

ARTIGOS ESPECIAIS

Qual é o perfil ideal para vendas?

São Paulo, 6 de maio de 2009 - O perfil ideal é aquele que vende, que traz resultados. Pode parecer redundante, mas não é. Esse perfil não é estático, pode mudar com o passar do tempo. As necessidades de mercado mudam, o produto muda, o perfil da empresa muda, tudo muda enfim.

O perfil de [sucesso](#) no passado pode não ser mais aplicável hoje, assim como o perfil de sucesso no presente pode não espelhar a necessidade do futuro. Assim, a observação das nuances de mercado, das mudanças de produtos e serviços é crucial para se manter à frente. Entender o reflexo disso na rotina de vendas é fundamental para se manter o perfil modelo sempre atualizado.

Uma das fortes razões (na verdade a mais forte) para um vendedor vender mais que outros é que o primeiro usualmente tem perfil mais adequado. Uma pessoa sem perfil adequado pode ser bem sucedida em vendas? Pode, mas é preciso lembrar que vai ser mais difícil. Quanto mais distante do perfil o indivíduo estiver, mais esforço terá que fazer para compensar as diferenças. É o caso do treinador de vôlei avaliando novatos, candidatos ao time. Um fator que ele olha logo de cara: a altura dos jogadores. Rapazes com mais de 1,90 m tem uma vantagem nítida e provavelmente serão escolhidos primeiro. A razão disso: altura acima de 1,90 é importante para o jogo, porque os jogadores têm que pular muito alto para alcançar a rede. Assim, pessoas com esse perfil físico são matéria prima melhor para essa atividade. Candidatos com 1,70 m poderão até ser considerados, mas precisarão apresentar quesitos adicionais muito fortes para compensar a altura insuficiente.

Na área de vendas é a mesma coisa. O investimento na formação de [profissionais](#) muitas vezes é alto e a forma de maximizá-lo é [investir](#) em quem tem a matéria prima melhor, nesse caso o perfil comportamental adequado.

Quando você contrata alguém com perfil está maximizando o investimento e minimizando os riscos e acredite, os riscos podem ser enormes. Quanto custa um vendedor que vende pouco, aquém do mínimo esperado? Só o resultado insuficiente? Ou ele custa ainda mais caro porque pode estar atendendo mal aos clientes e gerando insatisfação? Do total de clientes que entraram na loja, quantos deixaram de comprar?

Mas há exceções e é bom estar preparado para elas. O aspecto gerenciamento e treinamento, por exemplo, podem suprir algumas lacunas do tipo: "...Esse vendedor, pelos parâmetros usuais não teria perfil para vendas, mas veja, ele trabalha com muito afinco.

Visita muitos clientes todos os dias e acaba vendendo razoavelmente por pura insistência em visitar grande número de casas diariamente...”.

É verdade, isso pode acontecer e conhecemos casos (raros) onde essa insistência é o fator primordial para se obter resultados. Aqui, falamos de um grupo de vendedores com características diametralmente opostas ao que normalmente vemos em grupos campeões. Entretanto, e em face da peculiaridade do negócio, a característica comportamental mais necessária é a paciência de seguir uma rotina diária estafante e enfadonha de bater em mais de 50 portas por dia, todos os dias.

Resumindo: conhecer o perfil comportamental dos campeões de venda em um determinado segmento, verificar quais são os pontos em comum que eles apresentam e usar isso como referência é, de longe, a decisão mais acertada em processos para definição de perfis modelo que servirão de base para a contratação de novos vendedores, além de prevenir situações de exceção. Afinal, o perfil ideal é aquele que vende, mesmo que tenha menos que 1.70m de altura...

(Artigo extraído do livro *Conseguindo Resultados Através de Pessoas* - Editora Campus/Elsevier. O autor é Edson Rodriguez, vice-presidente da Thomas Brasil, consultor e palestrante em assuntos que envolvem a gestão de pessoas e também autor do livro *Futebol para Executivos e Porque alguns vendedores vendem mais do que outros.*)