

OS PASSOS

DA
VENDA





A background photograph of a family in a living room. A man in a light yellow jacket sits on the left, looking towards a woman in the center. A young boy in a grey shirt sits on the right, looking down at a book or tablet. A coffee table with magazines is in the foreground.

O QUE É UMA OFERTA?

OFERTA:

- OFERECER UM PRODUTO;
- APRESENTAR UM BENEFÍCIO.

A group of four people (three men and one woman) are sitting on a light-colored sofa in a living room. They are all looking at a laptop screen held by one of the men. The man on the left is wearing a light-colored blazer over a t-shirt. The woman in the middle is wearing a dark top. The man on the right is wearing a light-colored button-down shirt. The background shows a window with light-colored curtains. A coffee table with some books is visible in the foreground.

**A OFERTA DEVE
SATISFAZER
AS NECESSIDADES
DO CLIENTE?**

**Havia um
colportor que ia
passando numa rua tranquila,
de uma cidade de interior.
Com muita sede, parou
para descansar à frente de uma
casa por cuja porta estava
entreaberta. Ouviu uma voz
amistosa dizendo:
“Vai entrando meu
rapaz...”**

**Temeroso,
meio tímido, o
colportor foi devagarinho
entrando. Lá dentro, já na
sala, ouve a mesma voz atrás
de outra porta que o chama:
“Vai entrando meu
rapaz...”**

**Mais depressa desta vez, o colportor ultrapassou a porta de onde vinha a voz , chegando a outra sala onde novamente ouve a voz vinda de outro cômodo:
“Vai entrando meu rapaz...”**



Finalmente nosso amigo chega à cozinha onde, numa gaiola bem no alto, um papagaio falante lhe dá as boas vindas:

“Vai entrando meu rapaz...”

Ainda surpreso ao abaixar os olhos o colportor cruza de frente com um enorme Pit Bull, rosnando e pronto para atacá-lo.

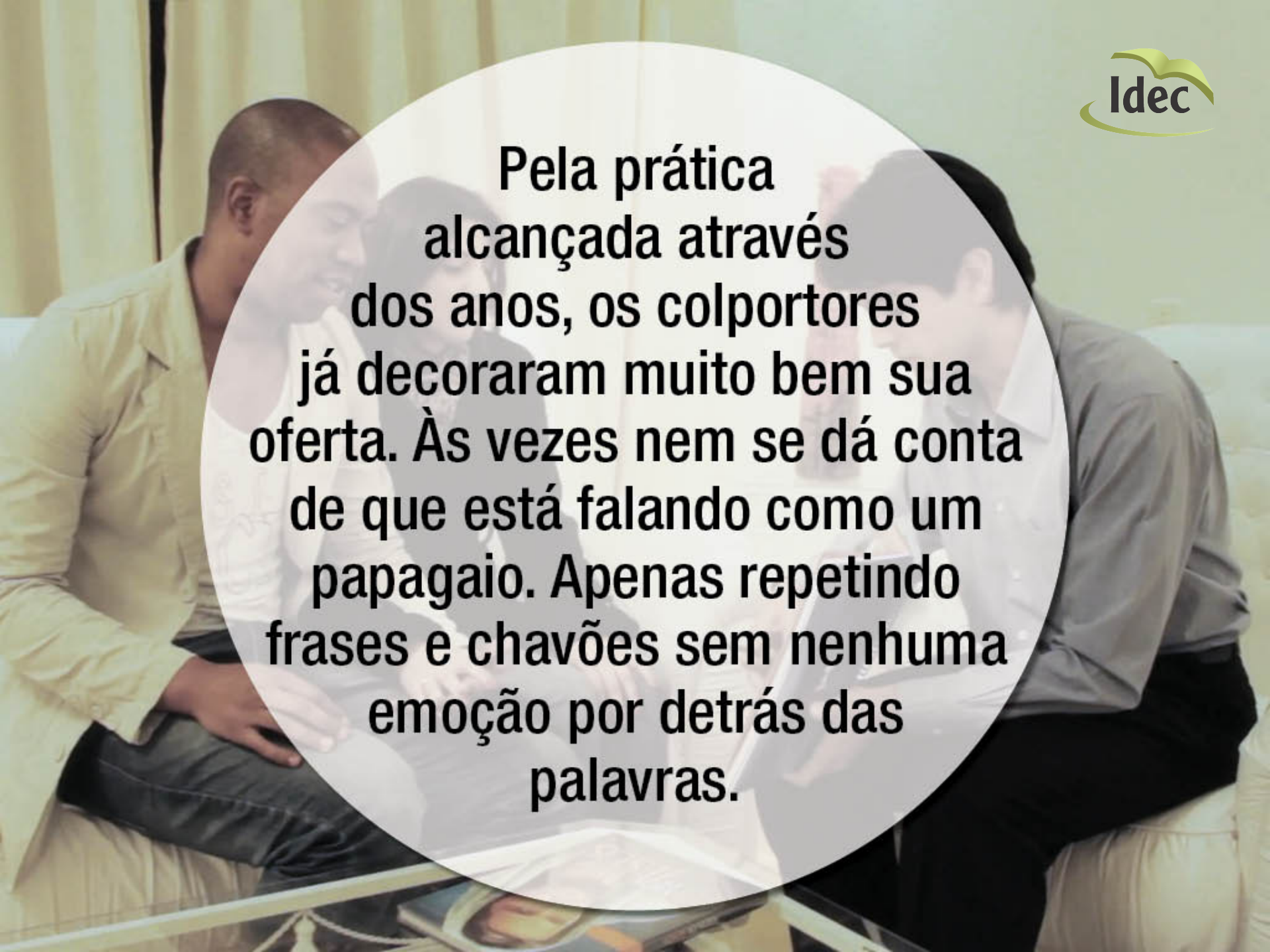


“Vai entrando meu rapaz...”

Repete o papagaio seguro em seu lugar. E o colportor apavorado com a situação, Volta-se para o papagaio uma última vez e pergunta com voz desesperada, sentindo a gravidade do momento: E você seu linguarudo, que me colocou nesta situação, só sabe repetir isso?

**O papagaio
mais do que
depressa,
começa a gritar
em resposta:
“PEGA, PEGA,
PEGA...”**



A background image showing a group of people in a meeting or training session. A man in a light yellow shirt is on the left, and a woman in a grey blazer is in the center. They are both looking down at a document or laptop. The image is partially obscured by a large, semi-transparent white circle containing text.

**Pela prática
alcançada através
dos anos, os colportores
já decoraram muito bem sua
oferta. Às vezes nem se dá conta
de que está falando como um
papagaio. Apenas repetindo
frases e chavões sem nenhuma
emoção por detrás das
palavras.**

Como deve ser a oferta?

- Bem elaborada;
- Bem estudada;
- Adaptada a cada cliente ou colportor;
- Atualizada, sempre com novas informações.

PONTOS NECESSÁRIOS PARA UMA BOA OFERTA:

- Conhecer bem os manuais (autor, conteúdo);
- Conhecer bem a ferramenta de trabalho (o prospecto);
 - Conhecer bem o cliente (suas necessidades).



DOIS TIPOS DE OFERTA:

- Oferta que vende;
- Oferta que não vende.



OFERTA QUE VENDE!

Oferta DAB:

- Despertar
- Alarmar
- Beneficiar

10 PASSOS

PARA UMA
OFERTA BEM
SUCEDIDA.

1. Pré-Aproximação
2. Aproximação
3. Contato Amistoso
4. Introdução ou contato alarmante
5. Apresentação
6. Fechamento
7. Informação ou recomendação
8. Oração
9. Despedida
10. Oração do Colportor

1 | **PRÉ** **PASSO** | **APROXIMAÇÃO**

É o máximo de informações obtidas a respeito do cliente em potencial.

1 PASSO

PRÉ APROXIMAÇÃO

- NOME, ESTADO CIVIL,
PROFISSÃO;

- O QUE GOSTA,
CRÊ, FAZ E TEM;

- RELIGIÃO
PREDILEÇÕES

- NECESSIDADES
BÁSICAS

Fontes de informações:

Indicações de clientes satisfeitos, vizinhos, lista telefônica, secretarias municipais, sindicatos, federações, etc.



3 PONTOS INICIAIS

1
PASSO | **PRÉ**
APROXIMAÇÃO

1. Preparo Espiritual

“Os colportores precisam converter-se diariamente à Deus, a fim de que suas palavras e ações possam exercer uma influência salvadora”.

Colportor Evangelista, 52



- Estudar a Bíblia
- Estudar o *C.E.
- Manter a vida Devocional
- Ler os Livros do **E.P.
- Fazer Jejuns
- Fazer Vigílias

* Colportor Evangelista
** Espírito de Profecia

1 | **PRÉ**
PASSO | **APROXIMAÇÃO**



2. Preparo Físico

*“Sejamos colportores
estudantes fiéis,
aprendendo como ter
o máximo êxito”.*

Colportor Evangelista, 56



APARÊNCIA PESSOAL

Roupas adequadas,
sapatos engraxados ou
tênis limpos. Cabelo, dentes,
barba e banho em dia. Pasta,
prospecto, revistas, blocos...

“TUDO EM ORDEM E LIMPO”



Idec

1
PASSO

PRÉ
APROXIMAÇÃO

“ *Não podemos esperar que o Senhor nos dê pleno sucesso... a menos que, toda aparência e maneiras sejam de tal natureza que imponham respeito. A verdade é engrandecida mesmo pela impressão de asseio no vestuário.* ”

Colportor Evangelista, 56

- Traçar alvos e fazer um planejamento;
- Dormir bem;
- Ter uma boa alimentação;
- Recreação.

3. Preparo Técnico

“Os colportores devem familiarizar-se perfeitamente com o livro que vendem, e estar habilitados a chamar de pronto a atenção para os capítulos mais importantes”

Colportor Evangelista, 58

1
PASSO | **PRÉ**
APROXIMAÇÃO



- Ler Jornais e Revistas Semanais
- Decorar a Oferta
- Estudar o Prospecto
- Ler os Livros
- Aplicar o Livro a Vida Pessoal
- Atualizar a Pasta Alarmante

● GOOGLE

1
PASSO | **PRÉ**
APROXIMAÇÃO

“Até mesmo o gênio necessita de uma técnica competente.”

Robert Fripp

The background features a stylized city skyline in shades of blue and green, partially obscured by a large, sweeping graphic element. This element consists of several parallel, curved lines in green, blue, and white, creating a sense of motion and flow. The overall color palette is dominated by blues and greens, with a white and yellow gradient at the top.

1 | **PRÉ**
PASSO | **APROXIMAÇÃO**

2 **PASSO**

APROXIMAÇÃO

É quando você se apresenta na porta do seu cliente o cumprimentando e se apresentando.



- NOMINAL
- GENTIL
- ENTUSIASTA
- CLARA
- POSTURA
- SEGURA

2
PASSO

APROXIMAÇÃO

- NOMINAL
- GENTIL
- ENTUSIASTA
- CLARA
- POSTURA
- SEGURA



EXEMPLO:

Bom dia!!! Eu sou o? é a senhora? Muito prazer! Eu sou do serviço educacional lar e saúde e em parceria com minha faculdade Unasp, estamos realizando um projeto fantástico aqui em seu bairro visitando todos os lares falando sobre saúde qualidade de vida, passando orientações muito importantes e nesta oportunidade eu vim exclusivamente para visitar o seu lar. Com licença?

**"ESTOU
OCUPADO"**



POSSÍVEIS OBJEÇÕES

- **“Pessoas ocupadas apreciam a minha visita, porque sou breve. Com licença!”**
- **“Somente seu interesse me deteria por mais de cinco minutos. Com licença!”**

**É
VENDEDOR?**



POSSÍVEIS OBJEÇÕES

- “Meu trabalho é muito mais que vender!”
- “O senhor está esperando algum vendedor?”
- “Vender é a última coisa que vim fazer aqui!”

POSSÍVEIS OBJEÇÕES

É CATÓLICO OU
PROTESTANTE?



- “É do SELS, uma instituição que trabalha a favor do lar e da moral.”
- Escute o cliente. Ainda que irrazoável, a objeção deve ser ouvida. Muitas vezes uma objeção ridícula parece ainda mais absurda para o próprio cliente, quando ele a expressa.

3 **PASSO** | **CONTATO** **AMISTOSO**

É a contato que você tem desde o portão da casa de seu cliente até a sala do mesmo.



"...PASSE DOIS OU TRÊS MINUTOS FAMILIARIZANDO-SE COM O CLIENTE. SEMPRE É MELHOR FALAR DE COISAS DE SEU INTERESSE, COMO POR EXEMPLO: O LAR, OS FILHOS, O AUTOMÓVEL, O JARDIM, O TRABALHO, ETC. ..."



- Fale ao coração.
- Elogie com sinceridade.
- O ponto de contato nunca deve ser feito na disposição de um questionário, uma pergunta após a outra, como se fosse algo especulativo.

- O colportor precisa acertar o centro daquilo que é motivo de satisfação e orgulho, **passo** com



3 | **CONTATO AMISTOSO**
PASSO



- JAMAIS, Pode se fazer uma oferta na calçada, no pátio ou na porta.
- Olhe para ele (a), sorria e comece a falar;
- Não fique a espera da frase perfeita;
- Evite começar com comentários negativos e queixosos.



LEMBRE-SE:

- As pessoas se tornam acessíveis quando elogiadas e respeitadas.
- O contato amistoso é fundamental, sendo a base estrutural de todo e qualquer tipo de venda.
- Faça disso o foco de sua atenção e obterá a chave para o sucesso.

4
PASSO

INTRODUÇÃO **ou Contato Alarmante**

“O objetivo do contato alarmante é chamar a atenção do cliente, criando uma circunstancia preparatória para apresentação dos manuais.”

“É despertar a necessidade do cliente de alguma coisa.”

- ***Histórias alarmantes.***
- ***Dados estatísticos.***

No **BRASIL**,
ocorre 1 MORTE
por **infarto**
a cada
5 MINUTOS.



Estima-se que,
em 2040, ocorrerá
1 morte a cada
47 segundos.

Organização Mundial da Saúde





Estima-se
em 2040, oc
1 morte a
47 segun
Organização Mundial



7 MILHÕES
de pessoas
morrem de
CÂNCER
todos os anos.

AÇÚCAR, além de
engordar, pode ser um tóxico
CANCERÍGENO, tão nocivo
como o cigarro ou o álcool.

Revista Época, abril 2011



No BRASIL,
surgem
1 milhão de
novos casos,
cada ano.

Organização Mundial da Saúde



Estima-se
em 2040, oc
1 morte a
47 segun

Organização Mundial



AÇÚCAR, além de
engordar, pode ser um
CANCERIGENO, tão
como o cigarro ou o ál

Revista Época, abril 2011



63,1% dos brasileiros
estão acima do peso.

Organização Mundial da Saúde



DIABETES não tem cura e é considerada uma epidemia mundial.

Organização Mundial da Saúde

Existem cerca de 17 milhões de brasileiros diabéticos (10% da população).

Funasa



No mundo, 150 milhões de pessoas sofrem de **DEPRESSÃO**.

Organização Mundial da Saúde



Pesquisas
revelam que
má alimentação
aumenta em
50% o risco de
se ter depressão.



AÇÚCAR
engorda
CANCER
como o
Revista Época.

Estima:
em 204
1 mor
47 s



Ext
de 1
brasile
(10%)

70% dos empresários brasileiros
não querem contratar **OBESOS**.

Bom Dia Brasil, 28/01/2011



Em cada 2 brasileiros, 1 diz que 20,6% dos brasileiros são obesos.



AÇÚCA
engorda
CANCE
como o
Revista Época.

Estima
em 204
1 mor
47 s



63



Exis
de 17
brasile
(10%)

ALARMAR

5 PASSO

APRESENTAÇÃO

É quando você apresenta os livros,
mostrando todos os seus benefícios.



- ADAPTADA P/ CADA CLIENTE E SITUAÇÃO
 - CLARA, ENTUSIÁSTICA, CONSCIENTE, SEGURA.
 - DESTACAR OS PONTOS DE VENDA.
 - CONSEGUIR AFIRMAÇÕES POSITIVAS NA OFERTA.
 - APRESENTAR ALGUMAS SOLUÇÕES P/ PROBLEMAS LEVANTADOS NA INTRODUÇÃO.
- 5** | APRESENTAÇÃO
PASSO 5 | APRESENTAR VANTAGENS E BENEFÍCIOS.



- REÚNA E ENVOLVA TODA A FAMÍLIA
 - ESTEJA SEGURO DE QUE TODOS ESTÃO PARTICIPANDO
 - MANTENHA OS OLHARES DA FAMÍLIA NUMA SÓ DIREÇÃO
 - CHAME O CLIENTE VÁRIAS VEZES PELO NOME
 - ENFATIZE OS BENEFÍCIOS
 - EXALTE O VALOR DA LITERATURA
- ANTECIPE O PRAZER DA POSSE.

**“ Precisamos levar as publicações
ao povo e insistir para que as aceitem,
mostrando-lhes que receberão muito
mais do que vale seu dinheiro. Exaltai o
valor dos livros que ofereceis. ”**

Colportor Evangelista, 85

6 PASSO

FECHAMENTO

É última parte da entrevista e o clímax da venda.



O FECHAMENTO PODE SER DIFÍCIL SE:

- O colportor se sente amedrontado e intimidado.
- O colportor não ganhou a confiança e simpatia do PC por meio de cordiais palavras de apreciação.
- O colportor não descobriu as necessidades do PC ou não despertou seu interesse por meio de frases intrigantes e alarmantes.

6
PASSO

FECHAMENTO



O FECHAMENTO PODE SER DIFÍCIL SE:

- O colportor não soube como convencer e despertar o desejo do PC para comprar os seus livros.
- O colportor é alegre e entusiasta e tem fé em seus livros, em seu PC e em Deus.
- O colportor desde o começo ganhou o coração, a simpatia e a confiança do PC.

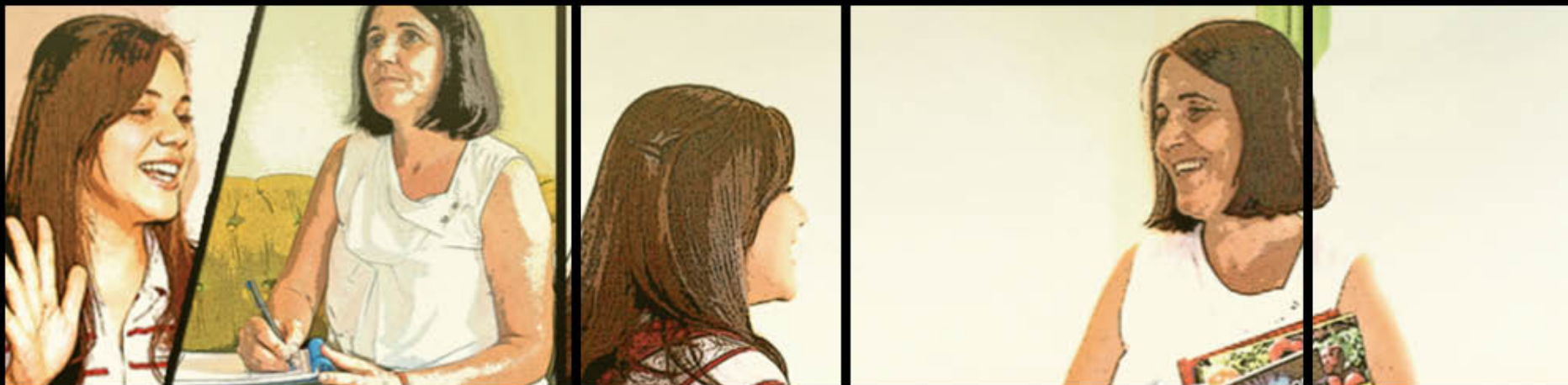
6
PASSO

FECHAMENTO



O FECHAMENTO PODE SER DIFÍCIL SE:

- O colportor despertou o interesse do PC por meio do uso de observações intrigantes e alarmantes.
- O colportor não somente convenceu o PC, mas o fez desejar os livros.



EXALTE O VALOR

CREIO QUE ESTES LIVROS CUSTAM
R\$500,00.
ESTA MOÇA OS VALORIZOU TANTO!





Preço



Valor

Prevenção

Segurança

Vida Saudável

Economia

Bem-Estar

Conhecimento



Nunca fale o custo, o gasto.
*Fale **INVESTIMENTO.***



6
PASSO

FECHAMENTO

Cinco Conceitos Para Simplificar a Conclusão

- Caráter das crianças
- Saúde da família
- Felicidade do casamento
- Soluções para problemas no lar
- Fé e esperança

O Valor da Persistência

A Associação dos Executivos de Vendas dos
Estados Unidos afirma:



6
PASSO

FECHAMENTO

80% de todas
as novas vendas
são feitas depois
de 5 chamadas
para o mesmo
cliente.



48% de todos os
vendedores fazem
uma chamada e
depois riscam
o nome do
cliente.

48%



25% desistem depois da segunda chamada.



12% tentam 3x e depois desistem.



10% continuam ligando.

7 PASSO

INFORMAÇÃO ou Recomendação

- Neste passo o colportor busca informações com seu cliente sobre os vizinhos que ele irá visitar, sem esquecer-se de solicitar possível recomendação para uma visita a um amigo ou parente do cliente.
- Não saia da casa do seu cliente sem levar informações para a próxima visita.

A Importância das Recomendações

Os compradores em potencial preferem conhecer o colportor por meio de uma referência de alguém, uma indicação, do que qualquer outro jeito.



7
PASSO

INFORMAÇÃO
ou Recomendação



**O uso de recomendações é
o método menos custoso de
aumentar as vendas.**

8 PASSO

ORAÇÃO

“Os obreiros devem conservar o pensamento constantemente elevado a Deus em oração. Eles nunca estão sozinhos. Se têm fé em Deus, se reconhecem que a eles está confiada a obra de dar ao povo a luz sobre assuntos bíblicos, constantemente desfrutam da companhia de Cristo.”

Manual do Colportor, págs. 51 e 52.

O colportor precisa estar atento a que religião pertence o seu cliente, ao oferecer uma oração para um católico, poderá perder todo contato com seu cliente por falar oração, sendo recomendado: oferecer uma prece. Para um evangélico será um gosto receber uma oração e não uma prece.

9
PASSO

Despedida



Na hora da despedida, é importante o colportor mostrar sempre como amigo e educado mesmo que não tenha vendido nada. Pois através deste contato, no futuro, outro colportor poderá conseguir entrar com facilidade devido o cliente ter em sua memória um gesto de amor e carinho demonstrado pelo colportor antecessor. E o mais importante através desta atitude, poderá ele ser tocado pelo Espírito Santo e entregar sua vida a Cristo.

9
PASSO

Despedida



No caso do colportor ter feito um pedido de uma literatura. Na despedida, é importante lembra o seu cliente do compromisso que ele assumiu com você. Relembrando de datas e acertos financeiros.

10 | Oração do **PASSO** Colportor

Agradeça sempre a DEUS por tudo, dê a Ele a honra e o louvor ao sair bem sucedido (a) de uma casa ou mesmo por um contato com uma alma em potencial.

**“ Em tudo dai graças, porque esta
é a vontade de Deus em Cristo
Jesus para convosco.”**

/ TESSALONICENSES 5:18



10 | Oração do
PASSO Colportor

PALAVRAS QUE ARRUÍNAM AS VENDAS

NEGÓCIO
CUSTO
PAGAMENTO
CONTRATO
ASSINAR
TENTAR
PREOCUPAÇÃO
PERDA

PERDER
FERIR
COMPRAR
MORTE
DECISÃO
RIGOROSO
DIFÍCIL
OBRIGAÇÃO

RESPONSÁVEL
FALHAR
COMPROMISSO
FRACASSO
MAL
VENDER
VENDIDO
PREÇO.

**PALAVRAS QUE
ARRUÍNAM AS VENDAS**

NEGÓCIO
CUSTO
PAGAMENTO
CONTRATO
ASSINAR
TENTAR
PREOCUPAÇÃO
PERDA

PERDER
FERIR
COMPRAR
MORTE
DECISÃO
RIGOROSO
DIFÍCIL
OBRIGAÇÃO

RESPONSÁVEL
FALHAR
COMPROMISSO
FRACASSO
MAL
VENDER
VENDIDO
PREÇO.

**PALAVRAS QUE
ARRUÍNAM AS VENDAS**

“Fazei de todo esforço necessário par que as pessoas adquiram esta mensagem sem utilizar de ferramentas maliciosas como a mentira, mas técnicas sadias para a compressão daqueles que necessitam de esperança, pois esta mensagem e urgente e não a tempo mais.”

Fabricio Moraes

"E disse o senhor ao servo: Sai pelos caminhos e valados, E FORÇA-OS (urgência) a entrar, para que a minha casa se encha."

(Lucas 14: 23)

**PALAVRAS QUE
ARRUÍNAM AS VENDAS**

