

Ciro Bottini

**VENDA,
VENDA,
VENDA**

**O mais famoso vendedor do Brasil
mostra como você pode criar sua
marca pessoal e alcançar o sucesso**



THOMAS NELSON BRASIL

Rio de Janeiro
2009

Sumário

Prefácio	9
1. Você é seu melhor produto	11
<i>Crie suas oportunidades</i>	16
2. O começo: pouca noção, muita emoção	19
<i>Sua hora é essa</i>	22
<i>Seja seu maior fã</i>	26
<i>Imprima sua personalidade em tudo o que faz</i>	33
3. Correndo atrás	35
<i>Não tenha medo do não</i>	37
<i>Pense positivo</i>	40
<i>Anime-se!</i>	45
4. Os acomodados que se incomodem	53
<i>Afine sua intuição e siga-a</i>	55
<i>Converse, conheça, saiba</i>	61

5. Fazendo acontecer	67
<i>Use a informação para ampliar seus horizontes</i>	69
<i>Saiba ouvir</i>	78
<i>Fique do lado do cliente</i>	82
6. É hora do show	87
<i>Tenha jogo de cintura</i>	90
<i>Compartilhe o sucesso</i>	94
7. Nos lares de todo o Brasil	99
<i>Conquiste a credibilidade</i>	105
<i>Crie seus diferenciais</i>	112
Bônus: Dicas de venda com o	121
<i>“Selo Dedão Bottini de Qualidade”</i>	

CAPÍTULO 1

Você é seu melhor produto

“Todo mundo vive de vender alguma coisa.”

Robert Louis Stevenson (1850-1894), escritor inglês

Todos devem se vender! A expressão pode soar estranha, mas a verdade é que nós nos vendemos o tempo todo. Fazemos isso quando falamos a alguém sobre nossas capacidades para executar determinada tarefa. Também estamos nos vendendo quando, durante uma paquera, queremos mostrar nosso melhor lado, a fim de conquistar o coração de uma pessoa; ou ainda quando queremos convencer alguém a fazer alguma coisa. Até a mulher que usa todos os argumentos possíveis e imagináveis para convencer o maridão a fazer aquela

reforma na casa há muito adiada ou a viagem que sempre fica para o ano seguinte está fazendo uma venda. Nesse caso, ela está vendendo sonhos, prazer, qualidade de vida. Sim, em nossa existência, vendemos coisas ou ideias o tempo todo.

Este livro é para gente que quer vender, e quer se vender. Muita gente pode pensar que não tem nada para oferecer. Errado! Todos nós temos algo que pode ser vendido. Você tem capacidade, dedicação, vontade, habilidades, personalidade, caráter... Tudo isso, acredite, pode ser vendido, e a bom preço. Desde já, quero aconselhá-lo a tirar de sua cabeça todo o preconceito contra a ideia de se vender. “Se vender” e “ser vendido” são coisas bem diferentes: quando você é vendido, você abre mão de suas ideias, de sua individualidade; quando você se vende é porque convenceu os outros a aceitar suas ideias e seu jeito de ser e de agir.

Não há nada de errado em se vender; ao contrário. Ruim mesmo é nunca se vender, é conformar-se com uma posição acomodada diante da vida. Vergonhoso é satisfazer-se com mediocridades. Errado é ter medo. Quem quer chegar a algum lugar precisa colocar-se à venda, mostrando ao mundo o melhor de si.

Estamos sempre vendendo alguma coisa, mesmo sem perceber. Quando acordamos, tomamos banho e vestimos uma roupa bacana, preparando nosso visual, já estamos nos vendendo. Esse marketing pessoal é fundamental para o sucesso de quem trabalha com vendas. Já me perguntaram em muitas entrevistas como consegui tornar-me tão conhecido sendo

um vendedor de produtos pela TV, ou, em outras palavras, um televendedor. Respondo simplesmente que criei um tipo do qual as pessoas gostam e pelo qual nutrem simpatia, e por isso acabam confiando em mim e comprando aquilo que ofereço. A simpatia sincera leva à empatia, que, se bem cultivada, nos confere credibilidade.

“Se existe alguém com possibilidade de fazer sucesso, esse alguém é o vendedor, o profissional que traz resultados, aquele que se abre para o mundo e dá o melhor de si.”

E em nossa empresa ou em nossa vida pessoal? Podemos conseguir algo parecido? Conseguiremos fazer sucesso sendo vendedores? A resposta é sim! Eu sempre digo que, se existe alguém com possibilidade de fazer sucesso, esse alguém é o vendedor, o profissional que traz resultados, aquele que se abre para o mundo e dá o melhor de si. Eu estou no ar quase todos os dias na televisão, oferecendo ao público coisas boas, que sei que podem tornar suas vidas mais confortáveis, seguras ou divertidas. Com minha experiência, posso afirmar: o ato de vender, à primeira vista, pode parecer difícil, porém é mais fácil do que você imagina. Uma boa venda

se concretiza quando o produto é bom, o preço é justo e o comprador tem necessidade daquilo que o vendedor tem a oferecer. É claro que nem sempre essa necessidade existe (ou, digamos, nem sempre o cliente tem consciência dessa necessidade), mas cabe ao bom vendedor mostrar de que maneira o produto que ele oferece pode atender às necessidades e resolver os problemas do cliente. Se essa equação se fecha, a venda só vai depender da habilidade de quem vende. Aí, entram em cena os recursos da boa comunicação, do conhecimento acerca do produto e muita cara de pau. É isso mesmo: o bom vendedor precisa ser cara de pau! Ele não pode ter vergonha de abordar as pessoas, nem timidez ao fazer-lhes sua oferta.

Eu sou o maior cara de pau que conheço. Não me detenho diante de nada quando vejo a possibilidade de uma venda! E não faço isso apenas na televisão — minha vida toda, como você verá neste livro, tem sido uma grande venda. Eu me coloquei à venda e posso garantir que não me arrependi nem um pouquinho. Portanto, se posso lhe dar um conselho simples, é este: seja cara de pau! Acredite em seu potencial e saia se vendendo. A construção de uma marca é algo a que pouca gente dá a importância devida. E quando falo em marca, não me refiro apenas às grandes corporações, a empresas como Coca-Cola, Mitsubishi ou Petrobras. Todos nós temos uma marca a construir: a de nós mesmos. Mas o processo de construção dessa marca é um caminho longo e requer vontade e perseverança para não se deixar abater

pelos obstáculos. Pesquise a história das megaempresas e você verá que, até chegar ao topo, elas atravessaram muitas décadas — ou até séculos — em um contínuo processo de crescimento, onde o marketing certamente desempenhou papel fundamental. Muitas empresas sólidas com marcas frágeis ficaram pelo caminho, ao passo que as que investiram e consolidaram sua imagem e sua marca estão aí, espalhadas pelo planeta e ainda crescendo.

“Quem pensa como vendedor tem mais chances de progredir na vida.”

Ouçõ de muita gente que sou o rei do marketing pessoal. De fato, falo meu nome e meus bordões o tempo todo na tevê. Mas o retorno que recebo de meu público demonstra que isso é muito bem aceito, ou seja, não sou visto como aquele chato, que fica se vendendo o tempo todo. O marketing pessoal tem que ser feito da maneira certa, na medida exata — nem mais, nem menos. Aí, pode ser até divertido e trará excelentes resultados. Por outro lado, ouço muitas pessoas se queixando da falta de oportunidades na vida. Ora, se você acha que não tem tido oportunidades, crie-as! E oportunidades se criam trabalhando. Eu vivo dizendo às pessoas:

“Compre, compre, compre!” Este é um de meus bordões favoritos, e você, provavelmente, já me ouviu dizendo isso na tevê. Pois agora eu lhe digo: Venda, venda, venda! Descubra o que de melhor você tem a vender e saia por esse imenso mercado que se chama mundo. Quem pensa como vendedor tem mais chances de progredir na vida. Agindo assim, tenho certeza de que você fará excelentes negócios!

CRIE SUAS OPORTUNIDADES

Sempre digo que tudo é venda, que estamos vendendo coisas — ou a nós mesmos — o tempo todo. É exatamente nisso que acredito, e tenho colocado essa tese em prática sempre. Tudo pode melhorar, mas nem sempre as pessoas conseguem enxergar as possibilidades que se apresentam. Mas não basta ficar esperando que as oportunidades caiam em nosso colo; é preciso criá-las. Sempre tive a mentalidade voltada para o trabalho pesado, para o sacrifício, porque acredito que só assim é que se consegue chegar longe. E para que isso aconteça, é fundamental que estejamos preparados para aproveitar as oportunidades. Coisas que acontecem da noite para o dia podem dar certo — e, muitas vezes, dão mesmo —, mas o ideal é quando acontecem no tempo ade-



quado. Como você vai ler neste livro, estou há mais de vinte anos atuando na área de comunicação e vendas, mas tudo começou com uma pequena oportunidade que só pude aproveitar porque me dispus a trabalhar duro, sem ficar esperando que a chance e as condições perfeitas aparecessem. Quando as primeiras portas se abriram para mim, percebi que ali poderia estar o caminho para a realização de meus objetivos. E eu os tenho conquistado!