

Histórias dos
Verdadeiros
Campeões
de Vendas

DIEGO MAIA

Histórias dos
Verdadeiros
Campeões
de Vendas



ALTA BOOKS
E D I T O R A
Rio de Janeiro, 2014

DEDICATÓRIA

Escrevo este livro na condição de vendedor. Quando chego a um hotel e preencho uma ficha, não coloco qualquer outra função no campo profissão. Eu poderia colocar várias: empresário, presidente, diretor, gerente, palestrante, locutor de rádio, jornalista, profissional de RH, corretor, consultor, representante. Mas coloco lá que sou... vendedor.

Por isso, como um legítimo representante da classe, escrevi este livro para os milhares de homens e mulheres de vendas que tive o prazer de conhecer ao longo de meu trabalho à frente do **CDPV — Centro de Desenvolvimento do Profissional de Vendas** — e das demais operações do **Grupo CDPV**.

Esta obra foi criada para homenagear esses guerreiros e guerreiras que todos os dias, sob a chuva ou sob o sol, deixam suas casas e vão à luta. É uma homenagem, um reconhecimento ao árduo trabalho daqueles que fazem girar verdadeiramente a economia mundial.

Também dedico este livro a todos os colaboradores do CDPV e do RH Vendas. Aos que estão lá, aos que já passaram e aos que virão. De uma forma ou de outra, todos contribuíram significativamente para o nosso sucesso.

E, como não poderia deixar de ser, agradeço a atenção, a paciência e o apoio das pessoas mais importantes na minha vida: minha esposa Lorena e minha filha Victória. É por vocês. É para vocês.

AGRADECIMENTOS MAIS DO QUE ESPECIAIS

A realização desta obra não seria possível sem a colaboração intensa dos milhares de profissionais de vendas que já participaram dos treinamentos, palestras e seminários do CDPV. Todos eles, de alguma forma, contribuíram para a construção deste livro ao me contarem suas histórias e ao trocarmos ideias.

As histórias que você lerá neste livro foram inspiradas no trabalho de pessoas visionárias e, por isso, resolvi publicá-las e colaborar com o trabalho. Vamos refletir, aprender e crescer baseados em experiências cômicas. Em alguns momentos você vai rir. Em outros, terá vontade de chorar.

Todos os nomes (de pessoas, empresas, empreendimentos) foram trocados para preservar a identidade dos profissionais envolvidos nos fatos. A única exceção faço à primeira história publicada. Na verdade, ela é parte de um relato emocionante sobre a “vida e obra” do gerente comercial Tulio Louvain, que muito admiro. Valeu, Tulhão!

Qualquer omissão contida nesta lista de agradecimentos especiais será corrigida no próximo livro.

Adriana Amado

Alexandre Cunha de Queiroz

Armando Cesar

Carlão Alberto Souza Vasconcelos
(Carlão)

Carlos Leuzzer

Claudio Lopes de Carvalho

Denise Brito Rodrigues

Eldo Jasbick

Eliziane Mendes

Jairo Teixeira da Silva Júnior

João Couto

José Heitor

Kelly Ribeiro

Lavy Costa Filho

Luciano Fernandez

Luiz Correa
Luiz Eduardo
Marcelo Noronha
Marco Aurélio
Marcus Vinícius
Maricyr de Oliveira
Mauro Carvalho Pinto
Monica Leone
Pablo Fernandes Correa

Ricardo Lima
Ruy Ribeiro
Sandra Gonçalves Rocha
Sergio Oliveira Souza
Sheila Helena de Oliveira
Tulio Louvain
Walmir Alves da Silva
Wilma Moreira de Souza

Sumário

Introdução	xi
O Vendedor e o Gênio da Lâmpada	1
Um Bom Vendedor se Faz com Persistência e Boas Ideias.....	3
O Vendedor e o Corno	7
Vender, Cair e Levantar (ou Quase Isso)	9
O Vendedor Milagroso.....	11
O Vendedor Bronzeado.....	15
Sempre Alerta!.....	17
Solução na Ponta da Língua!.....	19
Nem Melhor nem Pior, Apenas Diferente.....	23
O Vendedor Nonsense.....	27
Olha o Português!	31
O Zé!	33
Você Compra um Livro pela Capa?	39
Pegadinha para o Vendedor Novato	41
O Estoque!.....	45
A Melhor Venda do Lúcio	49
O Vendedor com R\$ 3.194,88 em Papel Higiênico...51	
Uma Pinça Muito Estranha.....	53
Preço É Fundamental, mas Não É Tudo	55
Nem Tudo É tão Ruim Quanto Parece.....	59
Quer Tomar um Banho Comigo?	61
O Caso das Esponjas Scotch Brite	63
Observar Possibilidades Onde Ninguém Vê (ou Não Quer Ver).....	65
O Vendedor Gentleman	69

Por Essa Ele Não Esperava.....	73
A Zeladora.....	77
O Assalto.....	81
Que Desagradável!.....	83
Vendas: Uma Escola que Não Tem Fim.....	85
Os Sonhos Nunca Terminam.....	87
Uma História de Sucesso.....	89
A Fábula do Camarão.....	91
O Fax do Nirso.....	93
Os 10 Mandamentos do Vendedor de Sucesso	97

INTRODUÇÃO

Antigamente, se rezava a máxima que um filho que não tinha se tornado um doutor seria ou padre, ou funcionário concursado do Banco do Brasil ou vendedor. Principalmente se não tivesse aptidão para nada. Ainda bem que eu não vivi nesta época!

Por causa do programa que apresento na rádio carioca MPB FM, recebo diariamente dezenas de e-mails de ouvintes atuantes nos mais diversos ramos e segmentos pedindo dicas, fazendo perguntas e buscando orientação. Um dia, essas respostas estarão em um livro; pode me cobrar.

Certa vez, ao chegar ao CDPV (Centro de Desenvolvimento dos Profissionais de Venda) minha assistente avisa que havia uma senhora me aguardando. Ela fazia questão de falar comigo. Durante uns quinze minutos, comentou que ficou muito tocada com uma determinada mensagem que foi ao ar na emissora. Fez críticas, deu sugestões e trocou ideias. O final foi marcante: “Diego, arruma um emprego pro meu sobrinho, NEM QUE SEJA de vendedor...”.

Eu fiquei da mesma forma que você: boquiaberto. Não esperava por aquilo.

A grande verdade é que ninguém cresce querendo ser vendedor. Em geral, crianças e adolescentes, assim como seus pais, possuem outros sonhos e outros planos. No varejo principalmente, se passam a trabalhar com vendas, encaram aquilo como passageiro, provisório. É o verdadeiro “Jáque”. “Já que não dei certo em nada, virei vendedor.”

Ao longo de minha trajetória profissional, só encontrei uma única pessoa que afirmava trabalhar com representação comercial desde que se entendia por gente. O seu desejo vinha porque o bisavô havia sido caixeiro viajante e passou o ofício para o avô. Seu pai, em vida, foi representante comercial da indústria de au-

topeças. Na representação comercial, em muitos casos, é como uma capitania hereditária: passa de pai para filho.

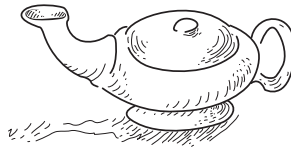
Na prática, os profissionais mais bem-sucedidos de hoje um dia foram “Jaques”. Evandro Correa — um dos mais bem-sucedidos profissionais do mercado de turismo, começou a vida como bancário. Edson Calheiros — atualmente diretor comercial do CDPV — começou a vida como técnico em eletrônica e pensava seguir carreira militar. O gerente campeão de vendas do grupo Brasil Brokers — maior grupo de intermediação imobiliária da América Latina —, atuante na Patrimóvel Niterói, o Marinho, cursou Direito e sonhava em seguir na profissão, até ser fisgado pela área comercial.

Mesmo tendo começado meio que sem rumo, os profissionais de sucesso de hoje passaram a **gostar profundamente** dessa atividade. Será este um dos passos para o sucesso profissional? Gostar do que se faz?

Após sucessivos anos, o “vendedor de alguma coisa” foi se especializando, livros foram publicados contando histórias de sucesso, a indústria se aperfeiçoando, chegaram as multinacionais. Máquinas cada vez mais velozes, explosão do consumo. Toda a produção precisava ser escoada para algum lugar. Entra, então, o vendedor desses produtos.

Com o aquecimento da economia, todas as empresas precisam de bons vendedores. Mas pecam em não proporcionar incentivo, treinamento e remuneração adequada. Querem sempre pagar o mínimo possível e exigir o maior resultado. Não motivam e não orientam. Desta forma, terão sempre os “Jaques por escolha”, aqueles que apenas “estão” vendedores.

Existem exceções. E é lá que o bom profissional de vendas está trabalhando agora. Ele tem direção, motivação, condições de trabalho e crescimento profissional com um verdadeiro plano de carreira aliado a treinamento, seja interno ou externo. Esses são os **ingredientes necessários** para a construção de uma vitoriosa carreira de vendas.



O Vendedor e o Gênio da Lâmpada

Certa vez, um vendedor externo chegou a uma cidade litorânea. Após percorrer quase todo o município sem tirar nem um pedido sequer, e já desesperado com a negativa de diversos clientes, resolveu passear pela orla, mais precisamente pela areia, molhando seus pés na água salgada do mar. Era para tirar o mau-olhado e atrair coisas boas.

Encostou seu carro, tirou o paletó, os sapatos e as meias, e saiu, sem compromisso, chutando todos os tipos de objetos que via na areia.

Até que esbarrou em um objeto estranho. Reparou que era uma garrafa muito antiga. E, de dentro da garrafa, saiu uma nuvem de vapor, dando lugar a uma forma humana. Era um gênio encantado, desses que só vemos em desenho animado.

— Obrigado por me libertar! Vou lhe conceder três pedidos!
— disse o gênio.

O vendedor, atônito com a situação inusitada, não titubeou:

— Aguenta um minutinho que vou ao carro pegar o meu talão de pedidos!

DICA PRÁTICA:

Vendedor que é vendedor prioriza sempre o seu negócio e não desperdiça nenhuma oportunidade de venda. Ele sabe que boa parte do sucesso é construída à noite, nos finais de semana e nos feriados: estudando, lendo, fazendo networking, vendendo.

“Chega junto” e acredita “em todas as bolas”. Não preconceitua um cliente e, como um bom brasileiro, não desiste nunca!



Um Bom Vendedor se Faz com Persistência e Boas Ideias

Tudo começou quando viu um anúncio nos classificados em letras garrafais: “Indústria precisa de Representante de Vendas para atuar no Espírito Santo. Produto de alto consumo”. Quando chegou ao processo seletivo, descobriu que o produto era lingerie e de uma marca que poucos conheciam.

Foi aprovado, mas não conhecia nada naquele lugar, muito menos entendia de lingerie. Carioca, saía de casa na segunda-feira no Rio de Janeiro e só voltava na sexta.

Já no território novo, chorava muito à noite quando chegava ao hotel para dormir: lembrava-se de sua filha. Entrou em depressão.

Um tio o levou ao médico. O doutor era esquisitão: viu que o representante, novo, não tinha nada e recomendou: “amigo,

quando esta deprê bater e seu coração acelerar, faz o seguinte: encara, vai para um boteco e enfia os cornos”.

O representante saiu do consultório desacreditado do médico, mas um belo dia, naquela cidade do interior do estado, bateu a tristeza, e ele pensou: “o hospital fica longe, está tudo muito complicado”. Então, lembrou-se do médico e, automaticamente, de uma birosca próxima à pensão em que se hospedava. Para lá ele foi. Tomou todas, não aconteceu nada e ficou curado.

Era uma dificuldade terrível para vender lingerie. Naquela época, as mulheres só queriam saber de marcas top, mas ele conseguia fechar alguns negócios com pequenos lojistas. Passados uns seis meses e, já com alguma experiência com os produtos e com a praça, começou a visitar os grandes lojistas e os magazines.

Certo dia, conheceu uma loja em Cachoeiro de Itapemirim, terra do rei Roberto Carlos. A loja vendia muito: era a Renato Confecções. A compradora era uma verdadeira “casca-grossa”, “osso duro de roer”. Mas se ele conseguisse emplacar sua lingerie ali “estaria feito”, pois ganharia uma visibilidade incrível na região.

Já estava na quinta visita e nada. A compradora não deixava o representante nem abrir o mostruário.

Depois da sexta visita, deixou a loja revoltado. Foi para seu hotel, tomou um banho, esfriou a cabeça e desceu para pegar um ar. Encontrou uma turma de vendedores jogando conversa fora; os amigos estavam combinando uma ida a uma “casa de saliência”. Ele foi. Depois de algumas cervejas, conversa vai, conversa vem, teve uma ideia que mudaria seu negócio para sempre: “vou dar umas peças para essas meninas e pedir para cada dia uma delas ir até aquela loja com a peça na mão e perguntar, de preferência para a compradora (que também atendia no balcão), se eles têm calcinhas e sutiãs daquela marca”.