

TELECOMUNICAÇÕES BRASILEIRAS S.A. (TELEBRAS)

CARGO 5: ESPECIALISTA EM GESTÃO DE TELECOMUNICAÇÕES OCUPAÇÃO: ANALISTA SUPERIOR – SUBATIVIDADE: COMERCIAL

PROVA DISCURSIVA

PADRÃO DE RESPOSTA DEFINITIVO

O processo de venda pessoal consiste em sete etapas que o vendedor deve dominar. O conhecimento dessas etapas auxiliará bastante aos que tem um dom pessoal, instintivo, para vendas, quanto auxiliará aqueles que estudarem com afincamento essas técnicas.

A primeira delas é a prospecção, que identifica os clientes potenciais, qualificando-os. A escolha desses clientes em potenciais pode ser feita na Internet, pelos *e-mails* ou utilizando listas em empresas ou indicações.

A segunda é a pré-abordagem, quando o profissional decide sobre os objetivos do contato e prepara cuidadosamente como abordará o cliente em potencial.

A terceira etapa é o momento da abordagem, quando se dirige ao comprador e se dá o início do relacionamento. Nela usa-se frases introdutórias para estabelecer o contato e, ainda, identificar as necessidades do cliente.

Apresentação e demonstração fazem parte da quarta etapa do processo. Nesse momento o cliente já está disposto a ouvir e ver as considerações sobre o produto ou serviço oferecido. Cabe aqui procurar atender as necessidades do cliente de forma transparente e verdadeira, estabelecendo maior proximidade com o cliente.

Após a apresentação e a demonstração surgem as objeções do cliente, quinta etapa do processo, em que aparecem as dúvidas sobre a apresentação. É o momento no qual o vendedor deve usar uma abordagem mais positiva, buscando esclarecer as dúvidas e considerar esse momento para fornecer mais informações e reverter as objeções sobre a compra.

Ultrapassada a etapa das objeções vem a fase de fechamento, considerada a sexta etapa. É o momento de garantir a satisfação e a preferência do cliente, oferecendo ainda condições especiais de compra.

A sétima e a última etapa chamada acompanhamento é quando o vendedor acompanha a entrega, a instalação, as instruções e tudo o que se refere ao que foi adquirido.

Ao analisar todo o processo de vendas verifica-se que ele é construído através da comunicação verbal e gestual, pela qual se busca manter uma relação de confiança e satisfação entre as partes. É dessa forma que aparece o *marketing* de relacionamento, no qual estabelecer relações fará ampliar a venda para algo mais abrangente como a consolidação da marca, da divulgação boca a boca e de outras estratégias necessárias para a perpetuação da empresa.

QUESITOS AVALIADOS

2.1

- 0 – Não apresentou as sete etapas do processo de vendas.
- 1 – Apresentou até três etapas do processo de vendas.
- 2 – Apresentou até seis etapas do processo de vendas.
- 3 – Apresentou as sete etapas do processo de vendas.

2.2

- 0 – Não exemplificou as sete etapas do processo de vendas.
- 1 – Exemplificou corretamente até três etapas do processo de vendas.
- 2 – Exemplificou corretamente até seis etapas do processo de vendas.
- 3 – Exemplificou corretamente as sete etapas do processo de vendas.

2.3

- 0 – Não abordou o aspecto como as etapas do processo de vendas auxiliam no relacionamento entre vendedor e cliente.
- 1 – Apenas mencionou o relacionamento entre vendedor e cliente, porém não argumentou sobre vínculo com as etapas de vendas.
- 2 – Apresentou a relação entre vendedor e cliente utilizando as sete etapas do processo de vendas.