

# O Ciclo de Vendas do TERRA

## PASSO 7: RESPONDENDO A OBJEÇÕES

Responder a objeções dos clientes é uma importante ajuda que você oferece durante o Ciclo de Vendas. Faça perguntas relevantes e deixe eles compartilharem suas experiências e preocupações. Fale menos e escute mais. Você vai superar objeções ao descobrir o que eles realmente querem e ajudá-los a encontrar maneiras de consegui-lo. Pergunte se eles estão abertos ao próximo passo de ter os óleos em seu lar.

Use os passos abaixo como um guia para responder a objeções

- 1 Reconheça que sua preocupação é válida.** As pessoas têm uma necessidade psicológica de serem ouvidas.  
*“Eu posso entender por que isto é uma preocupação para você.”*
- 2 Resuma a preocupação em suas palavras e demonstre empatia.** É importante entender o problema com precisão e observar as emoções por trás das palavras deles. Certifique-se de que estão de acordo e responda às emoções deles.  
*“Se estou entendendo bem, você sente que o preço de comprar um kit é mais do que o que você quer investir agora, certo? Entendo perfeitamente. É frustrante ter um orçamento apertado.”*
- 3 Peça permissão para explorar opções e pensem em soluções juntos.** Isto dá aos clientes o domínio na conversa e ajuda-os a sentirem-se empenhados em encontrar uma solução.  
*“Acho que conseguimos encontrar uma solução que funcione para você. Vamos pensar em algumas opções?”*
- 4 Refira-se à experiência de uma outra pessoa e explique como eles resolveram o mesmo problema.** Compartilhar histórias reais de pessoas reais valida o cliente e o assegura de que você já ajudou outros a superarem o mesmo desafio.  
*“Semana passada, Susan teve a mesma preocupação, então ela foi anfitriã de uma aula com dez pessoas e ganhou o suficiente para obter o kit que queria. Ela estava super animada!”*
- 5 Faça um convite.** Aproveite o embalo criado com a sessão de ideias e ajude-os a progredir no processo de cadastramento.  
*“Você está disposto(a) a convidar seus amigos a uma aula para conseguir o kit que você quer?”*

Ofereça respostas amigáveis e honestas para o que está causando hesitação. Observe as objeções compartilhadas como ideias-chave para que você se torne mais efetivo(a).



Quão bem você responde a objeções?

Dê uma nota de 1-10 para o quão confiante você se sente, 10 sendo muito confiante.



*“Venda servidora é doar independente do que você vai receber como retorno. Ao invés de preocupar-se com a venda, você se põe no lugar do cliente e procura criar valor para eles.”*

— Neal Anderson

## APRIMORANDO HABILIDADES:

- Existem várias objeções comuns que você pode encontrar quando estiver cadastrando um cliente. Esteja preparado(a) para lidar com as objeções abaixo e pratique respostas possíveis para que esteja confiante nelas.

OBJEÇÕES COMUNS	EXEMPLOS DE SCRIPTS
<p>Por que óleos dōTERRA®?</p> 	<p>“Eu entendo por que isso é uma preocupação para você; é confuso saber qual marca comprar com tantas empresas de óleos essenciais. Irena teve a mesma preocupação semana passada; posso dizer pra você o que eu disse a ela? Eu expliquei que a dōTERRA é a marca mais testada e mais confiável da indústria. Noventa e seis por cento de nossos óleos e mixes são exclusivos, cultivados por fazendeiros artesãos em locais ideais para potência máxima. Ela aprendeu mais no <a href="http://sourcetoyou.com">sourcetoyou.com</a> e ficou impressionada com a diferença dōTERRA. Você e sua família merecem os óleos essenciais mais puros e eficazes. Você gostaria de experimentar a diferença por si mesmo(a) e fazer um pedido hoje?”</p>
<p>Dinheiro</p> 	<p>“Eu entendo por que isso é uma preocupação para você. Se estou entendendo bem, você sente que o preço do Kit é mais do que você quer investir agora, certo? Acho que podemos encontrar uma solução que funcione para você. Você estaria disposto(a) a ver algumas opções para encontrarmos a solução? Susan disse a mesma coisa uns dias atrás, mas quando fez as contas de quanto gasta com produtos de cuidados pessoais normalmente, ela percebeu que na verdade poderia economizar ao trocá-los por produtos dōTERRA. Ela ama ter seu Kit Soluções Naturais em casa para ajudar o bem-estar de sua família. Você está disposto(a) a substituir seus produtos de uso diário por produtos dōTERRA, mais naturais e de melhor qualidade?”</p>
<p>Esposo(a)</p> 	<p>“Entendo perfeitamente sua preocupação. Você tem receio de que seu marido não apoie esta compra? Conheço muitas pessoas que tinham a mesma preocupação—posso falar o que funcionou para eles? Descobri que quando as pessoas experimentam um óleo, elas ficam mais abertas. Você gostaria de levar um pouco de dōTERRA Deep Blue™ pra ele experimentar?”</p>
<p>Não Vê Necessidade</p> 	<p>“Eu entendo. Eu também não achava que precisava de óleos essenciais de primeira. Você falou na aula que queria mais energia. Algumas semanas atrás falei com Whitney, que tinha o mesmo problema. Ela experimentou o dōTERRA Lifelong Vitality Pack®, que deu a ela mais energia e menos desconforto. Ele possui uma garantia de 30 dias para experimentar. Você quer ver se funciona e se não funcionar, eu te ajudo a receber seu dinheiro de volta?”</p>
<p>Venda Direta</p> 	<p>“Entendo perfeitamente; muitas pessoas se sentem assim. O que eu gosto é que a dōTERRA é única em marketing de rede. De fato, 82% das pessoas que compram produtos dōTERRA são só clientes e não vendem os produtos. Isso não acontece com vendas diretas. O motivo pelo qual temos tantos clientes é porque temos os produtos mais testados e mais confiáveis com que as pessoas podem contar. Você gostaria de juntar-se a milhões de pessoas que estão mudando suas vidas com Soluções Naturais?”</p>

## RECONHEÇA OS TIPOS DE OBJEÇÃO

Ao desenvolver a capacidade de superar objeções, reconheça que há dois tipos: preocupações verdadeiras e outras que são desculpas vazias. Reconhecer a diferença ajuda você a saber quando e como engajar.

Preocupações Verdadeiras	Desculpas
São autênticas, urgentes, detalhadas	São vagas, triviais, não-específicas
Podem ser resolvidas	São uma perda de seu tempo
Indicam interesse	Indicam indiferença
Resultam de um desejo de entender	Resultam da falta de motivação
Surgem como obstáculos para fechar a venda (ex. preço, receios, etc.)	Surgem como justificativas para não comprar

Você é um(a) mensageiro(a) de Esperança. Ao focar-se em ajudar a outros e compartilhar esperança brilhante o suficiente para acender o fogo da ação, a preocupação com as objeções desaparece e o amor genuíno e a preocupação com o próximo crescem com seu entendimento.