

2021, O ANO DA RESILIÊNCIA

Alexandre Jacques | Pregão de Guerra

14/05/2021

Prazer, eu sou o Alexandre Jacques, vendedor desde 10 anos de idade e professor da FGV. Sou também o criador do Pregão de Guerra, metodologia que mudou o jeito de vender no Brasil nos últimos três anos. Os mercados de automóveis, imóveis, saúde e tecnologia que o digam! Nosso sucesso é baseado na capacidade de unir a teoria consistente à prática de vendas do dia-a-dia. Neste espaço, vou focar no mercado de automóveis. A temática que vou adotar aqui é a de sempre trazer ferramentas importantes de liderança e vendas, que ajudem as empresas a terem resultados superiores. Trarei dados embasados do que está acontecendo, acompanhados de uma análise crítica com base em nossa experiência e na de pessoas importantes do mercado com as quais eu convivo.

O assunto de hoje é o momento atual do mercado de automóveis. Passamos do primeiro trimestre de 2021 e as coisas estão ainda mais complicadas em razão da pandemia, mas, como resultado final, temos um mercado de vendas de automóveis impactado em larga escala. Há alguns meses as vendas vinham crescendo, impulsionadas por uma demanda reprimida e por uma maior proteção que carro proporciona nos deslocamentos. Quanto a isso, o carro se tornou um espaço seguro, usado para trazer alguma liberdade de ir e vir, seja ao trabalho, às compras e até mesmo a eventos diversos, como *shows* em *drive-ins*. Passamos a vestir o carro para nos proteger, e isso por si só já causa mudanças significativas na forma como as pessoas percebem o uso do carro.

Estávamos vendendo melhor, com mais margens, graças ainda a uma incrível capacidade de nos adaptarmos à nova realidade e ao esforço de todas nossas equipes. O mercado de carros novos ainda sofre com o desabastecimento de peças e, por consequência, com baixos estoques. Mas o produto que se coloca no showroom vende! Já o mercado de seminovos estava nadando de braçadas, chegando mesmo a causar escassez de produtos e um natural aumento dos preços tanto de venda como de compra. Nos primeiros meses de 2021, esse ímpeto se abrandou um pouco com uma redução de vendas causadas em especial pelo agravamento da situação do Brasil em relação à pandemia. Assim, nos perguntamos: o que um Concessionário pode fazer para manter a alta performance? Aqui vão algumas dicas valiosas:

- 1) Esteja perto da sua equipe, mantenha reuniões semanais para identificar quais são os principais fatores de engajamento e as principais dificuldades de cada um. Você verá que para engajar e motivar não é só uma questão de dinheiro, isso muda de empresa para empresa de acordo com a cultura. E sobre problemas as queixas geralmente são as mesmas: estoque, preço, concorrência etc. Cabe aqui um reforço de contra veneno com argumentos que rebatem essas questões. Lembre-se que como líder você é referência e suas palavras têm um peso muito grande para a sua equipe.
- 2) Faça reuniões individuais para desenvolver as competências de cada membro da sua equipe. Isso demanda energia, mas o resultado é espetacular.
- 3) Se liderar é interferir, então interfira com seu exemplo. De vez em quando vá ao salão e feche alguns negócios demonstrando suas habilidades negociais. Mas não se esqueça de fazer aquilo que você prega, e seja transparente no sentido de fazer o que fala. Lembre-se que palavras movimentam, mas exemplos arrastam.
- 4) Cuide com muito carinho da experiência de compra do seu cliente, ainda mais agora que ele está cada vez mais seletivo e raro. Então, invista em pequenos mimos que mostram o quanto ele é importante para você. Faça do momento da decisão de compra uma verdadeira festa e do momento da entrega do carro algo inesquecível e marcante. São coisas que não custam caro, mas que deixam uma marca para sempre na mente e no coração do cliente.
- 5) Invista na constante capacitação da sua equipe comercial não somente no conhecimento de produto, mas também na melhoria da capacidade de negociação e influência. Esse é um investimento com retorno garantido.

Nos vemos em breve!