

Tipos de Fecho de Negócio

1. Fecho simples

Consiste em dar um passo de fecho durante a conversa:

“Pode então por favor dar-me os dados para constarem na encomenda?”

2. Fecho direto

Se respondeu às questões levantadas e sabe que o seu cliente reconheceu valor à sua solução, pergunte de forma direta:

“Então, está tudo pronto para concretizarmos este negócio.” Afirmação

3. Fecho ponta de lança

Quando o cliente pede uma concessão, seja sobre preço, entrega, características do produto, pergunte:

“Muito bem, se eu conseguir isso ainda hoje, fechamos a encomenda?” – compromisso

4. Prós e Contras

Consiste em convidar o cliente a escrever em duas colunas (uma para os prós e outra para os contras) num papel sobre a solução apresentada. Depois ajude na tomada de decisão segundo a coluna mais extensa. É uma boa técnica para clientes analíticos e para quando o vendedor sabe que a coluna dos prós será a mais extensa.

5. Fecho acontecimento eminente

O cliente é confrontado com uma realidade eminente.

O vendedor pode “apressar” uma decisão do cliente atribuindo essa necessidade à ocorrência de certos acontecimentos: aumento do preço, últimas unidades de vendas, falta ou atraso de certas mercadorias...Deve ser usado quando corresponde à realidade.

Pode ser eficaz perante clientes indecisos e influenciáveis.

6. O caminho das perguntas/ concordância

O vendedor baseia a sua entrevista em perguntas de controlo, em que o cliente vai sucessivamente concordando e valorizando os benefícios.

Indicado para clientes líderes de opinião, aproveitando-se os seus pontos de vista para fechar a venda.

V: Eng.º Rodolfo, o que pensa do nosso sistema de ...?

C: Tem muitos aspectos favoráveis, por exemplo

V: Quais são para si os mais importantes?

C: Ah! para a nossa empresa são importantes.....

V: Estes benefícios são então importantes para optar pela nossa empresa?

C:O produto vem em vermelho?

V: Gostaria então em vermelho?