




Lucas Izoton



Eu,  
**REI?**



ESCREVA  
SUA  
PRÓPRIA  
HISTÓRIA.



Lembretes básicos que poderão ajudar um REI - Revendedor Empreendedor Independente a ser um "cobra" nas vendas.



 cobra d'água



Lucas Izoton

Eu,  
**REI**?

Lembretes básicos que poderão ajudar um  
REI a ser um “cobra” nas vendas.

Pequeno manual de vendas que a marca de moda  
**Cobra D'agua** elaborou para os seus parceiros REI -  
Revendedores Empreendedores Independentes.

# **Eu, REI?**

Lucas Izoton

1ª EDIÇÃO | 2020

PESQUISA

Lucas Izoton

PROJETO GRÁFICO, CAPA E EDITORAÇÃO  
Dpto. de Marketing da Cobra D'água

© 2020, Lucas Izoton

Todos os direitos desta edição estão reservados ao autor. É permitida a reprodução parcial desde que citada a fonte. A Edição eletrônica pode ser obtida com download grátis nos sites [www.cobradagua.com.br](http://www.cobradagua.com.br) e [www.lucasizoton.com.br](http://www.lucasizoton.com.br).

***“Vender é construir relacionamentos e satisfazer as necessidades dos clientes.”***

Lucas Izoton

# Sumário

Agradecimentos .....	12
Introdução .....	13
Um pouco da minha vida como Vendedor .....	14
A marca Cobra D'agua .....	16
O significado do número 88 .....	18
Como contatar a marca Cobra D'agua? .....	19
B2B - Atendimento direto ao Lojista .....	20
Por que a sigla REI? .....	21
Dica 1 .....	23
O cadastro da sua rede de contatos está atualizado?	
Dica 2 .....	24
Você se apresenta para a sua rede de contatos?	
Dica 3 .....	25
Você tem uma agenda diária de contatos e visitas?	
Dica 4 .....	26
Você analisa o resultado do seu atendimento?	
Dica 5 .....	27
Você tem estoques dos produtos que revende?	
Dica 6 .....	28
Você impulsiona a sua Loja Virtual?	
Dica 7 .....	29
Você indica pessoas para serem REI?	
Dica 8 .....	30
Você e sua família usam a marca Cobra D'agua?	

Dica 9	31
Você tem argumentos de venda para cada produto?	
Dica 10	32
Você gosta de Vender?	
Dica 11	33
Você é otimista?	
Dica 12	34
Você é autoconfiante?	
Dica 13	35
Você transforma seus sonhos em metas?	
Dica 14	36
Você tem medo da rejeição?	
Dica 15	37
Você é persistente?	
Dica 16	38
Você tem iniciativa?	
Dica 17	39
Você possui automotivação para atingir seus resultados?	
Dica 18	40
Você colabora com a equipe?	
Dica 19	41
Você define metas pessoais de vendas?	
Dica 20	42
Que tal se comportar como se fosse o dono da marca?	
Dica 21	43
Você conhece as regras de um REI?	

<b>Dica 22</b> .....	44
Você conhece bem a marca Cobra D'água?	
<b>Dica 23</b> .....	45
Você conhece os produtos da Cobra D'água que você vende?	
<b>Dica 24</b> .....	46
Você participa de treinamentos?	
<b>Dica 25</b> .....	47
Você aprende com colegas mais experientes?	
<b>Dica 26</b> .....	48
Você cuida da sua higiene e aparência?	
<b>Dica 27</b> .....	49
Você consegue vender produtos mais “caros”?	
<b>Dica 28</b> .....	50
Você tem bons argumentos de venda?	
<b>Dica 29</b> .....	51
Você ouve muito e fala pouco?	
<b>Dica 30</b> .....	52
Você adota técnicas de negociação?	
<b>Dica 31</b> .....	53
Você lê para manter-se bem informado?	
<b>Dica 32</b> .....	54
Você só vende produto “barato”?	
<b>Dica 33</b> .....	55
Você treina a sua apresentação ao cliente?	
<b>Dica 34</b> .....	56
Você tem uma boa história para contar?	
<b>Dica 35</b> .....	57
Você administra bem o seu tempo?	



<b>Dica 36</b> .....	58
Você tem informações sobre as tendências da Coleção?	
<b>Dica 37</b> .....	59
Você monitora o seu ticket médio?	
<b>Dica 38</b> .....	60
Você monitora a sua taxa de conversão?	
<b>Dica 39</b> .....	61
Você pede ajuda e orientação a Central de Atendimento?	
<b>Dica 40</b> .....	62
Você tem informações do seu cliente?	
<b>Dica 41</b> .....	63
Você se preocupa em reduzir suas despesas?	
<b>Dica 42</b> .....	64
Você leu o livro “O Voo da Cobra”?	
<b>Dica 43</b> .....	65
Você participa ativamente de eventos de Vendas?	
<b>Dica 44</b> .....	66
Você age para reduzir a inadimplência do seu negócio?	
<b>Dica 45</b> .....	67
Você fala com o cliente como se ele fosse um amigo?	
<b>Dica 46</b> .....	68
Você ouve os seus clientes?	
<b>Dica 47</b> .....	69
Você se coloca no lugar do cliente?	

<b>Dica 48</b> .....	70
Você se comunica bem com seus clientes?	
<b>Dica 49</b> .....	71
Você demonstra os benefícios da marca e de cada produto?	
<b>Dica 50</b> .....	72
Você atende os clientes com entusiasmo?	
<b>Dica 51</b> .....	73
Você tem foco no cliente quando o está atendendo?	
<b>Dica 52</b> .....	74
Você dá atenção verdadeira ao seu cliente?	
<b>Dica 53</b> .....	75
Você surpreende o seu cliente?	
<b>Dica 54</b> .....	76
Você consegue identificar o estilo (perfil) do seu cliente?	
<b>Dica 55</b> .....	77
Você é paciente no atendimento aos clientes?	
<b>Dica 56</b> .....	78
Você sugere produtos adicionais ao cliente?	
<b>Dica 57</b> .....	79
Você olha os seus clientes nos olhos?	
<b>Dica 58</b> .....	80
Você sorri para os seus clientes?	
<b>Dica 59</b> .....	81
Você masca chiclete quando atende um cliente?	
<b>Dica 60</b> .....	82
Você mente para o cliente?	

<b>Dica 61</b> .....	83
Você abandona o cliente que está atendendo?	
<b>Dica 62</b> .....	84
Você faz sugestões para o cliente?	
<b>Dica 63</b> .....	85
Você mostra interesse pelo seu cliente?	
<b>Dica 64</b> .....	86
Você parabeniza e agradece ao cliente pela compra?	
<b>Dica 65</b> .....	87
Você aciona seus clientes pelas mídias sociais?	
<b>Dica 66</b> .....	88
Você se identifica no primeiro contato?	
<b>Dica 67</b> .....	89
Você atende o cliente como ele gostaria de ser atendido?	
<b>Dica 68</b> .....	90
Seus clientes indicam amigos para comprar com você?	
<b>Dica 69</b> .....	91
Você cumpre o que prometeu ao cliente?	
<b>Dica 70</b> .....	92
Você dá respostas rápidas e objetivas ao cliente?	
<b>Dica 71</b> .....	93
Você acessa vídeos de vendas no Youtube?	
<b>Dica 72</b> .....	94
Você é um vendedor “grudento”?	
<b>Dica 73</b> .....	95
Você sugere novas alternativas para o cliente?	

<b>Dica 74</b> .....	96
Você faz pós-venda junto aos seus clientes?	
<b>Dica 75</b> .....	97
Você sabe fechar a venda?	
<b>Dica 76</b> .....	98
Você é realista nos elogios?	
<b>Dica 77</b> .....	99
Você sabia que o cliente é mais exigente com o atendimento que com o produto?	
<b>Dica 78</b> .....	100
Você trata bem os clientes que reclamam?	
<b>Dica 79</b> .....	101
Você leu o livro “Gerenciando e Lucrando no Varejo”?	
<b>Dica 80</b> .....	102
Você usa as mídias sociais para interagir com os clientes?	
<b>Dica 81</b> .....	103
Você transmite alegria para os clientes?	
<b>Dica 82</b> .....	104
Você aprende com outros Revendedores?	
<b>Dica 83</b> .....	105
Você busca informações sobre as marcas que vende?	
<b>Dica 84</b> .....	106
Você aprende com os Revendedores Campeões?	
<b>Dica 85</b> .....	107
Você tem boa postura física?	

<b>Dica 86</b> .....	108
Você se comporta como um Revendedor Consultor?	
<b>Dica 87</b> .....	109
Você conhece a “Matemática” das suas vendas?	
<b>Dica 88</b> .....	110
Você presta serviços adicionais ao cliente?	
<b>Conclusão</b> .....	111
<b>Sobre o Autor</b> .....	112

# Agradecimentos

A DEUS, por tudo que nos tem concedido

Aos parceiros REI – Revendedor Empreendedor Independente, pelas trocas de experiências

Aos Vendedores de Loja, que sempre nos ensinaram a arte de vender.

Aos Clientes Lojistas da marca **Cobra D'água**, pela parceria ao longo dos anos.

Aos Representantes Comerciais, que compartilharam conosco suas experiências no varejo.

Aos Colaboradores e demais Parceiros da marca **Cobra D'água**, pela ajuda.

Aos milhões de Consumidores **Cobra D'água**, que são fãs de nossa marca.

À minha família, pela compreensão e apoio.

# Introdução

## *Por que escrevi este Livro?*

Ao longo da minha vida profissional, visitei milhares de lojas no Brasil e no exterior tendo contato com muitos lojistas e seus vendedores. Também conheci bem a atuação dos Revendedores Empreendedores Independentes. Aprendi muito com todos! Já exerci, inclusive, um pouco destas funções ao longo de minha vida.

O objetivo de escrever “Eu, REI?” foi procurar lembrar aos profissionais de vendas diretas que, muitas vezes, fazer o óbvio na hora certa e de forma correta pode ser a fórmula para atender bem os clientes e buscar a sua fidelização, garantindo assim os resultados do seu negócio.

Também tenho enorme prazer em contribuir para que milhares de brasileiros que desejam ter seu próprio negócio e empreender, possam ter esta oportunidade para, no futuro, ajudar o Brasil a se desenvolver.

Vender, é uma arte que pode ser aprendida e aperfeiçoada. Por isso, o conteúdo desta publicação busca, de forma simples, sintética e prática, contribuir para o desenvolvimento e melhoria da performance do REI.

Boa leitura! Ótimas reflexões e muita prática.

**Lucas Izoton**

*Fundador da marca Cobra D'água*

## Um pouco da minha vida como Vendedor

Desde criança tive contato com vendas já que minha mãe, para complementar o orçamento doméstico, vendia roupas em casa sendo que os estoques eram guardados no quarto onde eu dormia.

Aos 10 anos de idade, vendi refresco em feira livre, aos 14 era revendedor de produtos Avon em sociedade com minha mãe e aos 15 passei a confeccionar e comercializar artesanato de couro para boutiques ou diretamente para consumidores finais.

Durante o meu curso de Engenharia, nas horas vagas, ainda estudante, vendi telefone e até mesmo veículo. Como engenheiro descobri posteriormente que, na prática, eu era um vendedor de soluções técnicas de engenharia.

Quando iniciei meus próprios negócios na área de moda, antes mesmo de lançar a marca COBRA D'AGUA em nível nacional, eu já era lojista no Rio de Janeiro e no Espírito Santo. Ao longo das últimas décadas sempre atuei também no varejo e tive a oportunidade de visitar milhares de lojas no Brasil e no exterior, bem como conviver com lojistas e Vendedores de lojas pelos diversos estados do país.

A própria marca **Cobra D'agua**, que atualmente está presente em 12 mil pontos de venda em mais de 2.000 municípios do Brasil, só conseguiu ter essa distribuição nacional devido aos nossos esforços em montarmos uma



equipe de vendas atuante com foco em resultados.

Nas diversas atividades que exerci, como empresário e mesmo dirigente voluntário, penso que sempre fui um “vendedor e realizador” de sonhos. Portanto, se hoje me perguntarem qual é a minha profissão, apesar das minhas múltiplas atividades, posso também responder com tranquilidade: vendedor.

Confesso que sinto uma enorme admiração pelo trabalho do REI – Revendedor Empreendedor Independente e dos vendedores de lojas que hoje atuam e comercializam a marca **Cobra D’agua** para milhões de consumidores em todo o país desde o lançamento da marca em 1988. Parabéns, mais uma vez, aos nossos campeões, os profissionais de venda.

Se você quiser conhecer esse próprio livro na versão digital ou mesmo acessar os demais livros de minha autoria, acesse os sites [www.cobradagua.com.br](http://www.cobradagua.com.br) e [www.lucasizoton.com.br](http://www.lucasizoton.com.br) e faça o download grátis.

# A marca **Cobra D'agua**

A marca de moda jovem **Cobra D'agua** foi lançada em nível nacional em uma Feira de Moda, em agosto de 1988, tendo obtido grande receptividade junto aos lojistas e consumidores finais.

Posteriormente, em 1990, a marca se consagrou na FENIT, na época a 3ª maior Feira de Moda em nível mundial. O sucesso foi imediato! Foram efetuados negócios e parcerias com os melhores lojistas multimarcas e pontos de venda do país.

O nome “**Cobra D'agua**” é uma alusão ao “cobra”, uma pessoa autoconfiante, que acredita em si próprio e deseja viver com alegria e otimismo. Ao longo dos anos, apesar da origem praiana, nos tornamos uma marca com estilo casual.

Atualmente, a marca **Cobra D'agua** está presente em cerca de 12 mil pontos de venda, em mais de 2 mil municípios dos 27 estados brasileiros, sendo uma das marcas preferidas dos jovens do nosso país. Ao longo da sua trajetória foram investidos recursos acima de R\$ 150 milhões em ações de comunicação e marketing e mais de 20 milhões de consumidores já usaram a marca. Anualmente, são lançados quase 1500 novos produtos.

A **Cobra D'agua** foi eleita em 2010 e 2011, pela CNDL (Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas), a melhor marca de moda jovem nacional, sendo agraciada em Brasília com o troféu “A Deusa da Fortuna”, considerado o Oscar do Varejo Brasileiro.

A marca já exportou para países como Portugal, Espanha, Itália, Canadá, Chile, Angola, Ilhas Canárias, República Dominicana, etc. Também se tornou case de sucesso no projeto Desafio Sebrae que envolveu mais de 50 mil estudantes universitários dentro e fora do país.

O nosso propósito é “levar moda e estilo, com alegria e otimismo, para a vida dos brasileiros”.

Para traduzir a essência da marca, citamos uma frase que ilustra muito bem nosso conceito e filosofia:

***Viver Cobra D'agua é sempre curtir bons momentos.***

# O significado do número 88

Escrever exatamente “88 Dicas” é uma alusão ao nº 8 que sempre acompanhou a **Cobra D’água**.

A marca foi lançada oficialmente no mercado nacional em agosto do ano de 1988, ou seja, 8/88.

Posteriormente, o aniversário de 20 Anos da **Cobra D’água** aconteceu em 08/08/2008 às 8:08h da noite para 888 convidados de todo o Brasil.

Na cultura oriental, o nº 8 é sagrado e representa solidez, sabedoria e prosperidade nos negócios. Segundo a numerologia, o 88 é a busca da perfeição e tem como características positivas a sabedoria, persistência, perfeccionismo, eficiência, coragem e reflexão.

Esperamos que o nº 88 possa também gerar prosperidade para você, nosso REI – Revendedor Empreendedor Independente.

Mais uma vez relembramos que um Revendedor bem sucedido precisa aplicar na prática os conceitos do número 88. Isto significa ter a sabedoria de sempre buscar satisfazer e encantar os clientes, ser persistente e não desanimar diante de obstáculos e dificuldades, visar o perfeccionismo no atendimento aos consumidores, ser eficiente, ter sempre coragem e otimismo, refletindo sempre sobre os melhores caminhos a serem adotados para se atingir os objetivos traçados.

## Como contatar a marca Cobra D'agua?

Se você desejar conhecer um pouco mais a marca **Cobra D'agua**, gentileza acessar o site [www.cobradagua.com.br](http://www.cobradagua.com.br).

Para conversar com a nossa Central de Atendimento sobre esclarecimentos, novas Coleções, pedidos ou reposições de clientes, favor utilizar os seguintes contatos:

- Telefone/WhatsApp: (27) 2122-9074
- E-mail: [atendimento@lojacobradagua.com.br](mailto:atendimento@lojacobradagua.com.br)

Se quiser manter contato comigo, meu e-mail pessoal é [lucas@cobradagua.com.br](mailto:lucas@cobradagua.com.br).

## B2B - Atendimento direto ao Lojista

O B2B (venda direta para lojistas) é um canal disponibilizado a todos os clientes lojistas da marca **Cobra D'água**.

Após ter seu cadastro realizado e aprovado no site, no endereço [cobradagua.com.br](http://cobradagua.com.br), o lojista tem a possibilidade de consultar todos os produtos **Cobra D'água** e fazer pedidos diretamente pelo site, sem a necessidade da presença física do representante.

Esse canal facilita o acesso do lojista às novidades oferecidas pela marca, possibilitando ao cliente fazer seu pedido quando e onde ele desejar, principalmente sua reposição de estoque, tendo assim sempre os produtos **Cobra D'água** em sua loja.

Sugerimos que o primeiro pedido da coleção seja realizado com o auxílio do representante.

Se tiver dúvidas, nos acione pelo telefone (27) 2122-9000.

# Por que a sigla REI?

A sigla REI significa **Revendedor Empreendedor Independente**. Essa brincadeira, com as três palavras e com a sigla, demonstra bem o nosso propósito.

- **Revendedor** é a pessoa que compra algo e revende, com a intenção de obter lucratividade.
- **Empreendedor** é a pessoa que tem a iniciativa de ter seu próprio negócio. Normalmente é criativo, ousado, inovador e acredita em si próprio.
- **Independente** é trabalhar de forma autônoma, tomando suas próprias decisões, escolhendo o horário que melhor lhe convier e não tendo vínculo empregatício.

Nas 88 Dicas que você vai ler, nossa intenção é lhe ajudar a ser um Revendedor profissional, um Empreendedor de sucesso que vai atuar de forma Independente. Resumindo, um REI.



Eu,  
**REI?**



# Dica 1

*O cadastro da sua rede de contatos está atualizado?*

Todo REI precisa ter o cadastro atualizado da sua rede de contatos contendo informações como nome, endereço, WhatsApp, e-mail, tamanho e outros dados que você considerar importantes. Se necessário, peça ajuda de pessoas mais próximas para obter os dados. Quanto mais completo o cadastro, mais chance de fazer bons negócios. Relacione os seus familiares, as famílias de seus familiares, amigos, colegas de trabalho/academia/igreja, além de conhecidos em geral.

*“Se você espera por condições ideais  
você nunca fará nada.”*

*Eclesiastes, Livro do Antigo Testamento*

## Dica 2

*Você se apresenta para a sua rede de contatos?*

É importante que todos saibam que você agora é um REI, ou seja, um Revendedor Empreendedor Independente. Envie inicialmente uma mensagem escrita por WhatsApp, Telegram e e-mail, para toda a sua rede de contatos informando que você está iniciando um novo negócio e revendendo a marca de moda **Cobra D'agua**. Se possível, inclua um áudio personalizado para cada um e coloque-se à disposição para um encontro físico ou virtual.

*“Não é porque certas coisas são difíceis que nós não ousamos, é justamente porque não ousamos que tais coisas são difíceis.”*

*Sêneca, escritor romano*

## Dica 3

*Você tem uma agenda diária de contatos e visitas?*

Um REI precisa ter consciência que o seu volume de vendas será proporcional ao número de contatos físicos e virtuais efetuados. Assim, é importante definir uma agenda diária de contatos, ocupando todos os horários que você disponibilizou na agenda para atendimento a clientes. Tenha sempre contatos reservas para você substituir possíveis cancelamentos de horários. Se achar conveniente, analise a possibilidade de atender simultaneamente grupos de familiares ou amigos. É fundamental ter “agenda cheia”.

*“Todo bom desempenho começa com objetivos claros.”*

*Ken Blanchard, escritor*

## Dica 4

*Você analisa o resultado do seu atendimento?*

Após concluir cada visita e atendimento é desejável que o REI analise o resultado como um todo. Quanto você vendeu? Poderia vender mais? O cliente ficou satisfeito? Será que ele fará uma nova compra com você? É importante avaliar as atitudes positivas que você deva manter, bem como àquelas que precisam ser melhoradas. Se você estiver iniciando e tiver intimidade com o cliente, peça a ele para fazer uma avaliação sincera sobre seu atendimento.

*“Não julgue os outros sem antes julgar a si mesmo.”*

*Dave Anderson, ex-jogador de baseball*

## Dica 5

*Você tem estoques dos produtos que revende?*

Se você é um REI físico, ou seja, você revende a marca **Cobra D'água** apresentando os produtos para seus clientes, é desejável que você tenha um estoque adequado dos produtos que permita que o consumidor tenha opções para escolher. O sortimento deve ser feito baseado no ranking de vendas dos produtos das últimas semanas, bem como grades de tamanhos e cores. Quando existe um bom estoque, a venda e entrega do produto é imediata.

*“Quem tem muitas prioridades acaba por ter nenhuma.”*

Vicente Falconi, escritor e consultor

## Dica 6

*Você impulsiona a sua Loja Virtual?*

Um REI digital tem a sua própria Loja Virtual, com o nome da **Cobra D'agua** e o seu próprio nome. É essencial que este link seja impulsionado com frequência para a sua rede de contatos, bem como na mídia social. Todas as compras efetuadas pelo seu link irão gerar comissões para você. Além do mais, você poderá compartilhar com todo o Brasil. Suas comissões poderão ser acompanhadas no seu Extrato existente no site.

*“Quem não se comunica, se trumbica.”*

*Chacrinha, apresentador de TV*

## Dica 7

*Você indica pessoas para serem REI?*

O bônus por indicação é mais um atrativo que a marca **Cobra D'agua** disponibiliza para o seu REI. A cada pessoa que você indicar, seu nome ficará registrado e se esta pessoa cadastrar-se, tornar-se um REI e fizer a primeira compra, você receberá um bônus por esta indicação. Você pode sugerir pessoas que conheça em qualquer parte do país, logo suas oportunidades são imensas. No seu Extrato, você poderá acompanhar e confirmar o seu bônus.

*“O talento vence jogos, mas só o trabalho em equipe ganha campeonatos.”*

*Michael Jordan, ex-jogador de basquete*

## Dica 8

*Você e sua família usam a  
marca Cobra D'água?*

Uma boa maneira de um REI se comunicar com o seu público-alvo, ou seja, seus clientes, é quando ele próprio, seus familiares ou mesmo amigos mais próximos usam a marca **Cobra D'água**. Muitas vezes, o consumidor final acaba comprando um produto igual ou parecido com o que o próprio REI está usando. Quando seus familiares e amigos estão usando a marca, eles podem, de forma discreta e elegante, informar que você é um Revendedor da marca.

*“Não há nada como um sonho para criar o futuro.”*

*Victor Hugo, poeta francês*



## Dica 9

*Você tem argumentos de venda para cada produto?*

Bons argumentos são essenciais para um REI fechar uma venda. Assim, é importante que para cada tipo de produto você tenha argumentos técnicos e emocionais para dar àquele “empurrãozinho” e concretizar a venda. Anote e mencione as características dos tecidos, a temática da coleção, os detalhes existentes na peça e até mesmo as sugestões de uso do produto. Descreva também as alternativas para formarem um “look”, o que pode aumentar o volume de vendas.

*“Insanidade é continuar fazendo sempre a mesma coisa e esperar resultados diferentes.”*

*Albert Einstein, físico alemão*

## Dica 10

*Você gosta de Vender?*

Vender é construir relacionamentos, é atender potenciais clientes, elevando a sua autoestima através de produtos da marca **Cobra D'água**. Quem trabalha com vendas diretas e no varejo precisa gostar de pessoas e saber demonstrar isso na prática, no dia a dia, junto aos consumidores finais. Transmita sempre afeto quando você estiver atendendo um cliente. Um bom relacionamento é essencial!

*“Escolha um trabalho de que gostes e não terás  
que trabalhar nem um dia na tua vida.”*

*Confúcio, filósofo chinês*

# Dica 11

*Você é otimista?*

Quem trabalha com vendas, construindo relacionamentos, precisa ser otimista e procurar sempre ver o lado positivo das coisas, evitando enfatizar os aspectos negativos. Tenha sempre um sorriso nos lábios e repasse esse otimismo e alegria para o seu cliente. Nunca faça um atendimento sem um sorriso nos lábios. Cumprimente a todos, independente da aparência.

*“O mundo pertence aos otimistas.  
Os pessimistas são meros espectadores.”  
Dwight Eisenhower, ex-presidente dos EUA*

## Dica 12

*Você é autoconfiante?*

Um bom REI precisa ter autoconfiança elevada. Portanto, é necessário que você confie em si mesmo e acredite que pode atingir as metas que estipulou. A realização dos seus sonhos depende de você e das atitudes que adotar. Se você for auto confiante, certamente irá superar, com mais facilidade, os obstáculos que provavelmente irá encontrar.

*“Todo homem é o arquiteto do seu próprio destino.”*

*Sallustio, escritor e poeta*

## Dica 13

*Você transforma seus sonhos em metas?*

Não basta somente sonhar, precisamos transformar nossos sonhos pessoais e profissionais em metas claras e específicas. Se possível, compartilhe os seus sonhos e metas com pessoas que você confia. Assim, você se sentirá ainda mais comprometido para atingir a meta. Agora, é fundamental planejar as ações necessárias para alcançar o objetivo proposto. O planejamento é essencial pois só assim você conseguirá realizar verdadeiramente as suas metas e objetivos!

*“Se você pode sonhar, pode fazer.”*  
Walt Disney, cineasta e empreendedor

## Dica 14

*Você tem medo da rejeição?*

É normal o ser humano ter medo da rejeição e esse é um grande obstáculo que os Vendedores enfrentam para atingirem os seus objetivos. Receber um “Não”, o que é normal no atendimento, pode gerar a sensação de inferioridade abalando o moral do profissional de vendas. É fundamental que o REI aceite com bom humor os sucessos e fracassos, mantendo sempre elevada a sua autoestima e nível de persistência. Não se abale com um “Não”!

*“A rejeição e a oposição são necessárias.  
Só assim vemos a oportunidade de crescer.”*

*Breno Botti, escritor*

## Dica 15

*Você é persistente?*

A persistência é fundamental para um REI obter bons resultados e ter sucesso na carreira. Persistir é acreditar em você e na **Cobra D'água**. Persistir é não desistir quando enfrentar obstáculos, é saber lidar com as objeções do consumidor e entender que isso é algo natural no processo de vendas. É buscar novas alternativas e argumentos para concretizar a venda. Nunca desista diante das dificuldades! Persista!

*“A maior parte das coisas importantes no mundo foram realizadas por pessoas que continuaram tentando quando parecia não haver esperança de modo algum.”*

*Dale Carnegie, escritor norte-americano*

## Dica 16

*Você tem iniciativa?*

Iniciativa, segundo o dicionário, é a ação de quem propõe ou faz primeiro alguma coisa. Um REI precisa ter muita iniciativa para poder atingir seus objetivos. Não adianta ter capacidade técnica, bom relacionamento e conhecer bem o varejo de moda se não tiver a iniciativa de por em prática os seus conhecimentos e experiências junto aos clientes. Não espere você ser acionado ou cobrado. Aja!

*“Iniciativa é fazermos o que está certo sem ser preciso que alguém nos diga para fazermos tal.”*

*Victor Hugo, poeta francês*



## Dica 17

*Você possui automotivação para atingir seus resultados?*

O REI, ao desempenhar suas atividades rotineiras, irá encontrar muitos obstáculos e, para isso, é fundamental que ele tenha uma energia extra, ou seja, a automotivação. Para isso é importante gostar de vendas, manter o foco nas atividades prioritárias, ter metas bem definidas e investir em desenvolvimento pessoal, principalmente comportamental. Não esqueça também de cultivar bons relacionamentos com a família, amigos e clientes.

*“Um homem é um sucesso se pula da cama de manhã e vai dormir à noite, e nesse meio tempo faz o que gosta”*

*Bob Dylan, cantor e compositor*

## Dica 18

*Você colabora com a equipe?*

Se você trabalha em outra atividade, é fundamental que exista um bom ambiente de trabalho e um clima cordial na equipe. Colabore com os seus colegas, procurando ajudar a todos. Esse seu comportamento estimulará as demais pessoas a fazerem o mesmo. Auxilie todas e quaisquer pessoas que lhe ajudam no desempenho de suas atividades. Procure dar exemplos. Uma equipe unida consegue melhores resultados.

*“Grandes oportunidades para ajudar aos outros raramente aparecem, mas pequenas delas nos cercam todos os dias.”*

*Sally Koch, ativista voluntária*

## Dica 19

*Você define metas pessoais de vendas?*

Normalmente, toda empresa tem metas de vendas diárias, semanais e mensais para os seus vendedores. Independente disso, é fundamental que você estabeleça metas e objetivos pessoais de vendas que sejam ainda mais desafiantes e que tenham um significado especial. Que tal estipular, para você mesmo, metas desafiadoras acima daquelas que lhe deram? Lembre-se, porém, que as metas precisam ter condições de serem alcançadas.

*“Um homem sem propósito  
é como um navio sem leme.”*

*Thomas Carlyle, historiador e escritor*

## Dica 20

*Que tal se comportar como se fosse o dono da marca?*

Os Vendedores, quando adotam com mais frequência posturas profissionais empreendedoras, conseguem mais facilmente atingir suas metas de venda. Logo, tenha iniciativa, seja persistente, não desista, aceite desafios, comprometa-se a atingir os resultados, relacione-se bem com todos, procure sempre melhorar. Comporte-se como se fosse não somente um Revendedor REI. Aja como se fosse o proprietário da marca e não tenha medo de ousar para aumentar suas vendas.

*“Você nunca sabe que resultados virão da sua ação. Mas, se você não fizer nada, não existirão resultados.”*

*Mahatma Gandhi, ativista indiano*

## Dica 21

*Você conhece as regras de um REI?*

Um bom Revendedor precisa conhecer as políticas de atuação, bem como os objetivos e regras, normalmente escritas, existentes na sua parceria com a marca **Cobra D'água**. Se você tiver dúvidas, procure a Central de Atendimento e peça para que sejam compartilhadas todas as informações possíveis. É importante que o profissional de vendas conheça as informações, argumentos de vendas e respeite as regras existentes para que não ocorram incompreensões futuras.

*“Disciplina é a ponte entre metas e realizações.”*

*Jim Rohn, empreendedor americano*

## Dica 22

*Você conhece bem a marca  
Cobra D'água?*

Um bom REI sabe a importância de conhecer bem a marca que é a sua parceira. É fundamental que o Revendedor conheça a história da **Cobra D'água**, seu público alvo, as tendências da atual Coleção e inclusive fatos importantes sobre sua história. Essas informações poderão servir de argumentos e auxiliar na concretização da venda. Muitos clientes ficam propensos a comprar quando conhecem informações gerais sobre a marca e detalhes técnicos dos produtos.

*“Aquele que não tem inclinação para aprender mais, será capaz de pensar que sabe bastante.”*

*Powell, militar americano*

## Dica 23

*Você conhece os produtos da Cobra D'agua que você vende?*

Um bom REI precisa estar preparado para responder, com confiança e precisão, as perguntas que um cliente, mais exigente, certamente lhe fará quando estiver avaliando as diversas opções de produtos da Coleção. Portanto, é necessário que o Revendedor estude cada produto, solicite informações a empresa, analise o site e catálogos da marca. Lembre-se que uma boa resposta pode significar uma boa venda!

*“Para aprender qualquer coisa rápida e efetivamente, você deve vê-la, ouvi-la e senti-la.”*

*Tony Stockwell, escritor britânico*

## Dica 24

*Você participa de treinamentos?*

Um REI que participa de treinamentos torna-se mais capacitado e com possibilidades de obter melhores resultados na sua atividade. Agora, não basta apenas participar, é necessário mudar o comportamento e aplicar, na prática, os conhecimentos adquiridos. Um Revendedor bem treinado repassa também seus conhecimentos para outras pessoas e melhora o atendimento aos clientes, tendo mais chances de atingir os seus objetivos.

*“Quem acha que não precisa de treinamento, precisa de tratamento.”*

*Robson Dutra, palestrante e consultor*



## Dica 25

*Você aprende com colegas  
mais experientes?*

Um bom Revendedor sempre se comporta como um eterno aprendiz e procura aprender com a experiência dos outros, principalmente com aqueles profissionais mais experientes, sejam eles de qualquer outra marca ou segmento de produto. É essencial conhecer o modo de atuar dos Revendedores campeões e sempre que possível, converse com eles e peça orientações.

*“Mestre não é quem sempre ensina,  
mas quem de repente aprende.”*

*Guimarães Rosa, escritor e diplomata*

## Dica 26

*Você cuida da sua higiene e aparência?*

É importante que, antes de iniciar o trabalho, o REI verifique no espelho a sua imagem e analise se a mesma está compatível com o perfil do público alvo que será atendido. A aparência (cabelo, roupa, semblante, postura, tom de voz, etc.) precisa transmitir a imagem de um profissional competente e experiente. Aparência é fundamental no contato com o cliente. Que tal ver-se no espelho?

*“Você não terá uma segunda chance para causar uma primeira boa impressão.”*

*Aaron Burns, designer americano*

## Dica 27

*Você consegue vender produtos mais “caros”?*

A maior dificuldade que um Revendedor tem para oferecer marcas e produtos mais “caros” aos seus clientes é ele próprio. É importante que ele conheça os benefícios que as marcas e seus produtos de maior valor agregado possam trazer para o seu cliente, sabendo expressar com firmeza esses argumentos e não tendo medo de apresentá-los. Existem muitos consumidores que aceitam pagar mais por uma boa marca e/ou por produtos especiais e diferenciados.

*“Muito mais do que expectativas e exigências atendidas, clientes querem excelência no atendimento.”*

*Guilherme Machado, palestrante*

## Dica 28

*Você tem bons argumentos de venda?*

Um REI, experiente e bem-sucedido, sabe que não pode usar o mesmo argumento para todos os seus clientes. Afinal, pessoas diferentes têm necessidades diferentes e, portanto, é importante ter informações diferentes. O Revendedor precisa ter sensibilidade para identificar o perfil do seu cliente e adaptar as suas argumentações para cada tipo de consumidor. É importante você estar preparado para as diversas situações do dia a dia.

*“Acredite em si próprio e chegará um dia em que os outros não terão outra escolha senão acreditar em você.”*

*Cynthia Kersey, escritora*

## Dica 29

*Você ouve muito e fala pouco?*

Quem trabalha com vendas sabe que é fundamental ouvir o cliente para buscar entender suas necessidades, receios e desejos. Atualmente, o consumidor é normalmente bem mais informado sobre o varejo e moda sendo que o Revendedor deve ouvir mais, falar menos, ter paciência e poder de análise para entender a mensagem do cliente. Assim, ficará mais fácil apresentar as marcas e os produtos que atendam aos seus anseios.

*“Eu gosto de escutar. Eu aprendi muito escutando cuidadosamente. A maioria das pessoas nunca escuta.”*

*Ernest Hemingway, escritor norte-americano*

## Dica 30

*Você adota técnicas de negociação?*

Revendedores bem preparados têm mais chances de realizar boas vendas, dentro do conceito “ganha-ganha”, onde ninguém perde e todos ganham. É importante ouvir o cliente, identificar as necessidades, apresentar marcas e produtos que atendam aos seus anseios, ter fortes argumentos de venda, demonstrar que será um bom negócio para o cliente e adotar ações para fechar a venda. A partir daí, é hora de parabenizar pela compra e agradecer.

*“Não devemos permitir que alguém saia da nossa presença sem se sentir melhor e mais feliz”*

*Madre Teresa de Calcutá, missionária indiana*

## Dica 31

*Você lê para manter-se bem informado?*

A leitura é fundamental para o desenvolvimento pessoal e profissional. Um REI semanalmente mantém contato com dezenas de pessoas de diversos hábitos diferentes, sendo necessário ter conhecimento sobre vários temas bem como aqueles ligados diretamente à sua atividade de trabalho. Através da leitura ele poderá ampliar seus conhecimentos, o que vai facilitar a sua comunicação com os clientes bem como familiares e amigos.

*“Quem lê, conversa com os sábios.”*

*Francis Bacon, político e filósofo inglês*

## Dica 32

*Você só vende produto “barato”?*

Todas as marcas possuem produtos com diversos níveis de preços. No caso da **Cobra D’agua**, temos bem definido o público-alvo e assim o mix de produtos de cada Coleção é distribuído de forma harmônica, desde produtos mais básicos (mais “baratos”) até os de maior valor agregado (mais “caros”). Em ambas as situações, estes produtos são bastante vendáveis e o REI precisa ter argumentos diferenciados para cada um.

*“Difícilmente existirá alguma coisa nesse mundo que alguém não possa fazer um pouco pior e vender um pouco mais barato, e as pessoas que consideram somente preço são as merecidas vítimas.”*

*John Ruskin, escritor e poeta britânico*



## Dica 33

*Você treina a sua  
apresentação ao cliente?*

Um bom REI se prepara adequadamente para cada contato com os seus clientes, principalmente devido ao conceito de que consumidores diferentes precisam ser atendidos de forma diferente. Logo, é importante identificar o perfil do cliente a ser atendido e treinar os detalhes de sua apresentação visando ter um foco que atenda às suas necessidades específicas. Afinal, necessidades diferentes, soluções diferentes! Concorda?

*“Quanto mais suor derramado em treinamento,  
menos sangue será derramado em batalha.”*

*Dale Carnegie, escritor norte-americano*

## Dica 34

*Você tem uma boa história para contar?*

A arte de contar histórias é ainda a melhor maneira de nos comunicarmos de forma adequada com as pessoas e também com os nossos clientes. Portanto, selecione boas alternativas de histórias rápidas para que você possa usar na sua vida pessoal e profissional, principalmente para iniciar ou mesmo estreitar o relacionamento com os clientes. O Mestre Jesus já fazia isso há 2 mil anos através de suas parábolas para poder levar suas mensagens a todos.

*“Contar histórias com um propósito é a melhor maneira de persuadir e convencer pessoas.”*

*Bill Clinton, ex-presidente dos EUA*

## Dica 35

*Você administra bem o seu tempo?*

Um dos grandes desafios de um REI é administrar o seu tempo pessoal e profissional, de maneira a permitir equacionar as diversas tarefas diárias, bem como os horários dos seus clientes. Tenha uma boa agenda, anote sempre seus compromissos e as ações a executar, evitando desperdiçadores de tempo. Você pode proporcionar um bom atendimento ao cliente, mesmo sendo objetivo. Afinal, quanto mais clientes atender, mais chances de vender.

*“Quem não consegue gerenciar o seu próprio tempo, certamente terá muitas dificuldades para administrar o seu próprio negócio.”*

*Peter Drucker, escritor e professor*

## Dica 36

*Você tem informações sobre as tendências da Coleção?*

Um REI precisa conhecer as tendências atuais da moda de cada Coleção **Cobra D'agua**, já que essas informações são essenciais para que os clientes mais exigentes e detalhistas possam estar seguros ao comprar nossos produtos ou mesmo a nossa marca. Logo, é importante conhecer mais o mundo da moda, as principais marcas, tendências, influências e mesmo as principais cores de cada estação.

*“Seus mais insatisfeitos clientes são sua maior fonte de aprendizado.”*

*Bill Gates, fundador da Microsoft*

## Dica 37

*Você monitora o seu ticket médio?*

O Ticket médio é também conhecido como Valor Médio por Venda (R\$) ou Quantidade Média de Peças por Venda (unidade). O REI precisa conhecer e avaliar diariamente e semanalmente o seu desempenho em R\$ e peças, comparando-o com os períodos anteriores. Assim poderá identificar necessidades de treinamento para poder vender produtos adicionais e também mais caros.

*“Obstáculos são aquelas coisas assustadoras que você vê quando desvia seus olhos da sua meta.”*

*Henry Ford, fundador da Ford*

## Dica 38

*Você monitora a sua taxa de conversão?*

A Taxa de Conversão mede a performance do REI com relação ao número de clientes que ele atende e o número de vendas efetivadas. É, na prática, um percentual de sucesso que pode ser medido e avaliado em períodos diários, semanais, mensais ou anual. É importante comparar este indicador com a média de períodos passados. Essa avaliação é fundamental para melhorar o seu atendimento.

*“A gente não pode fazer meta pequena, pois não vai alcançar. São as grandes metas que mobilizam para o resultado.”*

*Luiza Trajano, empresária do Magazine Luiza*

## Dica 39

*Você pede ajuda e orientação a Central de Atendimento?*

Normalmente, na Central de Atendimento de uma marca existe um profissional experiente que destacou-se como líder ao longo de sua carreira. Logo, ele tem condições de ajudar e orientar bem a sua equipe na maioria das situações. O REI precisa ter consciência que solicitar ajuda, não é sinônimo de fraqueza e sim de inteligência e humildade. Logo, sempre que necessário, não tenha receios de pedir ajuda.

*“Não há equipes fracas, apenas líderes fracas.”  
James Hunter, escritor e palestrante*

## Dica 40

*Você tem informações do seu cliente?*

Dependendo da cidade e mesmo do perfil do consumidor, um REI pode pedir os dados do seu cliente (nome, telefone, e-mail, etc.) para lhe informar sobre a chegada de novos produtos/marcas que sejam do seu agrado. É importante registrar suas preferências sobre os tipos de produtos, tamanho, cores e outras características. Assim, ajudando-o com informações de seu interesse, você poderá fidelizar esse cliente.

*“A informação é a matéria prima da gestão”*

*Anônimo*



## Dica 41

*Você se preocupa em reduzir suas despesas?*

Um bom REI, normalmente é um profissional que possui outras habilidades profissionais e se preocupa com o resultado final do seu trabalho, ou seja, seu lucro. Assim, ele tem consciência da necessidade de reduzir custos fixos e variáveis na sua vida profissional e pessoal. É importante diminuir despesas com transporte, determinadas embalagens, materiais de expediente, saldos de estoques, eventuais roubos, inadimplências, etc.

*“O melhor negócio do mundo é gastar menos do que se ganha.”*

*Tião Maia, empresário*

## Dica 42

Você leu o livro “O Voo da Cobra”?

O primeiro livro que escrevi foi “O Voo da Cobra”, onde compartilhei um pouco das minhas experiências profissionais e contei a história do início da marca **Cobra D’agua**. Em vários capítulos enfatizei a importância do empresário ser um verdadeiro empreendedor, atuando com muita iniciativa, persistência e sendo otimista. Este livro está disponível para você e para seus clientes, com download grátis no site [www.lucasizoton.com.br](http://www.lucasizoton.com.br).

*“Se você não puder voar, corra. Se não puder correr, ande. Se não puder andar, rasteje, mas continue em frente de qualquer jeito.”*

*Martin Luther King, pastor e ativista*

## Dica 43

*Você participa ativamente de eventos de Vendas?*

Uma atividade importante de desenvolvimento pessoal e profissional de um REI é a sua participação em Convenções e Seminários de Vendas bem como Encontros e Reuniões, sejam presenciais ou virtuais, que visam gerar conhecimentos e melhorar a sua performance de vendas. O Revendedor precisa se preparar para estes eventos, participar de forma ativa, opinando, questionando e sempre se informando.

*“Não é o mais forte da espécie que sobrevive, nem o mais inteligente. É o que melhor se adapta às mudanças.”*

*Charles Darwin, naturalista britânico*

## Dica 44

*Você age para reduzir a inadimplência do seu negócio?*

Nos tempos atuais, não basta ao vendedor apenas vender. É importante que ele também efetue ações que possam melhorar o resultado do seu negócio, inclusive visando reduzir possíveis inadimplências dos clientes. Se um REI perceber atitudes no cliente que possam ser suspeitas ou que possam gerar uma inadimplência futura, é importante que ele venda apenas no Cartão de Crédito ou com pagamento à vista.

*“Não adianta vender, se não receber.”*

*Ditado Varejista*

## Dica 45

*Você fala com o cliente como se ele fosse um amigo?*

Se vender é construir relacionamentos e satisfazer as necessidades dos clientes, é importante que o REI trate o cliente com respeito, mas ao mesmo tempo, como se ele fosse um grande amigo. Assim, com tom de voz adequado e demonstrando afetividade, o Revendedor poderá gerar no cliente um bom nível de confiança facilitando as vendas. Lembre-se sempre que clientes diferentes necessitam de atendimentos diferentes.

*“Os clientes compram pelas razões deles, não pelas suas.”*  
Orvel Ray Wilson, palestrante americano

## Dica 46

*Você ouve os seus clientes?*

Um REI precisa ouvir o cliente para poder conhecer melhor suas expectativas e desejos, tendo assim condições de proporcionar-lhe um bom atendimento, concretizando a venda e buscando a sua fidelização. Lembre-se de que as pessoas não falam apenas com palavras e é importante estar atento a todas as expressões corporais do seu cliente. Ouça primeiro o cliente e, depois, fale. Assim, você o conquistará!

*“Um dos melhores modos de persuadir os outros é com os teus ouvidos, escutando-os.”*

*Dean Rusk, diplomata e estadista americano*

## Dica 47

*Você se coloca no lugar do cliente?*

Empatia é a capacidade de se compreender o sentimento ou a reação das outras pessoas, imaginando-se nas mesmas circunstâncias. É importante que o cliente saiba que pode contar com o REI como aliado e confiar nele, bem como nas suas informações. Nunca se esqueça que pessoas compram algo de pessoas e que, se houver empatia, eventuais objeções podem ser contornadas e a venda será realizada. Seja empático!

*“Paz, amor e empatia.”*

*Kurt Cobain, fundador da banda Nirvana*

## Dica 48

*Você se comunica bem  
com seus clientes?*

Uma boa comunicação é fundamental para se concretizar vendas: seja natural, ouça as pessoas olhando-as nos olhos, fique atento, seja empático, conheça bem a marca e seus produtos, fale de forma pausada e segura, evite gesticulações excessivas, cumprimente as pessoas, comporte-se com humildade, seja bem-humorado e tenha sempre um permanente sorriso nos lábios. Comunicar-se, de forma adequada, é essencial para se obter sucesso nas vendas.

*“Comunicação não é o que você diz.  
É o que os outros entendem.”*

*Duda Mendonça, publicitário*



## Dica 49

*Você demonstra os benefícios da marca e de cada produto?*

Quando o REI conhece bem a marca **Cobra D'água** e os seus produtos, mais capacitado ele estará para poder ter bons argumentos de venda, demonstrando os benefícios tangíveis do produto e os intangíveis da própria marca. Quando o cliente recebe informações importantes sobre os benefícios do produto e da marca, menos ele pensará no preço e mais próximo estará da decisão de comprar. Boas informações estimulam vendas!

*“Um benefício dá resposta a um benefício.”*  
Confúcio, filósofo chinês

## Dica 50

*Você atende os clientes  
com entusiasmo?*

A etimologia da palavra entusiasmo (do grego em + theos, literalmente “em Deus”) significa ter Deus dentro de si. Uma pessoa entusiasmada tem mais disposição para enfrentar desafios, transmite confiança e alegria a quem está à sua volta. Um REI entusiasmado e sorridente tem mais chances de concretizar um negócio pois o seu comportamento contagia o cliente e o estimula a fechar a venda. Atenda ao cliente sempre entusiasmado!

*“O entusiasmo é a maior força da alma. Conserva-o e nunca te faltará poder para conseguires o que desejas.”*

*Napoleão Bonaparte, político e militar*

## Dica 51

*Você tem foco no cliente quando o está atendendo?*

É fundamental que o REI tenha foco no cliente quando estiver atendendo-o. É necessário estar concentrado no seu atendimento, evitando executar outras atividades simultâneas. O cliente precisa perceber que é o centro de suas atenções e que você está buscando a melhor solução para o problema dele. Enfim, dê a máxima atenção para o seu cliente durante o atendimento, ampliando assim o volume de vendas.

*“Você não pode confiar em seus olhos quando sua imaginação está fora de foco.”*

*Mark Twain, escritor americano*

## Dica 52

*Você dá atenção verdadeira  
ao seu cliente?*

Não basta ser apenas educado com o cliente. É necessário proporcionar uma real atenção para ele durante o atendimento. Lembre-se que atender é servir e buscar a solução para o cliente que está à sua frente. Ele deseja algo e você precisa prestar-lhe um atendimento profissional e afetuoso que se concretize em venda. Evite fazer outras ações como atender telefone, usar mídias sociais e efetuar conversas em paralelo.

*“Um cliente pode até não gostar do lugar,  
mas poderá amar o atendimento.”*

*Paulo Samuel, palestrante*

## Dica 53

*Você surpreende o seu cliente?*

Satisfazer um cliente é atender suas expectativas. Encantar um cliente é superar estas expectativas. Já surpreender um cliente é oferecer-lhe algo totalmente inesperado e não previsto. Alguma coisa surpreendente! Como os clientes são diferentes uns dos outros, procure buscar e adotar alternativas de atendimento e serviços que possam realmente surpreendê-los. Reflita: O que você tem feito de especial e diferente para os seus clientes?

*“Temos de fazer o melhor que podemos. Esta é a nossa sagrada responsabilidade humana.”*

*Albert Einstein, físico alemão*

## Dica 54

*Você consegue identificar o estilo (perfil) do seu cliente?*

Apesar de existirem dezenas de perfis de clientes, alguns especialistas preferem classificá-los em apenas dois grupos: os detalhistas e os práticos. Os detalhistas, por natureza, necessitam de muitas informações da marca e seus produtos para decidirem. Já os práticos querem menos informações, mais agilidade e são mais objetivos na compra. O desafio é você conseguir diferenciar um do outro, facilitando assim o atendimento.

*“A coisa mais importante na comunicação é ouvir o que não está sendo dito.”*

*Peter Drucker, escritor e professor*

## Dica 55

*Você é paciente no atendimento aos clientes?*

Muitas vezes, um REI atende educadamente o cliente e este não compra nada. Também é normal o cliente ocupar por muito tempo o Revendedor e também dizer que não gostou de nenhum modelo. A paciência é uma virtude dos bons vendedores. Logo, trate bem todos os clientes e aceite atender com simpatia aqueles que não decidem com rapidez. Tenha paciência e você será recompensado, no futuro.

*“Todas as falhas humanas provém da impaciência.”*

*Franz Kafka, escritor tcheco*

## Dica 56

*Você sugere produtos adicionais ao cliente?*

Um dos indicadores de desempenho de um REI é o ticket médio em número de peças vendidas e mesmo em valor (R\$). É importante que o Vendedor sempre ofereça produtos adicionais, durante o atendimento, não se importando com os seus preços. Quem sabe o limite do poder de compra é o próprio cliente e não o Vendedor. Você pode se surpreender quando o cliente escolher várias peças e/ou produtos de maior valor agregado.

*“Pessoas não gostam que alguém venda para elas, mas amam comprar.”*

*Jeffrey Gitomer, empresário e escritor*



## Dica 57

*Você olha os seus clientes nos olhos?*

Dizem que, através dos olhos, transmitimos o que está em nossa alma. Logo o olhar pode e deve ser usado como uma grande ferramenta alavancadora de vendas. Se o REI estiver sendo verdadeiro, através do seu olhar brilhante, poderá transmitir ao cliente a sensação de acolhimento, de interesse em atender as suas necessidades. Portanto, olhe nos olhos quem você estiver atendendo. Um olhar diz muito!

*“Você é tão brilhante quanto o brilho que há em teus olhos.”*

*Khallyl Rodrigo, poeta*

## Dica 58

*Você sorri para os seus clientes?*

Lembre-se que um cliente quer mais do que comprar um produto ou uma marca. Ele quer uma experiência positiva, algo que proporcione bons negócios e tudo começa com um belo sorriso espontâneo por parte do Revendedor. Seja simpático, tenha entusiasmo, demonstre alegria durante todo o atendimento. Certamente, você terá mais chances de concretizar uma boa venda. Sorrir não lhe custa nada!

*“O sorriso enriquece os recebedores  
sem empobrecer os doadores.”*

*Mário Quintana, poeta e jornalista*

## Dica 59

*Você masca chiclete quando atende um cliente?*

O cliente dá muita importância ao atendimento do REI, muitas vezes mais que a qualidade do próprio produto e da imagem da marca a ser comprada. Uma das maiores críticas do consumidor é quando encontra um Revendedor mascarando chicletes, o que pode gerar uma impressão negativa. Além do mascar chicletes, outros hábitos indesejáveis são: uso de óculos escuros, limpar ou roer unhas, estalar dedos, coçar-se, etc.

*“O que eu falar de mim vai fazer alguma diferença?  
O ser humano sempre julga pela aparência mesmo!”*

*Nick Lima, pensador*

## Dica 60

*Você mente para o cliente?*

Vender é construir relacionamentos saudáveis, logo não é possível existir mentiras pois é melhor perder uma venda do que perder o cliente. Atualmente, o cliente percebe fácil e não se ilude mais com argumentos falsos e mesmo frases prontas. É fundamental que o REI esteja preparado para explicar, de forma clara e correta, a marca e seus produtos. Mentir pode gerar perda da credibilidade do Revendedor e da própria marca.

*“Nenhum homem tem a memória tão boa para se tornar um mentiroso bem sucedido.”*

*Abrahan Lincoln, ex-presidente dos EUA*

## Dica 61

*Você abandona o cliente  
que está atendendo?*

O cliente quer ser o centro das atenções do Revendedor e fica muito chateado quando, durante o atendimento, é abandonado enquanto este se ocupa de outras coisas ou mesmo vai executar outras atividades. É importante que o REI tenha foco permanente neste cliente e procure descobrir quais são as suas reais necessidades e desejos. Assim, será muito mais fácil concretizar a venda e fidelizar o cliente.

*“O cliente tem sempre razão.”*

*H. Selfridge, empreendedor varejista*

## Dica 62

*Você faz sugestões para o cliente?*

Um bom REI tem credibilidade perante o cliente e por isso este o ouve e confia nos seus argumentos e informações sobre a marca e produtos que estão sendo apresentados. Após ouvir o consumidor e descobrir suas reais necessidades, o Revendedor poderá fazer então sugestões que atendam aos anseios do cliente, agindo como um verdadeiro consultor de moda. O cliente precisa perceber que o REI quer realmente ajudá-lo.

*“Se não tomares conta do teu cliente, alguém tomará.”*

*Antônio Cardoso Filho, escritor*

## Dica 63

*Você mostra interesse pelo seu cliente?*

O REI, sempre sorridente, precisa iniciar o atendimento ao cliente desejando-lhe um “bom dia” e demonstrando interesse verdadeiro na sua satisfação e não somente na venda em si. Converse com o cliente como se ele fosse seu amigo, ouça-o, identifique suas necessidades e fale das características das marcas e dos produtos que possam atendê-lo, despertando a sua curiosidade. A partir daí, a venda é uma consequência!

*“Se trabalhar só por dinheiro nunca o vai conseguir, mas se gosta do que faz e coloca os clientes sempre em primeiro lugar, o sucesso será seu.”*

*Ray Kroc, fundador da McDonald's*

## Dica 64

*Você parabeniza e agradece ao cliente pela compra?*

Um cliente, após ter fechado uma compra, sente prazer e mesmo necessidade de ter certeza que fez um bom negócio. Logo, quando o REI o parabeniza e também o agradece por ter adquirido produtos da marca, ele amplia a sua confiança, sente-se melhor atendido e isso pode gerar mais fidelidade. Parabenizar e agradecer ao cliente é uma excelente atitude de pós-venda que precisa ser praticada sempre.

*“Faça um cliente, não uma venda.”*

*Katherine Barchetti, empresária do varejo*



## Dica 65

*Você aciona seus clientes  
pelas mídias sociais?*

As novas tecnologias e alternativas digitais de relacionamento mantêm as pessoas conectadas, o que facilita a abordagem dos atuais e potenciais futuros clientes. O REI, sempre que possível, pode de forma adequada enviar informações que sejam de interesse dos consumidores via mídias sociais utilizadas pelos clientes. Algumas alternativas de mídias são WhatsApp, Facebook, Instagram, e-mails, etc.

*“As pessoas não compram por razões lógicas,  
elas compram por razões emocionais.”*

*Zig Ziglar, escritor e palestrante*

## Dica 66

*Você se identifica no primeiro contato?*

É importante que o REI se identifique e tenha uma abordagem para o cliente que facilite e estimule um diálogo. Pode ser algo do tipo: “Bom Dia! Meu nome é fulano e o seu? Você já conhece a marca **Cobra D’água**? Terei o máximo prazer em apresentar nossos produtos para você”. Se vender é construir relacionamentos, conhecer o nome de quem está conversando conosco é fundamental.

*“Vender é ajudar! Vender é servir!”*

*José Ricardo Noronha, escritor e consultor*

## Dica 67

*Você atende o cliente como ele gostaria de ser atendido?*

Lembre-se que pessoas diferentes precisam ser tratadas de forma diferente e por isso é importante identificar o perfil do cliente que você irá atender. Logo, não trate um cliente como você gostaria de ser atendido. Afinal, o cliente, pode não ser como você. Atenda então o cliente como ele gostaria de ser atendido, fazendo com que esse atendimento seja ainda mais especial, personalizado e adequado. Isso é fidelizar cliente!

*“A nossa felicidade será proporcional em relação a felicidade que fizemos para os outros”  
Allan Kardec, professor e escritor*

## Dica 68

*Seus clientes indicam amigos  
para comprar com você?*

Quando um cliente fica muito satisfeito com o atendimento de um REI, é possível que ele o indique para seu círculo de relacionamento. Assim, é importantíssimo que o cliente saia encantado com o seu atendimento. Se adequado, solicite você mesmo indicações ao cliente. Lembre-se que a propaganda boca a boca no varejo e nas vendas diretas é ainda uma excelente alternativa de divulgação.

*“Motivação é a arte de fazer as pessoas fazerem o que você quer que elas façam porque elas o querem fazer.”*

*Dwight Eisenhower, ex-presidente dos EUA*

## Dica 69

*Você cumpre o que prometeu ao cliente?*

O cliente precisa ter a máxima confiança no REI que lhe atende sendo que este precisa adotar hábitos e posturas que façam por merecer esta confiança. É importantíssimo que o Revendedor só prometa aquilo que tenha condições de cumprir, escrevendo em sua agenda todas as suas eventuais “promessas” e execute as ações necessárias. Lembre-se que o cliente precisa de um Consultor de Moda, profissional e confiável.

*“Devemos ter boa memória para sermos capazes de cumprir as promessas que fazemos.”*

*Friedrich Nietzsche, filósofo e poeta alemão*

## Dica 70

*Você dá respostas rápidas e objetivas ao cliente?*

O mundo dos negócios exige respostas rápidas e imediatas pois todos tem a consciência da necessidade de se praticar o senso de urgência visando agilizar as tomadas de decisão. Um REI precisa proporcionar aos seus clientes, respostas precisas e ágeis sobre as suas solicitações e questionamentos, mostrando assim todo o seu profissionalismo. Se necessário, acione a Central de Atendimento com rapidez para solucionar eventuais problemas.

*“O problema do cliente também é nosso problema.”*

*Rangel Alves de Souza, palestrante*

## Dica 71

*Você acessa vídeos de vendas no Youtube?*

O [www.youtube.com](http://www.youtube.com) é um site que permite que seus usuários carreguem e compartilhem vídeos, de forma gratuita, em formato digital com diversos temas. Você encontrará milhares de vídeos que ensinam técnicas de vendas e que estão disponíveis em português. A própria marca **Cobra D'agua** possui mais de uma centena de vídeos sobre o varejo. Digite na pesquisa o nome Cobra D'agua ou o meu nome Lucas Izoton que você encontrará várias opções.

*“Vender bem se resume a um único Talento:  
o de saber se relacionar com o cliente.”*

*Jay Leno, comediante e entrevistador*

## Dica 72

*Você é um vendedor “grudento”?*

É importante que o REI mantenha contato e comunicação adequada junto o cliente. Poucos consumidores gostam de um revendedor “grudento”, que se mantenha muito próximo, seja insistente em demasia, virando chato ou mesmo que não tenha “desconfiômetro”. Os diversos tipos de perfis dos clientes desejam que seu espaço seja respeitado. Resumindo: seja próximo o suficiente, sem exageros e sem incomodar.

*“Respeite o tempo do cliente, mas estabeleça sempre uma boa razão para que eles venham falar com você.”*

*Keith Rosen, escritor e instrutor*



## Dica 73

*Você sugere novas alternativas para o cliente?*

É comum um cliente questionar ou lhe pedir um produto que não esteja disponível. É importante que o REI lhe ofereça alternativas de referências que possam substituir, de forma adequada, a primeira opção do cliente. Ao longo da conversa, o revendedor certamente conseguirá identificar suas reais necessidades e propor novas boas alternativas. Sempre informe à Central de Atendimento as sugestões deste cliente. Pode ser uma boa ideia, onde todos lucrarão!

*“Sabe quem é o melhor vendedor do mundo? O cliente satisfeito. Ele vende sua marca, produto e não cobra comissão”*

*Roger Stankewski, escritor e palestrante*

## Dica 74

*Você faz pós-venda junto aos seus clientes?*

É importante o REI praticar ações de pós-venda para garantir a fidelidade do cliente visando novas compras. Você pode, dependendo do nível de relacionamento, perguntar (via telefone, e-mail, torpedo, WhatsApp, Skype, etc.) se ele ficou satisfeito com a compra, agradecer a confiança, checar se está tudo correto e se ele precisa de algo mais. É fundamental que o cliente sinta que você se importa verdadeiramente com ele.

*“O pós-venda é um diferencial competitivo para o vendedor.”*

*Wanderley Cintra, palestrante e consultor*

## Dica 75

*Você sabe fechar a venda?*

Muitas vezes um REI pode perder a venda e o cliente deixar de comprar porque faltou um pequeno incentivo, ou seja, um “empurrão” final do próprio revendedor. Às vezes, ele precisa fazer perguntas simples e objetivas do tipo: “Você quer a cor vermelha ou azul? Quer dividir no cartão em quantas vezes?”. Isso pode ser decisivo para a compra ser efetivada. Tenha alternativas de fechamento para cada tipo de situação.

*“Trate de vender, não de falar. Sempre que falar muito, você não está vendendo.”*

*Robert Nadeau, professor e psicoterapeuta*

## Dica 76

*Você é realista nos elogios?*

As pessoas gostam de ser elogiadas, mas é fundamental que o elogio seja sincero. Os clientes sabem identificar quando um REI faz um elogio padrão, algo já decorado e que serve para tudo e todos. Evite isso! Faça observações delicadas, personalizadas, justas e realistas. Não engane o cliente, pois mais tarde ele poderá descobrir a realidade e perder a confiança em você, no seu trabalho e na própria marca.

*“A crítica nem sempre constrói, mas o elogio nunca destrói.”*

*Wallison Souza, jornalista*

## Dica 77

*Você sabia que o cliente é mais exigente com o atendimento que com o produto?*

Pesquisas no Brasil mostram que o cliente é mais exigente com a qualidade nos serviços (por exemplo, o atendimento do revendedor) do que propriamente com o produto em si. Ele reclama muito mais do atendimento do que com eventuais falhas nos produtos recebidos. Essa informação é um grande alerta para um REI poder aperfeiçoar os seus serviços. Atender, com alta qualidade, é fundamental!

*“O trabalho sem amor é escravidão.”*

*Madre Teresa de Calcutá, missionária indiana*

## Dica 78

*Você trata bem os clientes  
que reclamam?*

Você sabia que os clientes que reclamam nos ajudam muito? Afinal, quando um cliente mostra que não está satisfeito com o nosso atendimento ou mesmo a nossa marca, ele está nos ajudando a melhorar. Por isso é importante que o REI ouça as reclamações, busque conhecer os detalhes de eventuais falhas, peça desculpas e comece a procurar soluções. Se conseguir resolver o problema, certamente manterá o cliente.

*“Cliente satisfeito é igual a mais 1, cliente insatisfeito é igual a menos 10.”*

*Hudson Gomes, consultor*

## Dica 79

Você leu o livro “Gerenciando e Lucrando no Varejo”?

Tempos atrás, escrevi o livro “Gerenciando e Lucrando no Varejo” com dezenas de dicas para que um lojista possa aplicar no seu negócio, sendo que o mesmo está disponível para download grátis no site [www.lucasizoton.com.br](http://www.lucasizoton.com.br). Você encontrará uma série de sugestões para a gestão de um negócio de varejo de moda, sendo que muitos temas também podem ajudar um REI nas suas atividades.

*“A diferença entre o possível e o impossível está na vontade humana.”*

*Louis Pasteur, cientista francês*

## Dica 80

*Você usa as mídias sociais para interagir com os clientes?*

É fundamental uma boa comunicação entre o revendedor e seus clientes. Atualmente, as tecnologias digitais nos proporcionam contatos imediatos sem custo ou mesmo de baixo custo via mídias sociais. Logo, o REI precisa ter o hábito de usar várias alternativas como Facebook, WhatsApp, Skype, Torpedos, e-mail, Instagram e muitos outros. Lembre-se que vender é conectar-se e relacionar-se com pessoas.

*“Redes Sociais são canais de relacionamentos. Relacionamentos são negócios disfarçados.”*

*André Damasceno, especialista em marketing*



## Dica 81

*Você transmite alegria para os clientes?*

O varejo de moda é baseado em alegria e por isso os clientes esperam que um REI os recebam com um sorriso espontâneo nos lábios e muita simpatia. Os consumidores não querem apenas comprar um produto de uma determinada marca e sim vivenciar uma experiência agradável e prazerosa. Lembre que um bom relacionamento pode começar com um belo sorriso e um atendimento de ótimo nível.

*“Não é o empregador quem paga os salários, mas o cliente.”*

*Henry Ford, fundador da Ford*

## Dica 82

*Você aprende com outros  
Revendedores?*

É normal que Revendedores de marcas e produtos diferentes conversem entre si e mesmo tenham relacionamentos de amizade. Essa convivência pode ser bastante útil para a troca de experiências e mesmo aprendizados de novas técnicas de atendimento ao cliente. Muitas vezes, conversas informais com colegas de trabalho podem se constituir em um bom treinamento com resultados vantajosos para ambas as partes.

*“O mais importante ingrediente na fórmula do sucesso é saber como lidar com as pessoas.”*

*Theodore Roosevelt, ex-presidente dos EUA.*

## Dica 83

*Você busca informações sobre as marcas que vende?*

Se você trabalhar com outras empresas é importante conhecer bem as demais marcas e produtos que você revender. Portanto, é desejável navegar nos sites, Facebook e outras mídias sociais das marcas, conhecendo suas histórias, tendências e grupos de produtos. Assim, você terá fortes argumentos para concretizar as vendas. Que tal iniciar pelo [www.cobradagua.com.br](http://www.cobradagua.com.br)?

*“O homem deve criar oportunidades, não somente encontrá-las.”*

*Francis Bacon, político e filósofo francês*

## Dica 84

*Você aprende com os Revendedores Campeões?*

Vender exige aprendizado contínuo e melhorias constantes. Uma forma prática, barata e rápida de aumentar os seus conhecimentos e ampliar as suas vendas é observar os comportamentos e atitudes dos colegas que estejam vendendo mais que você. Procure analisar os detalhes do atendimento e não tenha receios de pedir ajuda e orientação. Aplique sempre os conhecimentos adquiridos.

*“Não encontre um defeito, encontre uma solução.”*

*Henry Ford, fundador da Ford*

## Dica 85

*Você tem boa postura física?*

Quando estiver fazendo um atendimento, evite ficar encostado ou apoiado em móveis ou mesmo paredes e portas. Uma postura física inadequada pode gerar uma má impressão ao cliente e este ter uma ideia equivocada que você não está com vontade de trabalhar e nem atender os consumidores. É importante que você se posicione em um local estratégico que permita ter boa visão, conversar e atender de maneira satisfatória os clientes.

*“Marketing é criar uma marca e fixá-la na mente de possíveis clientes.”*

*Al Ries, escritor e consultor*

## Dica 86

*Você se comporta como um Revendedor Consultor?*

A maioria dos clientes gosta de comprar com um Revendedor que, na prática, atue como um Consultor de Moda e Varejo. Assim eles recebem informações detalhadas dos produtos e das marcas e ainda conhecem suas principais características técnicas e benefícios. Quando o REI conhece bem o que está vendendo, ele consegue adotar um diálogo interativo que amplia a confiança do consumidor e o ajuda a definir a venda.

*“Eu gosto do impossível, porque lá a concorrência é menor.”*

*Walt Disney, cineasta e empreendedor*

## Dica 87

*Você conhece a “Matemática”  
das suas vendas?*

O volume de suas vendas pode ser avaliado por uma fórmula matemática como: “Vendas = nº de clientes que você atendeu x Taxa de Conversão (%) x nº médio de peças compradas por cliente (Ticket Médio) x Preço Unitário Médio das peças”. Logo, é importante que você atenda ao maior número possível de clientes, tenha uma boa taxa de Conversão, estimule o consumidor a comprar um maior número de produtos e com valor agregado (preços mais caros).

*“O futuro não existe, realmente.  
Ele é criado por nós, no presente.”*

*Leon Tolstoy, escritor russo*

## Dica 88

*Você presta serviços adicionais ao cliente?*

Quando o cliente procurar determinado produto que você não tenha, procure oferecer-lhe algo similar que também atenda às suas necessidades. Se, mesmo assim, não for possível atender ao desejo do cliente, é importante demonstrar boa vontade. Anote os seus dados, registre esta solicitação e quando chegar o produto escolhido, avise-o. Certamente você estará fidelizando este cliente.

*“No meio da dificuldade encontra-se a oportunidade.”*

*Albert Einstein, físico alemão*



## Conclusão

Espero que este pequeno Livreto, elaborado de forma sintética e objetiva, possa ajudar de forma prática os nossos parceiros REI no dia a dia de suas atividades.

A nossa intenção foi contribuir para que eles possam melhorar suas performances de venda e, como empreendedores que são, consigam alcançar uma melhor rentabilidade e proporcionar a eles próprios e suas famílias uma melhor qualidade de vida.

É fundamental que os assuntos aqui abordados estimulem o Revendedor a refletir sobre os seus hábitos e procedimentos profissionais pois, muitas vezes, o que deu certo no passado não necessariamente se adequará ao presente e mesmo ao futuro.

O mundo e principalmente o varejo brasileiro estão em permanente mudança, exigindo de todos nós ações mais inovadoras e rápidas. O Revendedor precisa evoluir e estar preparado para estes novos tempos.

E, finalmente, lembre-se da frase que diz: “Sucesso só vem antes do Trabalho no dicionário!”.

Que DEUS abençoe você e sua família! Sucesso!

## Sobre o Autor



Lucas Izoton é engenheiro, empresário, dirigente voluntário, com vários cursos de aperfeiçoamento no Brasil e no exterior, fundador e presidente da marca de moda jovem **Cobra D'água**, também atuando nos segmentos Imobiliário e de Hotelaria.

Consultor e instrutor credenciado pela Organização das Nações Unidas (ONU) e do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (SEBRAE) para o Programa de Empreendedores (EMPRETEC), já realizou mais de mil palestras em nível nacional e internacional.

Foi presidente da Federação das Indústrias do Espírito Santo (FINDES) e também presidiu entidades como o SEBRAE-ES, SENAI-ES, SESI-ES, IEL, IDEIES, CINDES, AJA e outras. Já foi vice-presidente da CNI – Confederação Nacional da Indústria e presidente do seu Conselho da Micro e Pequena Empresa.

Fundador e dirigente voluntário de organizações não-governamentais, foi um dos idealizadores do Projeto “Os Passos de Anchieta”.

Autor dos livros “O Voo da Cobra”, “O Caminho Mágico”, “Você pode ajudar a salvar o Planeta Terra”, “Gerenciando e Lucrando no Varejo” e “Os Passos do Mestre”. Publicou também o Álbum Fotográfico “A Paz no Mundo começa dentro de Nós”.





[cobradagua.com.br](http://cobradagua.com.br)

