

O que são objeções

Uma objeção é uma preocupação que o prospect possui. Não é uma rejeição a você!

Regra número 1

Quem se importa/se preocupa mais com os interesses do prospect, vence.

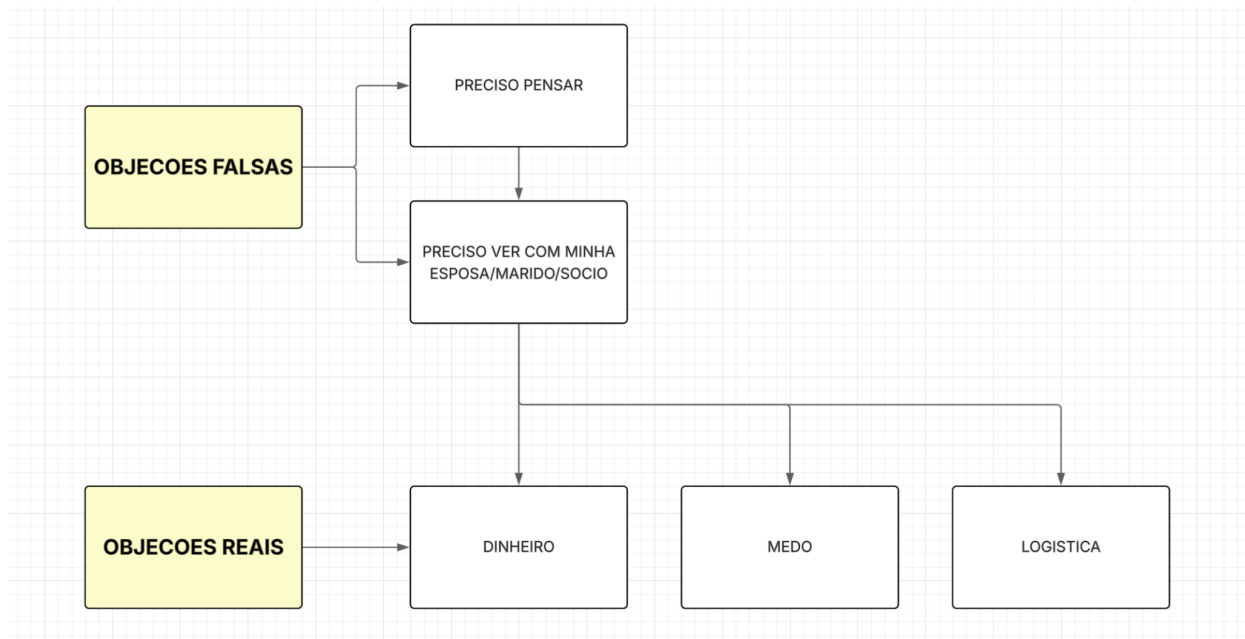
O segredo das vendas

Faça perguntas inteligentes que permita com que o prospect persuada ele mesmo. Essa é a maior ferramenta em vendas. Faça boas perguntas e conduza a call a partir disso.

O que nunca fazer

1. Nunca reaja emocionalmente ou confronte pessoalmente o prospect - isso ira gerar resistência de vendas e afastamento do seu prospect
2. Nunca colocar o seu interesse de fazer a venda na frente dos interesses do prospect. Coloque-se no mesmo lado da mesa do seu prospect - coloque o interesse dele no centro
3. Nunca confrontar seu prospect pessoalmente falando. Confronte ideias, crenças, comportamentos e formas de pensar - nunca julge ou acuse o seu prospect
4. Nunca perda tempo contornando objeção falsas, antes de descobrir a real objeção
5. Nunca compre a desculpa/história balela do seu prospect que não serve ele de forma alguma
6. Nunca use uma tonalidade calma e assertiva com o intuito de reduzir a resistência de vendas
7. Nunca fale rápido e de forma afobada

O fluxograma das objeções



Propriedade intelectual X Level Sales - Luca Freitas

Objecções mais comuns

- **Dinheiro Medo:** O prospect dá uma desculpa financeira para esconder que está com medo ou receio de alguma coisa

Exemplo: Preciso ver meu financeiro

- **Dinheiro Logística:** O prospect traz algum empecilho logístico financeiro que o impede de processar o pagamento.

Exemplo: Meu cartão está sem esse limite

- **Terceiro (conjugue ou sócio) Medo:** O prospect terceiriza a responsabilidade de tomar a decisão para um terceiro

Exemplo: Preciso ver com minha esposa

- **Terceiro (conjugue ou sócio) Logística:** O prospect cita que vai fazer, porém, precisa informar a esposa/sócios antes, pois tem um acordo com a esposa ou sócio (é raro essa objeção).

Exemplo: Preciso alinhar com minha esposa sobre essa decisão

- **Tempo Medo:** O prospect dá uma desculpa de tempo para esconder que está com medo ou receio de alguma coisa, como: Preciso dormir com a ideia ou Não sei se agora é o melhor momento.

Exemplo: Preciso dormir com a ideia. Não tomo decisões na hora.

- **Tempo Logística:** O prospect dá uma desculpa de tempo que o impede de dar o próximo passo, como por exemplo, que existe um projeto em andamento que está tomando o tempo dele (o segredo aqui é mostrar que é tudo sobre prioridade)

Exemplo: Estou com vários projetos rodando, preciso terminá-los antes.

- **Balela (medo):** O prospect te dá várias objeções diferentes que não fazem sentido algum. Esse é um sinal de que você cagou a call ou então é um lead que nunca deveria ter entrado no funil. Sempre se pergunte antes de fazer o pitch, se existe um problema que você consegue resolver ali.

Propriedade intelectual X Level Sales - Luca Freitas

Exemplo: Preciso pensar, alinhar algumas coisas da empresa e também ver o financeiro.

Sistema de 4 Passos para Contornar Objeções

1. Amortecer / Suavizar
2. Clarear / Isolar
3. Discutir
4. Compromisso

Pra começar, vou definir o objetivo de cada etapa e o que ela faz com o cérebro do seu prospect. Propriedade intelectual X Level Sales - Luca Freitas

Amortecer / Suavizar

O objetivo dessa fase é somente UM:

Reduzir a resistência de vendas e garantir que você não vai entrar num confronto com seu cliente. Ele precisa abaixar a guarda para que você possa começar a estabelecer uma conversa com que ele se sinta confortável e aberto para falar com você.

Exemplo 1: Fique Tranquilo Fulano, isso não é um problema...

Exemplo 2: Eu compreendo seu ponto de vista, obrigado por compartilhar.

Clarear / Isolar

Depois de entrar em um confronto com o cliente e fazer a barreira de resistência de vendas subir no talo...o segundo maior erro que você pode cometer é:

Comprar a BRIGA errada!

Muitos vendedores cometem esse erro: Eles, ao receberem uma objeção, assumem que a objeção é recebida é verdadeira e entram no "modo vendedor" e começam a tentar provar pro cliente que o produto ou serviço que eles vendem é a melhor opção pro prospect. Grande erro.

Exemplo: Se o Lead diz que quer pensar

O que diabos ele quer dizer com isso? É certo que ele tem alguma objeção oculta que não está te falando. Você precisa ser capaz de entender qual a real objeção para poder discutir com ele.

Exemplo 1: Fulano, dinheiro de lado, se dinheiro não fosse o problema, você gosta da ideia de ter esse nível de acompanhamento?

Exemplo 2: Fulano, sua esposa gostaria da ideia de você resolver esse problema e alcançar o que você deseja?

Discutir

Agora que você entendeu qual a real objeção do Prospect, você irá CONVERSAR com ele de FORMA AMIGÁVEL.

Você precisa construir confiança e estabelecer sua autoridade com ele.

Porque dessa forma, **você vai se colocar numa posição de discutir as preocupações do prospect como duas pessoas no mesmo time buscando o mesmo objetivo:**

Os objetivos que ELE falou pra você que quer!

Digamos que a objeção seja dinheiro e ao isolar a objeção, ele fala do fluxo de caixa dele, e ele admite que o programa que você mostrou acredita que resolveria o problema dele. Então falaríamos algo do tipo:

Exemplo 1: Fulano, e porque alcançar (inserir o objetivo dele aqui) é importante pra você hoje?

Ele responde o porque é importante.

Agora você pergunta: Bem, nesse caso então, eu poderia te explicar mais a fundo sobre as nossas opções de pagamento, é algo que você gostaria de entender melhor?

Pronto, basta entender, LOGISTICAMENTE, como ele poderia arcar com as parcelas utilizando cartão de crédito, parte no pix e etc.

Você sai da conversa de: Vou comprar ou não
Para a conversa de: Como eu vou comprar

Compromisso

Agora é a hora em que você irá perguntas como seu prospect se enxerga resolvendo as preocupações dele.

Faça perguntas que façam com que ele consiga resolver as suas própria preocupações, ao final, faça uma pergunta de compromisso.

Exemplo 1: Fulano, como você acredita que pode se colocar na melhor posição possível para alcançar X,Y Z? (adicione aquilo que ele disse que quer)

Exemplo 2: Compreendo Fulano, deu pra perceber que você tem muito a ganhar se conseguir alcançar esse objetivo. Como você acha que seria apropriado seguirmos a partir daqui?

Exemplos práticos

1. Dinheiro logística:

Vídeo explicativo:

<https://www.loom.com/share/9fe7d93d0e4b423ca886df0a94e38e20?sid=2901d6b6-99d8-4ecd-85ea-217f56b6ae22>

2. Dinheiro medo:

Vídeo explicativo:

<https://www.loom.com/share/7fb66b7f215343e086d56bd8aa706d6d?sid=1d137765-12e1-4daa-b351-141d46a051dc>

3. Esposa/marido logística:

Vídeo explicativo:

<https://www.loom.com/share/84f7c0accd764c01abd74143b1cb78d2?sid=4f264c97-b1b7-4470-a140-03451ed9adc7>

4. Esposa/marido medo:

Vídeo explicativo:

<https://www.loom.com/share/665f2bc5634d4dacb9a86e8482bbdf7e?sid=44d6e5c1-ab72-4e46-831f-434e27da5450>

5. Tempo logística:

Vídeo explicativo:

<https://www.loom.com/share/40374a5716e944498c9d2f0137cba5c8?sid=5261d9aa-6863-4b43-b333-184155522812>

6. Tempo medo:

Vídeo explicativo:

<https://www.loom.com/share/5b42707b70084329b3258a7d928025d5?sid=1fff775c-56e8-4817-8a4c-b90e08eef829>

7. Balela

Objecções ligadas a percepção de valor - prospect cada hora dá uma objeção e inventar mil desculpas OU fala na sua cara que achou caro e não acha que o que você apresentou vai ajudar ele. Propriedade intelectual X Level Sales - Luca Freitas

Primeiro, você precisa de se certificar que o prospect entendeu sua proposta de valor, pergunte o porque ele achou caro ou o porque ele não acha que vai ajudá-lo e investigue.

Segundo, se for um problema de comunicação em que ele não entendeu a proposta de valor, explique de novo. Agora, se ele entendeu claramente e ainda sim não enxergou valor...

1. Prospect fora do ICP
2. Sua oferta/produto está fraco na percepção dos clientes
3. Você fez uma reunião horrível

Objecções ligadas a medo/receio

Entenda: O ser humano sempre irá procrastinar decisões por um simples motivo:

Aversão à risco.

Independentemente do quanto faça sentido a sua oferta e do quanto o prospect acredite que ela pode ajudá-lo a chegar onde ele quer, ele sempre terá um pé atrás, ele sempre terá algum grau de incerteza...

E essa incerteza = RISCO e seres humanos não gostam de risco.

Esse é o principal motivo de que se a sua OFERTA tiver uma garantia incondicional, você irá vender MUITO MAIS.

Simplesmente, porque agora o risco foi reduzido drasticamente.

Então, a forma de você contornar a objeção de medo/receio é, em última análise, fazendo perguntas e analogias que façam o prospect, em sua cabeça, diminuir a percepção de risco do seu programa de mentoria/consultoria.

Irei te dar algumas ferramentas para você navegar por esse tipo de objeção.

4 Analogias para superar objeções de MEDO/RECEIO

Custo da inação - O que é mais arriscado?

Fulano, posso te fazer uma pergunta pessoal?

O que é mais arriscado...

Continuar fazendo o que você está fazendo pelos últimos 2 anos, ter os mesmos resultados e arriscar falir a sua empresa por conta dessa baixa de faturamento que te apertou financeiramente ou...

Investir 4k na parcela da mentoria para que a gente possa te ajudar a resolver seu problema de Leads e lotarmos a agenda dos seus vendedores para que eles possam vender os 400k por mês que irá te permitir ter bastante dinheiro no caixa para garantir a segurança da empresa?

O que é mais arriscado na sua visão?!

Mudança de perspectiva (Exemplo do gordinho que quer emagrecer)

Fulano, sabe o que é a parte mais curiosa sobre alcançar objetivos?

Vou te dar um exemplo pra te explicar...Propriedade intelectual X Level Sales - Luca Freitas

Um gordinho que alcançou um sobrepeso de 30 kg acima da média, comeu errado durante 2 anos, não praticou exercícios e desenvolveu uma série de distúrbios alimentares e emocionais, pois ele permitiu que o processo de tomada de decisão dele

fosse guiado por seus sentimentos e não necessariamente pelos resultados que ele gostaria de ter. Acho que podemos concordar que, apesar de levar a vida desse jeito, ele não gostaria de estar 30 kg acima do peso e sofrer as consequências disso.

E atualmente, para que o gordinho perca os 30kg e volte ao seu peso normal, para que ele desfrute a qualidade de vida que ele deseja e volte a ter a autoestima e confiança que ele busca, ele terá que fazer algo muito difícil...

Nós próximos 6 meses, ele terá que olhar no espelho, não se sentir magro do jeito que gostaria, porém terá que agir como uma pessoa magra agiria, ou seja, vai ter que comer melhor, fazer exercícios, dormir direito...

O grande paradoxo é que o gordinho, para um dia ser magro de novo, terá que agir como um magro durante 6 meses, sem ser esteticamente magro.

Ele provavelmente não vai sentir prazer em seguir um protocolo de emagrecimento, mas se ele quer ser MAGRO um dia de novo, ele terá que deixar os sentimentos dele de lado por algum tempo, para fazer coisas que ele não quer fazer, mas que são as exatas coisas que irão fazer ele chegar no estado desejado dele. Propriedade intelectual X Level Sales - Luca Freitas

O que eu quero dizer aqui João, é que se você quiser alcançar XPTO que você me disse, seu medo/receio/conforto não podem fazer parte do seu processo de tomada de decisão, porque se eles fizerem, você provavelmente não irá tomar as atitudes que precisam ser tomadas, para que você, de fato, alcance os resultados e objetivos que você está buscando.

Então me diga João, você está disposto a fazer coisas diferentes, apesar dos seus sentimentos hoje, para alcançar os resultados que você deseja?

Pesada é a cabeça que usa a coroa do rei (decisões difíceis)

Fulano, você já ouviu a história da coroa do rei?

Um rei normalmente utiliza uma pesada coroa de ouro.

E apesar de ser uma coroa pesada, que preciona a cabeça dele...

O verdadeiro peso não é a coroa em si.

Mas sim, as decisões que um rei tem que tomar, como representante e protetor do povo, para que seu reino seja mais próspero, mais feliz e cresça.

Muitas vezes, o rei tem que tomar decisões difíceis, apesar do que ele está sentindo, para garantir que o povo dela irá alcançar os objetivos desejados do reino.

Fulano, você me disse que quer muito alcançar XPTO por motivo ABC, que envolvem não só você, mas a sua família, colaboradores e clientes.

Você está disposto a não fazer nada e continuar tendo os mesmos resultados que vem tendo hoje, ou você está aberto a pensar de forma diferente, para garantir que irá fazer as coisas diferentes para alcançar o que realmente deseja?

Mudança de perspectiva (Exemplo da Ilha)

A ideia desse exemplo, é você contar uma história de uma pessoa que nasceu e viveu a vida inteira numa ilha cercada por água.

Um belo dia, um marinheiro chegou na ilha e foi avisar que a ilha está prestes a ser bombardeada por um inimigo e que o morador da ilha pode ir embora dessa ilha com ele para terra firme. Propriedade intelectual X Level Sales - Luca Freitas

O morador dessa ilha, por mais que entendesse a perspectiva do marinheiro, está com muito medo de ir para o mar navegar, pois tem receio de essa tal de "terra firme" não existir além da ilha.

A única forma de convencer esse morador, seria apresentar para ele uma nova perspectiva. Ou seja, o marinheiro trazer pra ele um vaso de vidro com terra com a cor diferente da que existe na ilha.

Pois, se ele pudesse ver, uma terra com cor diferente, é o necessário para questionar seu sendo de realidade e mudar sua perspectiva.

Isso aumentaria a chance do morador da ilha estar disposto a ir com o marinheiro e não estar fadado a morte após algumas semanas com o bombardeio da ilha.

Mentalidade

1. **Prevenção no talo** - análise do padrão de linguagem do prospect ao longo da call, nunca aceite bullshitagem - desculpas - histórias falsas
2. **Liderança** - O segredo por trás dos grandes vendedores. Lidere a conversa
3. **Mudança de perspectiva 1** - Você realmente importa com seu prospect? você acredita de forma genuína no que ele te falou? Então porque você desiste tão rápido dele?
4. **Mudança de perspectiva 2** - Quem tem o problema? Quem tem a solução? Importante ter o Desapego total da venda, coloque o foco sempre no prospect
5. **Mudança de perspectiva 3** - Convicção extrema - analogia do filme de volta para o futuro - bitcoin em 2011 - *Se você pudesse voltar no tempo e convencer o você do passado sobre investir em bitcoin em 2011?*
6. **Dica de ouro: Faça o prospect estar 100% comprado** no seu produto como veículo para alcançar a transformação que ele busca, ele realmente enxergou valor? Se ele estiver comprado, contornar objeções ficam mais fáceis.
7. **Ponto Comum:** Fazer o prospect concordar com alguma premissa que servirá como ponto em comum antes de partir para looping e reframes. "Fulano, seria correto afirmar que as decisões que você tomou no passado te levaram a ter os resultados atuais que tem te deixado insatisfeito? Então, o que precisa mudar no seu processo de tomada de decisão para que você tenha resultados diferentes?"
8. **O princípio da alavancagem emocional:**

Recap: Prospect admite que tá 100% comprado no produto como veículo para alcançar a transformação desejada > Isolar objeções logísticas primeiro > Ponto em Comum > Fazer ele entender "O porquê é do melhor interesse dele prosseguir".

-Gap emocional expandido

-Gatilho do compromisso e da congruência

-Reframes de identidade

-Sempre finalizar um looping colocando a batata quente de volta na pessoa

-Silêncio poderoso

9. **Expandindo seus limites:** "Até aonde você estaria disposto a ir se fosse o seu filho(a) indo tomar uma decisão que pode mudar completamente a vida dele?"

Dicas Finais

Objecções é uma parte difícil da call, mas pode ser mais tranquilo, se você não acionar os gatilhos de resistência de vendas do seu prospect, seguindo os aprendizados desse playbook.

Lembre-se de fazer roleplays e simulações de venda para estar afiado quando a próxima objeção acontecer.

Roleplay Contorno de objeção

 Live - SALES.mp4

Propriedade intelectual X Level Sales - Luca Freitas