu progresso pode ajudá-lo a se sentir motivado e encorajado a continuar aprendendo e crescendo. Celebre as pequenas vitórias e lembre-se de que o autoaperfeiçoamento é uma jornada constante e empolgante.

Avaliar seu próprio perfil comportamental pode ser uma ferramenta poderosa para entender melhor a si mesmo e melhorar sua comunicação com os outros. Ao seguir os 4 passos acima, você pode obter

uma compreensão clara de suas principais características e como elas se aplicam à sua vida cotidiana. Use essas descobertas para se tornar um comunicador mais eficaz e construir relacionamentos mais fortes e significativos.

2.4. Como avaliar o perfil DISC de outras pessoas

Para podermos utilizar a metodologia DISC no aumento das suas vendas, precisamos ser capazes de identificar o perfil comportamental das outras pessoas. O problema é que, na grande maioria das vezes, não teremos a oportunidade de pedir que nosso cliente fala um teste DISC para saber como devemos nos comunicar com ele.

Então o que podemos fazer para descobrir qual o perfil de uma outra pessoa sem o auxílio de um teste?

Avaliar a personalidade DISC de outro indivíduo sem o uso de um teste formal pode ser um desafio, mas existem algumas técnicas que você pode usar para obter insights sobre as personalidades das pessoas ao seu redor. Aqui estão algumas sugestões:

DICA 1 :: OBSERVE O COMPORTAMENTO E AS CARACTERÍSTICAS DA OUTRA PESSOA

A observação atenta pode fornecer pistas valiosas sobre o perfil comportamental de alguém. Observe como ele se comporta em diferentes situações, sua linguagem corporal, sua postura e como ele interage com o ambiente e com as outras pessoas no local.

Seguem algumas características que você pode tentar observar em cada um dos perfis:

DOMINANTE - Uma pessoa com esse perfil terá uma linguagem corporal mais assertiva e direta, e uma postura mais ereta e confiante. Tenderá a fazer gestos amplos com as mãos e usar o contato visual para enfatizar sua mensagem. Ela pode não gostar de se sentar por longos períodos e preferindo se manter em movimento. Também existem uma boa chance de um Dominante tentar assumir uma posição de poder dentro do ambiente que estiver sentando-se na cabeceira da mesa ou tomando a liderança em uma conversa. Ela parecerá

decidida, segura e motivada.

INFLUENTE - Alguém com predominância do perfil Influência manterá uma postura mais relaxada e aberta e com uma linguagem corporal mais expressiva e animada. Ela também fará uso de gestos amplos com as mãos e o corpo, e buscará o contato visual para se conectar com as pessoas com que está conversando. Ela parecerá mais sociável e deverá se manter em uma posição mais descontraída, preferindo sentar-se em uma posição mais relaxada, encostada em alguma superfície ou cruzando as pernas, ou os braços. Uma pessoa com esse perfil buscará ser simpática e amigável, valorizando um ambiente mais descontraído.

ESTÁVEL - Ao observar o comportamento de uma pessoa com esse perfil, você notará uma postura mais relaxada e aberta, e uma linguagem corporal mais descontraída e gentil. Ela se manterá calma e buscará não chamar a atenção nem deixar transparecer o que está sentindo no momento. Um Estável usará gestos mais sutis, e buscará fazer contato visual para se conectar com os outros. Ele será percebido como uma pessoa tranquila e gentil, que sabe como manter o ambiente calmo e sereno.

CONFOME - Uma pessoa com uma personalidade de Conformidade tende a ter uma postura mais ereta e formal. Ela pode conservar uma posição mais rígida e parecer mais reservada dependendo do ambiente onde estiver. Possuirá uma linguagem corporal mais contida e precisa, procurando manter seus gestos sempre curtos e sutis. Um Conforme irá sentar-se em uma posição mais rígida, com as costas retas e as pernas juntas, ou manter-se em pé de maneira mais formal. Pessoas com esse perfil geralmente valorizarão a organização e demonstrarão um interesse especial por regras e procedimentos.

DICA 2 :: ESCUTE ATENTAMENTE

Preste atenção em como as pessoas falam e o que dizem. O tom de voz, as palavras que usam e como se expressam podem dar uma pista sobre a personalidade DISC delas.

Para identificar o perfil comportamental de alguém pela maneira como ela se comunica, fique atento aos seguintes sinais:

DOMINANTE - Pessoas com o perfil dominância mais proeminente

se comunicam de forma clara e direta. Elas podem falar em um tom de voz mais alto e mais forte do que as outras pessoas do recinto, e parecer impacientes ou irritadiças. Tendem a usar uma linguagem mais assertiva e direta, e serem menos pacientes para se envolver em conversas longas e detalhadas.

Os dominantes costumam usar expressões que indicam controle, força, poder e ação, tais como:

“– Vamos resolver agora.”
“– Eu quero resultados.”
“– Faça isso.”
“– Não me importo com os detalhes.”
“– Eu tomo minhas próprias decisões.”
“– Vamos direto ao ponto.”
“– Eu estou no comando.”
“– Deixe-me mostrar como é feito.”
“– Eu vou fazer isso acontecer.”

Além disso, algumas palavras comuns em seu vocabulário podem ser: “decisão”, “ação”, “poder”, “resultados”, “objetivo”, “liderança”, “risco”, “desafio”, “competição” e “realização”.

INFLUENTE - Uma pessoa com esse perfil tende a se comunicar de forma entusiasmada e persuasiva. Costumam falar em um tom de voz alto e mais alegre, e pode usar palavras e frases emocionais e cativantes. Influentes gostam de usar histórias, exemplos e anedotas para ilustrar seus pontos de vista.

Pessoas influentes costumam usar expressões que indicam entusiasmo e otimismo, tais como:

“– Que legal!”
“– Vamos nos divertir.”
“– Vamos fazer acontecer juntos.”
“– Eu adoro isso.”

*"— Vamos aproveitar a vida."
"— Eu confio em você."
"— Isso é uma oportunidade incrível."
"— Vamos dar o nosso melhor."
"— Você é incrível."*

Além disso, algumas palavras que podem estar presentes quando se expressam são: "amigos", "pessoas", "diversão", "alegria", "emoção", "oportunidade", "inspiração", "motivação", "felicidade" e "prazer".

ESTÁVEL - Esse tipo de perfil se comunica de forma calma e afetuosa. Fala em um tom de voz mais baixo e mais suave, e busca uma comunicação mais gentil e amigável, e prefere ouvir a falar, porque tem um interesse genuíno no que o outro tem a dizer. Costuma usar perguntas abertas e escutar com atenção para se conectar com os outros.

Pessoas com personalidade de Estabilidade tendem a usar expressões que indicam apoio e harmonia, tais como:

*"— Eu estou aqui por você."
"— Vamos trabalhar juntos."
"— Vamos resolver isso juntos."
"— Você pode contar comigo."
"— Eu te amo."
"— O que podemos fazer para ajudar?"
"— Eu sou grato por você."
"— Vamos construir um futuro juntos."
"— Eu valorizo a nossa relação."*

Além disso, algumas palavras comuns em seu dia a dia são: "amor", "segurança", "estabilidade", "harmonia", "confiança", "paz", "lealdade", "amizade", "família" e "união".

CONFORME - Um Conforme tende a se comunicar de forma clara e detalhada, sempre falando em um tom de voz mais baixo e mais suave, procurando usar palavras e frases mais precisas e técnicas. Valoriza a precisão e a atenção aos detalhes na hora de se comunicar, e costuma se concentrar mais em fatos e informações do que em emoções e ideias. Tem o costume de fazer perguntas específicas e esperar respostas detalhadas.

Pessoas com perfil Conformidade costumam se expressar usando termos que indicam precisão e exatidão, tais como:

"— Isso não está certo."

"— Precisamos ser precisos."

"— Temos que seguir o procedimento."

"— Eu preciso de mais informações."

"— Isso tem que ser verificado."

"— Vamos analisar os dados."

"— Não podemos cometer erros."

"— Vamos seguir o plano."

"— Eu preciso de tempo para pensar."

Além disso, as palavras mais presentes na sua comunicação estão relacionadas a "precisão", "perfeição", "detalhes", "lógica", "análise", "verificação", "planejamento", "estratégia", "informação" e "procedimentos".

DICA 3 :: FAÇA PERGUNTAS ABERTAS

Pergunte às pessoas sobre suas experiências e como elas lidam com determinadas situações. As respostas que elas fornecerem podem ser úteis para identificar sua personalidade DISC.

Seguem alguns exemplos:

1. Para identificar uma pessoa com personalidade de Dominância:

"Como você lida com situações difíceis em sua vida?"

"O que você acha que é necessário para liderar um grupo ou equipe?"

"Como você toma decisões importantes em sua vida pessoal?"

"Como você se comunica com seus amigos e familiares?"

2. Para identificar uma pessoa com personalidade de Influência:
"Como você se relaciona com as pessoas em sua vida pessoal?"
"O que te inspira e te motiva na vida?"
"Quais são as coisas que você mais gosta de fazer com amigos e familiares?"
"Como você lida com situações difíceis ou conflitos em sua vida pessoal?"
3. Para identificar uma pessoa com personalidade de Estabilidade:
"O que é mais importante para você em seus relacionamentos pessoais?"
"Como você lida com situações estressantes em sua vida pessoal?"
"O que você acha que é necessário para construir e manter relacionamentos harmoniosos?"
"Como você lida com mudanças ou incertezas em sua vida pessoal?"
4. Para identificar uma pessoa com personalidade de Conformidade:
"Como você lida com mudanças em sua vida pessoal?"
"Você acha que precisão e qualidade são fundamentais em um projeto pessoal?"
"Como você se comunica com seus amigos e familiares?"
"Como você lida com situações inesperadas em sua vida pessoal?"

Você também pode fazer algumas perguntas mais fechadas, mas igualmente esclarecedoras como:

1. Para identificar uma pessoa com personalidade de Dominância:
"Você gosta de assumir o controle das situações ou prefere que outras pessoas liderem?"
"Você gosta de tomar decisões rapidamente ou prefere analisar todas as opções antes de decidir?"
"Você é alguém que gosta de ter desafios ou prefere evitar conflitos e situações desconfortáveis?"
"Você acha que é mais importante ser eficiente ou preciso em suas tarefas?"
2. Para identificar uma pessoa com personalidade de Influência:
"Você gosta de estar cercado por outras pessoas e ser o centro das atenções ou prefere trabalhar sozinho?"
"Você é alguém que gosta de fazer novas amizades e conexões ou prefere manter um pequeno círculo de amigos próximos?"

“Você acha que é melhor ser criativo ou seguir as regras em suas tarefas?”

“Você gosta de se divertir e aproveitar a vida ou prefere ser mais sério e reservado?”

3. Para identificar uma pessoa com personalidade de Estabilidade:

“Você prefere ter um ambiente de trabalho tranquilo e harmonioso ou prefere um ambiente mais dinâmico e desafiador?”

“Você gosta de manter rotinas e hábitos consistentes ou prefere lidar com situações de forma mais espontânea?”

“Você acha que é mais importante ser leal ou objetivo em suas tarefas?”

“Você gosta de ajudar os outros e ser útil ou prefere focar apenas em seus próprios objetivos?”

4. Para identificar uma pessoa com personalidade de Conformidade:

“Você prefere seguir regras e rotinas estabelecidas ou prefere tentar encontrar novas soluções e métodos?”

“Você acha que é mais importante ser preciso ou rápido em suas tarefas?”

“Você prefere trabalhar sozinho ou em equipe?”

“Você acha que é mais importante manter a ordem e organização ou ser flexível e adaptável?”

DICA 4 :: PROCURE PISTAS NA FORMA COMO AS PESSOAS SE VESTEM E DECORAM SEUS ESPAÇOS

A maneira como as pessoas se vestem e decoram seus espaços pode dar uma ideia sobre qual seu perfil comportamental mais destacado. Veja a seguir algumas características que você pode procurar em cada um dos perfis:

DOMINANTE - Pessoas com esse perfil costumam se vestir com elegância e sofisticação, optando por roupas elegantes com um toque de força. Elas geralmente preferem um visual clean, minimalista e de vanguarda. Mas, sempre com algo em destaque. Adeptos da tecnologia, é comum optarem por referências futurísticas, contemporâneas ou de vanguarda no visual.

Quanto à decoração de seus espaços, os Dominantes geralmente preferem ambientes mais ousados e imponentes, que reflitam sua personalidade forte e determinada. Preferem móveis grandes e vo-

lumosos como sofás e poltronas de couro, mesas de jantar robustas e estantes grandes. Costumam ter uma predileção por iluminações diretas e intensas, e por objetos decorativos com design inovador e moderno. Eles também gostam de incluírem em seus ambientes elementos que os represente ou os coloque em destaque, como autorretratos, diplomas e troféus. A decoração de um Dominante é projetada para ser prática e eficiente, com móveis e objetos resistentes e duráveis.

INFLUENTES - As pessoas com personalidade Influente costumam se vestir de forma vibrante e expressiva, optando por roupas que são modernas e que chamam a atenção. Elas geralmente preferem roupas com cores brilhantes e vivas, estampas interessantes e acessórios chamativos, como joias e sapatos coloridos. Os influentes gostam de se destacar e ser notados, transmitindo uma imagem de entusiasmo e criatividade.

Quanto à decoração de seus espaços, os influentes costumam optar por adornos vibrantes e ousados, com diversas cores e padrões. Eles preferem móveis e objetos que sejam modernos e expressivos, e podem incluir elementos que reflitam seus interesses, hobbies ou viagens. Os influentes também podem usar muitas fotografias em seu ambiente, especialmente fotos deles mesmos com amigos ou em eventos sociais. A decoração de um Influente é projetada para ser acolhedora e convidativa, com muitos objetos interessantes que chamam a atenção e estimulam a conversa.

ESTÁVEIS - Esse tipo de perfil costuma se vestir de forma suave e agradável, optando por roupas confortáveis e simples. Eles geralmente preferem roupas com cores suaves e tons pastéis, tecidos macios e confortáveis, e modelagens que não chamem muita atenção. A aparência de um alto (S) é projetada para ser confortável e aconchegante, transmitindo uma imagem de calma e tranquilidade.

Quanto à decoração de seus espaços, os estáveis costumam optar por algo mais suaves e agradáveis, com muitas cores claras e formas orgânicas. Eles preferem móveis confortáveis e macios, com diversas almofadas e mantas, e podem incluir elementos que transmitam aconchego, como tapetes, cortinas ou plantas. A decoração de alguém com esse perfil é projetada para ser acolhedora e confortável,

com vários objetos que tragam sensação de segurança e paz, e que ajudem a criar um ambiente relaxante. Os estáveis preferem decorações mais clássicas e tradicionais, evitando estilos muito modernos e chamativos.

CONFORME - As pessoas conformes costumam se vestir de maneira formal e conservadora, optando por roupas que são elegantes e clássicas. Elas geralmente preferem roupas com cores neutras e sólidas, como preto, cinza e bege, e evitam estampas ou cores muito vibrantes. A aparência de um conformado é projetada para ser discreta e elegante, transmitindo uma imagem de profissionalismo e seriedade.

Quanto à decoração de seus espaços, os Conformes costumam optar por elementos formais e clássicos, com muitas linhas precisas e formas simétricas. Eles preferem móveis com um estilo tradicional e atemporal, como cadeiras e mesas de madeira escura, e evitam adornos muito ousados ou modernos. Os indivíduos com esse perfil costumam incluir elementos que reflitam sua personalidade ou sua expertise, como bibliotecas ou arquivos organizados com documentos e papéis. A decoração de um conformado é projetada para ser elegante e refinada, com muitos objetos bem-organizados em um ambiente calmo e controlado.

Lembre-se de que as técnicas sugeridas nesse capítulo não são tão precisas quanto um teste DISC formal, mas podem ser úteis para obter insights sobre o perfil comportamental predominante de alguém. Use-as à vontade, mas nunca considere esse processo de investigação dos perfis como encerrado, mantenha-se disposto a aprender mais e a sempre se adaptar às diferentes personalidades que você irá encontrar e se relacionar.

Aplicando o método DISC na venda

A metodologia DISC tem sido amplamente utilizada em diversas áreas, incluindo o setor de vendas. Compreender o perfil comportamental do cliente pode ser uma ferramenta valiosa para os profissionais desse seguimento alcançarem um melhor relacionamento com seus prospects e uma maior efetividade nas negociações. Nesse sentido, a aplicação desse modelo pode ser uma excelente estratégia para aumentar as vendas e a satisfação do cliente.

Os vendedores que aplicam a metodologia DISC podem identificar as necessidades, expectativas e preferências de seus clientes de forma mais efetiva. Através da análise do perfil comportamental de cada comprador, os vendedores podem adaptar suas abordagens e técnicas de vendas para corresponder, por exemplo, ao estilo de comunicação e tom de voz de seu interlocutor, além de identificar os principais gatilhos de compra.

Além disso, os profissionais de vendas que aplicam a metodologia DISC são capazes de identificar seus próprios perfis comportamentais e adaptar seu próprio estilo de comunicação de acordo com o perfil do comprador, como já vimos em capítulos anteriores desse ebook. Isso pode melhorar a comunicação entre o vendedor e o cliente, reduzir conflitos e gerar uma maior satisfação para ambas as partes.

Nas próximas páginas, veremos algumas das principais aplicações da metodologia DISC no mercado de vendas e como os vendedores

podem se beneficiar ao aplicar essa metodologia em suas técnicas de vendas.

3.1. Identificando o estilo do cliente.

No capítulo anterior já elencamos algumas das características presentes na maneira de se comunicar de cada um dos perfis com o intuito de ajudá-lo a identificar qual a dimensão predominante de cada cliente.

Nesta parte do ebook vamos nos aprofundar nesse tema, visto que saber as preferências de comunicação do seu cliente é a base da estratégia para aumentar suas vendas utilizando a metodologia DISC.

DOMINANTES

Como o Dominante gosta de se comunicar:

De forma direta - Costuma ir direto ao ponto, sem muita enrolação. Gosta de se expressar livremente, sem preocupações com formalidades ou regras sociais, não gosta de embromação e sempre dá preferência às interações mais autêntica e honesta, mesmo que isso traga um impacto negativo para a relação.

Com firmeza - O tom de voz do Dominante é enérgico e autoritário, gosta de transmitir confiança e autoridade em suas falas para que possa fazer valer sua posição e ter suas necessidades e desejos atendidos. Ao se comunicar de forma firme, o alto (D) busca impor seus limites, estabelecer suas prioridades e direcionar ações para alcançar seus objetivos.

Com soberania - Gosta de ter controle da narrativa, desse modo, pode ser mais propensa a falar do que a ouvir, dominando a conversa com suas opiniões e pensamentos. Mesmo que o debate não seja diretamente sobre ele, o Dominante tende a trazer o foco de volta para si mesmo, procurando manter o controle e a liderança da interlocução.

De maneira concisa - Usa uma linguagem clara e concisa, sem muitos rodeios ou jargões técnicos, não gosta e não tem paciência para debates intermináveis. Costuma ser bastante assertivo, sem excessos

ou assuntos desnecessários.

Com eficiência - Procura ser eficiente em sua comunicação, prefere falar de maneira objetiva, simples e produtiva, sem ambiguidades ou generalizações, sempre entra em uma conversa com o objetivo de informar e resolver rapidamente as questões importantes. Como é focado em resultados, persegue discussões que levem a resultados práticos e que resolvam problemas de forma diligente e satisfatória.

De forma Solucionadora - Muito focado na solução dos problemas, procura estabelecer diálogos que tragam soluções e que levem a resultados práticos como a resolução de um problema ou conflito específicos.

Com objetividade - Bastante objetivo em sua comunicação, procura ser claro e direto a fim de se esquivar de mal-entendidos. Sempre interessado em identificar qual é o objetivo de cada conversa, trabalha de forma rápida e eficiente para alcançá-lo assim que o define.

Como o Dominante gosta que falem com ele:

Sem rodeios - Aprecia quando as pessoas falam com ele de forma direta, sem muita enrolação, gosta de saber o que é importante e não tem paciência para conversas que não levam a lugar algum. Sente-se mais à vontade tratando com pessoas que falam de uma maneira mais franca e pessoal, que compartilham suas ideias, opiniões e sentimentos de forma transparente, sem meias palavras.

Com confiança - Não costuma respeitar as pessoas que demonstram insegurança, por isso, gosta de interlocutores que falam com confiança e assertividade. Responde bem a um tom de voz firme e autoritário como o dele próprio, e se relaciona melhor com quem demonstra saber do que está falando e que transmite segurança no que diz.

De forma respeitosa - Gosta de ser tratado com respeito em suas conversas e podem ficar irritados ou frustrados quando percebem que não estão sendo levados a sério ou sendo subestimados. Por isso aprecia interlocutores que sabem ouvi-lo e que respeitam suas opiniões, suas conquistas e sua posição.

De maneira argumentativa - Valoriza desafios e pode responder favoravelmente a argumentos bem fundamentados que confrontem suas

ideias, crenças, ações ou decisões. Lida de forma hábil com embates e costuma reagir bem quando desafiado a considerar diferentes perspectivas e abordagens, assim, tende a respeitar interlocutores que tenham uma boa argumentação e que saibam fundamentar suas opiniões.

Com respostas rápidas - Prefere tratar com pessoas que respondem de forma ágil, clara, concisa e eficiente, não gosta de esperar muito tempo por um retorno. Um alto (D) acredita que a hesitação ou a demora pode levar a perda de oportunidades, ou a uma diminuição da eficácia. Por essa razão, pode ficar impacientes ou irritados quando a resposta ou a ação de outras pessoas não é veloz o suficiente para atender às suas expectativas.

INFLUENTES

Como o Influyente gosta de se comunicar:

De maneira expressiva - Gosta de se expressar de forma animada e entusiasmada, transmite emoções em suas falas e valoriza uma comunicação alegre e divertida. Procura usar uma linguagem colorida e criativa, e quando possível, dá preferência a um estilo de comunicação que utiliza palavras vívidas, expressivas e imaginativas para descrever algo de forma mais interessante, atraente e emocionante.

Com improviso - Se comunica sem um roteiro pré-determinado, improvisando as falas e adaptando-se ao contexto e às necessidades da situação. O alto (I) costuma ser espontâneo e descontraído, o que torna sua comunicação mais criativa e autêntica em suas ideias e opiniões.

Com narrativa - Influentes gostam de compartilhar suas experiências e opiniões, e usam as histórias como uma forma de criar conexões e estreitar relacionamentos. Ao contar histórias, os influentes conseguem prender a atenção de seu público, pois utilizam a linguagem corporal, gestos e expressões faciais para ilustrar suas narrativas. Eles também são capazes de adaptar seu tom de voz e ritmo de fala de acordo com o clima e a emoção do enredo, tornando-o mais interessante e atraente. Além disso, as tramas contadas pelos influentes costumam ser divertidas e espontâneas, o que contribui para a criação de um ambiente mais leve e descontraído.

De forma amigável - Pessoas com o perfil Influência procuram manter conversas com troca de informações, ideias e opiniões realizadas de forma respeitosa e agradável. Esse tipo de conversa amigável praticada pelos influentes é caracterizada, principalmente, pela cordialidade, empatia e interesse genuíno pelas opiniões e perspectivas do outro, sem julgamentos, críticas ou agressões verbais.

De maneira relacional - A comunicação do alto (I) é marcada pela conexão, confiança e intimidade entre ele e seus interlocutores. Pessoa com esse perfil estão sempre buscando fortalecer seus vínculos emocionais e aprofundar a compreensão mútua. A linguagem utilizada é mais subjetiva e emotiva, permitindo que as pessoas expressem suas opiniões e sentimentos de forma mais autêntica e profunda. Além disso, as conversas relacionais geralmente envolvem o compartilhamento de experiências pessoais e histórias de vida, o que contribui para a criação de laços emocionais mais fortes.

Com entusiasmo - Procura transmitir animação e energia, por isso, tenta valorizar, quando fala, uma comunicação que traga uma certa paixão e um clima de excitação para a conversa. A maneira de se expressar de um Influente é marcada pela presença de empolgação, otimismo e confiança em relação aos assuntos abordados. Envolvem o compartilhamento de ideias criativas e inovadoras, que estimulem a criatividade e a imaginação. As pessoas desse perfil costumam ser apaixonadas pelo que estão falando e transmitem essa paixão aos demais pela maneira como abordam cada assunto.

Como o Influente gosta que falem com ele:

Com alegria - Um Influente valoriza pessoas que se comunicam de forma leve, descontraída, bem-humorada e amistosa. Aprecia uma comunicação animada e que traga energia para a conversa. Ele tende a dar mais crédito e se conectar com mais facilidade com interlocutores mais abertos e receptivos, que usam uma linguagem mais despojada e informal, e que contribua para a criação de um ambiente positivo e agradável.

De maneira participativa - Influentes gostam de participar de diálogos aberto e inclusivo, em que todas as vozes são ouvidas e respeitadas, com muita interação entre os participantes, que compartilham experiências, conhecimentos e perspectivas diferentes. Sente-se mais a von-

tade em debates nos quais todos os envolvidos têm a oportunidade de contribuir para a conversa, e a discussão é pautada pelo respeito e consideração pelas opiniões divergentes.

De forma narrativa - O Influente gosta de ouvir estórias e de compartilhar experiências pessoais. Sendo assim, aprecia interlocutores que tragam para o diálogo situações interessantes, relatos e metáforas que possam ser utilizadas para ilustrar conceitos abstratos, tornando-os mais concretos e compreensíveis. O alto (I) enxerga nesse tipo de abordagem uma forma envolvente e cativante de se expressar e que permite a ele também compartilhar suas próprias estórias, para criar conexões emocionais e estreitar relacionamentos.

Com criatividade - Um alto (I) gosta de pessoas que se comunicam de maneira criativa, sente-se atraído por uma fala que adiciona cor, imagens e detalhes sensoriais para deixar a mensagem mais atraente e memorável. Aprecia palavras bem escolhidas e que tragam beleza para a interlocução. Influentes admiram os indivíduos capazes de utilizar metáforas, analogias, adjetivos descritivos e outras técnicas literárias que tornam a comunicação mais expressiva e emocionante. Por essa razão, esse tipo de linguagem pode ser muito útil para captar a atenção de um Influente e tornar a mensagem mais marcante aos olhos dele. Pessoas com o perfil influência mais destacado não só são atraídas, como se utilizam desse tipo de linguagem mais criativa é, por esse motivo, são geralmente mais persuasivas, inspiradoras e carismáticas na comunicação.

De forma empática - Por ser tão empático, prefere dialogar com pessoas que se esforçam para entender e se colocar no lugar do outro, buscando compreender suas emoções, sentimentos e perspectivas. Respeita e se conectam mais facilmente com indivíduos capazes de utilizar uma linguagem cuidadosa, condescendente e respeitosa, evitando pessoas que se valem de expressões que possam parecer confrontadoras, rudes ou ofensivas.

De maneira adaptativa - Se identifica com pessoas que são flexíveis, capazes de se ajustar às necessidades e preferências do outro, buscando criar um ambiente de comunicação confortável e produtivo. O alto (I) valoriza pessoas que se esforçam para ouvir e compreender as necessidades e preferências do outro, ajustando a linguagem, o tom de voz e as expressões faciais para se comunicar de forma clara e efetiva.

ESTÁVEIS

Como o Estável gosta de se comunicar:

Com calma - Prefere se comunicar de forma tranquila, serena e equilibrada, buscando manter o controle das emoções e evitar conflitos. O Estável costuma usar um tom de voz suave, expressões faciais relaxadas e um ritmo de fala pausado e controlado.

De forma respeitosa - Sua conversa é pautada pelo respeito e pela disposição para ouvir atentamente o que o outro tem a dizer. A linguagem utilizada por um alto (S) é cuidadosa e respeitosa, evitando o uso de expressões que possam ser ofensivas ou que possam gerar mal-entendidos. Ele procura usar palavras que expresse sua empatia e compreensão com o outro, buscando estabelecer uma comunicação saudável e produtiva.

Com simpatia - O Estável valoriza uma comunicação amigável, com um tom de voz suave e acolhedor, gestos e expressões faciais receptivos, e prefere conversas que são amistosas e que trazem um clima de positividade e cooperação.

De maneira empática - Como é um bom ouvinte, o alto (S) busca manter uma postura de escuta ativa, empática e paciente, em que se esforça para entender as necessidades e opiniões de seu interlocutor. Seus diálogos são marcados pela presença de pausas e silêncios, oferecendo espaço para seu interlocutor se expressar e se sentir ouvido. Pessoas com esse perfil são capazes de manter o foco na conversa e prestar atenção no que o outro está dizendo, evitando distrações e interrupções. Eles fazem perguntas para esclarecer dúvidas e entender melhor as necessidades da outra pessoa, e expressam sua empatia e compreensão com a situação apresentada.

Com equilíbrio - Aprecia uma fala equilibrada e justa, por isso tende a se esquivar de conversas que sejam muito emocionais ou que não levem em conta os dois lados da questão. Como valoriza a harmonia na comunicação, preferem conversas que sejam pacíficas e que não envolvam conflitos ou disputas. Busca sempre contribuir para a criação de um diálogo saudável e produtivo, em que as pessoas se sintam confortáveis e seguras para expressar suas opiniões e ideias.

Como o Estável gosta que falem com ele:

Com previsibilidade - O Estável valoriza a estabilidade em tudo, inclusive na comunicação, sendo assim, prefere conversas que são consistentes e que não mudam de direção o tempo todo. Prefere conversar com quem é consistente, quem se mantém firmes em suas opiniões e que não mudam de ideia constantemente.

De forma compreensiva - Espera que a outra pessoa esteja inclinada a ouvir atentamente e a se colocar no lugar do outro, buscando entender seus sentimentos e necessidades. Por isso, valoriza a empatia, a compaixão e a capacidade de entender as necessidades de todas as partes envolvidas. O Estável se conecta com mais facilidade com interlocutores que estejam dispostos a serem vulneráveis e a abrir-se para ele, compartilhando suas emoções e pensamentos com honestidade e transparência. Assim, presa por parceiros de conversa que estejam prontos a ouvir sem julgamentos, respeitando sua opinião e seu ponto de vista.

Com paciência - Um Estável deseja que a outra pessoa tenha paciência e seja capaz de ouvir sem interromper ou julgar, permitindo que o indivíduo com perfil Estável possa se expressar com tranquilidade e segurança. Por isso, é importante que a comunicação seja feita de forma clara e objetiva, evitando informações desnecessárias ou excesso de detalhes. Valorizam quem é capaz de se adaptar ao ritmo dele, buscando sempre manter um clima harmonioso e respeitoso durante a conversa.

De maneira amigável - Um alto (S) gosta de lidar com pessoas que mantenham um tom de voz amigável e tranquilo durante a conversa. Isso é importante porque um tom de voz elevado ou agressivo pode gerar desconforto e afetar a confiança e a segurança dele. Estáveis são mais voltadas para o relacionamento e preferem manter uma comunicação mais pessoal e próxima. Por isso, esperam que o outro seja capaz de se conectar emocionalmente, buscando entender não apenas as necessidades práticas, mas também as emoções e sentimentos envolvidos na conversa.

Com simplicidade - Podemos dizer que um indivíduo com esse perfil prefere uma linguagem atemporal, que permita que ele entenda de forma clara e objetiva o que está sendo dito, sem a utilização de termos técnicos ou jargões específicos. Isso é importante porque as pessoas Estáveis valorizam a clareza e a simplicidade na comunicação, buscando sempre evitar confusões ou mal-entendidos. Além disso,

esse tipo de locução é importante para que a outra pessoa se conecte emocionalmente com o indivíduo com perfil Estável. A utilização de expressões ou jargões específicos pode gerar uma barreira emocional, dificultando a conexão entre eles.

CONFORMES

Como o Conforme gosta de se comunicar:

De maneira focada - O alto (C) prefere manter o foco em um determinado assunto ou objetivo específico, evitando desvios ou distrações que possam prejudicar a compreensão do que está sendo comunicado. O Conforme procura selecionar as informações mais relevantes e transmiti-las de forma clara e objetiva, sempre com disciplina e organização, porque tem como grande preocupação a otimização do tempo e a melhoria da eficiência em suas relações interpessoais.

Com formalidade - Tende a utilizar uma linguagem mais cuidadosa e rebuscada, com o objetivo de transmitir uma imagem de seriedade e respeito. Alguém com perfil Conforme evita gírias, expressões informais ou jargões específicos, e utiliza uma gramática correta e precisa. Tem o costume de usar pronomes de tratamento adequados como "senhor" e "vossa excelência", e expressões formais como "por gentileza", "atenciosamente", "respeitosamente", entre outras.

Com precisão - Esse perfil tem por costume se valer de uma linguagem clara, concisa e objetiva, com o intuito de transmitir os fatos de forma direta e sem ambivalências. Pessoas com o perfil conformidade mais predominante procuram evitar o uso de expressões desnecessárias ou palavras que possam gerar confusão. Abusam na utilização de termos técnicos, específicos e dos exemplos práticos para ilustrar as informações. Falam sempre com lucidez, organização de ideias, com a apresentação de uma sequência lógica de elementos e evitam, a todo custo, ambiguidades, duplo sentido ou interpretações subjetivas.

De forma educada - Costuma utilizar uma linguagem respeitosa, cortês e cordial, com o objetivo de transmitir uma imagem de educação e gentileza, prezando pelas boas maneiras e mantendo a etiqueta em suas conversas. Um alto (C) sempre evita o uso de expressões rudes ou ofensivas, e demonstra consideração e respeito por seus interlocutores. Usa expressões de cortesia, como "por favor", "obrigado(a)",

“com licença”, e mantém um tom de voz ameno e agradável, com uma postura receptiva e atenciosa.

De maneira embasada - Tende a utilizar uma linguagem que reflete um bom conhecimento do assunto em questão, com o objetivo de transmitir informações precisas e confiáveis. Uma pessoa com esse perfil costuma demonstrar domínio sobre o tema, fundamentando suas afirmações em dados, fatos e evidências e apresentando argumentos sólidos, com base em estudos, pesquisas, experiências ou outras fontes confiáveis.

Com pontualidade - Um indivíduo do perfil conformidade valoriza a pontualidade em tudo, inclusive nas suas conversas, por isso procura tomar uma série de precauções para respeitar o cronograma e horário previamente estipulados. Para evitar o desperdício de tempo, um alto (C) costuma ir direto ao ponto, sem divagações ou histórias irrelevantes. Ele é organizado e tem um planejamento prévio do que deseja comunicar, para evitar desvios no assunto, e dá muita atenção ao tempo, seja em relação à duração da interlocução, seja em relação ao seu horário de chegada e de saída do encontro.

Como o Conforme gosta que falem com ele:

Com cordialidade - Um indivíduo com perfil Conforme, em geral, gosta que seu interlocutor se comunique de maneira amigável, respeitosa e cordial, sem ser excessivamente invasivo ou íntimo. É importante que a outra pessoa demonstre interesse em suas opiniões e esteja disposta a ouvi-lo com atenção, sem interrompê-lo ou criticá-lo de maneira agressiva. Conformes tendem a evitar conflitos e evitam discussões acaloradas. Eles preferem uma abordagem mais pacífica, com conversas tranquilas, e apreciam quando os outros são pacientes e compreensivos, mesmo em situações difíceis.

Com clareza - A comunicação com um perfil Conforme deve ser feita de forma clara e organizada, evitando ambiguidades e incertezas. Eles gostam de seguir processos e regras, portanto é importante ser detalhista e prestar atenção aos procedimentos. Evitar palavras ou frases ambíguas ou confusas é fundamental, pois isso pode levar a mal-entendidos ou interpretações equivocadas. Ao falar com alguém com perfil conformidade mais predominante, é importante ser direto e não deixar nada nas entrelinhas.

De maneira estruturada - Devido à sua natureza cautelosa e metódica, os conformes geralmente apreciam quando a comunicação é bem estruturada e organizada. Isso significa que as informações devem ser apresentadas de forma compreensível e lógica, com uma ordem fácil de seguir. Uma comunicação desorganizada pode causar ansiedade e confusão para os conformes, então uma abordagem estruturada é mais eficaz, mantendo-os mais centrados e focados.

Em detalhes - Conformes valorizam a precisão na comunicação. Eles preferem conversas com informações minuciosas e aprofundadas, que os ajudem a entender completamente o assunto. Eles tendem a ser cuidadosos e detalhistas, quando se comunicando com um conforme, é importante estar preparado para fornecer informações precisas e específicas. Fale de maneira embasada, sem deixar lacunas ou oferecendo opiniões superficiais. Ao conversar com um alto (C), sempre sustente suas afirmações com dados, pesquisas, fontes especializadas e pareceres complementares.

De forma antecipável - Os conformes valorizam a previsibilidade e preferem que as coisas estejam de acordo com o planejado. A comunicação não deve ser uma exceção a essa regra, portanto, manter horários, datas e prazos é essencial. Alterações de última hora ou surpresas podem causar estresse para um alto (C), portanto, avise-o com antecedência e evite situações inesperadas. Além disso, pessoas conformes geralmente gostam de planejar e seguir um roteiro em suas interações, e tendem a se sentir desconfortáveis em situações imprevisíveis ou caóticas. Assim, o interlocutor deve informá-lo de como a conversa será conduzida e esforçar-se para seguir esse planejamento.

3.2. Adaptando sua abordagem ao estilo do cliente

Utilizar uma boa abordagem de vendas é um dos fatores mais importantes para o sucesso de um vendedor. No entanto, estratégias que funcionam bem com um cliente podem não funcionar tão bem com outro. É por isso que a adaptação dessa abordagem às preferências do comprador é tão útil. Ao compreender essas características, um vendedor pode adaptar sua tática para atender às necessidades específicas do cliente.

A seguir, discutiremos os passos que uma pessoa pode seguir para

adaptar sua abordagem de vendas ao estilo DISC do cliente, ajudando a criar uma conexão mais forte e eficaz e aumentando as chances de fechar uma venda.

IDENTIFIQUE O ESTILO DISC DO CLIENTE

A identificação do estilo DISC do cliente é um passo crucial no processo de adaptação da abordagem de vendas. Existem diversas formas de identificar o perfil DISC de um cliente, e cada uma delas pode fornecer informações valiosas para o vendedor.

Uma das formas mais comuns de identificar o estilo DISC do cliente é por meio da observação e análise de sua comunicação. Isso inclui a maneira como ele fala, suas expressões faciais, a linguagem corporal utilizada e a escolha de palavras. Por exemplo, um comprador com perfil Dominante pode expressar-se de forma rápida e decisiva, enquanto um cliente com perfil Estável pode falar de um jeito mais suave e ponderado.

Além disso, as ferramentas de avaliação de personalidade também podem ser utilizadas para identificar o perfil DISC do cliente. Essas ferramentas incluem questionários, entrevistas e outras formas de coleta de dados. As respostas fornecidas pelo cliente a esses questionários podem fornecer informações mais detalhadas sobre seu comportamento e preferências.

ATENÇÃO: *As principais diretrizes, de como descobrir qual o perfil comportamental de seu cliente, já foram abordadas profundamente em um capítulo anterior desse ebook.*

Ao identificar o estilo DISC do cliente, é possível entender melhor como ele se comporta e o que é importante para ele em uma situação de vendas. Alguém com perfil Dominante valoriza a assertividade e a eficiência, enquanto um Conforme valoriza a precisão e o detalhamento. Com essas informações em mente, o vendedor pode adaptar sua abordagem de vendas para atender às necessidades específicas de cada um.

É importante ressaltar que a identificação do estilo de um cliente não é uma tarefa fácil e pode exigir habilidade e prática por parte do vendedor. No entanto, com o tempo e a experiência, o profissional de vendas irá aprimorar suas habilidades de observação e análise, e desenvolver uma compreensão mais profunda dos diferentes perfis DISC.

ADAPTE SUA ABORDAGEM DE COMUNICAÇÃO

A adaptação da abordagem de comunicação ao estilo DISC do cliente é uma etapa importante para estabelecer uma conexão efetiva e alcançar o sucesso nas vendas. Existem diversas estratégias que podem ser utilizadas para adaptar a comunicação de acordo com cada perfil DISC.

A escolha de palavras, por exemplo, pode ter um grande impacto na eficácia da comunicação com um cliente. Ao adaptar a linguagem utilizada, é possível garantir que a mensagem seja entregue de forma mais clara e eficaz.

Além disso, o tom de voz utilizado durante a comunicação pode transmitir uma mensagem tão importante quanto as palavras escolhidas. Ao adaptá-lo é possível transmitir emoções e sentimentos diferentes, influenciando a percepção do cliente em relação ao vendedor e ao produto ou serviço oferecido.

No caso de clientes com perfil Dominante, uma abordagem mais direta e assertiva pode ser mais efetiva. Esse tipo de consumidor valoriza a rapidez e a eficiência na comunicação, e pode se sentir frustrado com uma abordagem mais suave ou indecisa. Por isso, é importante que o vendedor seja claro e objetivo em sua comunicação, utilizando palavras firmes e decisivas.

Por outro lado, clientes com perfil Estável valorizam a conexão emocional e buscam estabelecer uma relação de confiança com o vendedor. Sendo assim, é fundamental que o vendedor seja mais amigável e utilize uma linguagem mais suave e cordial para criar um ambiente acolhedor e seguro. Uma abordagem muito direta ou agressiva pode desencorajar o comprador, gerando um efeito contrário ao desejado.

Já pessoas com perfil Influente preferem uma abordagem mais criativa e envolvente. Esse tipo de cliente valoriza a originalidade e a inovação.

ção na comunicação, e pode se sentir desencorajado com uma abordagem muito tradicional ou formal. Assim, é desejável que o vendedor utilize uma comunicação mais dinâmica e envolvente, fazendo uso de exemplos práticos e estórias para ilustrar seus pontos.

Por fim, clientes com perfil Conforme preferem uma abordagem mais estruturada e detalhada. Eles valorizam a precisão e a exatidão na comunicação, e podem se sentir desencorajados com uma abordagem muito informal ou imprecisa. Por essa razão, o vendedor deve preferir uma comunicação mais organizada e pormenorizada, fornecendo detalhes precisos e relevantes sobre o produto ou serviço oferecido.

MONITORE A REAÇÃO DO CLIENTE

Ao prestar atenção à reação do cliente, o vendedor pode avaliar se a abordagem de vendas está sendo eficaz e, se necessário, fazer ajustes para melhor atender às suas necessidades.

Por exemplo, quando o cliente se mostra desconfortável ou desinteressado, o vendedor pode ajustar sua abordagem para torná-la mais personalizada e envolvente. Por outro lado, se ele parece impaciente ou irritado, o profissional pode ajustar sua comunicação para torná-la mais rápida e eficiente.

É importante lembrar que a reação do cliente pode variar de acordo com o perfil DISC, mas também por outros fatores, como o humor e as experiências prévias dele. Por isso, é necessário que o profissional de vendas esteja sempre atento a como o cliente reage e seja capaz de ajustar sua abordagem de acordo com as necessidades específicas do seu interlocutor.

O monitoramento da reação do cliente pode ser feito por meio da observação da linguagem corporal, demonstrando se ele está confortável, entusiasmado ou desinteressado, confiante ou inseguro. Esse registro também pode ser obtido pela análise das expressões faciais, que costumam indicar satisfação, confusão ou irritação; e da verificação do tom de voz, sinalizando se está interessado ou desconfiado, por exemplo.

O feedback direto do cliente também pode ser uma fonte valiosa de informação para monitorar suas reações. Por isso, é fundamental que o vendedor esteja sempre aberto a feedbacks e seja capaz de ajustar

sua abordagem de vendas em tempo real.

Estratégias de vendas baseadas no DISC

No mundo dos negócios, entender as necessidades e desejos dos clientes é essencial para alcançar o sucesso. No entanto, essa tarefa costuma ser desafiadora, já que cada pessoa tem um perfil comportamental único que influencia suas decisões de compra. É aí que as estratégias de vendas baseadas no modelo DISC entram em cena.

A metodologia DISC é um modelo comportamental amplamente utilizado em negócios e psicologia, que ajuda a entender os traços de personalidade das pessoas e a forma como elas se comportam em situações sociais. As empresas que utilizam esse método para adaptar suas abordagens de vendas podem melhorar suas chances de sucesso ao se comunicar de forma mais efetiva com seus clientes.

Neste capítulo, exploraremos as estratégias de vendas baseadas no modelo DISC, e, como vendedores e empresas devem utilizar essas informações para aumentar suas vendas.

4.1. Venda para o estilo D (Dominante)

Pessoas Dominantes são conhecidas por serem diretas, assertivas e orientadas para resultados. Elas valorizam a competição, a tomada de decisão rápida e a ação. Para vender para esse perfil, é preciso enten-

der o que os motiva e como se comunicam.

Aqui estão algumas dicas para vender para um perfil Dominante:

1. Seja direto e conciso - Quando se comunica com uma pessoa dominante é importante ir direto ao ponto. Não perca tempo com explicações desnecessárias ou detalhes irrelevantes. Seja claro e objetivo, destacando os principais benefícios e soluções que sua empresa pode oferecer.
2. Destaque os resultados - Dominantes estão mais interessados nos resultados e benefícios que sua empresa pode oferecer do que nos recursos e características do produto ou serviço. Certifique-se de enfatizar como sua empresa pode ajudá-los a alcançar seus objetivos.
3. Seja confiante - Os clientes Dominantes respondem bem a pessoas seguras e assertivas. Procure estar confiante ao se comunicar com eles, mas evite ser arrogante ou agressivo.
4. Mostre-se competitivo - Pessoas com esse perfil adoram uma boa competição. Destaque as suas vantagens competitivas em relação aos concorrentes e mostre que sua empresa é a melhor escolha para atender às necessidades deles.
5. Esteja preparado para uma decisão rápida - Os Dominantes são conhecidos por decidirem rapidamente. Esteja preparado para responder às suas perguntas de forma eficiente e fornecer todas as informações que eles precisam para tomarem uma decisão de compra rápida.
6. Conheça o seu produto ou serviço - Os clientes dominantes valorizam o conhecimento e a experiência. Certifique-se de conhecer bem o seu produto ou serviço e esteja preparado para responder a quaisquer perguntas que possam surgir.
7. Seja objetivo - Os altos (D) não gostam de perder tempo. Seja objetivo e eficiente ao se comunicar com eles.
8. Use a linguagem corporal - Um Dominante responde bem a linguagem corporal forte e assertiva. Mantenha contato visual e use gestos adequados para enfatizar os pontos-chave da sua mensagem.
9. Evite ser excessivamente persuasivo - Os Dominantes odeiam

sentir que estão sendo manipulados. Não seja muito persuasivo e esforce-se para apresentar argumentos sólidos para apoiar a sua proposta.

10. Esteja preparado para negociar - Pessoa Dominantes gostam de obter o que querem. Esteja preparado para negociar e oferecer soluções personalizadas para atender às necessidades deles.

DEMONSTRAÇÃO PRÁTICA

Em uma loja de música, uma cliente com perfil Dominante entra procurando por um violão. Ela é uma pessoa direta, objetiva e gosta de tomar decisões rápidas. O vendedor, percebendo o perfil da cliente, sabe que precisa ser claro e conciso para conquistar sua confiança e fazer a venda.

O atendente se aproxima da cliente e cumprimenta-a com um sorriso seguro. Ele pergunta sobre o que a cliente está procurando e qual o seu nível de habilidade no violão.

Cliente: Estou procurando um novo violão. Quero um que seja de qualidade profissional, mas com bom preço, estou procurando um bom negócio.

O vendedor começa a mostrar os violões que tem na loja, explicando suas características e vantagens. Ele destaca a qualidade de cada um deles, sempre de forma clara, mas breve.

Cliente: "Gostei desse aqui, mas não achei o preço tão bom assim."

Vendedor: "Compreendo. Realmente este é um violão um pouco mais caro, mas sua qualidade é superior a muitos outros que temos aqui na loja."

Cliente: "Eu entendo, mas não quero gastar tanto assim em um violão. Você tem alguma opção mais em conta?"

Vendedor: "Claro, temos outras opções mais em conta. Este violão aqui,

por exemplo, tem um preço mais acessível, mas ainda assim é de boa qualidade. Ele é perfeito para quem já é um instrumentista intermediário, mas não quer investir muito.”

A cliente começa a analisar o novo violão e faz algumas perguntas sobre sua qualidade. O vendedor responde rapidamente e com segurança, deixando a cliente mais segura em sua escolha.

Cliente: Eu adorei o som desse modelo, mas o preço está acima do que pretendo gastar.

Vendedor: Entendo sua preocupação. Como tenho uma pequena margem, posso oferecer um desconto de 15% no preço dele.

Cliente: Isso me parece bom e realmente gostei muito desse violão, mas ainda está acima do que estou disposta a investir em um instrumento musical nesse momento.

Vendedor: E se você fizer um plano de pagamento parcelado? Divido em algumas vezes sem juros. Assim não fica tão pesado e você pode levar o violão que gostou tanto.

Cliente: Reconheço que parece um ótimo negócio.

Vendedor: Lembre-se que esse violão tem 5 anos de garantia e inclui um “case” para transporte e um conjunto extra de cordas. Garanto que não vai encontrar uma condição melhor.

Cliente: Tem razão, é uma excelente oferta. Eu vou levar o violão.

O vendedor foi bem-sucedido na venda do violão para a cliente com perfil Dominante porque utilizou técnicas de vendas adequadas para o perfil dela, como ser objetivo, direto e conciso em suas explicações. Ele apresentou diversas opções de violões que se encaixavam nas especificações da compradora demonstrando conhecimento e familiaridade com os produtos, sempre destacando as qualidades de cada instrumento. Além disso, o atendente manteve uma postura confiante e ágil em suas respostas, ajudando-a a se decidir com rapidez.

Ele também evitou ser excessivamente persuasivo, mas não fugiu da negociação com ela para tentar atingir suas expectativas em relação a quanto pretendia gastar.

4.2. Venda para o estilo I (Influente)

As pessoas com perfil Influente (I) são sociáveis, entusiasmadas e persuasivas. Elas valorizam a interação social, a criatividade e a novidade. Para vender para um perfil influente, é importante criar uma conexão pessoal e mostrar entusiasmo em relação ao produto ou serviço oferecido. Conte histórias cativantes e ofereça soluções criativas e personalizadas que atendam às suas necessidades específicas.

Aqui estão algumas dicas para vender para um perfil Influente:

1. Seja sociável - Os clientes influentes são sociáveis e gostam de interagir com outras pessoas. Mostre-se amigável e envolvente durante a venda, criando uma conexão pessoal.
2. Mostre entusiasmo - Os influentes respondem bem a pessoas animadas e dinâmicas. Mostre entusiasmo em relação ao seu produto ou serviço e incentive-os a compartilhar sua empolgação.
3. Ofereça um ambiente descontraído - Pessoas com esse perfil valorizam um cenário descontraído e informal. Ofereça um ambiente confortável e relaxado para a venda, dessa forma eles se sentirão à vontade para interagir e se envolver.
4. Seja criativo - Os clientes influentes gostam de novidades e experiências criativas. Ofereça soluções originais e inovadoras para as necessidades do cliente.
5. Conte uma história - Os clientes influentes respondem bem a narrativas cativantes e interessantes. Conte histórias que ilustrem os benefícios do seu produto ou serviço.
6. Ofereça incentivos - Os alto (I) adoram recompensas e ofertas especiais. Ofereça promoções e ofertas exclusivas para incentivar a compra.
7. Seja flexível - Os clientes influentes gostam de ter opções e flexi-

bilidade. Ofereça várias opções e personalização para atender às suas necessidades específicas.

8. Mostre como o produto pode ajudar com sua marca pessoal - Os influentes estão sempre investindo em suas marcas pessoais. Mostre como seu produto ou serviço pode ajudá-los a construir uma imagem forte e positiva.
9. Use imagens e mídia visual - Esse perfil responde bem a recursos visuais. Use imagens cativantes e produções audiovisuais para enfatizar os benefícios do seu produto ou serviço.
10. Conecte-os com outros clientes influentes - Os alto (I) gostam de se conectar com outras pessoas influentes. Conecte-os com compradores satisfeitos ou com influenciadores em seu setor.

DEMONSTRAÇÃO PRÁTICA

O vendedor se aproxima do cliente, que está examinando a adega de vinhos, com um sorriso amigável e uma postura descontraída. Ele começa a conversar com o cliente, mostrando interesse genuíno em seus gostos e preferências em relação a vinhos.

O cliente, que é um conhecedor do assunto, parece bastante atento.

O vendedor demonstrando empatia, mostrar ter notado como o cliente se sente.

Vendedor: Olá, senhor. Vejo que está examinando com bastante atenção nossa seleção de vinhos. Posso ajudá-lo com alguma coisa?

Cliente: Bem, estou procurando por um vinho que tenha um sabor complexo e profundo, com um acabamento suave e agradável. Algo que possa impressionar meus convidados.

Vendedor: Entendo perfeitamente. Na verdade, tenho uma estória interessante para compartilhar com você. Uma vez, eu visitei uma vinícola muito famosa, que produz vinhos incríveis há gerações. O proprietário me contou que, quando seu avô começou a produzir a bebida, ele tinha um segredo especial. Ele plantou um pequeno jardim

de ervas no meio das videiras. E quando as uvas amadureciam, as ervas emitiam um perfume sutil que permeava as uvas e dava ao vinho um sabor único e marcante.

O vendedor se aproxima do cliente com um sorriso, mostrando entusiasmo, mas com um certo suspense, tentando valorizando o clima da sua estória.

Vendedor: E sabe o que é ainda mais interessante? Eles cultivam essas mesmas ervas até hoje. E seus vinhos ainda têm aquele sabor único e marcante que o avô do proprietário descobriu há tantos anos.

O cliente parece impressionado com a história e começa a fazer mais perguntas.

Cliente: Adorei! Você tem algum vinho daquela vinícola em estoque?

O vendedor aproveita a oportunidade para mostrar ao cliente um vinho especial daquela vinícola, que é produzido em edição limitada e é vendido apenas em alguns lugares do mundo. Ele faz questão de destacar as características únicas do vinho, como o sabor complexo e profundo, e o acabamento suave e agradável.

Enquanto fala, o vendedor mantém sua linguagem corporal sempre aberta e amigável, inclinando-se em direção ao cliente para mostrar interesse e conexão. Ele faz contato visual frequente com o cliente para transmitir confiança e sinceridade.

No final da conversa, o cliente se mostra muito satisfeito com a abordagem do vendedor e decide fazer a compra do vinho especial. O vendedor agradece o cliente, dando-lhe um aperto de mão firme e um sorriso largo, e o acompanha até o caixa para finalizar a venda.

Essa cena hipotética ilustra algumas das características que um vendedor precisa explorar para ser bem-sucedido vendendo para uma pessoa com o perfil Influente. Ao abordar o cliente, o vendedor foi sociável e entusiasmado, demonstrou empatia em relação a como o comprador parecia se sentir e contou uma estória que, além de criativa, reforçou

a exclusividade do produto. Seguramente o cliente não verá a hora de repetir a mesma história para seus convidados quando for servir seu vinho a eles. Isso lhe permitirá, ao mesmo tempo, contar uma boa história, agradar seus convidados e se colocar em destaque por ter oferecido algo tão exclusivo, tudo o que um Influente mais valoriza.

4.3. Venda para o estilo S (Estável)

As pessoas com perfil Estável (S) são calmas, pacientes e valorizam a estabilidade e a segurança. Elas preferem um ambiente descontraído e um processo de compra fácil e transparente. Para vender para um perfil estável, é importante ser compassivo e amigável, mostrar como seu produto ou serviço pode fornecer segurança e estabilidade e oferecer garantias e suporte.

Aqui estão algumas dicas para vender para um perfil Estável:

1. Seja paciente - Os clientes estáveis valorizam a calma e a tolerância. Seja paciente ao se comunicar com eles e permita que eles expressem suas preocupações e necessidades.
2. Seja amigável e compassivo - Os estáveis respondem bem a pessoas amistosas e empáticas. Mostre que você se importa com eles e que está disposto a ajudá-los a resolver seus problemas.
3. Forneça segurança - Pessoas com esse perfil valorizam a proteção e a estabilidade. Certifique-se de enfatizar como seu produto ou serviço pode fornecer segurança e tranquilidade.
4. Ofereça assistência e suporte - Os alto (S) precisam se sentir respaldados quando investem em um produto ou serviço. Ofereça garantias para dar-lhes a segurança adicional que precisam.
5. Seja claro e consistente - Os estáveis valorizam a clareza e a consistência na comunicação. Seja claro e consistente ao se comunicar com eles, fornecendo informações relevantes e confiáveis.
6. Mostre respeito - Os clientes estáveis valorizam o apreço e a cortesia. Mostre cortesia em todas as interações e evite pressioná-los a tomar decisões rápidas.

7. Ofereça um método de compra fácil - Estáveis não gostam de processos complicados ou estressantes. Ofereça etapas fáceis e transparentes para tornar a experiência de compra mais agradável.
8. Forneça uma abordagem personalizada - Esse perfil gosta de soluções customizadas que atendam às suas necessidades específicas. Forneça uma abordagem adaptada aos seus problemas específicos.
9. Mostre excelência - Os clientes estáveis valorizam a qualidade acima de tudo. Certifique-se de enfatizar a superioridade do seu produto ou serviço e como isso pode atender às necessidades dele.
10. Estabeleça um relacionamento de longo prazo - Os estáveis gostam de estabelecer relações prolongadas com empresas confiáveis e respeitáveis. Certifique-se de mostrar como sua empresa pode fornecer uma relação duradoura e se comprometa a oferecer um serviço excepcional.

DEMONSTRAÇÃO PRÁTICA

Era uma tarde tranquila em uma loja de eletrônicos, um cliente com perfil Estável (S) adentrou no estabelecimento buscando um novo notebook para substituir o antigo que tinha acabado de quebrar. O vendedor, chamado Lucas, ao ver o cliente, se aproxima com um sorriso no rosto e se dirige a ele com um tom de voz amigável.

Vendedor Lucas: Boa tarde, meu nome é Lucas posso ajudá-lo em algo?

Cliente Daniel: Boa tarde. Sim, estou procurando um novo notebook. Meu antigo quebrou e preciso de um substituto.

Vendedor Lucas: Claro, posso te ajudar. Qual é o modelo que você estava procurando?

Cliente Daniel: Eu preciso de um notebook com uma boa capacidade de armazenamento e que seja rápido o suficiente para realizar minhas atividades diárias, mas não quero gastar muito dinheiro.

Vendedor Lucas: Entendi. Temos um modelo que pode atender perfeitamente às suas necessidades. Este notebook possui um disco rígido com grande capacidade de armazenamento e um processador rápido o suficiente para a maioria das atividades diárias. Posso te mostrar?

Cliente Daniel: Sim, por favor.

Lucas explicou as características do produto, evitando utilizar jargões e termos muito técnicos, e manteve uma postura corporal aberta, usando gestos suaves e contato visual constante com o cliente.

Vendedor Lucas: Como você pode ver, este notebook é uma excelente opção para as suas necessidades. Ele tem a capacidade de armazenamento que você precisa e um processador rápido o suficiente para realizar suas atividades diárias. Além disso, ele tem um preço bastante competitivo. O que você acha?

Cliente Daniel: Parece bom, mas ainda estou um pouco inseguro sobre a qualidade do produto.

Vendedor Lucas: Entendo. Este notebook é de uma marca reconhecida, o que garante sua qualidade. Ele também possui 5 anos de garantia, algo bastante raro nesse tipo de equipamento. Tenho certeza de que você ficará satisfeito com a sua compra.

Ao perceber que o cliente ainda estava inseguro, Lucas decidiu personalizar ainda mais a abordagem. Ele perguntou a Daniel sobre suas principais atividades diárias e, após ouvir com atenção, mostrou como o notebook poderia ajudá-lo a realizar suas tarefas com mais eficiência e rapidez.

Vendedor Lucas: Me fale um pouco mais sobre suas atividades diárias. O que você costuma fazer com o seu notebook?

Cliente Daniel: Eu uso principalmente para trabalhar, enviar e-mails, fazer pesquisas na internet e para assistir alguns vídeos.

Vendedor Lucas: Este notebook irá ajudar muito nisso. Com a sua

capacidade de armazenamento, você poderá guardar todos os seus arquivos e documentos sem se preocupar com falta de espaço. O processador rápido tornará suas atividades mais eficientes, economizando tempo e energia, e você ainda conseguirá assistir seus vídeos com qualidade e sem interrupções.

Ao final da conversa, Daniel se sentiu mais confiante e decidiu fazer a compra. Lucas, com um sorriso no rosto, agradeceu o cliente pela preferência e destacou que a loja sempre estaria à disposição para ajudá-lo no que fosse preciso.

Vendedor Lucas: Ótimo, acredito que tenha tomado a melhor decisão. Com certeza você vai aproveitar muito o seu novo notebook. Alguma outra dúvida que eu possa ajudar?

Cliente Daniel: Não, acho que está tudo bem agora. Vou levar este.

Vendedor Lucas: Perfeito. O pagamento pode ser feito em dinheiro ou cartão. Como você prefere?

Cliente Daniel: Vou pagar com cartão mesmo.

Vendedor Lucas: Certo, por favor, me siga até o caixa e faremos o pagamento lá.

Enquanto Lucas encaminhava Daniel para o caixa, ele continuou a conversa, mantendo-se disponível, mostrando interesse no cliente e respeitando seu perfil Estável (S), sem pressioná-lo a fechar a venda. O tom da conversa era amigável e paciente, criando um clima agradável para a compra.

Daniel saiu satisfeito da loja, sentindo que tinha feito uma boa escolha com a ajuda do vendedor Lucas. A abordagem personalizada, a postura compreensiva e paciente, a linguagem corporal tranquila e segura, e o respeito pelo perfil Estável do cliente foram fundamentais para a realização da venda. Lucas mostrou que, ao conhecer as necessidades de Daniel e se comunicar de maneira clara e amigável, foi possível criar uma experiência de compra positiva e deixar o cliente satisfeito.

4.4. Venda para o estilo C (Consciente)

As pessoas com perfil Conforme (C) são organizadas, detalhistas e valorizam a precisão e a atenção aos detalhes. Elas gostam de informações técnicas e precisas e de processos estruturados e bem definidos. Para vender para um perfil conforme, é importante mostrar autoridade e conhecimento, fornecer informações precisas e confiáveis sobre o produto ou serviço, e oferecer soluções personalizadas e estruturadas que atendam às suas necessidades específicas.

Aqui estão algumas dicas para vender para um perfil Conforme:

1. Seja organizado - Os clientes conformes valorizam a ordenação e a eficiência. Seja organizado em todas as suas interações com eles e forneça informações precisas e confiáveis.
2. Seja preciso - Os clientes conformes valorizam a acuidade e a atenção aos detalhes. Certifique-se de fornecer informações exatas e confiáveis sobre o seu produto ou serviço.
3. Mostre autoridade - Os clientes conformes respondem bem a pessoas que demonstram autoridade e conhecimento. Certifique-se de mostrar seu conhecimento e expertise no seu setor.
4. Forneça informações detalhadas - Os clientes conformes gostam de dados minuciosos e claros. Certifique-se de fornecer todos os detalhes sobre o seu produto ou serviço.
5. Forneça informações técnicas - Os clientes conformes valorizam documentações e especificações dos recursos. Apresente todos os dados técnicos que tiver e esteja preparado para apresentá-los de forma clara e estruturada.
6. Seja preciso no cumprimento de prazos - Os clientes conformes valorizam as datas e a pontualidade. Certifique-se de manter seu cronograma e fornecer uma entrega eficiente e eficaz.
7. Ofereça soluções sob medida - Conformes adoram ser eficazes, por isso ao fazer uma venda, forneça exemplos claros de como o produto ou serviço que está oferecendo pode ajudá-lo a aumentar sua eficiência ou produtividade.
8. Forneça suporte técnico - Um Conforme preocupa-se com a qualidade e eficácia dos produtos ou serviços que adquire e espera

que eles funcionem de acordo com as especificações e padrões estabelecidos. Forneça mão de obra especializada e resolução de problemas para garantir que o cliente esteja satisfeito com sua compra.

9. Siga as regras - Os conformes valorizam as normas e convenções sociais estabelecidas. Demonstre comprometimento em seguir as regras e expectativas estabelecidas em relação ao processo de compra e ao relacionamento comercial para garantir que ele se sinta confortável e confiante em fazer negócios com você.
10. Ofereça ordem - Os clientes conformes gostam de abordagens planejadas e processos bem definidos. Por isso, foque em uma estratégia organizada que permita ao cliente entender claramente o processo de compra e fornecer informações detalhadas sobre o produto ou serviço.

DEMONSTRAÇÃO PRÁTICA

O vendedor, João, era especialista em consultoria de negócios e estava prestes a se encontrar com uma cliente potencial, Ana, que tinha um perfil (C) na metodologia DISC. Ele sabia que a abordagem de vendas teria que ser precisa e baseada em fatos, e que a linguagem corporal seria importante para construir confiança e credibilidade.

Quando João chegou à empresa de Ana, ele se apresentou com um aperto de mão firme e um sorriso caloroso. Ele fez questão de manter contato visual e postura ereta enquanto cumprimentava Ana, transmitindo uma mensagem de confiança e competência.

Vendedor João: Bom dia Ana, é um prazer estar aqui com você hoje.

Ana: Olá João, fico feliz que tenha vindo. Fique à vontade.

Depois de alguns minutos de conversa casual, João começou a falar sobre a consultoria de negócios que ele oferecia.

Vendedor João: Ana, eu trabalho com consultoria de negócios e ajudamos empresas a alcançar seus objetivos. Meu processo inclui várias

etapas, desde a avaliação inicial até a implementação das soluções.

Ana: Entendi, mas quais são os resultados que sua consultoria já obteve?

Vendedor João: Nosso trabalho resultou em reduções significativas de custos para nossos clientes, além de melhorias na produtividade, satisfação dos clientes e aumento da lucratividade.

Ana ouviu atentamente, fazendo perguntas pontuais e claras.

Ana: Como você pode garantir que esses resultados sejam alcançados na minha empresa?

Vendedor João: Nós personalizamos nosso trabalho para cada cliente, para atender às necessidades específicas de cada negócio. Temos um processo estruturado que inclui análise de dados, revisão dos processos e implementação de soluções personalizadas.

Conforme a conversa continuava, João percebeu que Ana tinha muitas dúvidas sobre como a consultoria funcionava na prática.

Ana: Como isso funcionaria na realidade da minha empresa? Eu tenho uma equipe pequena e recursos limitados.

Vendedor João: Compreendo. Vamos trabalhar juntos para entender quais são as suas necessidades específicas e ajustar a consultoria de acordo com o seu orçamento e recursos.

Ele respondeu com mais exemplos, esclarecendo em detalhes cada etapa do processo e mostrando como sua consultoria poderia ser aplicada especificamente ao negócio de Ana.

Vendedor João: Ana, estamos comprometidos em trabalhar com você de forma personalizada. Vamos nos reunir para discutir a sua empresa e avaliar como podemos ajudá-la a atingir seus objetivos.

No final da conversa, Ana parecia convencida da eficácia da consultoria de João e das vantagens que poderia trazer para a sua empresa.

Ana: Estou muito interessada na sua consultoria, João. Acredito que poderá ajudar minha empresa a crescer.

João entregou a ela uma brochura com todas as informações sobre a consultoria, incluindo um resumo de seus serviços, preço e depoimentos de clientes satisfeitos.

Vendedor João: Ana, eu gostaria que você levasse essa brochura para revisar com calma e discutir com sua equipe. Caso tenha quaisquer dúvidas, estou disponível para esclarecê-las.

Ana: Obrigada, João. Vou revisar com cuidado e entrarei em contato se precisar de mais informações.

No final, João se despediu com outro aperto de mão firme e um sorriso caloroso, deixando Ana com uma sensação de que ela havia sido abordada de forma estruturada e coerente.

Vendedor João: Foi um prazer conversar com você, Ana. Espero ter ajudado a esclarecer todas as suas dúvidas.guardo o seu contato para discutir como podemos trabalhar juntos.

João foi muito bem-sucedido ao apresentar sua consultoria para Ana porque foi capaz de demonstrar autoridade e conhecimento, ofereceu suporte técnico e personalizado e fez uma abordagem clara, consistente, precisa e bem estruturada. Se baseou em fatos e informações técnicas detalhadas, tudo isso transmitindo confiança e credibilidade por meio de sua linguagem corporal.

Ana se sentiu confiante em relação à consultoria de João e percebeu que ele poderia ajudá-la a levar sua empresa a um novo patamar, justamente por ter identificado no vendedor todas as características listadas acima e que um alto (C) considera importantes em uma comunicação eficiente e eficaz.

5 Superando obstáculos na venda com o DISC

Se você é um profissional de vendas, com certeza já se deparou com obstáculos e objeções que dificultam o processo de fechamento de uma transação. Seja por falta de interesse do cliente, concorrência acirrada ou outras circunstâncias, as objeções são uma parte inerente de qualquer processo de vendas. No entanto, saber lidar com essas situações podem ser a chave para o sucesso nos negócios.

A metodologia DISC pode ser uma grande aliada nesse sentido. Compreender as características e tendências comportamentais dos clientes pode ajudar a antecipar possíveis objeções e soluções que atendam às necessidades de cada indivíduo. Dessa forma, é possível superar obstáculos e fechar mais vendas com eficiência e satisfação para ambas as partes.

Nesse capítulo vamos explorar como a metodologia DISC pode lhe oferecer estratégias capazes de ajudá-lo a lidar com clientes difíceis e a eliminar as principais objeções dos seus prospects no momento de fazer uma compra.

Assim, você terá mais algumas cartas na manga para oferecer soluções personalizadas e aumentar as chances de sucesso nas vendas.

5.1. Como lidar com clientes difíceis

Lidar com clientes difíceis é um desafio para muitos vendedores e empresas, independentemente do tamanho ou do setor em que atuam. É natural que, em determinados momentos, você encontre compradores que sejam exigentes, insatisfeitos ou que simplesmente tenham expectativas irreais. No entanto, é essencial saber como lidar com essas situações para manter uma boa relação com seus clientes e preservar a reputação da sua empresa. A metodologia DISC oferece algumas pistas importantes de como devemos tratar as principais objeções dos indivíduos de cada uma das 4 dimensões, mas existem algumas orientações gerais que você pode seguir para lidar com esse tipo de comprador, digamos, mais desafiador.

A seguir, vamos compartilhar algumas dicas valiosas de como lidar com clientes difíceis, independentemente do perfil comportamental predominante em que ele se enquadre.

OUÇA COM ATENÇÃO

Ouvir é a chave para lidar com compradores difíceis. Muitas vezes, essas pessoas simplesmente querem ser ouvidas e ter suas preocupações levadas a sério. Quando um cliente se queixa, é importante prestar atenção no que ele está dizendo e tentar entender a causa do problema.

Depois de ouvir com atenção, repita o que ele disse para confirmar que você entendeu corretamente. Isso também pode ajudar a tranquilizar o cliente de que ele foi ouvido e que suas preocupações são importantes para você. Ao repetir o que a pessoa disse, use suas próprias palavras e certifique-se de que ele concorda que você entendeu de maneira adequada.

Além disso, é importante mostrar interesse no que o comprador está dizendo. Faça perguntas relevantes para ajudar a entender a situação e oferecer soluções mais eficazes. Demonstre que você está comprometido em encontrar uma solução para o problema e que valoriza a opinião do cliente.

Mesmo que não possa resolver o problema imediatamente, ouvir com atenção é uma habilidade essencial para lidar com clientes difíceis. Isso pode ajudar a acalmá-lo e a encontrar uma solução que atenda

às necessidades dele.

SEJA EMPÁTICO

Ser empático é fundamental para lidar com clientes difíceis. Empatia significa colocar-se no lugar da pessoa e tentar entender como ela se sente. Mostre que você está comprometido em encontrar uma solução para o problema e que valoriza a sua opinião. Quando for possível, personalize suas respostas para atender às suas necessidades específicas.

Também é importante usar uma linguagem positiva e evitar acusações ou críticas. Deixe claro que você está trabalhando em conjunto com o cliente para resolver o problema e que está comprometido em encontrar uma solução satisfatória.

Ser empático não significa que você precisa concordar com a outra pessoa ou comprometer seus próprios valores, ou políticas. Em vez disso, trata-se de entender as necessidades e emoções do cliente e encontrar uma solução que atenda a essas necessidades sem comprometer a integridade da sua empresa.

MANTENHA A CALMA

Quando um cliente está irritado ou insatisfeito, é fácil ficar na defensiva ou se sentir pessoalmente atacado. No entanto, manter a calma pode ajudar a acalmar o comprador e a encontrar uma solução para o problema.

Para manter a calma, é importante respirar fundo e não permitir que as emoções tomem conta da situação. Lembre-se que como profissional de atendimento ao cliente, você está ali para ajudá-lo a resolver o problema e que a situação não é pessoal.

Também é importante evitar responder com raiva ou frustração. Se necessário, tire um tempo para se acalmar antes de respondê-lo. Se você sentir que está perdendo a calma, peça para falar com a pessoa mais tarde ou para que outro membro da equipe assuma o caso. Manter a calma pode ser difícil em situações estressantes, mas ao fazê-lo, você pode ajudar a reestabelecer a confiança do cliente e preservar a reputação da sua empresa.

OFEREÇA SOLUÇÕES

Disponibilizar soluções é a melhor maneira de lidar com clientes difíceis. Depois de ouvir com atenção e entender a situação, ofereça soluções que possam ajudar a resolver o problema dele. Se possível, forneça mais de uma opção para que a pessoa possa escolher a que melhor atende às suas necessidades.

Tenha em mente que nem todas as soluções propostas por você, serão aceitas pelo seu interlocutor. Esteja preparado para negociar e encontrar um meio termo que atenda às necessidades do cliente e da empresa. Às vezes, a melhor solução pode ser simplesmente ouvir o consumidor e demonstrar que você se importa com a opinião dele.

NÃO LEVE PARA O LADO PESSOAL

Lidar com clientes difíceis pode ser estressante e desafiador, mas é importante não levar para o lado pessoal. Isso significa que, independentemente das críticas ou insatisfações do cliente, você deve manter uma postura objetiva e profissional, não permitindo que as emoções pessoais interfiram na interação com ele.

Lembre-se de que o comprador não está necessariamente irritado com você, mas sim com a situação. Não leve as críticas para o lado pessoal e não deixe que isso afete a maneira como você lida com o cliente. Mantenha uma postura profissional e foque em encontrar uma solução para o problema.

APRENDA COM A EXPERIÊNCIA

Cada cliente difícil é uma oportunidade para aprender e melhorar a maneira como você lida com situações semelhantes no futuro. Depois de resolver o problema do consumidor, reflita sobre o que aconteceu e o que poderia ter sido feito de maneira diferente.

Pergunte a si mesmo como você pode evitar que a situação aconteça novamente e como você pode melhorar a experiência da pessoa. Aprender com a experiência é fundamental para aprimorar suas habilidades de atendimento ao cliente e fornecer um serviço de alta qualidade.

SEJA CONSISTENTE

A consistência no atendimento é fundamental para garantir a satisfação do comprador e a reputação da empresa. Quando se trata de lidar com clientes difíceis, a consistência pode ser ainda mais crucial.

Para ser consistente, é importante estabelecer padrões claros de atendimento que sejam seguidos em toda a empresa. Isso significa seguir as mesmas políticas e procedimentos para todos os clientes, independentemente da situação.

Todos os funcionários devem estar cientes desses padrões e segui-los em todas as interações com o cliente. Esses padrões podem incluir prazos de resposta, a forma como as reclamações são tratadas e a linguagem utilizada pelos funcionários.

A consistência no atendimento ao cliente também inclui seu acompanhamento. É importante mantê-lo informado sobre o progresso na resolução do problema. Isso pode incluir o envio de atualizações por e-mail ou telefone, dependendo da preferência da pessoa com quem está lidando.

NÃO FAÇA PROMESSAS QUE NÃO PODE CUMPRIR

Ao lidar com clientes difíceis, é importante ser realista em relação às soluções que você oferece. Não faça promessas que não pode cumprir, pois, isso só vai piorar a situação. Em vez disso, esteja ciente das políticas e procedimentos da empresa e das limitações dos recursos disponíveis, e ofereça soluções que você sabe que pode honrar. Seja transparente com ele em relação ao que é possível fazer, isso ajudará a evitar promessas impossíveis de serem cumpridas e frustrações.

Se mesmo tomando todos esses cuidados, você não for capaz de cumprir uma promessa já feita, seja sincero e explique a situação ao cliente o mais rápido possível. Você deve mostrar por que não é possível cumpri-la, oferecer alternativas viáveis e informar o que será feito para resolver o problema da pessoa.

Ser honesto e transparente pode ajudar a construir a confiança do cliente e preservar a reputação da sua empresa.

SEJA PROATIVO

Quando se trata de lidar com clientes difíceis, ser proativo pode ser a diferença entre resolver o problema e deixar a situação piorar. Isso significa que você deve estar sempre pronto para antecipar as necessidades do consumidor e agir rapidamente para atendê-las.

Se você perceber que um cliente está insatisfeito ou tem uma reclamação, entre em contato com ele imediatamente para resolver o problema. Não espere que ele entre em contato com você, pois isso só vai aumentar a sua insatisfação.

Para ser proativo, você precisa ser capaz de ouvir ativamente, antecipar as necessidades do comprador, fornecer feedback construtivo e assumir a responsabilidade pelo problema dele. Agindo assim você mostrará ao cliente que valoriza a opinião e o bem-estar dele e poderá dissipar uma série de problemas antes mesmo que eles apareçam.

5.2. Como lidar com objeções de vendas

As objeções têm grande impacto na conclusão das vendas. Muitas vezes, elas são vistas como um obstáculo que impede o processo de fechamento da venda e podem levar o cliente a desistir da compra. No entanto, se essas objeções forem resolvidas de forma adequada, elas se transformam em oportunidades de conquistar a confiança do cliente e fechar o negócio.

Ao enfrentar uma objeção, o vendedor precisa estar preparado para apresentar argumentos que demonstrem as vantagens do produto ou serviço e como ele pode atender às necessidades do cliente. É imprescindível entender que as objeções muitas vezes surgem por falta de informação ou por algum receio do cliente, e cabe ao vendedor esclarecer todas as dúvidas e dar a segurança necessária para a conclusão da venda.

Acontece que, como vimos até aqui, cada perfil comportamental possui preferências e percepções particulares, vinculadas a maneira como cada um deles enxerga o mundo e as pessoas. Se estivermos atentos aos pontos e abordagens mais propensas a gerar objeções na mente de nosso cliente e como resolvê-las, estaremos bem mais perto da venda e, principalmente, da satisfação do cliente.

A seguir, vamos analisar as principais objeções que podem aparecer na mente de cada uma das 4 dimensões DISC.

DOMINANTE

Clientes com perfil (D) geralmente são mais decididos e assertivos, mas isso não significa que são imunes as objeções de compra. Aqui estão algumas das objeções que um cliente Dominante pode ter:

1. Preço muito elevado - clientes dominantes são conscientes do valor do dinheiro, ou seja, eles sabem exatamente quanto vale cada centavo. Por isso, quando se deparam com um preço muito elevado, podem não querer pagar por ele, mesmo que se trate de um produto de alta qualidade.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Compreendo que o preço possa parecer elevado para você, mas deixe-me explicar por que acredito que será uma aquisição valiosa. Nós não estamos simplesmente vendendo um produto, estamos oferecendo uma solução que irá trazer benefícios significativos para o seu negócio. Ao investir nessa solução, você economizará tempo e recursos a longo prazo, o que se traduzirá em um retorno sobre o investimento muito maior. Além disso, nosso produto é de alta qualidade e foi projetado para atender às suas necessidades específicas, o que significa que você está investindo em algo que será durável e eficiente. Então, embora o preço possa parecer alto no momento, acredito que a longo prazo você verá que é um investimento que vale a pena.

2. Falta de confiança na marca - clientes com esse perfil são exigentes e podem não comprar algo se não confiarem na marca ou no produto.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Exemplo de argumento para quebra de objeção: Compreendo sua

preocupação em relação à credibilidade na marca, mas deixe-me assegurá-lo de que somos uma empresa com uma sólida reputação no mercado. Temos uma equipe bastante qualificada e experiente, que trabalha diligentemente para garantir que nossos clientes recebam itens de qualidade superior. Além disso, temos um histórico comprovado de satisfação com a marca, com muitos compradores recomendando nossos produtos e serviços. Nós valorizamos a confiança que nossos clientes depositam em nós e estamos comprometidos em manter essa confiança ao fornecer artigos de alta qualidade. Então, embora seja compreensível que você possa ter algumas dúvidas, esperamos ter a oportunidade de mostrar que somos uma empresa confiável e que podemos atender às suas necessidades.

3. Produto ou serviço não atende suas necessidades - clientes dominantes são práticos e podem rejeitar um produto se ele achar que o item não atende às suas necessidades ou expectativas.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Eu entendo que você pode ter essa preocupação em relação ao produto, mas permita-me explicar como ele atenderá às suas necessidades. Nós projetamos esse item levando em consideração as demandas de nossos clientes, e ele foi testado e comprovado em vários cenários. Além disso, temos uma equipe de suporte técnico disponível para responder quaisquer perguntas e ajudá-lo a utilizar o produto da maneira mais eficaz possível. Então, antes de decidir que ele não satisfaz às suas exigências, encorajo você a nos dar a oportunidade de demonstrar como ele será benéfico para o seu negócio. Temos condição de fornecer informações adicionais e mostrar como esse artigo pode ser personalizado para atender às suas necessidades específicas. Acreditamos que você ficará satisfeito com o desempenho desse item e como ele irá melhorar sua eficiência e produtividade.

4. Desconforto com apenas uma alternativa - clientes dominantes são controladores e podem querer avaliar outras opções antes de

decidir qual produto comprar.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Eu compreendo que você gostaria de analisar outras opções antes de se decidir. Isso é uma escolha inteligente e encorajamos nossos clientes a fazerem sua diligência e considerar todas as opções disponíveis no mercado. Gostaria de salientar que nosso produto tem sido altamente avaliado e recomendado por muitos compradores satisfeitos. Nós temos orgulho em fornecer uma solução que atenda às necessidades específicas de nossos clientes e estamos confiantes de que, após examinar outras alternativas, você reconhecerá o valor do nosso item. Além disso, estamos aqui para responder quaisquer perguntas adicionais que possa ter e fornecer mais informações para ajudá-lo a tomar a melhor decisão. Então, encorajo você a avaliar todas as possibilidades, mas acredito que, quando se trata de encontrar a melhor solução para o seu negócio, você acabará escolhendo nosso produto.

5. Falta de necessidade imediata - Se o cliente não tem urgência em relação à aquisição do produto ou serviço, ele pode optar em adiar a compra.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Entendo que você tem um prazo mais longo para tomar essa decisão, mas gostaria de enfatizar que, ao adquirir nosso produto agora, você pode começar a aproveitar seus benefícios imediatamente. Nossa solução foi projetada para melhorar a eficiência e produtividade do seu negócio, e a cada dia que você não a utiliza, está perdendo esses benefícios. Além do mais, ao obtê-lo agora, você aproveitará as promoções ou descontos especiais que estão disponíveis por um tempo limitado. Se você esperar muito tempo, pode perder a oportunidade de adquirir o produto, sobretudo se a demanda estiver alta. Com certeza, não há pressa, mas gostaríamos de fornecer uma solução para o seu negócio o mais rápido possível.

6. Receio de perder tempo - clientes dominantes são eficientes e podem evitar comprar algo se acharem que o processo de compra vai levar muito tempo.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Eu sei que você está preocupado com o tempo que levará para a conclusão da venda, mas quero tranquilizá-lo de que fazemos de tudo para tornar esse trâmite o mais ágil e eficiente possível. Temos uma equipe dedicada que trabalha para garantir que o processo de compra seja rápido e fácil, e que você possa receber seu produto de forma breve. Além disso, podemos oferecer assistência personalizada para nos certificar que todas as etapas corram sem problemas. Se você tem preocupações específicas, estamos aqui para ouvir e ajudá-lo a resolver quaisquer problemas que venham a surgir. Eu estou certo de que, ao escolher nosso produto, você fará um investimento valioso em seu negócio, e faremos tudo o que estiver ao nosso alcance para garantir que o processo de compra seja tão simples e veloz quanto possível.

INFLUENTE

Os clientes com perfil (I) são, em geral, pessoas sociáveis, comunicativas e expressivas. Apesar disso, ainda assim podem colocar barreiras para não realizar uma compra. Entre as objeções mais comuns que um cliente Influente pode ter, estão as seguintes:

1. Falta de prestígio - Como clientes com perfil (I) geralmente estão preocupados com sua reputação, eles podem ser mais propensos a escolher produtos de marcas de luxo ou que sejam vistas como símbolos de status.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Compreendo que você possa estar preocupado com a falta de glamour desse material, mas gostaria de salientar que nossos clientes nos escolhem porque oferecemos soluções valiosas para sua empresa, e não apenas para se destacarem em uma respectiva área. Nosso produto

foi projetado para melhorar a eficiência e produtividade dos negócios de nossos clientes e ajudá-los a alcançar seus objetivos. E embora esse item possa não ser visto como uma escolha de prestígio, acreditamos que seus benefícios práticos e concretos são muito mais relevantes do que qualquer status percebido. Se você está procurando uma solução valiosa para melhorar a eficiência e produtividade do seu negócio, então acredito que esse artigo é a escolha certa para você. Não se trata de renome, mas sim de fornecer a melhor opção para suas necessidades. Então, encorajo você a considerar esse item com base em sua funcionalidade e benefícios tangíveis, e não apenas com base em seu status percebido.

2. Produto ou serviço não é vistoso ou moderno - influentes são sensíveis a tendências e podem não comprar algo se acharem que o produto ou serviço é antiquado ou ultrapassado, tem uma aparência pouco atraente ou não é esteticamente agradável.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Compreendo que você possa ter ficado com a impressão de que o que estamos oferecendo está ultrapassado, mas essa é uma percepção equivocada já que ele foi projetado com as metodologias mais recentes. Nós atualizamos e melhoramos constantemente nossos produtos para garantir que atendam às necessidades de um mercado em constante mudança. Temos investido em pesquisas e desenvolvimento para garantir que o que produzimos esteja sempre na vanguarda da tecnologia. Além disso, nossos itens têm sido avaliados e recomendados por muitos clientes satisfeitos que percebem a eficácia de nossas soluções. Então, embora haja outras opções no mercado, acreditamos que essa é a escolha certa para quem deseja uma solução avançada e atualizada. Podemos fornecer informações adicionais sobre os modelos que utilizamos e como eles tornam nossa proposta atual e eficaz. Por isso, encorajo você a reconsiderar nosso produto com base em suas tecnologias avançadas e eficácia comprovada, ao invés de julgar sua aparência ou design apenas segundo seu ponto de vista pessoal.

3. Receio de desaprovação dos outros - clientes influentes podem não comprar algo se acharem que outras pessoas não aprovarão a compra.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Eu entendo que você possa estar preocupado com a aprovação de outras pessoas em relação à sua compra, mas acredito que a decisão de adquirir um produto deve ser baseada nas suas próprias necessidades e não nas impressões alheias. Quero lembrá-lo que cada um tem suas próprias preferências e percepções, e o que é relevante para uma pessoa pode não ser para outra. Além disso, quando se trata de escolher algo para sua empresa, vale priorizar as demandas e objetivos do negócio ao invés de se preocupar com a opinião diferentes. Nosso produto é projetado para atender às necessidades específicas de nossos clientes e melhorar a eficiência e produtividade de seus negócios, então acreditamos que é uma escolha valiosa para aqueles que buscam soluções práticas e eficazes.

4. Falta de originalidade - clientes influentes podem não comprar algo se acharem que o produto ou serviço não é original o suficiente.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Admiro sua preocupação com a originalidade do que adquirir, por isso, fazemos questão de garantir que nossa solução seja única no mercado. Nossa abordagem inovadora é fruto de anos de pesquisa e desenvolvimento, e temos orgulho em afirmar que não existe nada parecido no mercado. Não estamos apenas oferecendo um produto, mas uma experiência exclusiva que atende às necessidades específicas de nossos clientes. Acreditamos que a verdadeira inovação vem da compreensão profunda dos problemas que nossos clientes enfrentam e de nossa capacidade de fornecer soluções personalizadas para esses problemas. Não acredite apenas no que digo, permita-me demonstrar pessoalmente como o que oferecemos é diferenciado e eficiente.

Vamos agendar uma demonstração e assim você terá a oportunidade de constatar que nosso produto é único e inovador.

5. Não tem relação com seu estilo de vida - esses clientes podem não comprar algo se acharem que o produto ou serviço não se encaixa em seu estilo de vida, ou visões de mundo.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Compreendo que você esteja preocupado em manter um estilo de vida consistente com seus valores pessoais e que isso impacta na sua decisão de compra. No entanto, acredito que nosso produto complementar sua vida e seus valores, em vez de entrar em conflito com eles. Ele é altamente personalizável e pode ser adaptado às suas necessidades e preferências pessoais. Se você tiver preocupações específicas sobre como esse item em especial se encaixa em seu estilo de vida, teremos prazer de trabalhar com você para encontrar a solução perfeita. Entendo que você tem muitas opções quando se trata desse segmento de produtos, mas acredito que, se você der uma chance ao nosso, descobrirá que ele é uma ótima escolha para você.

6. Influência negativa na saúde ou bem-estar - clientes influentes podem não comprar algo se acharem que o produto ou serviço pode ter uma influência negativa em sua saúde ou bem-estar.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Eu imagino que seu estado físico e qualidade de vida são muito importantes para você, e quero que você saiba que nós levamos isso muito a sério. Estamos comprometidos em fornecer artigos de alta qualidade que não só são seguros, mas também benéficos para sua saúde e bem-estar. Temos certeza de que a chave para uma vida saudável e feliz é a escolha de opções que não apenas não prejudiquem

sua vitalidade, mas que também aprimorem sua energia. O que fazemos é projetado especificamente para fazer isso – ajudar você a atingir seus objetivos de saúde e bem-estar. Mas você não precisa acreditar apenas na nossa palavra! Adorariamos que você experimentasse nosso produto e visse os benefícios por você mesmo. Podemos até mesmo fornecer uma amostra gratuita para que você possa testá-lo sem compromisso. Estou certo de que, depois de experimentá-lo, você vai perceber que nosso produto é uma escolha saudável e benéfica para o seu estilo de vida.

ESTÁVEL

O perfil (S)c é caracterizado por pessoas que geralmente são cooperativas, pacientes e amigáveis. No entanto, assim como qualquer outro perfil, esse tipo de comprador pode encontrar obstáculos que os impeçam de realizar uma compra. Abaixo estão listadas algumas das objeções mais comuns que um cliente Estável pode apresentar ao considerar uma compra:

1. Quebra da rotina - Como clientes estáveis muitas vezes gostam de manter uma rotina, podem ter objeções em relação a produtos que alterem sua rotina ou que exijam mudanças significativas em seu dia a dia.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Eu já percebi que você é uma pessoa muito ocupada e que tem uma rotina bem estabelecida, certo? Mas, já pensou em como seria se pudesse otimizar mais seu tempo e ter resultados ainda melhores em suas tarefas diárias? Nós criamos esse produto para ser fácil de usar e prático no seu dia a dia, assim você consegue fazer atividades que antes eram demoradas e cansativas de forma rápida. Você não precisa mudar sua rotina toda, mas terá um resultado melhor. Com essa solução, você economiza tempo e esforço em tarefas que antes eram mais trabalhosas, e ainda terá um retorno positivo rapidamente. E não se preocupe, oferecemos garantia e suporte técnico para nos assegurar que seu investimento seja seguro e duradouro.

2. Medo de assumir riscos - esses clientes podem evitar comprar algo se acharem que há riscos associados ao produto ou serviço.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Entendo que você é uma pessoa cautelosa e tem receio de assumir riscos, afinal de contas, ninguém quer perder dinheiro ou se dar conta, tarde demais, de que fez uma escolha ruim. Por isso, quero me colocar à disposição desde já para esclarecer qualquer dúvida que o ajude a tomar uma decisão consciente e segura. Nosso produto é inovador e eficiente, ele foi testado e comprovado por muitos clientes. Além disso, oferecemos garantia de satisfação, ou seja, se você não estiver satisfeito com os resultados, nós devolvemos seu dinheiro. Dessa forma, você não precisa se preocupar com um prejuízo financeiro ou em assumir riscos desnecessários. Com nossa solução, você tem a oportunidade de mudar o jogo, mas com toda a segurança que você está buscando.

3. Custos a longo prazo - Os clientes estáveis muitas vezes são preocupados com custos a longo prazo, portanto, podem ter objeções em relação a produtos que exigem manutenção ou substituição frequentes.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Entendo que você está preocupado com a conservação do produto, mas pense nisso: uma manutenção regular é um sinal de que o que produzimos é projetado para durar e ter um desempenho excelente por um longo período. E não é só isso, nossa solução foi projetada para ser de fácil manutenção, o que significa que a revisão será simples e rápida de ser realizada. Isso sem falar que reparos rotineiros são muito mais baratos, sustentáveis e práticos do que adquirir itens novos periodicamente. Ao adquirir nossa solução, você investirá em um produto durável e resistente, que irá atender às suas necessidades por um longo período, e que será fácil e econômico de manter.

4. Preferência por produtos conhecidos - Os clientes estáveis podem ter objeções em relação a itens que não sejam familiares ou que não tenham sido usados anteriormente, pois preferem produtos que já conhecem e confiam.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Entendo que você está acostumado a utilizar produtos familiares, eu mesmo costumo me sentir mais à vontade em situações e ambientes que já conheço bem. Mas pense comigo, para crescer e se desenvolver é preciso experimentar coisas diferentes, não é mesmo? E é por isso que acredito que nossa solução pode ser uma excelente escolha para você, já que oferece possibilidades que irão te surpreender. Ao testar uma novidade, você terá a oportunidade de descobrir outras formas de realizar tarefas e alcançar resultados que antes pareciam impossíveis. Nossa solução foi desenvolvida pensando em funcionalidades exclusivas que podem fazer toda a diferença em sua vida pessoal e profissional, e que ainda não foram exploradas em outros produtos conhecidos. Ao se permitir experimentar uma possibilidade diferente, você se surpreenderá com o que descobrirá e com as oportunidades e ideias que encontrará. Eu não sei se você já teve experiências assim, mas presenciei muitos dos nossos clientes vivenciarem momentos surpreendentes quando se permitiram sair da nossa zona de conforto e experimentar algo novo.

5. Baixa qualidade - Esse tipo de cliente costuma ter padrões elevados, se um produto não atender a esses padrões de qualidade, eles podem optar por não fazer uma compra.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Eu notei que a qualidade é uma grande preocupação para você, e adoraria ter a chance de poder provar que nosso produto é de alta qualidade e eficácia. Nós nos dedicamos a oferecer soluções inovadoras e personalizadas para atender às necessidades e desejos de nossos clientes. Por essa razão, investimos em pesquisa e desenvolvimento e em práticas rigorosas de fabricação. Realizamos testes em todas as fases do

processo para nos certificar que nossa produção seja excelente, desde a escolha dos materiais até a produção final. Estamos tão confiantes na superioridade do que fazemos que oferecemos uma garantia de satisfação de compra. Isso significa que, se você não ficar satisfeito, poderá devolvê-lo e receber seu dinheiro de volta sem nenhum tipo de burocracia ou letras miúdas. Seu investimento estará 100% protegido até que você constate o nível elevado do item que comprou. Estamos comprometidos em fornecer a melhor experiência possível para nossos clientes, e isso inclui garantir que você receba um produto de excelência.

6. Mudanças tecnológicas - Como clientes estáveis muitas vezes preferem coisas que são familiares e duradouras, eles podem ter objeções em relação a produtos que exigem novas tecnologias ou que mudem rapidamente.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Entendo que você esteja receoso com essa nova tecnologia, mas nosso produto é tão fácil de usar que você não precisará de nenhum conhecimento técnico para desfrutar de seus benefícios. Com ele, você poderá fazer tarefas que antes eram complicadas e demoradas de maneira simples e rápida, e sem precisar se preocupar com configurações complicadas porque ele foi pensando exatamente para pessoas resistentes a mudanças tecnológicas, mas que tem a necessidade de se modernizar. E para tornar a adaptação ainda mais tranquila para nossos clientes, oferecemos suporte técnico especializado para auxiliá-lo em qualquer momento em que necessitar de ajuda. Com nossa solução, você poderá se sentir confiante e seguro ao experimentar essa nova tecnologia sem qualquer dificuldade.

CONFORME

Os clientes do perfil C, costumam ser pessoas confiáveis, organizadas e que preferem manter sua rotina. Devido ao medo de assumir riscos, podem ter objeções para não comprar algo, mesmo que aparente-

mente tenham todas as condições favoráveis para adquirir o produto ou serviço. Aqui estão algumas objeções que um cliente do perfil Conforme pode ter para evitar uma compra:

1. Normas sociais - Como clientes conformes muitas vezes valorizam a conformidade com as normas, podem ter objeções em relação a produtos que vão contra as expectativas sociais.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Se você está relutante em adquirir esse produto porque teme que ele vá contra algumas normas sociais, deixe-me lembrá-lo de que a mudança social e cultural é constante. Costumes coletivos mudam ao longo do tempo, e muitas vezes é preciso quebrar paradigmas para alcançar novos patamares. Considere que, muitas vezes, os itens que mais desafiam os padrões culturais são aqueles que acabam se tornando pioneiros em suas áreas e influenciando as tendências futuras. Além disso, comprar um artigo que desafia algumas regras pode ser uma maneira de se expressar e se destacar como indivíduo. Lembre-se de que, em última análise, você é quem decide quais normas coletivas seguir e como deseja se comportar no mundo. Então, que tal dar uma chance para um produto que questiona as tradições e pode lhe oferecer novas experiências e possibilidades?

2. Conformidade regulatória - Para clientes conformes, o respeito às leis e as políticas em vigor são importantes, portanto, podem ter objeções em relação a produtos que não estejam em conformidade com as normas de segurança e regulamentos aplicáveis.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Me parece que você está relutante em comprar nosso produto por imaginar que ele possa não estar em conformidade com as normas de segurança e regulamentos aplicáveis, mas deixe-me tranquilizá-lo quanto a isso. Tudo com que trabalhamos passam por um processo rigoroso de testes e certificações antes de serem comercializados. Isso significa que, ao comprar algo nosso, você pode ter a tranquilidade de saber que

ele foi projetado e testado para atender a todas as normas de segurança aplicáveis. Além disso, as empresas responsáveis pela fabricação e comercialização de itens que vendemos se esforçam para garantir que cada um deles seja seguro e esteja em acordo com as regulamentações locais e internacionais. No entanto, se você ainda estiver preocupado, posso lhe mostrar as certificações e aprovações emitidas pelos órgãos competentes. Adquirir um artigo seguro é fundamental para a sua proteção e a salvaguarda de outras pessoas, por esse motivo estamos sempre dispostas a fornecer informações e esclarecer dúvidas sobre a conformidade dos produtos que comercializamos.do

3. Preocupação com alteração de preços - clientes conformes podem evitar comprar algo se acharem que o preço pode mudar rapidamente.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Sei que o preço é uma consideração importante ao comprar um produto, e entendo sua preocupação de que ele venha a mudar rapidamente. No entanto, quero garantir que esse artigo tem um preço justo e estável, que reflete seu valor e benefícios para os clientes. Não faz parte da minha estratégia de negócios aumentar tarifas de forma abrupta ou injustificada, pois isso não seria ético e prejudicaria minha relação com os clientes. Além disso, tenho como oferecer opções de pagamento flexíveis e descontos para ajudá-lo a aproveitar ainda mais o valor desse item. Então, pode confiar que, ao comprar meu produto, você está realizando um investimento justo e seguro para suas necessidades. Não deixe que a preocupação com o custo o impeça de experimentar um item que pode fazer a diferença em sua vida.

4. Não ter entendido as vantagens - esses clientes podem não comprar algo se não entenderem claramente os benefícios do produto ou serviço.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Muitas vezes pode ser difícil entender os benefícios de um produto, especialmente se ele é novo no mercado ou tem um conceito inovador. Mas, como vendedor, meu objetivo é ajudá-lo a entender como esse item impactará de maneira positiva sua vida. Por isso, deixe-me explicar em detalhes como ele atende às suas necessidades e oferecer benefícios únicos. Acredito que você ficará surpreso com o que estou lhe oferecendo realizará por você. Além disso, se ainda tiver dúvidas, estou disponível para responder todas as suas perguntas e fornecer informações adicionais sobre essa solução. Meu objetivo é ajudá-lo a tomar uma decisão informada e sentir-se confiante de que está fazendo a escolha certa. Então, vamos conversar mais sobre o meu produto e ver como ele pode fazer a diferença na sua vida.

5. Falta de autoridade - Como clientes conformes tendem a seguir padrões estabelecidos, podem ter objeções em relação a produtos que não sejam reconhecidos por autoridades ou especialistas do setor.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Entendo que pode ser difícil confiar em um produto que ainda não é amplamente reconhecido por autoridades ou especialistas do setor. No entanto, esse item tem se destacado por ser inovador e oferecer benefícios únicos para seus usuários. Eu acredito que a falta de reconhecimento não significa que ele não seja eficaz ou não valha a pena, muitas vezes os artigos mais inovadores enfrentam esse tipo de desafio no início de sua trajetória. A qualidade do item fala por si, e estou confiante de que você vai se surpreender com o que ele pode fazer por você. Se ainda estiver preocupado, vou lhe fornecer todas as informações disponíveis e os testes realizados para comprovar sua eficiência. Estou comprometido em ajudá-lo a tomar a melhor decisão possível para suas necessidades e oferecer suporte em todos os momentos. Então, por que não dar uma chance para o meu produto, e ser você o especialista a tirar suas próprias conclusões sobre a qualidade e eficácia dele?

6. Experiências anteriores ruins - Se o cliente Conforme teve uma experiência ruim com a marca ou produto anterior, ele pode se recusar a comprar novamente.

ARGUMENTAÇÃO POSSÍVEL

Entendo que você teve experiências anteriores ruins e é compreensível que isso tenha afetado sua confiança em relação a novos produtos ou serviços da marca. No entanto, quero assegurar-lhe que o item atual é diferente e foi projetado para superar as limitações do produto que você usou anteriormente. Com base em feedbacks e comentários de outros clientes, o aprimoramos para garantir que ele ofereça a melhor experiência possível aos usuários. Além disso, quero lhe dar uma garantia de satisfação para que você o experimente sem riscos e tenha a tranquilidade de que, se não ficar satisfeito, possa receber um reembolso completo. Estou comprometido em fornecer um item de alta qualidade e atender às necessidades de meus clientes, e espero ter a chance de provar que o que estou lhe oferecendo é diferente e pode ser a solução que você está procurando. Então, por que não dar uma nova chance e experimentar essa solução?

5.3. Como o DISC pode ajudar a construir relacionamentos duradouros com os clientes

Depois de colocar todos os ensinamentos, dicas e sugestões, listadas nesse ebook, em prática, você será capaz de identificar o perfil de seus clientes e ajustar sua comunicação para se tornar mais empático e persuasivo. Entretanto, ainda falta abordarmos uma etapa — talvez a mais importante delas — na jornada de compra do seu cliente: o relacionamento.

Quando se trata de construir relacionamentos duradouros com os clientes, é essencial compreender suas necessidades e desejos. Como já vimos, a metodologia DISC pode ajudar a identificar os principais traços de personalidade dos clientes e adaptar as interações para atender às suas necessidades.

No decorrer dessa nossa caminhada juntos, já descrevemos todos as preferências comportamentais de cada uma das 4 dimensões DISC e como utilizar essas características de diferentes formas para melhorar a maneira como você se comunica e interage com cada perfil, a fim de aumentar suas chances de conseguir uma venda, tornando a experiência de compra mais coerente e harmoniosa para seu cliente.

Agora, vamos abordar uma última estratégia, também bastante necessária para manter em sua caixa de ferramentas: como usar as características e preferências dos perfis dos seus clientes para construir um relacionamento duradouro com ele.

DOMINANTE

Construir relacionamentos duradouros com clientes que possuem traços de Dominância pode ser um desafio para muitas empresas. Embora esses clientes sejam assertivos e orientados para resultados, muitas empresas ainda lutam para entender suas necessidades e satisfazê-los adequadamente.

Uma das razões para isso é que esses clientes valorizam a independência e a concorrência. Eles gostam de estar no controle e tomar suas próprias decisões, o que pode dificultar a construção de um relacionamento colaborativo. Muitas empresas ainda adotam uma abordagem "one-size-fits-all" em relação a seus compradores, o que pode levar a uma perda de clientes com traços de Dominância.

Além disso, esses clientes são exigentes e impacientes, o que pode ser um desafio para empresas que não conseguem fornecer soluções rápidas e eficazes. Eles não têm tempo para lidar com detalhes irrelevantes ou processos demorados e burocráticos. Por isso, é essencial que as empresas estejam dispostas a fornecer soluções personalizadas e flexíveis para atender às necessidades específicas desses clientes.

Outra questão é que esses clientes não gostam de ser controlados por outras pessoas. Eles apreciam a independência e a capacidade de tomar decisões importantes no processo. É essencial que as empresas permitam que esses clientes tenham um papel ativo e decisivo no processo de tomada de decisões, a fim de construir um relacionamento duradouro e satisfatório.

Em suma, as empresas precisam ser mais críticas em relação à forma

como lidam com pessoas com traços de Dominância. Eles devem estar dispostos a fornecer soluções personalizadas, permitir que os clientes tenham controle sobre o processo e garantir que a comunicação seja clara e concisa. Somente assim será possível construir relacionamentos duradouros e satisfatórios com esses clientes exigentes.

INFLUENTES

Construir relacionamentos duradouros com clientes com traços de Influência requer uma compreensão sólida de suas características e necessidades. Esses clientes são altamente sociais e extrovertidos, e valorizam a interação pessoal e a atenção individualizada. Para atender a essas necessidades, as empresas devem estar dispostas a fornecer soluções criativas e flexíveis, oferecer experiências personalizadas e envolventes e estar abertas à comunicação e ao feedback.

Uma das características-chave das pessoas com traços de Influência é a necessidade de serem reconhecidas e motivadas. As empresas podem fornecer recompensas tangíveis, como bônus ou prêmios, para reconhecer a lealdade desses clientes e incentivá-los a continuar a se relacionar com elas. Além disso, oferecer oportunidades de crescimento e desenvolvimento, como treinamentos ou promoções, pode ajudar esses compradores a se motivar e permanecer engajados e fiéis à empresa.

Outra estratégia eficaz é oferecer experiências personalizadas e envolventes para esses clientes. Eles apreciam a interação pessoal e a atenção individualizada, e valorizam a oportunidade de construir relacionamentos autênticos com as empresas. Ao fornecer uma experiência personalizada e envolvente, as empresas podem construir relacionamentos duradouros e significativos com esses clientes.

Além disso, os clientes com traços de Influência tendem a ser bastante comunicativos e abertos. Eles apreciam a troca de ideias e opiniões, e valorizam a oportunidade de se expressar. Para construir um relacionamento mais profundo com eles, é essencial que as empresas estejam dispostas a ouvir e valorizar sua opinião. Isso pode ser feito através de pesquisas de satisfação, feedbacks regulares e outras estratégias de comunicação.

Ao atender às necessidades dos Influentes, as empresas têm a oport-

tunidade de construir relacionamentos duradouros e significativos, além de melhorar sua reputação e imagem de marca. As pessoas com perfil Influência tendem a ser muito sociais e comunicativas, e estão frequentemente dispostos a recomendar empresas e marcas que eles valorizam e respeitam. Ao construir relacionamentos duradouros com esses clientes, as companhias podem se beneficiar de marketing boca-a-boca positivo e aumentar sua base de clientes leais.

ESTÁVEIS

Apesar dos estáveis serem conhecidos por sua tranquilidade, equilíbrio e previsibilidade, muitas empresas ainda não estão bem adaptadas para lidar com esse tipo de cliente. Por apreciarem a estabilidade e a segurança, pessoas com o perfil Estabilidade mais predominantes preferem soluções que sejam previsíveis e confiáveis. Por isso, para construir um relacionamento duradouro com eles, é essencial fornecer um alto nível de segurança e confiabilidade em todas as interações com a empresa.

Os clientes com traços de Estabilidade também tendem a valorizar a lealdade e a honestidade. Eles apreciam a consistência e a transparência nas relações com as empresas e valorizam a integridade e a sinceridade em todas as interações. Para construir um relacionamento duradouro com esses clientes, é essencial fornecer informações claras e precisas sobre produtos e serviços, bem como manter um alto nível de transparência em todas as comunicações.

Uma das estratégias mais eficazes para construir um relacionamento duradouro com pessoas com traços de Estabilidade é fornecer um excelente atendimento ao cliente. Estáveis apreciam a atenção individualizada e a capacidade de resolver rapidamente qualquer problema que possa surgir. É importante garantir que a equipe de atendimento seja muito bem treinada e capacitada para fornecer um nível excepcional de serviço ao cliente.

Por fim, os clientes com esse perfil também apreciam a simplicidade e a facilidade de uso. Eles preferem soluções que sejam simples e fáceis de entender e usar, e não gostam de lidar com processos complicados ou confusos.

Investir na construção de relacionamentos duradouros com Estáveis

pode ser bastante benéfico para as organizações. Esses compradores tendem a ser muito leais e valorizam a consistência e a transparência nas relações com as empresas. Além disso, pessoas Estáveis geralmente são menos dispostas a mudar de fornecedores e são mais propensas a recomendar companhias nas quais confiam. Isso pode resultar em maior retenção de clientes, aumento da fidelidade e melhores oportunidades de marketing boca a boca. A reputação positiva e duradoura construída com os clientes com traços de Estabilidade ajuda a diferenciar a empresa da concorrência e garantir o sucesso a longo prazo.

CONFORMES

Os clientes com traços de Conformidade são conhecidos por serem organizados, confiáveis e exigentes. Eles valorizam a precisão, a qualidade e a consistência em todas as interações com as empresas. Para construir relacionamentos duradouros com esse perfil, é essencial fornecer soluções que atendam às suas necessidades específicas e oferecer um alto nível de detalhamento em todas as comunicações com a empresa.

Além disso, os clientes com essas características tendem a ser leais e comprometidos com as empresas que são capazes de fornecer soluções precisas e consistentes. Eles apreciam a atenção aos detalhes e a capacidade de resolver problemas de forma eficaz e eficiente. Para construir um relacionamento duradouro com esses clientes, é essencial fornecer soluções de alta qualidade e prestar atenção aos pormenores em todas as interações.

Outra estratégia eficaz para construir relacionamentos duradouros com Conformes é fornecer soluções comprovadas e confiáveis. Esses clientes tendem a ser menos propensos a assumir riscos e preferem opções já validadas e seguras. Ao fornecer alternativas testadas e comprovadas, as empresas podem construir a confiança desses clientes e garantir um relacionamento duradouro e significativo.

Outra vantagem de investir na construção de relacionamentos duradouros com pessoas Conformes é a oportunidade de obter feedback valioso. Esses clientes são bastante críticos e valorizam a precisão e a consistência nas interações com as empresas. Ao receber feedback valioso desses compradores, as organizações podem melhorar seus

produtos e serviços e aprimorar a experiência do cliente. Isso pode ajudar as companhias a se destacarem no mercado altamente competitivo de hoje e garantir o sucesso a longo prazo.

Também vale lembrar que os consumidores com perfil Conformidade tendem a ser mais críticos e esperam um alto nível de atendimento ao cliente. Assim, é essencial prestar atenção aos detalhes em todas as interações e garantir que as soluções atendam às necessidades específicas desses clientes organizados e exigentes.

Investir na construção de relacionamentos duradouros com clientes com traços de Conformidade pode fornecer benefícios significativos para a reputação e a imagem da empresa. Ao atender às necessidades exclusivas desses clientes, as empresas podem construir um relacionamento longo e significativo que garanta uma reputação positiva e permanente no mercado.

Conclusão

Ao longo deste ebook, apresentamos a metodologia DISC como uma ferramenta poderosa para a compreensão dos perfis comportamentais e como ela pode ser aplicada para aumentar as vendas e melhorar o desempenho dos negócios.

Compreender o perfil comportamental do cliente é essencial para se comunicar de forma assertiva e criar um relacionamento de confiança. Além disso, o método apresentado também pode ser utilizado para identificar as características dos vendedores e como cada um pode otimizar o seu desempenho de acordo com as suas habilidades e limitações.

No entanto, vale destacar que esse sistema não é uma fórmula mágica para o sucesso nos negócios. É necessário ter cuidado para não rotular as pessoas ou subestimar a complexidade do comportamento humano. Além disso, é preciso considerar que os perfis comportamentais não são estáticos e podem mudar ao longo do tempo, em resposta às experiências e situações vivenciadas.

Olhando pela ótica da empresa, o método DISC também traz diversos benefícios para as organizações. A compreensão dos perfis comportamentais permite uma melhor gestão de equipes, a identificação de pontos fortes e fracos, tanto de funcionários, quanto em processos de seleção e recrutamento, além de um melhor entendimento das necessidades e expectativas dos clientes. A aplicação desse sistema pode ser fundamental para o sucesso das empresas em um mercado cada vez mais competitivo.

Já para o profissional de vendas, a compreensão dos perfis comportamentais pode ser um diferencial competitivo determinante. O vendedor que conseguem identificar as necessidades e expectativas dos seus clientes e se comunicar de forma eficiente têm maiores chances de fideliza-los, melhorando seu desempenho, batendo metas e se destacando na empresa.

Com base nos fundamentos teóricos abordados neste ebook sobre como aumentar as vendas utilizando a metodologia DISC, podemos concluir, de maneira segura, que a aplicação dessa ferramenta é imprescindível para os vendedores e empresas que desejam prosperar e obter sucesso em um mercado tão acirrado. O método aqui minuciosamente demonstrado pode ser considerada um diferencial competitivo importante para todos que buscam fidelizar o público e se destacar na área de vendas.

Como último alerta, é fundamental ter em mente que a compreensão dos perfis comportamentais deve ser utilizada sempre de forma cuidadosa e empática, com o intuito de estabelecer uma comunicação eficiente, definir relações de confiança e respeito com os clientes, e, nunca, para enganá-los, confundi-los ou iludi-los.

6.1. Principais conceitos e recomendações para a aplicação do modelo DISC em suas vendas

Ao longo deste ebook, apresentamos todo o conteúdo relevante sobre a metodologia DISC e como utilizá-lo com seus clientes. Entretanto, é preciso saber como aplicá-lo de forma eficaz. Por isso, abaixo, apresentaremos algumas recomendações do que fazer e o que não fazer ao aplicar a metodologia DISC em suas vendas.

Essas recomendações serão apresentadas de forma clara e objetiva, organizadas com seus pontos principais em tópicos, para que você possa implementá-las imediatamente em suas negociações e obter melhores resultados.

1. Entenda os diferentes perfis de clientes:
 - A metodologia DISC é baseada em quatro perfis (Dominância, Influência, Estabilidade e Conformidade);

- Cada perfil tem suas características e preferências específicas;
- É fundamental entender como se comunicar com cada perfil
- Cada cliente pode apresentar mais de um perfil predominante, por isso, lembre-se de levar isso em conta durante sua investigação sobre as preferências dele.

2. Adapte sua comunicação ao perfil do cliente:

- Dominantes preferem comunicação direta, objetiva e rápida;
- Influenciadores são mais emocionais e valorizam a interação pessoal;
- Estáveis preferem um atendimento mais pessoal e acolhedor; Conformes são mais analíticos e precisam de informações detalhadas e precisas;
- É importante adaptar o comportamento para se adequar às preferências do cliente.

3. Mantenha uma postura profissional e ética:

- Seja transparente e honesto sobre o produto ou serviço oferecido;
- Evite promessas ou informações falsas apenas para fechar uma venda;
- A confiança é fundamental em qualquer relação comercial;
- Não seja invasivo ou pressione o cliente durante o processo de vendas.

4. Busque entender as necessidades do cliente:

- Antes de apresentar algo, busque entender as necessidades e expectativas dele;
- Isso ajuda a direcionar a apresentação e torná-la mais relevante e interessante;
- É como um médico que não prescreve um medicamento sem antes fazer um diagnóstico correto.

5. Demonstre valor e as vantagens do produto ou serviço:

- Ao apresentar algo, destaque o que esse algo trará de relevante para o comprador;

- Mostre como ele pode solucionar problemas ou atender às necessidades do cliente;
- Não foque apenas nas características do produto ou serviço, mas nos benefícios que ele trará e nas dores que ele aplacará.

6. Personalize a abordagem de vendas:

- Ainda que faça parte de um mesmo perfil, cada comprador é único e tem suas próprias necessidades e preferências;
- Personalize a abordagem para atender às necessidades específicas dele;
- Isso ajuda a criar um relacionamento mais próximo e duradouro com seu cliente.

Ao seguir essas recomendações, você poderá aplicar a metodologia DISC de forma mais eficaz em suas vendas, criando uma relação mais próxima e duradoura com seus clientes. Lembre-se sempre de manter uma postura ética e profissional durante todo o processo de negociação, e adaptar sua comunicação e abordagem de vendas para atender às necessidades específicas de cada cliente.

6.2. Considerações finais

Chegamos ao final do ebook **“Aumente suas vendas com a metodologia DISC”**.

Estou certo de, através dessas páginas, ter fornecido todo o conteúdo necessário para que você possa aprimorar suas habilidades de negociação e alcançar o sucesso em suas vendas. Espero que as informações apresentadas também possam ser úteis em sua carreira profissional.

Lembre-se de que agora é com você. É hora de praticar e aplicar os conceitos apresentados ao longo deste ebook. Confie em suas habilidades e siga em frente. Os resultados virão com o tempo e com a prática constante.

Meus cumprimentos por ter chegado até o final deste livro digital, você é uma enorme exceção. Apenas 30% dos brasileiros leem livros, e mais da metade dessas pessoas não consegue chegar ao final

de uma publicação. Isso quer dizer que você faz parte de um seleto grupo de apenas 15% da população, algo que por si só já é um grande feito.

Tenho certeza de que seu empenho e dedicação serão revertidos em conquistas, sucesso e prosperidade.

Se você tiver alguma dúvida ou quiser compartilhar suas experiências após a leitura deste ebook, não hesite em entrar em contato comigo através de nossos canais de comunicação e redes sociais.

Para finalizar, gostaria de parabenizá-lo por escolher investir em seu conhecimento e agradecê-lo imensamente por me escolher para essa jornada.

Ficarei na torcida para que possamos nos reencontrar num futuro próximo com novas informações e conhecimentos para ajudá-lo a alcançar o sucesso nessa ou em outras áreas de sua vida!

Espero ter notícias suas em breve!

Cordialmente,
Ediberto Santos

