GUIA PRÁTICO DE NEGOCIAÇÃO

Como driblar o cliente chorão

5 técnicas simples para sustentar seu preço e negociar com respeito.

“Faz um desconto?”

Tenha uma resposta que vá além de baixar o preço: entenda o pedido, mostre o valor e conduza a conversa com segurança.

BÔNUS DA CALCULADORA DE LUCROS AUTOMÁTICA

ANTES DA PRÓXIMA NEGOCIAÇÃO

Seu preço também precisa de cuidado

O cliente pede “só um descontinho”. Você quer vender, quer atender bem e sente a pressão de responder na hora.

É nessa hora que vale ter um caminho preparado. Você pode escutar o pedido, entender o que importa e oferecer uma resposta útil sem reduzir automaticamente o preço.

O OBJETIVO DESTE GUIA

Sustentar o preço com bons argumentos e ajudar o cliente a escolher com clareza. Atendimento respeitoso pode terminar em compra, em outra opção ou em uma despedida cordial.

“Cliente chorão” é o título informal deste material. Na conversa, trate cada pessoa pelo nome e leve o orçamento dela a sério. Pedir desconto não é uma ofensa.

Prepare três coisas

1. Conheça sua conta. Confira os valores na calculadora. Por produto, ela desconta custo e maquininha; imposto e despesas informadas entram no total geral.

2. Saiba o que pode oferecer. Tenha à mão uma alternativa de produto e as facilidades que a loja realmente disponibiliza.

3. Defina seu limite. Se a decisão é manter o preço, prepare uma frase curta. Você não precisa revelar o custo de compra ao cliente.

Como usar: escolha a técnica que combina com a situação. Os diálogos são exemplos fictícios para adaptar ao seu jeito de falar.

TÉCNICA 1 DE 5

A pergunta antes do preço

Descubra o que está por trás do pedido de desconto.

Quando usar: Use quando o cliente pede abatimento antes de explicar o que procura ou por que achou caro.

Acolha sem prometer redução e faça uma pergunta curta. Ele pode ter um limite de gasto, estar comparando produtos ou apenas negociando por hábito. Ouça a resposta antes de argumentar.

NA CONVERSA

Cliente: “Se fizer mais barato, eu levo.”
Você: “Entendo. Você precisa ficar dentro de algum valor ou está comparando com outra opção?”
Cliente: “Queria gastar até R$ 80.”
Você: “Certo. Este está R$ 95. Posso te mostrar um de R$ 79 que atende ao que você procura?”

O que essa abordagem faz: A conversa ganha uma direção. Se a questão é orçamento, você procura uma opção compatível. Se é comparação, explica uma diferença real. O pedido deixa de ser uma ordem para baixar o preço.

Cuidado: Não transforme a pergunta em interrogatório. Se a pessoa não quiser dizer o orçamento, respeite e apresente as opções disponíveis.

PRATIQUE COM SUA MERCADORIA

Escolha sua frase de abertura: “Você tem um valor em mente?” ou “O que é mais importante para você nessa compra?”

TÉCNICA 2 DE 5

O valor que dá para mostrar

Ligue uma característica verdadeira ao uso que o cliente fará do produto.

Quando usar: Use quando o cliente diz “está caro” ou compara sua mercadoria com outra.

Pergunte como ele pretende usar o produto. Escolha uma característica relevante e mostre como ela ajuda naquele uso. Faça uma demonstração, se for possível. Um exemplo concreto é mais útil que repetir “é de qualidade”.

NA CONVERSA

Cliente: “Vi uma garrafa mais barata.”
Você: “Você quer levar na bolsa ou deixar na mesa?”
Cliente: “Na bolsa.”
Você: “Este modelo tem trava na tampa. Olha como ela fecha. Esse detalhe é útil para o uso que você me contou. Ela custa R$ 59. Quer ver o tamanho por dentro?”

O que essa abordagem faz: O cliente passa a avaliar algo além do número na etiqueta. A característica precisa ser verdadeira e relevante para ele; é essa ligação que sustenta o argumento.

Cuidado: Não invente durabilidade, exclusividade ou vantagens sobre o concorrente. Se o benefício não importa para aquele cliente, procure outra opção.

PRATIQUE COM SUA MERCADORIA

Para uma mercadoria, complete: “Você quer usar para ____. Este detalhe ajuda porque ____.” Use informações verificáveis.

TÉCNICA 3 DE 5

Outra opção, preço preservado

Ajuste a escolha ao orçamento sem reduzir o preço do mesmo item.

Quando usar: Use quando o produto desejado ultrapassa o valor que o cliente pode ou quer pagar.

Mostre no máximo duas alternativas adequadas: outra versão, tamanho ou modelo. Explique com clareza o que muda e deixe a pessoa escolher. O item mais barato deve continuar atendendo à necessidade informada.

NA CONVERSA

Cliente: “Faz esse de R$ 90 por R$ 70?”
Você: “Nesse modelo, mantenho os R$ 90. Tenho esta versão menor por R$ 69.”
Cliente: “Qual a diferença?”
Você: “A maior tem três divisórias; esta tem duas e ocupa menos espaço. Para os itens que você quer guardar, as duas servem. Qual faz mais sentido para você?”

O que essa abordagem faz: Você leva o orçamento a sério e oferece uma solução concreta. O cliente pode gastar menos escolhendo outro produto, enquanto cada item mantém seu preço.

Cuidado: Não apresente a opção mais barata como inferioridade do cliente. Se ela não resolve a necessidade, diga isso. Não empurre uma compra inadequada só para fechar.

PRATIQUE COM SUA MERCADORIA

Escolha dois produtos de preços diferentes. Anote os valores e uma diferença útil entre eles. Confira os custos de ambos na calculadora.

TÉCNICA 4 DE 5

Facilidade que já faz parte

Mostre conveniências reais do atendimento sem criar um desconto disfarçado.

Quando usar: Use quando o preço é uma parte da decisão, mas o cliente também precisa de praticidade, orientação ou rapidez.

Pergunte o que falta para a compra resolver a necessidade. Apresente uma facilidade que já esteja incluída e que a loja consiga cumprir, como embalagem habitual, orientação de uso ou retirada disponível.

NA CONVERSA

Cliente: “Não consegue tirar um pouquinho?”
Você: “Nesse item, o preço é R$ 45. É para você ou para presente?”
Cliente: “É um presente para hoje.”
Você: “A embalagem de presente já está incluída. Posso deixar embalado para você levar agora. Isso ajuda?”

O que essa abordagem faz: Você identifica uma necessidade além do desconto e mostra uma conveniência que pode ser valiosa para aquela pessoa. O preço permanece o mesmo, com o serviço explicado de forma clara.

Cuidado: Não prometa frete, brinde, parcelamento ou serviço extra sem avaliar o custo e a disponibilidade. Não anuncie como exclusivo algo que já é direito do cliente.

PRATIQUE COM SUA MERCADORIA

Liste duas facilidades reais da sua loja e quando ajudam. Se geram custo adicional, inclua esse custo na análise antes de oferecê-las.

TÉCNICA 5 DE 5

Limite claro, conversa aberta

Diga que mantém o preço sem transformar a negociação em confronto.

Quando usar: Use quando você já entendeu o pedido, explicou as opções e o cliente continua insistindo no abatimento.

Reconheça o pedido, informe o preço com calma e faça um convite simples para continuar. Depois, dê tempo para a pessoa responder. Se ela não quiser comprar, encerre bem, sem insistência ou ironia.

NA CONVERSA

Cliente: “Se não fizer por R$ 50, eu não levo.”
Você: “Entendo que você queira chegar nesse valor. Neste produto, mantenho os R$ 59. Se fizer sentido para você, posso preparar.”
Cliente: “Vou pensar.”
Você: “Claro. Obrigado por olhar com a gente. Se quiser tirar alguma dúvida sobre o produto, fico à disposição.”

O que essa abordagem faz: Você torna o limite compreensível e preserva a liberdade de escolha. A boa experiência também depende de como o cliente é tratado quando decide não comprar.

Cuidado: Evite “pega ou larga”, desculpas inventadas, falsa escassez ou alegar prejuízo sem ter conferido a conta. Você pode sustentar o preço sem justificar toda a operação.

PRATIQUE COM SUA MERCADORIA

Treine em voz alta: “Entendo seu pedido. Neste produto, mantenho o valor de R$ ____. Posso te ajudar a conferir se ele atende ao que você precisa?”

CONSULTA RÁPIDA

Uma resposta para cada situação

Use estas frases como ponto de partida. Adapte ao produto, às condições reais e ao seu jeito de atender.

“Faz um desconto?”

“Você tem um valor em mente ou está comparando com outra opção?”

“No outro lugar é mais barato.”

“Vamos conferir se é o mesmo modelo? Posso te mostrar o que este oferece para o uso que você quer.”

“Só tenho este valor.”

“Nesse produto, mantenho o preço. Posso mostrar uma opção dentro desse valor?”

“Não tem nada a mais?”

“O que você precisa resolver com essa compra?” Depois, apresente somente uma facilidade real e já incluída.

“Sem desconto, não compro.”

“Entendo. Neste item, mantenho o valor. Se mudar de ideia ou quiser tirar uma dúvida, fico à disposição.”

SE A CONVERSA FICAR DESRESPEITOSA

Mantenha a calma: “Posso continuar te atendendo se conversarmos com respeito.” Se necessário, encerre o atendimento com segurança. Você não precisa aceitar ofensas para tentar concluir uma venda.

DA LEITURA PARA O BALCÃO

Prepare sua próxima resposta

Escolha uma mercadoria que costuma gerar pedido de desconto. Preencha este roteiro antes do próximo atendimento.

Produto e preço praticado

Necessidade que esse produto atende

Uma característica que consigo demonstrar

Outra opção e seu preço, se houver

Facilidade já incluída, se houver

Minha frase para manter o preço

CONFIRA OS NÚMEROS ANTES DA CONVERSA

Use a Calculadora de Lucros Automática com os valores atualizados. Inclua os custos de qualquer condição oferecida. O resultado por produto ainda não inclui o imposto e as despesas do total geral.

Depois do atendimento, anote: qual era a dúvida, qual resposta usei e o que aconteceu. Observe se a conversa ficou clara e respeitosa. Ajuste a frase para a próxima ocasião.

Você pode cuidar da venda e do seu preço na mesma conversa. Comece ouvindo. Mostre o que é verdadeiro. Ofereça escolhas possíveis. Sustente seu limite com respeito.