



A busca pelo Alto Desempenho

Comportamentos em Vendas



Maio 2.025

Proposta para a nossa conversa de hoje



■ O Processo de Vender e o Contexto das Vendas

- O processo em si e sua aplicação em diferentes contextos
- A linguagem como o principal instrumento do vendedor

■ Lidando com comportamentos

- O comportamento do Cliente mudou
- Comportamento do Vendedor e do Consultor

■ Indo a fundo nas Crenças e Motivadores de vendas

- Pesquisa: o que leva um vendedor a ter alto desempenho?
- Cinco crenças com dois motivadores relevantes
- O Código Secreto do Vendedor (CSV)

■ Proposta de próximos passos

■ Conversa com vocês

A venda é um processo

1

Planejamento

Vender

- Oferta e competências
- Modelo de negócio
- Cliente foco (ICP)
- Proposta de Valor
- Por onde vender

2

Nutrição e Contato

- Relacionamento
- Diferenciação
- Necessidades
- Acompanhamento
- Atração

3

Reuniões de Soluções

- Preparação
- Oportunidade de ouvir
- Localizar oportunidade
- Objeções/ Soluções
- Alinhar expectativas

4

Elaboração de Proposta

- Tempo de resposta
- Claras necessidades
- Escopo claro (Partner x GPTW/Great People)
- Preço /Qualificação

5

Negociação e Fechamento

- Escopo adequado
- Preço x desconto
- Regra das 4 operações
- Mínimos e MANA
- Próximos passos

Entregar

- Cumprir promessa
- Qualidade
- Relacionamento
- Repeat Business

6

Gestão do Projeto

7

Aprendizado

Aprender

- Sempre!
- Mentalidade
- Correção de rumos
- Novas oportunidades

Qualquer processo depende do contexto da sua aplicação

Volátil

Incerto

Complexo

Ambíguo



Foto: Capa WEF Risk Report 2025

Em especial, a Linguagem baseada no Futuro

Utilizo as experiências
do PASSADO

... para decidir no
PRESENTE...

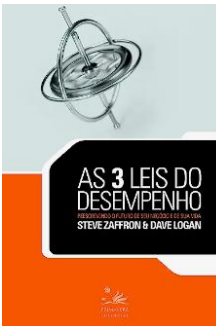
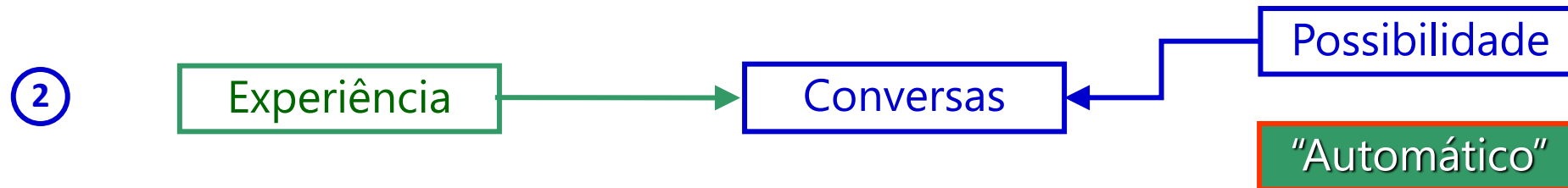
... gerando assim
o FUTURO



... utilizando as informações
do PASSADO...

... e vivencio este FUTURO
no PRESENTE...

Escolho em conjunto
o FUTURO



O comportamento do cliente muda constantemente



- Venda para um decisor x vários decisores
- Diferentes interesses, busca de consenso
- Diferentes perfis
 - Usuário – quem tem a necessidade
 - Técnico – pode estar do seu lado ou não
 - Econômico – que tem a decisão (x compras)
 - Padrinho – te ajuda a navegar na cultura
- Internet, igualou os desiguais, a IA então...

Você precisa se conhecer muito bem

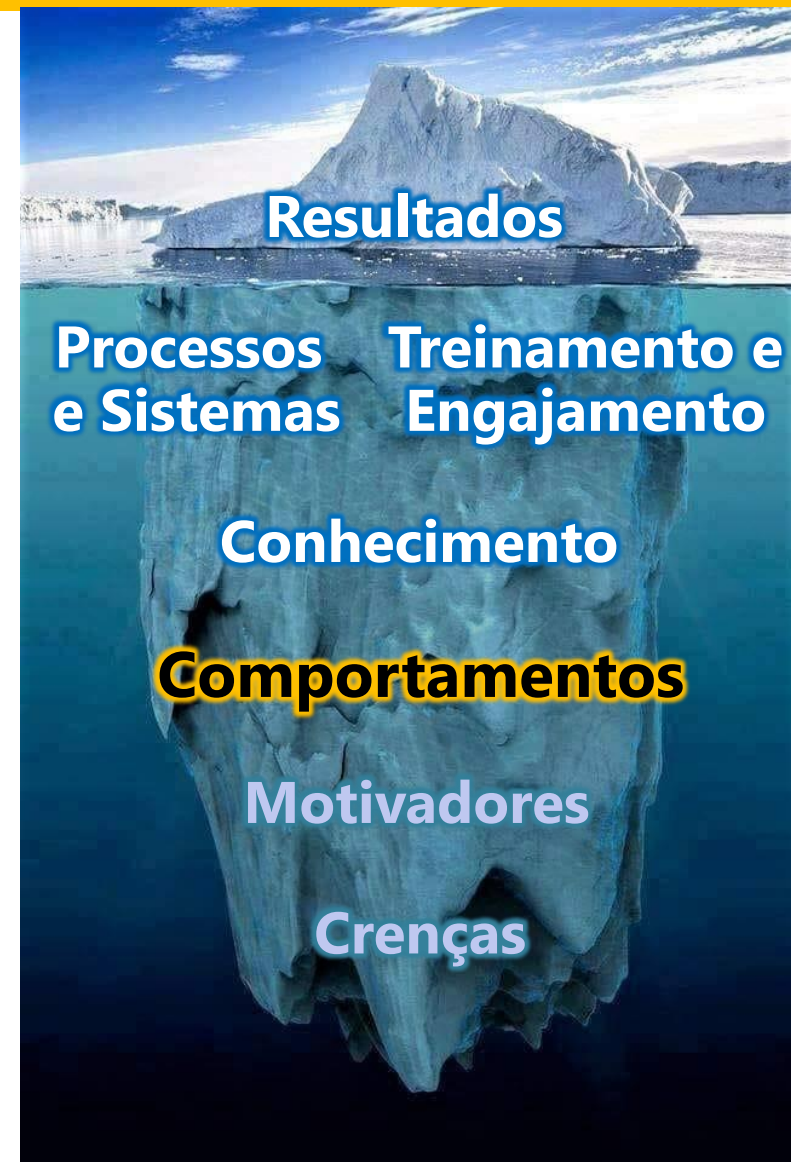
■ Comportamentos

- São nossas atitudes diárias e visíveis
- Tem como base quem acreditamos ser
- Adaptação desde o nosso 'natural' até os diferentes papéis assumidos
- Não existe comportamento bom ou ruim

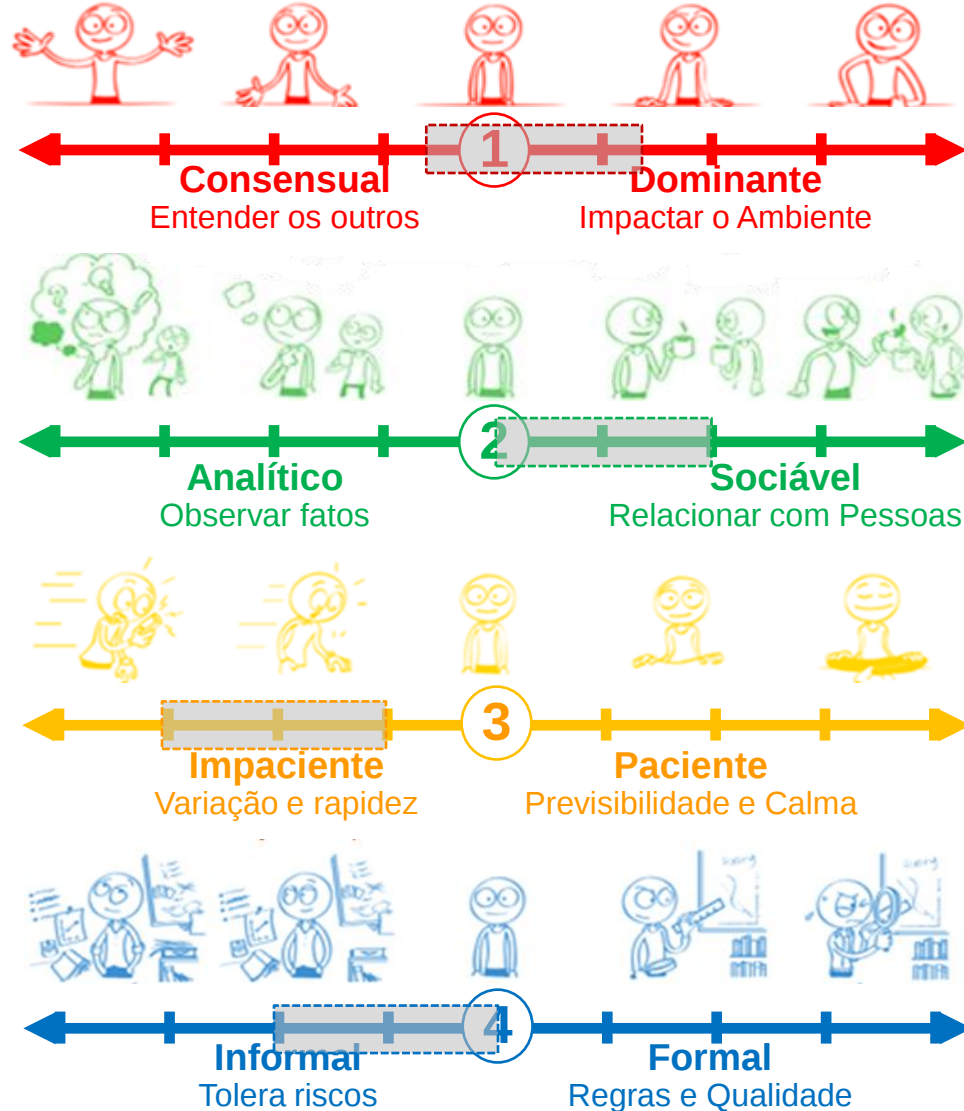
■ Use um método com ferramenta



- | | | | |
|--------------------|----------------|--------------------|--------------------|
| • 16 PF | • Drake P3 | • NEO FFI | • Quid |
| • AB5C | • Emergenetics | • OAD | • Rorschach |
| • AcuMax | • Ennéagramme | • OCA | • SAA |
| • Alter Ego | • EPI | • Omnia | • SDI |
| • API | • Firo-B | • OPQ | • Sigmund |
| • AVA | • Forte Mono | • Opus | • Sosie |
| • AWA | • Good.co | • PAPI | • SPI |
| • Belbin | • GPP I | • PDA | • Stanton Profile |
| • BF64 | • GZTS | • PDP | • STA-Y |
| • Birkman | • Harrison | • Personalisys | • Strong |
| • BPI | • HBDI | • PIP NEO | • Success Insights |
| • Caliper | • Hogan | • PLM | • TAT |
| • Chally | • HPI | • POP3 | • TCI 125 |
| • CISS | • IPSO | • PPA | • Thomas |
| • CliftonStrengths | • KCI | • PPQ | • TKI |
| • CPI-R | • KTS | • PPS | • TMA |
| • CPP | • LIMRA | • Predictive Index | • TMS |
| • CVI | • MBTI | • Prevue | • TotalSDI |
| • D5D | • McQuaig | • Profile PRO | • Traitify |
| • DISC | • MDI | • Profile XT | • Trimatrix |
| • DOCS | • MLQ | • PSI | • True Colors |
| • Dominance | • MPO | • Pymetrics | |



Vendedor



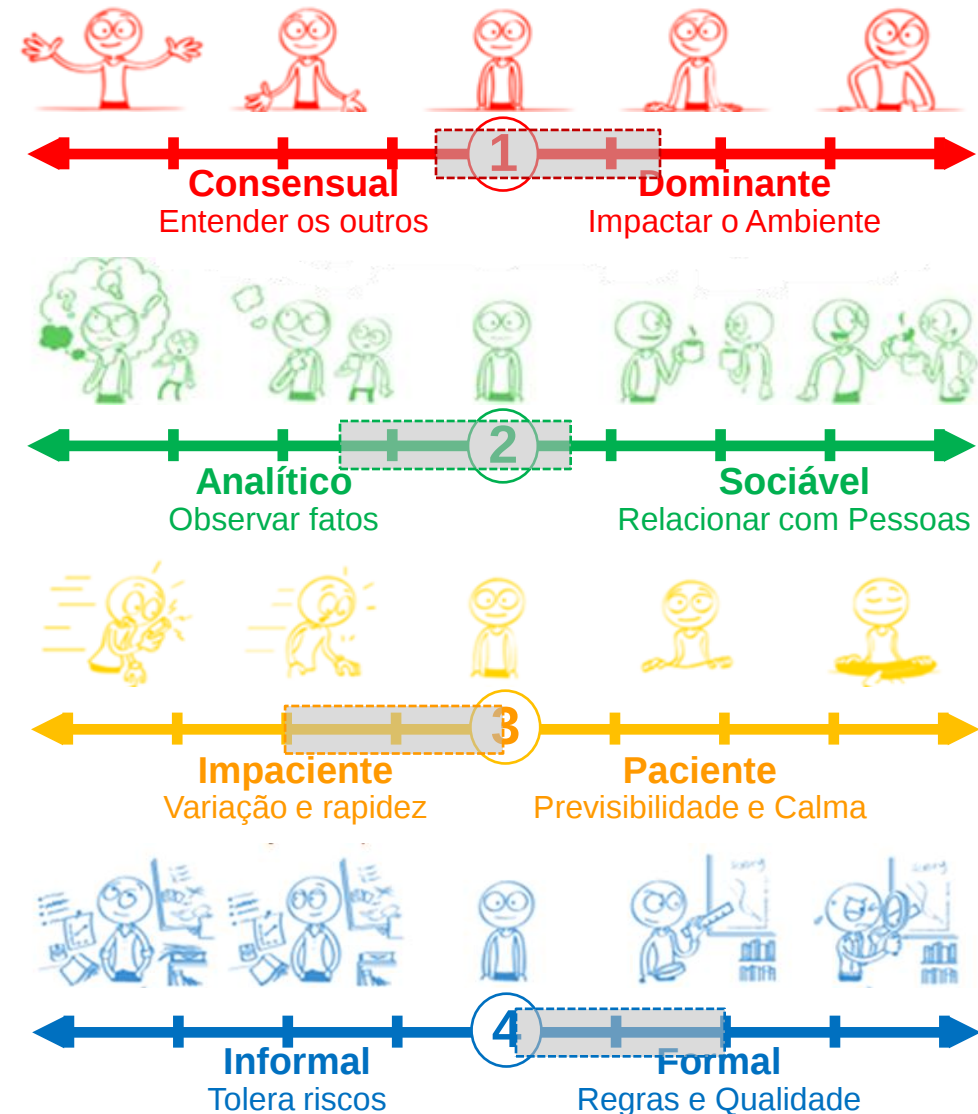
Alguns comportamentos?

- Disciplina no Processo
- Pragmatismo
- Habilidade de relacionamento
- Buscar conteúdo diferenciado
- Saber ouvir ativamente
- Ter tempo de resposta
- Saber quando dominar
- ?

Consultor

Alguns comportamentos?

- Segue um método/ escopo
- Foco em Resultados
- Coordenar o projeto
- Habilidade de relacionamento
- Mostrar conteúdo diferenciado
- Facilitar conversas
- ?



Como fica uma pessoa nesses perfis?



Candidato

Pessoa

Posição

Equipe

Convidar

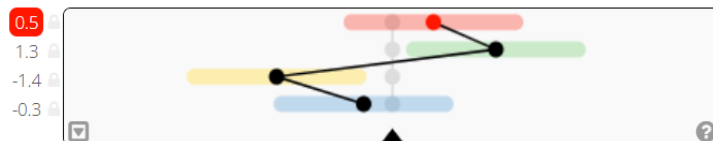
Posição - Partner Vendedor

Voltar à Lista

Atualizar

Mais

Análise



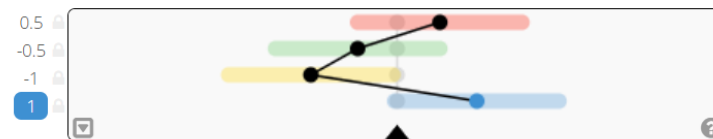
Posição - Partner Consultor

Voltar à Lista

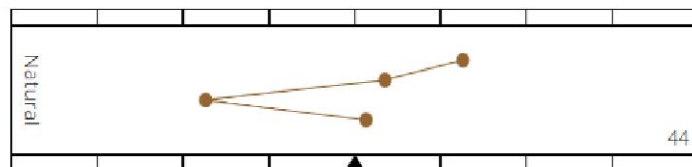
Atualizar

Mais

Análise



Pessoa - André Litmanowicz



Data da Análise: 13/01/2023

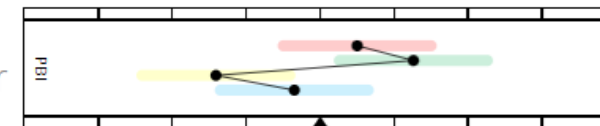
Ícone

Nome

PBI



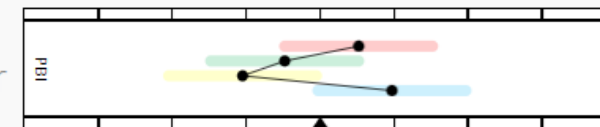
Partner Vendedor



79 %

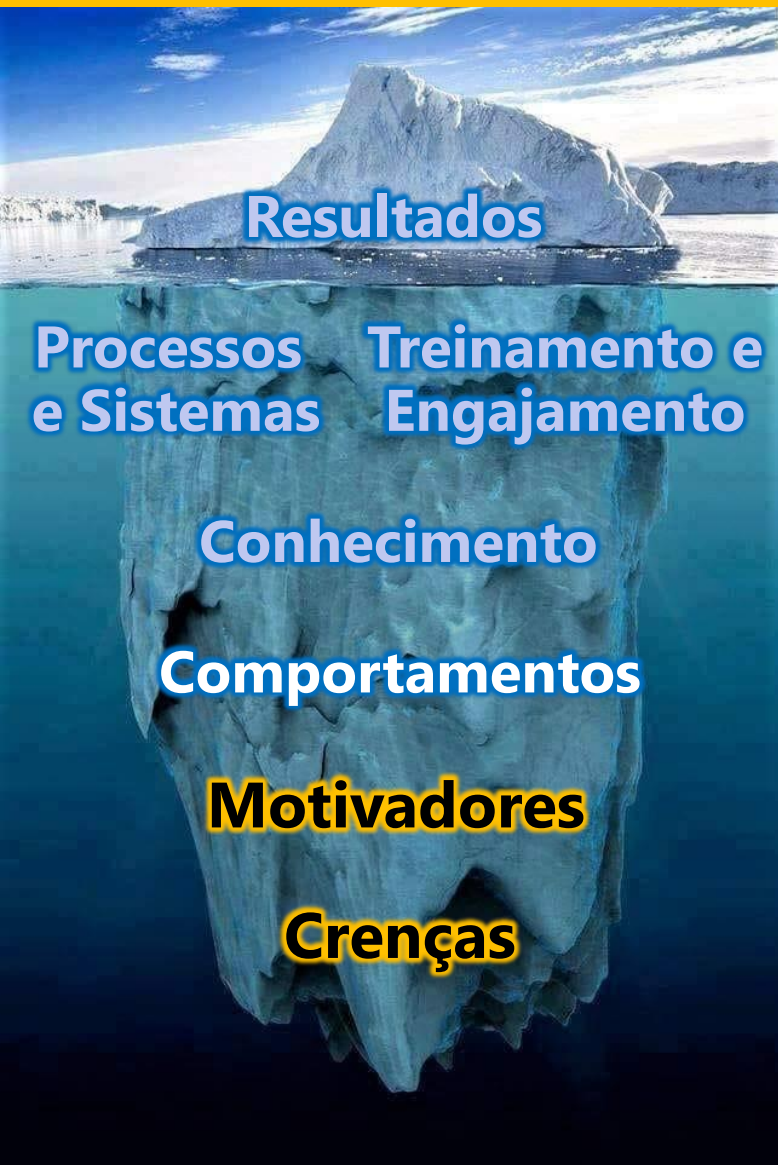


Partner Consultor



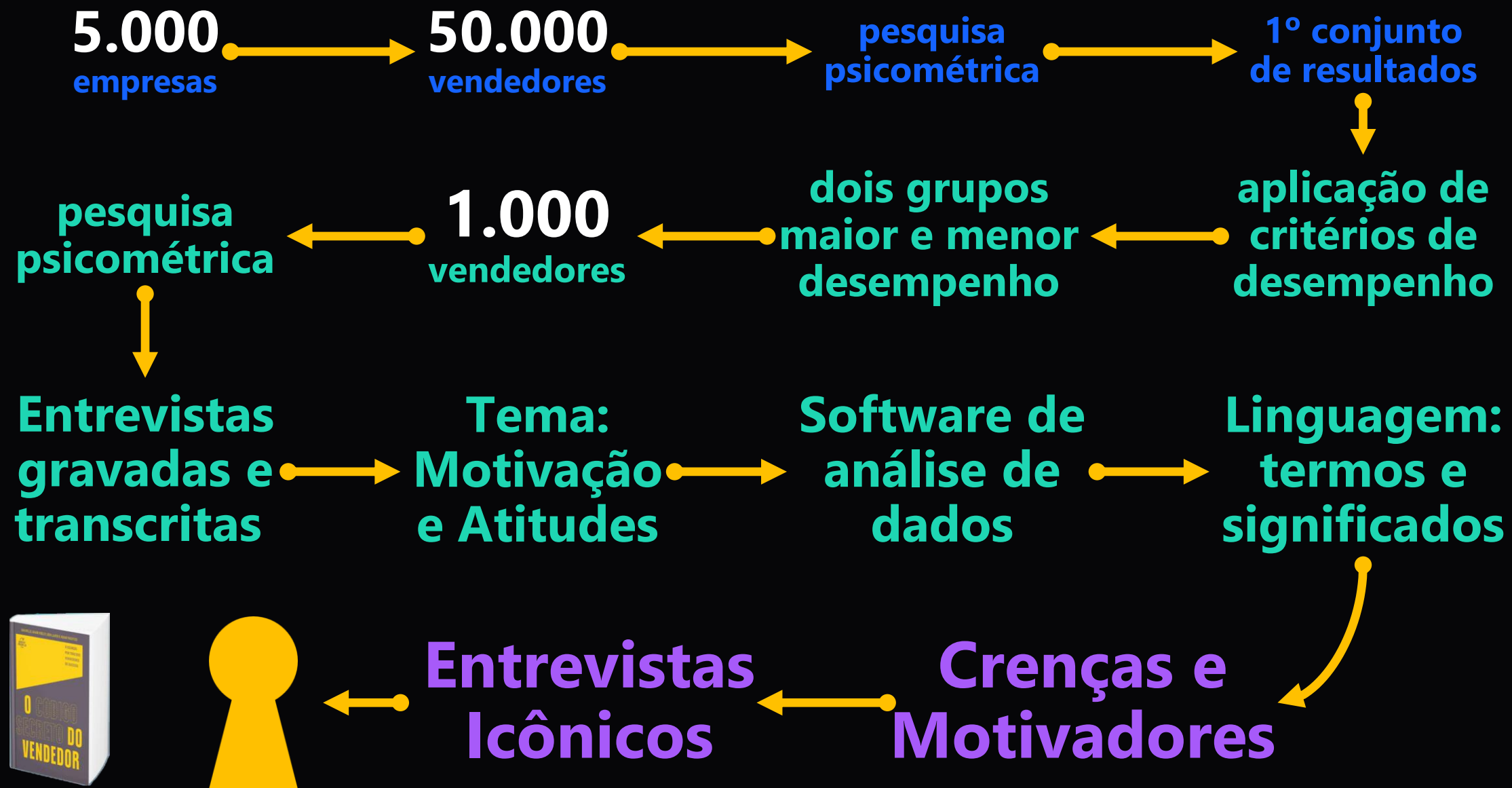
68 %

Como aumentar o desempenho de um vendedor?



- **Comportamentos** – atitudes visíveis resultado de quem acreditamos ser
- **Motivações**
 - São os nossos conceitos básicos e balizadores
 - Norteiam os caminhos que decidimos
 - Na busca do que acreditamos ser relevante
 - É impactado por nossos sentimentos e emoções
- **Crenças**
 - Opiniões emocionalmente enraizadas pela experiência vivida
 - Que acreditamos que sejam fatos e regras
 - Sobre as quais temos fé

Pesquisa realizada sobre o desempenho do vendedor



As Crenças de Destino dos vendedores são 5



- Principais crenças que se destacaram
- Motivam a usar talentos e habilidades
- Promovem ou inibem comportamentos
- Impactam na percepção do "eu"
- "Destino"
 - Vendedores encaram sua vida como uma jornada em expansão e evolução

Cada crença possui dois motivadores fundamentais

- Existem vários motivadores
- Dois se destacaram para cada Crença
- Soam como opostos, mas atuam em conjunto
- O mix reflete no comportamento individual
- Os comportamentos influenciam resultados
- Esses foram chamados de

Motivadores de Jornada



Crenças e Motivadores

REALIZAÇÃO

Eu me realizo quando sou bem sucedido



Medo

eu preciso vencer porque tenho medo de fracassar



Desejo

quero ser melhor do que jamais pensei que poderia

CONTROLE

O sucesso é sempre atribuído a algo ou alguém



Vítima

exerço controle só até certo ponto



Herói

sou responsável pelo meu próprio destino

RESILIÊNCIA

Enfrentar desafios e adversidades faz parte da vida



Trabalho Duro

diante do desafio, trabalho mais para superá-lo



Tr Inteligente

uso a adversidade para encontrar formas novas e criativas

INFLUÊNCIA

Vendedores bem sucedidos são influentes



Gorila

quanto mais forte eu sou, maior é a minha influência



Guerrilha

quanto mais flexível eu sou, maior é a minha influência

COMUNICAÇÃO

Pessoas bem sucedidas sabem se comunicar muito bem



Relâmpago

ótima comunicação é transmitir sua mensagem de forma clara e sucinta



Trovão

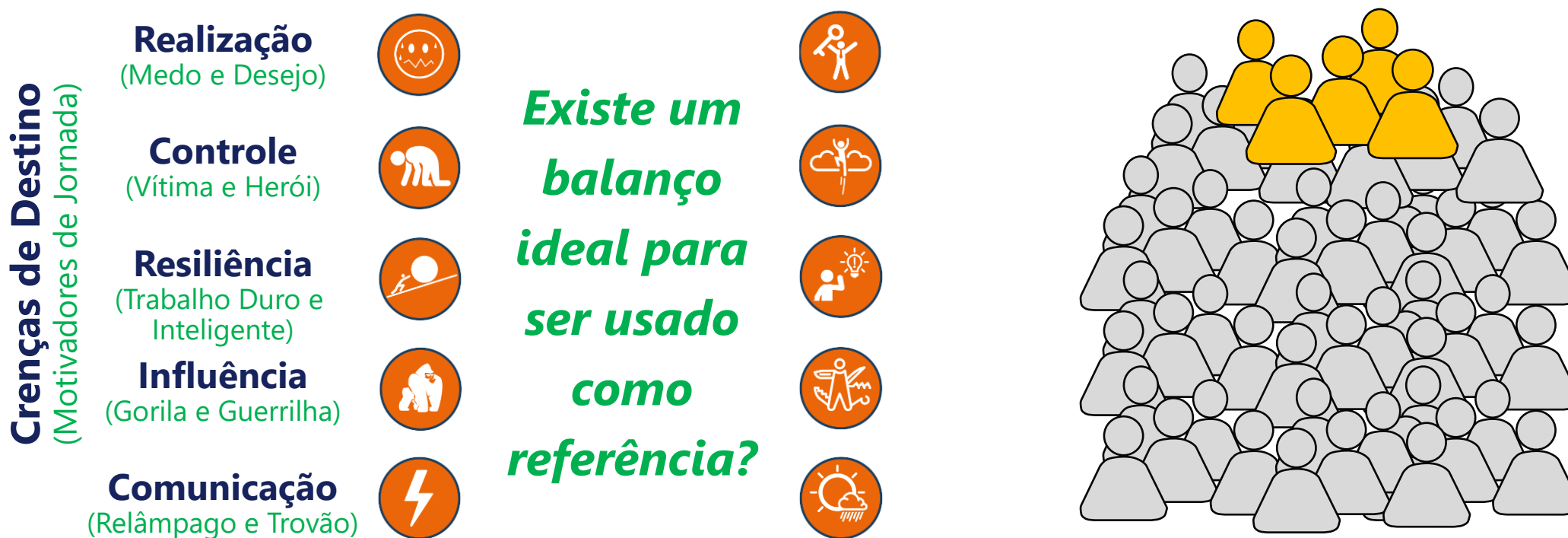
ótima comunicação é desenvolver um diálogo contínuo e com significado

Crenças e Motivadores se relacionam - Pensamento Sistêmico



Equilíbrio de Motivadores

- Top 5% dos vendedores compartilham um balanço quase idêntico dos 10 Motivadores de Jornada



- Este é o **Código Secreto do Vendedor (CSV)**

5 crenças com balanço de motivadores

Temem o fracasso, mas usam esse medo para se desafiar a ser o melhor possível

Compreendem profundamente o que estão vendendo e comunicam sua expertise de maneira adequada, por meio de um diálogo dinâmico com seus clientes e parceiros

Sabem que têm o poder de influenciar os outros e equilibram isso com uma abordagem flexível para atrair mais resultados



Não se preocupam com o que está fora do seu controle e assumem a responsabilidade para que as soluções aconteçam, tanto para seus clientes e para si próprios

Trabalham arduamente para superar desafios e sempre recuperando suas energias, buscando formas de trabalho criativas e inovadoras

Próximos Passos

■ Venda GP Sales

- *Oficinas de vendas, com base no CSV* – a cada 3 semanas, 5 para crenças + 2, com espaço para reflexão individual e em grupo
- *Comportamentos*, comparando-se com KPIs em vendedores (base: GRI)

■ Partners

- Querem mergulhar na reflexão sobre as Crenças e Motivadores descobrindo o seu Código Secreto?