

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL  
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE GUAPORÉ  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**FRANCISCO ZAMBAN**

**TÉCNICAS DE NEGOCIAÇÃO EM VENDAS**

**GUAPORÉ RS  
2025**

**Relatório de trabalho de conclusão de curso de graduação, apresentado ao Curso de Administração da Universidade de Caxias do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.**

**Orientadora: Profa. Dra. Rosecler Maschio Gilioli.**

**GUAPORÉ RS  
2025**

Dedico este trabalho com todo carinho à minha mãe, que sempre esteve ao meu lado com força, sabedoria e amor incondicional. Sua dedicação, seus conselhos e sua fé foram fundamentais para que eu chegasse até aqui. Agradeço também aos meus amigos, que me apoiaram nos momentos difíceis, oferecendo palavras de incentivo, força e companheirismo ao longo dessa caminhada. Sou imensamente grato à minha orientadora, pela paciência, orientação e disponibilidade em cada etapa deste trabalho. Seu conhecimento e dedicação foram essenciais para o desenvolvimento deste trabalho. A todos que, de alguma forma, contribuíram para a realização deste estudo, deixo aqui minha sincera gratidão.

## **RESUMO**

Este estudo tem como objetivo geral: “levantar técnicas de negociação em vendas a fim de identificar as mais eficazes”. Os objetivos específicos estão direcionados desta forma: identificar quais são as principais competências para negociação utilizadas pelos profissionais de vendas; identificar quais são as principais técnicas eficazes de negociação utilizadas pelos profissionais de vendas; identificar os benefícios que a implantação de técnicas eficazes de negociação em vendas pode trazer para as empresas. A metodologia é de natureza: qualitativa, nível: exploratório, estratégia: estudos de casos, participantes do estudo são profissionais da área de vendas de empresas localizadas no município de Guaporé/RS e, por fim, o processo de coleta de dados por meio de entrevistas semiestruturadas e análise de dados através de análise de conteúdo. Os resultados obtidos pelo estudo são a necessidade de compreender quais são as técnicas de negociação em vendas que efetivamente contribuem para o aumento das vendas e para a obtenção de resultados positivos em um cenário de mercado cada vez mais competitivo. Em um ambiente empresarial em que os clientes estão mais exigentes, bem-informados e com maior poder de escolha, torna-se fundamental que os profissionais de vendas adotem abordagens estratégicas que ultrapassem os métodos tradicionais. Essa investigação busca lançar luz sobre as práticas que melhor se adaptam a esse contexto dinâmico, auxiliando empresas e vendedores a obterem resultados mais consistentes e sustentáveis.

Palavras-chave: Técnicas. Negociação. Vendas

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Quadro resumo - Processo de vendas .....	11
Quadro 2 - Quadro resumo - Perfil comportamental dos clientes.....	12
Quadro 3 - Quadro resumo - Competências comportamentais importantes para o processo de negociação em vendas.....	15
Quadro 4 - Quadro resumo - Técnicas de negociação utilizadas pelos profissionais de vendas .....	17
Quadro 5 - Quadro resumo - Tipos de negociação.....	20
Quadro 6 - Quadro resumo - Etapas / estágios / processo da negociação .....	23
Quadro 7 - Quadro resumo - Benefícios que técnicas eficazes de negociação em vendas podem trazer para as empresas .....	26
Quadro 8 - Quadro resumo com os principais os resultados das entrevistas por profissional da área de vendas das quatro empresas alvo deste estudo .....	42

## SIGLAS

BATNA - *Best Alternative to a Negotiated Agreement*

RS - Rio Grande do Sul

ROI - *Return over investment*

B2B - *Business to business*

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>6</b>
<b>2 TEMA, PROBLEMA DO ESTUDO, OBJETIVOS E JUSTIFICATIVA</b> .....	<b>7</b>
2.1 TEMA E PROBLEMA DO ESTUDO .....	7
2.2 OBJETIVOS DO TRABALHO .....	7
2.2.1 OBJETIVO GERAL .....	8
2.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	8
2.3 JUSTIFICATIVA PELA ESCOLHA DO TEMA .....	8
<b>3 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>9</b>
3.1 CONCEITOS DE VENDAS .....	9
3.2 O PROCESSO DE VENDAS .....	11
3.3 PERFIL COMPORTAMENTAL DOS CLIENTES .....	11
3.4 CONCEITOS DE NEGOCIAÇÃO .....	12
3.5 COMPETÊNCIAS PARA NEGOCIAÇÃO UTILIZADAS PELOS PROFISSIONAIS DE VENDAS .....	14
3.6 TÉCNICAS DE NEGOCIAÇÃO UTILIZADAS PELOS PROFISSIONAIS DE VENDAS .....	16
3.7 TIPOS DE NEGOCIAÇÃO .....	18
3.8 ETAPAS / ESTÁGIOS / PROCESSO DA NEGOCIAÇÃO .....	21
3.9 BENEFÍCIOS QUE TÉCNICAS EFICAZES DE NEGOCIAÇÃO EM VENDAS PODEM TRAZER PARA AS EMPRESAS .....	24
3.10 ÉTICA NAS NEGOCIAÇÕES .....	26
<b>4 METODOLOGIA</b> .....	<b>28</b>
4.1 NATUREZA: QUALITATIVA .....	28
4.2 NÍVEL: EXPLORATÓRIO .....	28
4.3 ESTRATÉGIA: ESTUDO DE CASO .....	29
4.4 PARTICIPANTES DO ESTUDO .....	29
4.5 PROCESSO DE COLETA DE DADOS .....	29
4.6 PROCESSO DE ANÁLISE DE DADOS .....	30
<b>5 DESENVOLVIMENTO DO INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS</b> .....	<b>30</b>
5.1 ENTREVISTAS .....	30
<b>6 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS DA APLICAÇÃO DAS ENTREVISTAS</b> .....	<b>33</b>
6.1 MAREL BRASIL COMERCIAL E INDUSTRIAL LTDA .....	33
6.2 LÍDER NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS .....	37
6.3 REVENDA SÉTIMA VEÍCULOS .....	39
6.4 CEREAIS MENIN .....	41
<b>7 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS</b> .....	<b>48</b>
<b>8 RECOMENDAÇÕES AOS PROFISSIONAIS DA ÁREA DE VENDAS</b> .....	<b>52</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>53</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>56</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Este estudo teve como tema: “técnicas de negociação em vendas”.

De acordo com Bravo e Cavalcanti (2022), é importante integrar técnicas tradicionais de negociação com inovações tecnológicas, visando aprimorar a eficácia das negociações comerciais. Os autores enfatizam que a negociação eficiente deve ser baseada em uma relação ganha-ganha, com compreensão mútua, respeito, colaboração e diálogo aberto.

O capítulo três apresentou o referencial teórico, que é fundamental para o entendimento do tema e está organizado da seguinte forma: conceitos de vendas; processo de vendas; perfil comportamental dos clientes; conceitos de negociação; competências para negociação utilizadas pelos profissionais de vendas; técnicas de negociação utilizadas pelos profissionais de vendas; tipos de negociação; etapas / estágios / processo da negociação; benefícios que técnicas eficazes de negociação em vendas podem trazer para as empresas e ética nas negociações.

No quarto capítulo foi apresentada a metodologia, que teve natureza: qualitativa, nível: exploratório, estratégia: estudos de casos. Os participantes do estudo são profissionais da área de vendas de empresas localizadas no município de Guaporé/RS e, por fim, o processo de coleta de dados por meio de entrevistas semiestruturadas e análise de dados através de análise de conteúdo.

O quinto capítulo apresentou o desenvolvimento do instrumento de coleta de dados. As perguntas constantes da técnica de entrevistas semiestruturadas contaram com sete questões abertas, as quais contemplaram os objetivos específicos do estudo.

O capítulo seis abordou a apresentação dos resultados da aplicação das entrevistas. Ao final do capítulo está um quadro resumo com os principais resultados das entrevistas por profissional da área de vendas das quatro empresas alvo deste estudo.

O sétimo capítulo apresentou a análise e interpretação dos resultados com relação às sete perguntas formuladas.

Ainda, recomendações aos profissionais da área de vendas com relação à importância das técnicas de negociação de vendas.

Por fim, apresentou-se as considerações finais com o delineamento das ações para a resposta satisfatória ao problema de pesquisa estipulado para este estudo.

## **2 TEMA, PROBLEMA DO ESTUDO, OBJETIVOS E JUSTIFICATIVA**

Neste capítulo serão apresentados itens como tema e problema do estudo, objetivos do trabalho e justificativa pela escolha do tema.

### **2.1 TEMA E PROBLEMA DO ESTUDO**

Nesta seção serão abordados o tema do estudo e o problema de pesquisa.

O tema desse estudo é: “Técnicas de negociação em vendas”.

O problema desse estudo é: “Quais são as técnicas de negociação em vendas que trazem aumento de vendas e resultados positivos em um mercado altamente competitivo?”

Aqui, foram delineados os tópicos mais importantes deste capítulo.

### **2.2 OBJETIVOS DO TRABALHO**

Nesta etapa serão descritos o objetivo geral e os objetivos específicos dessa pesquisa.

### **2.2.1 Objetivo Geral**

A seguir, está apresentado o objetivo geral deste estudo.

O objetivo geral é: “Levantar técnicas de negociação em vendas a fim de identificar as mais eficazes”.

Assim, está delineado o objetivo geral para este trabalho, a fim de alcançar os objetivos específicos.

### **2.2.2 Objetivos Específicos**

Os objetivos específicos estão direcionados conforme a seguir:

- a) Identificar quais são as principais competências para negociação utilizadas pelos profissionais de vendas;
- b) Identificar quais são as principais técnicas eficazes de negociação utilizadas pelos profissionais de vendas;
- c) Identificar os benefícios que a implantação de técnicas eficazes de negociação em vendas pode trazer para as empresas.

Assim, foram definidos os objetivos específicos para esta pesquisa.

## **2.3 JUSTIFICATIVA PELA ESCOLHA DO TEMA**

A escolha do tema “técnicas de negociação em vendas” para este estudo, se justifica pela importância crítica que a negociação desempenha no sucesso das operações comerciais. Em um ambiente de negócios cada vez mais competitivo e globalizado, a capacidade de negociar eficazmente, pode ser a diferença entre o sucesso e o fracasso de uma empresa. Profissionais em vendas que dominam técnicas de negociação são

capazes de fechar negócios mais vantajosos, construir reações de longo prazo com clientes e contribuir significativamente para os resultados financeiros das organizações.

Além disso, a pesquisa acadêmica e profissional sobre o tema, tem se mostrado um campo rico e dinâmico, com diversos estudos que indicam a evolução constante de estratégias e técnicas. Shell (1999), em "*Bargaining for Advantage*" enfatiza a importância de entender os interesses e estilos de negociação das partes envolvidas. Já, Rackham (2008), em "*Alcançando Excelência em Vendas Para Grandes Clientes*", oferece percepções valiosas sobre a abordagem consultiva na venda complexa, destacando a importância de fazer as perguntas certas para identificar as necessidades do cliente.

Estes e outros estudos demonstram que a aplicação de técnicas específicas de negociação pode levar a um aumento significativo no sucesso das vendas. Portanto, um estudo aprofundado sobre essas técnicas não só contribuirá para o campo acadêmico, mas também proporcionará ferramentas práticas para profissionais de vendas que buscam melhorar seu desempenho e alcançar resultados mais eficazes.

### **3 REFERENCIAL TEÓRICO**

Este capítulo apresenta conceitos de vendas; processo de vendas; perfil comportamental dos clientes; conceitos de negociação; competências para negociação utilizadas pelos profissionais de vendas; técnicas de negociação utilizadas pelos profissionais de vendas; tipos de negociação; etapas / estágios / processo da negociação; benefícios que técnicas eficazes de negociação em vendas podem trazer para as empresas e ética nas negociações.

#### **3.1 CONCEITOS DE VENDAS**

A ideia de vendas ultrapassa a mera transação de produtos ou serviços por dinheiro. Trata-se de um procedimento que engloba uma variedade de ações e interações com o objetivo de influenciar a decisão de compra do consumidor. Segundo Kotler e Keller (2019), as vendas são parte essencial da estratégia de marketing, pois elas não apenas geram receita, mas também constroem e mantêm o relacionamento entre a empresa e os clientes. As vendas envolvem uma interação dinâmica entre comprador e vendedor, sendo um processo que abrange desde a prospecção até o fechamento do negócio e o pós-venda.

A fase de venda é o momento em que o vendedor entra em contato direto com o cliente para apresentar a solução e negociar os termos do negócio. Segundo Kotler e Armstrong (2014), esta é a fase crucial onde o vendedor precisa aplicar suas habilidades de persuasão, comunicação e resolução de problemas. Durante a venda, o foco é entender as necessidades específicas do cliente e propor a solução que melhor as atenda, seja por meio de produtos ou serviços.

Neste estágio, o vendedor deve ser capaz de superar objeções e garantir que o cliente veja valor na oferta. Isso exige uma abordagem consultiva, onde o vendedor se posiciona como um parceiro estratégico, ajudando o cliente a tomar a melhor decisão de compra.

### 3.2 O PROCESSO DE VENDAS

O processo de vendas pode ser caracterizado como uma série organizada de fases que orientam o vendedor desde a identificação de clientes potenciais até a conclusão da transação e além. Rackham (2008), descreve o processo de vendas como uma série de fases que permitem ao vendedor entender as necessidades do cliente e adaptar suas soluções para atender essas necessidades. O processo envolve as seguintes etapas:

- a) **Prospecção:** Identificação de potenciais clientes (ou leads) que podem se beneficiar do produto ou serviço.
- b) **Qualificação:** Avaliação das necessidades e do potencial de compra dos leads.

- c) **Apresentação:** Demonstração das características, benefícios e soluções que o produto oferece.
- d) **Negociação:** Ajuste dos termos e condições com base nas expectativas e necessidades do cliente.
- e) **Fechamento (venda):** Conclusão do acordo com o cliente.

f) **Pós-venda:** Continuação do relacionamento para garantir satisfação e fomentar a fidelização. A fase de **pós-venda** é essencial para garantir a satisfação do cliente e a fidelização. Segundo Lovelock e Wright (2006), o pós-venda não se resume ao suporte técnico, mas abrange todas as interações que ocorrem após o fechamento da venda, com o objetivo de fortalecer o relacionamento com o cliente e aumentar a retenção. Atividades como follow-up, suporte ao cliente e pesquisa de satisfação fazem parte dessa etapa. O pós-venda bem feito pode gerar clientes promotores, que recomendam a empresa para outros, e reduzir a taxa de cancelamento, especialmente em mercados competitivos. Além disso, um pós-venda eficaz aumenta as chances de vendas recorrentes.

A seguir está um quadro resumo com o processo de vendas.

Quadro 1 - Quadro resumo - Processo de vendas

<b>Prospecção</b>	Identificação de potenciais clientes (ou <i>leads</i> ) que podem se beneficiar do produto ou serviço.
<b>Qualificação</b>	Avaliação das necessidades e do potencial de compra dos leads.
<b>Apresentação</b>	Demonstração das características, benefícios e soluções que o produto oferece.
<b>Negociação</b>	Ajuste dos termos e condições com base nas expectativas e necessidades do cliente.
<b>Fechamento (venda)</b>	Conclusão do acordo com o cliente.
<b>Pós-venda</b>	Continuação do relacionamento para garantir satisfação e fomentar a fidelização.

Fonte: elaborado pelo autor, de acordo com o referencial teórico

### 3.3 PERFIL COMPORTAMENTAL DOS CLIENTES

É essencial compreender o comportamento dos clientes para ajustar a estratégia de vendas e negociação. De acordo com Karsaklian (2004), a conduta dos consumidores é moldada por elementos psicológicos, sociais e culturais. Esses elementos influenciam a maneira como os compradores fazem suas escolhas e se comportam durante o processo de aquisição. O perfil comportamental pode ser dividido em diferentes tipos, como:

- a) **Clientes Racionais:** Focam em dados e argumentos lógicos para tomar decisões. Gostam de comparar preços, qualidade e especificações técnicas.
- b) **Clientes Emocionais:** São mais influenciados por apelos emocionais e se conectam mais com marcas que os fazem sentir valorizados ou especiais.
- c) **Clientes Impulsivos:** Tendem a tomar decisões rápidas, baseadas em desejos momentâneos. Valorizam conveniência e rapidez no atendimento.
- d) **Clientes Cautelosos:** Preferem ter tempo para avaliar todas as opções antes de tomar uma decisão de compra. Valorizam segurança e garantia de satisfação.

Compreender esses perfis possibilita que os vendedores ajustem sua estratégia, customizando a comunicação e o procedimento de venda para cada perfil de cliente.

A seguir está um quadro resumo com o perfil comportamental dos clientes.

Quadro 2 - Quadro resumo - Perfil comportamental dos clientes

<b>Clientes Racionais</b>	Focam em dados e argumentos lógicos para tomar decisões. Gostam de comparar preços, qualidade e especificações técnicas.
<b>Clientes Emocionais</b>	São mais influenciados por apelos emocionais e se conectam mais com marcas que os fazem sentir valorizados ou especiais.
<b>Clientes Impulsivos</b>	Tendem a tomar decisões rápidas, baseadas em desejos momentâneos. Valorizam conveniência e rapidez no atendimento.
<b>Clientes Cautelosos</b>	Preferem ter tempo para avaliar todas as opções antes de tomar uma decisão de compra. Valorizam segurança e garantia de satisfação.

Fonte: elaborado pelo autor, de acordo com o referencial teórico

### 3.4 CONCEITOS DE NEGOCIAÇÃO

No contexto empresarial contemporâneo, a negociação em vendas emerge como uma habilidade essencial para o sucesso organizacional. A negociação, nesse cenário, não se limita a uma simples transação comercial, mas envolve um processo complexo de interação entre as partes, visando o alcance de um acordo mutuamente benéfico. (FISHER, URY E PATTON, 1981; RACKHAM, 2008).

Assim, esta etapa do referencial teórico explora os principais conceitos e abordagens sobre técnicas de negociação em vendas, baseando-se nas contribuições de estudiosos renomados na área.

Negociação pode ser definida como o processo de comunicação bilateral, com o objetivo de chegar a um acordo em uma situação de conflito ou divergência de interesses. Segundo Fisher, Ury e Patton (1981), a negociação é uma prática que envolve não apenas a troca de concessões, mas também a busca de soluções criativas que atendam aos interesses de ambas as partes. Eles defendem a abordagem da negociação baseada em princípios, que se concentra nos interesses subjacentes das partes, em vez de suas posições iniciais.

No campo específico das vendas, a negociação assume características particulares. Rackham (2008), introduz uma metodologia voltada para vendas complexas, onde a negociação é vista como uma sequência de etapas que envolve a exploração das necessidades do cliente por meio de perguntas estratégicas (Situação, Problema, Implicação, e Necessidade de Solução). Rackham (2008) argumenta ainda, que, ao entender profundamente as necessidades do cliente, o vendedor pode apresentar soluções que não apenas atendam às expectativas do cliente, mas também aumentem as chances de um acordo favorável.

De acordo com Saner (2002), negociação é um processo no qual duas ou mais partes buscam um acordo para determinar o que cada uma delas deverá dar ou ganhar, ou fazer e receber, em uma transação entre elas.

Já para Martinelli, Almeida (2012), negociar é saber usar a informação e com ela ter o poder para influenciar o comportamento de outras pessoas.

Pode-se entender, portanto, que a negociação é muito importante, para a resolução de divergências e interesses, relacionamento entre pessoas e empresas.

### 3.5 COMPETÊNCIAS PARA NEGOCIAÇÃO UTILIZADAS PELOS PROFISSIONAIS DE VENDAS

Aqui estão relacionadas algumas competências comportamentais importantes para o processo de negociação em vendas.

- a) **Poder e Persuasão na Negociação:** O poder e a persuasão desempenham papéis cruciais no processo de negociação. Segundo Cialdini (2021), a capacidade de influenciar o comportamento da outra parte pode ser decisiva para o sucesso na negociação. Cialdini (2021) identifica seis princípios de persuasão (reciprocidade, compromisso e consistência, prova social, autoridade, afeição e escassez) que podem ser utilizados para aumentar a influência do negociador e conduzir o processo em direção a um acordo favorável;
- b) **Ética na Negociação:** A ética é um aspecto fundamental que deve ser considerado em qualquer processo de negociação. Para Shell (1999), a negociação ética não só é a abordagem correta, mas também pode ser a mais eficaz a longo prazo, já que construções de confiança e reputação são essenciais para negociações futuras. Uma negociação conduzida com integridade pode levar a relacionamentos comerciais duradouros e benéficos para todas as partes envolvidas;
- c) **Empatia:** Goleman (1995), sugere que a empatia é um componente chave da inteligência emocional, permitindo ao vendedor entender e responder

adequadamente às necessidades e preocupações do cliente, o que é crucial para o desenvolvimento de relacionamentos de longo prazo;

- d) **Resiliência e Persistência:** A resiliência é essencial para lidar com os desafios do processo de vendas. Segundo Seligman (1990), a capacidade de persistir diante de rejeições e adversidades é um diferencial importante para vendedores que buscam o sucesso contínuo;
- e) **Inteligência Emocional:** Goleman (1995) também destaca que a inteligência emocional é crítica para o sucesso em negociações. A habilidade de gerenciar as próprias emoções e compreender as emoções dos outros permite que os vendedores mantenham o controle em situações difíceis e construam conexões mais fortes com os clientes;
- f) **Comunicação Eficaz:** Como afirma Cialdini (2021), a comunicação é um dos pilares da persuasão. A habilidade de transmitir ideias de forma clara e convincente é fundamental para influenciar o comportamento do cliente e orientar a negociação em direção ao fechamento da venda.

A seguir está um quadro resumo com competências comportamentais importantes para o processo de negociação em vendas.

Quadro 3 - Quadro resumo - Competências comportamentais importantes para o processo de negociação em vendas.

<b>Poder e Persuasão na Negociação</b>	Cialdini (2021) identifica seis princípios de persuasão (reciprocidade, compromisso e consistência, prova social, autoridade, afeição e escassez) que podem ser utilizados para aumentar a influência do negociador e conduzir o processo em direção a um acordo favorável.
<b>Ética na Negociação</b>	Uma negociação conduzida com integridade pode levar a relacionamentos comerciais duradouros e benéficos para todas as partes envolvidas.
<b>Empatia</b>	empatia permite ao vendedor entender e responder adequadamente às necessidades e preocupações do cliente, o que é crucial para o desenvolvimento de relacionamentos de longo prazo
<b>Resiliência e Persistência</b>	a capacidade de persistir diante de rejeições e adversidades é um diferencial importante para vendedores que buscam o sucesso contínuo.

<b>Inteligência Emocional</b>	habilidade de gerenciar as próprias emoções e compreender as emoções dos outros permite que os vendedores mantenham o controle em situações difíceis e construam conexões mais fortes com os clientes.
<b>Comunicação Eficaz</b>	A habilidade de transmitir ideias de forma clara e convincente é fundamental para influenciar o comportamento do cliente e orientar a negociação em direção ao fechamento da venda.

Fonte: elaborado pelo autor, de acordo com o referencial teórico

### 3.6 TÉCNICAS DE NEGOCIAÇÃO UTILIZADAS PELOS PROFISSIONAIS DE VENDAS

Nesta etapa são abordadas algumas técnicas de negociação utilizadas pelos profissionais de vendas.

- a) **Venda Consultiva:** Rackham (2008), destaca que a venda consultiva envolve a compreensão das necessidades do cliente por meio de perguntas estratégicas. Essa abordagem permite que o vendedor construa confiança e ofereça soluções que realmente atendam às necessidades do cliente, resultando em uma negociação mais eficaz;
- b) **Análise de Mercado e Concorrência:** Segundo Porter (1980), a análise de mercado e da concorrência é crucial para entender o posicionamento da empresa. Isso ajuda os vendedores a identificarem oportunidades e ameaças, e a ajustar suas estratégias de venda para responder de forma eficaz ao ambiente competitivo;
- c) **Conhecimento do Produto/Serviço:** O conhecimento profundo sobre o produto ou serviço é essencial para qualquer vendedor. Como afirma Kotler e Keller (2019), a compreensão detalhada das características e benefícios do produto permite ao vendedor agregar valor ao cliente e diferenciar-se da concorrência;
- d) **Negociação Baseada em Princípios:** Essa técnica, popularizada por Fisher, Ury e Patton (1981), propõe focar nos interesses das partes em vez de suas posições. Em vez de adotar uma postura adversarial, a negociação baseada em princípios

busca soluções criativas e mutuamente benéficas. Os autores recomendam quatro princípios: separar as pessoas do problema, focar nos interesses e não nas posições, gerar opções para ganho mútuo, e usar critérios objetivos para decidir;

- e) **Persuasão e Influência:** Cialdini (2021), descreve seis princípios de persuasão que podem ser usados em negociações de vendas: reciprocidade, compromisso e consistência, prova social, afeição, autoridade e escassez. Esses princípios ajudam os vendedores a influenciarem o comportamento do cliente de maneira ética e estratégica, facilitando o processo de tomada de decisão;
- f) **Negociação competitiva:** A negociação competitiva, descrito por Shell (1999), enfatiza a preparação rigorosa, o uso de argumentos racionais e a manutenção de uma postura assertiva. Essa técnica é eficaz em situações em que os recursos são limitados e as partes competem diretamente. A negociação competitiva busca maximizar os ganhos da própria parte, mantendo a relação cordial.

A seguir está um quadro resumo com técnicas de negociação utilizadas pelos profissionais de vendas.

Quadro 4 - Quadro resumo - Técnicas de negociação utilizadas pelos profissionais de vendas.

<b>Venda Consultiva</b>	Venda consultiva envolve a compreensão das necessidades do cliente por meio de perguntas estratégicas.
<b>Análise de Mercado e Concorrência</b>	Na análise de mercado e da concorrência ajuda os vendedores a identificarem oportunidades e ameaças, e a ajustar suas estratégias de venda para responder de forma eficaz ao ambiente competitivo
<b>Conhecimento do Produto/Serviço</b>	A compreensão detalhada das características e benefícios do produto permite ao vendedor agregar valor ao cliente e diferenciar-se da concorrência
<b>Negociação Baseada em Princípios</b>	A negociação baseada em princípios busca soluções criativas e mutuamente benéficas.
<b>Persuasão e Influência</b>	Cialdini (2021), descreve seis princípios de persuasão que podem ser usados em negociações de vendas: reciprocidade, compromisso e consistência, prova social, afeição, autoridade e escassez. Esses princípios ajudam os vendedores a influenciarem o comportamento do cliente de maneira ética e estratégica, facilitando o processo de tomada de decisão

<b>Negociação competitiva</b>	A preparação rigorosa, o uso de argumentos racionais e a manutenção de uma postura assertiva. Essa técnica é eficaz em situações em que os recursos são limitados e as partes competem diretamente.
-------------------------------	---

Fonte: elaborado pelo autor, de acordo com o referencial teórico

### 3.7 TIPOS DE NEGOCIAÇÃO

No contexto das vendas, a negociação é um processo essencial que pode assumir diferentes formas, dependendo do objetivo, do comportamento das partes envolvidas e da dinâmica de poder. Diversos autores classificam os tipos de negociação de maneiras distintas, com enfoques que ajudam a entender como conduzir esses processos de forma eficaz. A seguir, exploram-se os principais tipos de negociação com base na literatura existente.

#### **a) Negociação Distributiva (Competitiva ou “Ganha-Perde”)**

A negociação distributiva, também conhecida como competitiva ou “ganha-perde”, é caracterizada por uma disputa de interesses onde as partes competem por recursos limitados. Nesse modelo, o objetivo é maximizar o próprio ganho, muitas vezes em detrimento da outra parte. Shell (1999), explica que esse tipo de negociação ocorre quando os recursos em jogo são fixos, como preço ou quantidade de um produto, e a relação entre as partes não é o foco principal. Fisher, Ury e Patton (1981), descrevem essa abordagem como uma “dança de concessões”, onde cada parte busca tirar o máximo possível para si, levando a um resultado onde um lado ganha e o outro perde.

#### **b) Negociação Integrativa (Colaborativa ou “Ganha-Ganha”)**

Ao contrário da negociação distributiva, a negociação integrativa busca soluções que beneficiem todas as partes envolvidas, criando valor em vez de apenas distribuí-lo. Covey (2017), chama essa abordagem de “ganha-ganha” e destaca que ela requer colaboração, confiança e comunicação aberta. Fisher, Ury e Patton (1981) também defendem essa abordagem, argumentando que focar nos interesses comuns das partes,

em vez de suas posições opostas, permite criar soluções criativas e mutuamente benéficas. A negociação integrativa é ideal em contextos em que o relacionamento de longo prazo é importante, como nas parcerias comerciais. Covey (2017), destaca a importância da abordagem ganha-ganha em negociações. Esta técnica foca em encontrar soluções que beneficiem todas as partes envolvidas, em vez de buscar vantagens unilaterais. A abordagem ganha-ganha visa construir relações de longo prazo baseadas na confiança e no benefício mútuo.

#### **c) Negociação Acomodativa (Complacente ou “Perde-Ganha”)**

Na negociação acomodativa, uma das partes escolhe ceder aos interesses da outra, frequentemente em prol de manter um relacionamento positivo ou evitar conflitos maiores. Segundo Shell (1999), essa abordagem pode ser útil em situações em que o relacionamento de longo prazo é mais importante do que o resultado de uma negociação específica. No entanto, ele alerta que o uso frequente dessa técnica pode levar a um desequilíbrio de poder e à insatisfação a longo prazo.

#### **d) Negociação Evitativa (Inação ou “Perde-Perde”)**

A negociação evitativa ocorre quando ambas as partes decidem não negociar, geralmente porque os riscos ou custos são percebidos como maiores do que os potenciais benefícios. De acordo com Lewicki, Barry e Saunders (2014), essa abordagem é adotada quando o conflito é visto como algo a ser evitado a todo custo, ou quando as partes acreditam que não há uma solução viável no momento. Essa técnica pode ser eficaz para ganhar tempo, mas frequentemente resulta em oportunidades perdidas para ambas as partes.

#### **e) Negociação Compromissária (Divisão de Diferenças ou “Empate”)**

A negociação compromissária é um meio-termo entre os modelos competitivos e colaborativos. Nela, ambas as partes fazem concessões para chegar a um acordo que seja parcialmente satisfatório para todos. Como destaca Shell (1999), essa técnica é útil quando o tempo é um fator crítico ou quando as partes têm poder semelhante e necessidades conflitantes que precisam ser resolvidas rapidamente. Contudo, essa abordagem pode deixar todas as partes um pouco insatisfeitas, pois o resultado é um compromisso que não atende completamente aos interesses de nenhum dos lados.

A escolha da abordagem mais adequada depende de uma série de fatores, incluindo o relacionamento entre as partes, os recursos disponíveis e as expectativas de resultados. Entender esses tipos de negociação ajuda os profissionais de vendas a se preparar melhor e a escolher a melhor estratégia para cada situação.

A seguir está um quadro resumo com tipos de negociação.

Quadro 5 - Quadro resumo - Tipos de negociação

<b>Negociação Distributiva (Competitiva ou “Ganha-Perde”)</b>	Disputa de interesses onde as partes competem por recursos limitados.
<b>Negociação Integrativa (Colaborativa ou “Ganha-Ganha”)</b>	Abordagem de “ganha-ganha”, requer colaboração, confiança e comunicação aberta.
<b>Negociação Acomodativa (Complacente ou “Perde-Ganha”)</b>	Uma das partes escolhe ceder aos interesses da outra, frequentemente em prol de manter um relacionamento positivo ou evitar conflitos maiores.
<b>Negociação Evitativa (Inação ou “Perde-Perde”)</b>	Ocorre quando ambas as partes decidem não negociar, geralmente porque os riscos ou custos são percebidos como maiores do que os potenciais benefícios.
<b>Negociação Compromissária (Divisão de Diferenças ou “Empate”)</b>	Ambas as partes fazem concessões para chegar a um acordo que seja parcialmente satisfatório para todos.

Fonte: elaborado pelo autor, de acordo com o referencial teórico

### 3.8 ETAPAS / ESTÁGIOS / PROCESSO DA NEGOCIAÇÃO

A seguir estão algumas etapas / estágios / processo da negociação.

#### **a) Preparação e Planejamento**

A fase de preparação é amplamente considerada a mais crítica no processo de negociação. Shell (1999), afirma que a preparação adequada pode determinar até 80% do sucesso em uma negociação. Nessa fase, os negociadores analisam as informações relevantes, definem seus objetivos e interesses, identificam as alternativas e preparam estratégias. Fisher, Ury e Patton (1981), enfatizam a importância de conhecer sua BATNA (Best Alternative to a Negotiated Agreement - Melhor Alternativa a um Acordo Negociado), que é a melhor alternativa caso a negociação não seja bem-sucedida. Essa fase também envolve a coleta de informações sobre a outra parte, o que pode ajudar a antecipar demandas e preparar respostas para eventuais objeções.

#### **b) Abertura**

A etapa de abertura é quando as partes começam a negociar oficialmente, e é crucial estabelecer o tom das interações. Segundo Lewicki, Barry e Saunders (2014), essa fase envolve a troca de informações iniciais, onde os negociadores apresentam suas propostas e posições. A forma como as primeiras propostas são feitas pode influenciar

fortemente a percepção do processo. Uma boa abertura tende a envolver clareza, firmeza e flexibilidade, evitando que as partes fiquem imediatamente polarizadas.

### **c) Exploração de Interesses e Negociação**

Nesta etapa, os negociadores exploram os interesses de ambas as partes para encontrar áreas de acordo e alinhar expectativas. Fisher, Ury e Patton (1981) sugerem que essa fase deve ser baseada em uma comunicação aberta e focada nos interesses e necessidades, em vez de posições fixas. Essa abordagem, chamada de “negociação baseada em interesses”, promove o diálogo sobre o que realmente importa para ambas as partes, facilitando a criação de soluções que satisfaçam a todos. Rackham (2008), também destaca a importância de fazer perguntas estratégicas durante essa fase para entender as necessidades subjacentes do cliente ou da outra parte.

### **d) Propostas e Concessões**

Uma vez que os interesses foram identificados, as partes começam a fazer propostas formais e negociar concessões. Nesta fase, é importante que as concessões sejam feitas de forma estratégica, garantindo que cada concessão seja recíproca, conforme recomendado por Cialdini (2021). A reciprocidade das concessões ajuda a manter o equilíbrio no processo de negociação e a evitar que uma das partes sinta que está cedendo demais. Essa é uma fase em que a flexibilidade é chave, mas sem perder de vista os objetivos previamente definidos.

### **e) Fechamento**

O fechamento é o momento em que as partes chegam a um acordo e formalizam a negociação. Para Lewicki, Barry e Saunders (2014), esta é a etapa onde os termos finais são acertados e qualquer detalhe pendente é resolvido. Durante o fechamento, é

fundamental que todas as partes envolvidas estejam alinhadas quanto aos compromissos e responsabilidades, evitando ambiguidades. Além disso, um bom fechamento garante que ambas as partes se sintam satisfeitas com o resultado, o que pode fortalecer o relacionamento futuro.

### f) Implementação e Avaliação

Após o fechamento da negociação, vem a fase de implementação e avaliação do acordo. Nessa etapa, as partes devem garantir que os termos acordados sejam cumpridos. Shell (1999) destaca que essa fase é crucial para o sucesso de negociações complexas, pois a implementação eficaz assegura que os benefícios esperados se concretizem. Além disso, a avaliação do processo de negociação pode fornecer lições valiosas para negociações futuras, ajudando os negociadores a identificarem áreas de melhoria.

A seguir está um quadro resumo com etapas / estágios / processo da negociação.

Quadro 6 - Quadro resumo - Etapas / estágios / processo da negociação

<b>Preparação e Planejamento</b>	Nessa fase, os negociadores analisam as informações relevantes, definem seus objetivos e interesses, identificam as alternativas e preparam estratégias.
<b>Abertura</b>	Envolve a troca de informações iniciais, onde os negociadores apresentam suas propostas e posições.
<b>Exploração de Interesses e Negociação</b>	Os negociadores exploram os interesses de ambas as partes para encontrar áreas de acordo e alinhar expectativas.
<b>Propostas e Concessões</b>	Uma vez que os interesses foram identificados, as partes começam a fazer propostas formais e negociar concessões.
<b>Fechamento</b>	Durante o fechamento, é fundamental que todas as partes envolvidas estejam alinhadas quanto aos compromissos e responsabilidades, evitando ambiguidades.
<b>Implementação e Avaliação</b>	As partes devem garantir que os termos acordados sejam cumpridos.

Fonte: elaborado pelo autor, de acordo com o referencial teórico

### 3.9 BENEFÍCIOS QUE TÉCNICAS EFICAZES DE NEGOCIAÇÃO EM VENDAS PODEM TRAZER PARA AS EMPRESAS

Aqui estão alguns benefícios que técnicas eficazes de negociação em vendas podem trazer para as empresas.

#### **a) Redução de Conflitos e Melhor Gestão de Crises**

A negociação baseada em princípios, promovida por Fisher, Ury e Patton (1981), propõe a separação de pessoas e problemas, focando nos interesses das partes envolvidas. Essa abordagem ajuda a reduzir conflitos desnecessários, promovendo uma comunicação mais aberta e uma resolução eficaz de crises. Empresas que adotam essas técnicas podem lidar com disputas internas e externas de maneira mais equilibrada, minimizando o impacto negativo de possíveis confrontos.

#### **b) Aumento nas Vendas e Lucratividade**

Aplicar técnicas eficazes de negociação permite às empresas maximizarem seus resultados financeiros. Rackham (2008), aponta que vendedores que usam técnicas estruturadas de perguntas e identificação de necessidades têm mais sucesso em fechar negócios de maior valor. Ao entender as necessidades do cliente e alinhar as propostas adequadamente, a empresa pode aumentar o volume de vendas e, ao mesmo tempo, conseguir margens de lucro mais elevadas, já que as negociações são baseadas em criar valor para ambas as partes.

#### **c) Melhor Tomada de Decisões**

Ao adotar técnicas como a análise da BATNA, conforme destacado por Fisher, Ury e Patton (1981), os negociadores conseguem tomar decisões mais informadas e assertivas durante o processo de negociação. Saber qual é a melhor alternativa em caso de impasse dá à empresa um maior poder de barganha, evitando que se aceite um acordo menos vantajoso e ajudando a garantir que as decisões sejam estrategicamente sólidas.

#### **d) Agilidade e Eficiência no Fechamento de Negócios**

Técnicas bem aplicadas de negociação podem acelerar o processo de fechamento de negócios. Cialdini (2021), explica que o uso de princípios de influência, como reciprocidade e escassez, pode agilizar a decisão de compra do cliente. Quando os vendedores aplicam essas técnicas corretamente, eles reduzem o tempo de indecisão do cliente, aumentando a eficiência nas negociações e gerando um ciclo de vendas mais rápido.

#### **e) Capacidade de Inovação e Flexibilidade**

A negociação integrativa, ou colaborativa, estimula a criação de soluções inovadoras para problemas, ao invés de se limitar a dividir recursos fixos. Fisher, Ury e Patton (1981) destacam que ao focar nos interesses mútuos, as partes envolvidas podem encontrar novas maneiras de satisfazer seus objetivos. Para as empresas, essa flexibilidade permite que se adaptem a diferentes mercados e clientes, gerando uma vantagem competitiva por meio de ofertas customizadas e criativas.

#### **f) Melhoria no Controle de Custos**

Aplicar técnicas eficazes de negociação ajuda as empresas a controlarem seus custos. A capacidade de negociar melhores termos com fornecedores, por exemplo, pode resultar em redução de preços de compra ou em condições mais vantajosas de pagamento. Shell (1999), argumenta que a habilidade de negociar com base em fatos e dados ajuda a empresa a garantir que seus custos estejam alinhados com as suas necessidades estratégicas, mantendo um controle financeiro rigoroso.

A seguir está um quadro resumo com benefícios que técnicas eficazes de negociação em vendas podem trazer para as empresas.

Quadro 7 - Quadro resumo - Benefícios que técnicas eficazes de negociação em vendas podem trazer para as empresas

<b>Redução de Conflitos e Melhor Gestão de Crises</b>	ajuda a reduzir conflitos desnecessários, promovendo uma comunicação mais aberta e uma resolução eficaz de crises.
<b>Aumento nas Vendas e Lucratividade</b>	Ao entender as necessidades do cliente e alinhar as propostas adequadamente, a empresa pode aumentar o volume de vendas e, ao mesmo tempo, conseguir margens de lucro mais elevadas, já que as negociações são baseadas em criar valor para ambas as partes.
<b>Melhor Tomada de Decisões</b>	Saber qual é a melhor alternativa em caso de impasse dá à empresa um maior poder de barganha, evitando que se aceite um acordo menos vantajoso e ajudando a garantir que as decisões sejam estrategicamente sólidas.
<b>Agilidade e Eficiência no Fechamento de Negócios</b>	Uso de princípios de influência, como reciprocidade e escassez, pode agilizar a decisão de compra do cliente.
<b>Capacidade de Inovação e Flexibilidade</b>	Estimular a criação de soluções inovadoras para problemas, ao invés de se limitar a dividir recursos fixos.
<b>Melhoria no Controle de Custos</b>	A capacidade de negociar melhores termos com fornecedores pode resultar em redução de preços de compra ou em condições mais vantajosas de pagamento.

Fonte: elaborado pelo autor, de acordo com o referencial teórico

### 3.10 ÉTICA NAS NEGOCIAÇÕES

A **ética nas negociações** é um tema central, especialmente no ambiente empresarial. Ela envolve o comportamento justo, honesto e transparente entre as partes envolvidas no processo de negociação, buscando promover acordos que beneficiem mutuamente todas as partes e que sejam realizados com integridade.

A importância da Ética nas Negociações está em alguns quesitos, tais como:

- a) **Construção de Relacionamentos de Longo Prazo:** Negociações éticas criam uma base de confiança entre as partes, o que facilita o desenvolvimento de parcerias de longo prazo. Covey (2017), afirma que a confiança gerada por uma negociação ética aumenta a eficiência dos negócios e reduz os custos de transação.
- b) **Reputação e Credibilidade:** Empresas e profissionais que atuam de maneira ética em suas negociações tendem a construir uma reputação sólida no mercado. Segundo Kotler e Keller (2019), uma boa reputação aumenta a fidelidade dos clientes e a capacidade de atrair novos negócios, já que clientes preferem trabalhar com organizações em que podem confiar.
- c) **Minimização de Riscos:** Negociações antiéticas podem levar a litígios, perdas financeiras e danos à reputação. Segundo Cialdini (2021), práticas como manipulação e engano podem gerar ressentimentos e conflitos, prejudicando o relacionamento entre as partes e, em casos extremos, levando a disputas legais.

#### Princípios Éticos nas Negociações:

- a) **Transparência:** Divulgar todas as informações relevantes para a negociação, evitando omissões que possam prejudicar o outro lado.
- b) **Justiça:** Oferecer condições equitativas, onde ambas as partes possam obter benefícios justos do acordo.
- c) **Respeito:** Tratar a outra parte com dignidade e consideração, valorizando suas necessidades e expectativas.
- d) **Responsabilidade:** Assumir a responsabilidade por suas ações durante a negociação e por eventuais consequências.

#### Dilemas Éticos em Negociações

Em muitas negociações, os profissionais enfrentam dilemas éticos, como a tentação de omitir informações ou manipular dados para obter vantagens. Lewicki, Barry e Saunders (2014), destacam que, embora essas práticas possam gerar ganhos imediatos, a longo prazo, elas corroem a confiança e danificam as relações comerciais.

## 4 METODOLOGIA

Este capítulo apresenta conceitos sobre a natureza: qualitativa do estudo, nível: exploratório, estratégia: estudo de casos, participantes do estudo e, por fim, o processo de coleta e análise de dados.

### 4.1 NATUREZA: QUALITATIVA

"A pesquisa qualitativa oferece uma compreensão detalhada das práticas e comportamentos dos negociadores, focando em como os aspectos subjetivos e sociais influenciam os resultados". (LEWICKI; BARRY; SAUNDERS, 2014, p 34).

"Estudos qualitativos são particularmente úteis para analisar o impacto de fatores contextuais e emocionais nas decisões de negociação, fornecendo uma visão mais rica do que métodos quantitativos isolados". (THOMPSON, 2008, p. 1).

### 4.2 NÍVEL: EXPLORATÓRIO

"A pesquisa exploratória é particularmente útil em áreas como negociação, onde o objetivo é investigar aspectos pouco estudados ou identificar novas tendências e comportamentos que influenciam o sucesso nas interações comerciais". (YIN, 2014, p 45).

Gil (2008) diz que o nível exploratório da pesquisa é apropriado quando o fenômeno de estudo ainda não está completamente definido ou é pouco compreendido, permitindo ao pesquisador reunir insights iniciais e formular questões mais precisas para estudos futuros.

### 4.3 ESTRATÉGIA: ESTUDO DE CASO

"O estudo de caso é uma estratégia valiosa para a pesquisa qualitativa em negociações, pois permite que o pesquisador explore processos complexos em seu ambiente natural, oferecendo uma visão detalhada e contextualizada das interações entre os negociadores". (YIN, 2014, p 123).

Segundo o autor (GIL, 2008, p. 58): "O estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado, tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamentos considerados".

### 4.4 PARTICIPANTES DO ESTUDO

Os participantes deste estudo são profissionais da área de vendas de empresas localizadas no município de Guaporé. São elas: Marel Brasil Comercial e Industrial Ltda, Líder Negócios Imobiliários, Revenda Sétima Veículos e Cereais Menin.

### 4.5 PROCESSO DE COLETA DE DADOS

O processo de coleta de dados deste estudo será desenvolvido através de entrevistas semiestruturadas.

"A entrevista semiestruturada permite ao pesquisador examinar em profundidade como os negociadores utilizam diferentes estratégias, oferecendo flexibilidade para seguir temas emergentes e captar nuances das interações". (FLICK, 2009, p 49).

"A flexibilidade da entrevista semiestruturada possibilita ao entrevistador explorar de forma mais completa as experiências dos participantes, revelando práticas e percepções sutis sobre o uso de técnicas de negociação em diferentes contextos." (QUIVY;

CAMPENHOUDT, 1992, p. 87).

#### 4.6 PROCESSO DE ANÁLISE DE DADOS

O processo de análise de dados deste estudo será desenvolvido por meio de análise de conteúdo.

"A análise de conteúdo possibilita ao pesquisador identificar padrões e frequências de temas em entrevistas, proporcionando uma visão clara sobre as práticas comuns adotadas por negociadores." (BARDIN, 2015, p. 67).

"A análise de conteúdo é uma técnica essencial para identificar temas recorrentes em dados textuais, permitindo a sistematização de padrões comportamentais, como os usados em negociações." (KRIPPENDORFF, 2004, p. 141).

### 5. DESENVOLVIMENTO DO INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Este capítulo apresenta o detalhamento deste estudo conforme, conforme o problema de pesquisa que está definido desta forma: "Quais são as técnicas de negociação em vendas que trazem aumento de vendas e resultados positivos em um mercado altamente competitivo".

#### 5.1 ENTREVISTAS

Nesta etapa está apresentado o instrumento de coleta de dados, com entrevistas semiestruturadas, de natureza qualitativa, de nível exploratório.

Os participantes do estudo foram profissionais da área de vendas de empresas localizadas no município de Guaporé. São elas: Marel Brasil Comercial e Industrial Ltda, Líder Negócios Imobiliários, Revenda Sétima Veículos e Cereais Menin.

As entrevistas foram aplicadas através do whatsapp e presencialmente no mês de março de 2025.

As perguntas constantes da técnica de entrevistas semiestruturadas estão a seguir, com sete questões abertas, as quais contemplam os objetivos específicos, a saber: identificar quais são as principais competências para negociação utilizadas pelos profissionais de vendas; identificar quais são as principais técnicas eficazes de negociação utilizadas pelos profissionais de vendas; identificar os benefícios que a implantação de técnicas eficazes de negociação em vendas pode trazer para as empresas.

A seguir, estão as perguntas formuladas para serem aplicadas no momento das entrevistas:

Prezado (a) Senhor (a):

A presente entrevista está sendo desenvolvida pelo acadêmico FRANCISCO ZAMBAN, sendo requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração pela Universidade de Caxias do Sul – Campus Universitário de Guaporé. Esta entrevista representa uma etapa fundamental para levantar técnicas de negociação em vendas a fim de identificar as mais eficazes. Todas as informações aqui prestadas são tratadas de forma confidencial, tendo utilidade apenas para este trabalho, não sendo divulgadas informações, tampouco nomes dos entrevistados.

Desde já agradeço sua compreensão e colaboração.

Atenciosamente,

## **FRANCISCO ZAMBAN**

### **Principais competências para negociação utilizadas pelos profissionais de vendas**

- 1)Quais são as principais competências para negociação que você utiliza?
- 2)Na sua opinião, quais são as principais competências para negociação que devem ser utilizadas pelos profissionais de vendas?
- 3)Quais habilidades você considera essenciais para um bom negociador?

### **Técnicas eficazes de negociação utilizadas pelos profissionais de vendas**

- 4)Quais são as principais técnicas de negociação que você utiliza?
- 5)Na sua opinião, quais são as principais técnicas de negociação que devem ser utilizadas pelos profissionais de vendas?
- 6) Como você lida com a objeção dos clientes?

### **Benefícios que a implantação de técnicas eficazes de negociação em vendas pode trazer para as empresas.**

- 7)Cite benefícios que técnicas eficazes de negociação em vendas podem trazer para as empresas.

## **6 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS DA APLICAÇÃO DAS ENTREVISTAS**

A seguir estão apresentados os resultados das entrevistas por profissional da área de vendas de quatro empresas localizadas no município de Guaporé: Marel Brasil Comercial e Industrial Ltda, Líder Negócios Imobiliários, Revenda Sétima Veículos e Cereais Menin.

### **6.1 Marel Brasil Comercial e Industrial Ltda**

A empresa Marel possui 2 entrevistados - entrevistado 1 e entrevistado 2.

#### **ENTREVISTADO 1**

##### **Principais competências para negociação utilizadas pelos profissionais de vendas**

1)Quais são as principais competências para negociação que você utiliza? Capacidade de relacionamento, dedicação e persistência.

2)Na sua opinião, quais são as principais competências para negociação que devem ser utilizadas pelos profissionais de vendas?

As principais competências no meu ponto de vista são: Dedicação, persistência, rapidez de raciocínio, habilidades de relacionamento e saber ouvir o cliente.

3)Quais habilidades você considera essenciais para um bom negociador? Velocidade de raciocínio, calma, saber o momento certo de atuar (com argumentos ou ofertas).

## **Técnicas eficazes de negociação utilizadas pelos profissionais de vendas**

4)Quais são as principais técnicas de negociação que você utiliza? Existem diversas técnicas para a realização de vendas, desde descobrir as “dores” de seu cliente e apresentar soluções que vão de encontro a essas necessidades, estratégias de preço, a “famosa” venda consultiva, mas atualmente a melhor técnica na minha opinião é a “venda desafiadora” onde o vendedor deve conhecer tanto o negócio de seu cliente que pode aportar valor na venda que nem mesmo seu cliente estava considerando para o negócio, como tendências do mercado, perspectivas de futuro, ajustes ao projeto que garantam uma maior vantagem competitiva ao cliente, principalmente envolvendo a venda de produtos ou serviços de uma empresa para outra empresa (B2B), com essa venda desafiadora, o vendedor desde que tenha informações e conhecimentos úteis ao cliente, se posiciona em um patamar de maior valor que a concorrência.

5)Na sua opinião, quais são as principais técnicas de negociação que devem ser utilizadas pelos profissionais de vendas?

Argumentação assertiva, buscando pontos realmente relevantes que confirmam vantagens ao produto em questão, apresentação de cálculos de ROI (return over investment), estabelecimento de estratégia de preço para a negociação (estabelecimento de preço ou margem mínima aceitável para a venda), compreensão de que o processo de venda engloba além da negociação de preço, o completo fechamento com prazos de entrega, prazos de contrato (se for o caso) e condições de pagamento.

6)Como você lida com a objeção dos clientes?

As objeções são parte comum nas negociações. Seja por dúvidas do cliente em seu próprio projeto, seja por dúvidas quanto ao produto apresentado, seja por desejo de comprar outro produto (concorrente). O importante é compreender de onde vem, e o porquê da objeção, não diminuir sua importância, e apresentar soluções eficazes e duradouras para o problema.

## **Benefícios que a implantação de técnicas eficazes de negociação em vendas pode trazer para as empresas.**

7) Cite benefícios que técnicas eficazes de negociação em vendas podem trazer para as empresas.

O planejamento prévio, para qualquer atividade, torna a implementação das ações mais assertivas e prepara a pessoa envolvida na negociação para tomadas de decisões mais rápidas no momento da negociação. É possível prever algumas situações e preparar-se com argumentos que possam vencer objeções colocadas pelo cliente de forma mais convincente e com maior valor para a tomada de decisão.

Apesar das técnicas de vendas, é muito importante que o “vendedor” tenha uma leitura correta do cliente, de como é seu comportamento, suas formas de decisão (emocional, técnica, urgência) e alinhar sua estratégia o máximo possível ao fator decisório em questão, mas o fator humano, o relacionamento, a empatia com o cliente é parte fundamental no processo de negociação

## **ENTREVISTADO 2**

### **Principais competências para negociação utilizadas pelos profissionais de vendas**

1) Quais são as principais competências para negociação que você utiliza?

- Organização e preparação – Para uma boa negociação é necessário conhecer o ambiente (conhecer que são os influenciadores/decisores, quem são os concorrentes bem como seus preços/proposta de valor).
- Conhecimento – Conhecer o que está vendendo bem como opções disponíveis no mercado que o cliente pode optar.
- Persistência – Não tem venda perdida se a venda é importante. O vendedor tem que encontrar os caminhos da negociação movendo interno ou externo.

- Comunicação – De forma geral, se o vendedor não se comunica, não alcança resultados.

2)Na sua opinião, quais são as principais competências para negociação que devem ser utilizadas pelos profissionais de vendas?

Todas as citadas na primeira questão. Se não estiver claro estas necessidades você até vai vender, mas certamente não vai extrair o melhor da negociação para o cliente, ou para a empresa que ele vende.

3)Quais habilidades você considera essenciais para um bom negociador?

- Saber ouvir – Vendedor tem que escutar ou motivar o cliente a falar para melhor se posicionar dentro da negociação.

- Flexibilidade – Vendedor tem que jogar conforme o jogo se apresenta e focar na venda.

- Usar ferramentas de tecnologia – Alcançar o cliente com o uso de tecnologias tais como rede sociais e outros para tem mais abrangência e influência.

### **Técnicas eficazes de negociação utilizadas pelos profissionais de vendas**

4)Quais são as principais técnicas de negociação que você utiliza?

Em minha rotina, utilizo o método consultivo com as técnicas de abordagem inicial, identificação da necessidade, apresentação dos produtos/serviços, contorno de objeções, criação de valor, negociação ou próximos passos.

5)Na sua opinião, quais são as principais técnicas de negociação que devem ser utilizadas pelos profissionais de vendas?

Na minha opinião, o método consultivo já não se aplica muito bem em dias atuais e tenho conduzido técnicas onde o vendedor pesquisa antecipadamente sobre o cliente e a suas necessidades, faz visita de sondagem e entra orientando/ensinando o cliente sobre o que e como ele deve comprar. Seria do vendedor não somente consultar o cliente e apresentar

uma proposta do que ele quer comprar, e sim o vendedor se posicionar e dizer para o cliente o que ele deve comprar.

Certamente explorar o benefício sempre se ajusta bem em qualquer método.

6) Como você lida com a objeção dos clientes?

Tem que ter uma preparação antecipada para conhecer as principais objeções que chegam e já ter pronta uma resposta plausível para que a negociação não pare na objeção. Conhecer bem o produto, o cliente, os concorrentes e o mercado facilitam muito para contornar a objeção da melhor forma possível.

**Benefícios que a implantação de técnicas eficazes de negociação em vendas pode trazer para as empresas.**

7) Cite benefícios que técnicas eficazes de negociação em vendas podem trazer para as empresas.

Entendo que toda a empresa tenha que ter um método de vendas definido, justo a equipe de vendas e dentro deste método, técnicas eficazes são definidas por teorias e refinadas por práticas de cada mercado. Os benefícios de técnica eficaz implementadas asseguram uma equipe de vendas treinada para atuar dentro de um padrão definido com a tendência de executar o planejamento e com isso buscar resultados conforme planejado ou esperado.

## **6.2 Líder Negócios Imobiliários**

**Principais competências para negociação utilizadas pelos profissionais de vendas**

1) Quais são as principais competências para negociação que você utiliza?

Normalmente uso as seguintes competências no dia a dia no ramo imobiliário: Comunicação, flexibilidade, empatia, assertividade, conhecimento do produto e um pouco de persuasão

2) Na sua opinião, quais são as principais competências para negociação que devem ser utilizadas pelos profissionais de vendas?

Creio que essas que citei se adaptam a maior parte do ramo das vendas, porém cada ramo tem sua peculiaridade e vai do vendedor e sua capacidade para adaptar ao produto a ser vendido. Entre as principais na minha visão estão a empatia, assertividade e comunicação

3) Quais habilidades você considera essenciais para um bom negociador?

Em primeiro lugar, o vendedor deve atentar-se às necessidades e desejos do cliente. É essencial manter uma comunicação clara e acessível com o público-alvo. Além disso, a inteligência emocional, a flexibilidade, a capacidade de analisar o perfil do cliente e a construção de networking são habilidades fundamentais para o sucesso nas negociações de vendas.

### **Técnicas eficazes de negociação utilizadas pelos profissionais de vendas**

4) Quais são as principais técnicas de negociação que você utiliza?

Entre as mais usadas estão: comunicação, análise, empatia, conhecimento do produto, escuta e paciência

5) Na sua opinião, quais são as principais técnicas de negociação que devem ser utilizadas pelos profissionais de vendas?

As principais são nessa ordem: Networking, escuta, comunicação clara, análise do que o cliente procura, assertividade em mostrar o produto, resiliência, inteligência emocional.

6) Como você lida com a objeção dos clientes?

A objeção é algo que vai estar sempre ao lado do vendedor e para lidar com ela tem que ter um bom jogo de cintura e usar as palavras certas. Normalmente analiso o que o cliente procura e tento ser mais pontual para não ter brecha para objeção. Quando encontro certa

resistência escuto o cliente para entender o que está acontecendo o que posso fazer para driblarmos juntos essa barreira.

### **Benefícios que a implantação de técnicas eficazes de negociação em vendas pode trazer para as empresas.**

7) Cite benefícios que técnicas eficazes de negociação em vendas podem trazer para as empresas.

Técnicas de ter uma boa escuta ativa e anotar o que o cliente procura de fato faz muita diferença. Saber os objetivos da compra e o motivo para entrar em um jogo emocional; Técnica do espelhamento: Se colocar no lado do cliente, entrar na sua linguagem corporal, tom de voz e palavras; Uma das mais fantásticas na minha opinião é a técnica de que cada objeção do cliente você encontra uma oportunidade, seja de dar um desconto, um brinde ou até mesmo uma ideia; E por último a técnica da prova social aonde você mostra outras pessoas que já compraram e estão felizes para o cliente ter mais segurança.

### **6.3 Revenda Sétima Veículos**

#### **Principais competências para negociação utilizadas pelos profissionais de vendas**

1) Quais são as principais competências para negociação que você utiliza?

Ética, clareza nas informações e entender a necessidade do cliente.

2) Na sua opinião, quais são as principais competências para negociação que devem ser utilizadas pelos profissionais de vendas?

Empatia, preparo para conhecer o produto e transmitir segurança ao cliente, ética para poder receber indicações.

3)Quais habilidades você considera essenciais para um bom negociador?

Flexibilidade para atender um desejo do cliente, seriedade, comunicação com clareza e ser conhecedor do produto.

### **Técnicas eficazes de negociação utilizadas pelos profissionais de vendas**

4)Quais são as principais técnicas de negociação que você utiliza?

Dar atenção ao cliente para entender a necessidade e oferecer um acordo que os dois se beneficiem.

5)Na sua opinião, quais são as principais técnicas de negociação que devem ser utilizadas pelos profissionais de vendas?

A criação de valor e sistema ganha-ganha (gera valor para ambas as partes, foca em relações de longo prazo e mutuamente benéficas).

6) Como você lida com a objeção dos clientes?

Manter a calma para identificar o motivo da objeção, assim tentar reverter apontando argumentos específicos a esses pontos;

### **Benefícios que a implantação de técnicas eficazes de negociação em vendas pode trazer para as empresas.**

7)Cite benefícios que técnicas eficazes de negociação em vendas podem trazer para as empresas.

Maior número de vendas e receita, fortalecimento da imagem e marca no mercado fidelização de clientes e novas indicações.

## **6.4 Cereais Menin**

### **Principais competências para negociação utilizadas pelos profissionais de vendas**

1)Quais são as principais competências para negociação que você utiliza?

Na minha opinião transmitir confiança e humildade na conversa são ferramentas indispensáveis para que a pessoa possa criar uma conexão durante a venda.

2)Na sua opinião, quais são as principais competências para negociação que devem ser utilizadas pelos profissionais de vendas?

Acredito que indiferente de qual ramo você atue, manter a humildade, transmitir confiança e ter o conhecimento necessário de assuntos gerais fazem a diferença diante do cliente.

3)Quais habilidades você considera essenciais para um bom negociador?

Um bom vendedor deve ser composto por uma soma de habilidades pessoais e profissionais, entre elas persuasão, empatia, adaptabilidade aos ambientes e assuntos durante a negociação.

### **Técnicas eficazes de negociação utilizadas pelos profissionais de vendas**

4)Quais são as principais técnicas de negociação que você utiliza?

Estabelecer confiança, saber interpretar e entender as principais necessidades do cliente, criar senso de necessidade e urgência, saber entregar seu produto pelo resultado e não pelo preço.

5)Na sua opinião, quais são as principais técnicas de negociação que devem ser utilizadas pelos profissionais de vendas?

Negociação ganha-ganha, ética, comprometimento entre as partes.

6) Como você lida com a objeção dos clientes?

Acredito que a principal atitude é escutar, interagir e a partir de então começar a agir rápido, conseguindo entregar dentro dos seus produtos ou ideias atender da melhor forma o cliente.

**Benefícios que a implantação de técnicas eficazes de negociação em vendas pode trazer para as empresas.**

7) Cite benefícios que técnicas eficazes de negociação em vendas podem trazer para as empresas.

Os principais benefícios de um bom negociador sempre se estabelecem em números, sendo os principais a fidelização dos clientes e posteriormente o aumento do número de faturamentos.

A seguir, está um quadro resumo com os principais resultados das entrevistas por profissional da área de vendas das quatro empresas alvo deste estudo.

Quadro 8 - Quadro resumo com os principais os resultados das entrevistas por profissional da área de vendas das quatro empresas alvo deste estudo.

	Marel Brasil Comercial e Industrial Ltda Entrevistado 1	Marel Brasil Comercial e Industrial Ltda Entrevistado 2	Líder Negócios Imobiliários	Revenda Sétima Veículos	Cereais Menin
<b>Principais competências para negociação utilizadas pelos profissionais de vendas</b>					
<b>1) Quais são as principais competências para negociação que você utiliza?</b>	Capacidade de relacionamento, dedicação e persistência.	- Organização e preparação – Para uma boa negociação é necessário conhecer o ambiente (conhecer que são os influenciadores/de cisores, quem são os concorrentes bem como seus	Normalmente uso as seguintes competências no dia a dia no ramo imobiliário: Comunicação, flexibilidade, empatia, assertividade, conhecimento do produto e um pouco de persuasão.	Ética, clareza nas informações e entender a necessidade do cliente.	Na minha opinião transmitir confiança e humildade na conversa são ferramentas indispensáveis para que a pessoa possa criar uma conexão

		<p>preços/proposta de valor).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conhecimento – Conhecer o que está vendendo bem como opções disponíveis no mercado que o cliente pode optar.</li> <li>- Persistência – Não tem venda perdida se a venda é importante. O vendedor tem que encontrar os caminhos da negociação movendo interno ou externo.</li> <li>- Comunicação – De forma geral, se o vendedor não se comunica, não alcança resultados.</li> </ul>			durante a venda.
<b>2)Na sua opinião, quais são as principais competências para negociação que devem ser utilizadas pelos profissionais de vendas?</b>	As principais competências no meu ponto de vista são: Dedicção, persistência, rapidez de raciocínio, habilidades de relacionamento e saber ouvir o cliente.	Todas as citadas na primeira questão. Se não estiver claro estas necessidades você até vai vender, mas certamente não via extrair o melhor da negociação para o cliente, ou para a empresa que ele vende.	Creio que essas que citei se adaptam a maior parte do ramo das vendas, porém cada ramo tem sua peculiaridade e vai do vendedor e sua capacidade para adaptar ao produto a ser vendido. Entre a principais na minha visão estão a empatia, assertividade e comunicação	Empatia, preparo para conhecer o produto e transmitir segurança ao cliente, ética para poder receber indicações.	Acredito que indiferente de qual ramo você atue, manter a humildade, transmitir confiança e ter o conhecimento necessário de assuntos gerais fazem a diferença diante do cliente.
<b>3)Quais habilidades você considera essenciais</b>	Velocidade de raciocínio, calma, saber o momento certo de atuar (com argumentos ou ofertas).	- Saber ouvir – Vendedor tem que escutar ou motivar o cliente a falar para melhor se	Em primeiro lugar, o vendedor deve atentar-se às necessidades e desejos do	Flexibilidade para atender um desejo do cliente, seriedade, comunicação	Um bom vendedor deve ser composto por uma soma de habilidades pessoais e

<p><b>para um bom negociador?</b></p>		<p>posicionar dentro da negociação.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Flexibilidade – Vendedor tem que jogar conforme o jogo se apresenta e focar na venda.</li> <li>- Usar ferramentas de tecnologia – Alcançar o cliente com o uso de tecnologias tais como rede sociais e outros para tem mais abrangência e influência.</li> </ul>	<p>cliente. É essencial manter uma comunicação clara e acessível com o público-alvo. Além disso, a inteligência emocional, a flexibilidade, a capacidade de analisar o perfil do cliente e a construção de networking são habilidades fundamentais para o sucesso nas negociações de vendas.</p>	<p>com clareza e ser conhecedor do produto.</p>	<p>profissionais, entre elas persuasão, empatia, adaptabilidade aos ambientes e assuntos durante a negociação.</p>
---------------------------------------	--	---	--	---	--

**Técnicas eficazes de negociação utilizadas pelos profissionais de vendas**

<p><b>4)Quais são as principais técnicas de negociação que você utiliza?</b></p>	<p>Existem diversas técnicas para a realização de vendas, desde descobrir as “dores” de seu cliente e apresentar soluções que vão de encontro a essas necessidades, estratégias de preço, a “famosa” venda consultiva, mas atualmente a melhor técnica na minha opinião é a “venda desafiadora” onde o vendedor deve conhecer tanto o negócio de seu cliente que pode aportar valor na venda que nem mesmo seu cliente estava considerando para o negócio,</p>	<p>Em minha rotina, utilizo o método consultivo com as técnicas de abordagem inicial, identificação da necessidade, apresentação dos produtos/serviços, contorno de objeções, criação de valor, negociação ou próximos passos.</p>	<p>Entre as mais usadas estão: comunicação, análise, empatia, conhecimento do produto, escuta e paciência.</p>	<p>Dar atenção ao cliente para entender a necessidade e oferecer um acordo que os dois se beneficiem.</p>	<p>Estabelecer confiança, saber interpretar e entender as principais necessidades do cliente, criar senso de necessidade e urgência, saber entregar seu produto pelo resultado e não pelo preço.</p>
--	--	--	--	---	--

	<p>como tendências do mercado, perspectivas de futuro, ajustes ao projeto que garantam uma maior vantagem competitiva ao cliente, principalmente envolvendo a venda de produtos ou serviços de uma empresa para outra empresa (B2B), com essa venda desafiadora, o vendedor desde que tenha informações e conhecimentos úteis ao cliente, se posiciona em um patamar de maior valor que a concorrência.</p>				
<p><b>5)Na sua opinião, quais são as principais técnicas de negociação que devem ser utilizadas pelos profissionais de vendas?</b></p>	<p>Argumentação assertiva, buscando pontos realmente relevantes que confirmam vantagens ao produto em questão, apresentação de cálculos de ROI (return over investment), estabelecimento de estratégia de preço para a negociação (estabelecimento de preço ou margem mínima aceitável para a venda), compreensão de</p>	<p>Na minha opinião, o método consultivo já não se aplica muito bem em dias atuais e tenho conduzido técnicas onde o vendedor pesquisa antecipadamente sobre o cliente e a suas necessidades, faz visita de sondagem e entra orientando/ensinando o cliente sobre o que e como ele deve comprar. Seria do vendedor não somente consultar o cliente</p>	<p>As principais são nessa ordem: Networking, escuta, comunicação clara, análise do que o cliente procura, assertividade em mostrar o produto, resiliência, inteligência emocional.</p>	<p>A criação de valor e sistema ganha-ganha (gera valor para ambas as partes, foca em relações de longo prazo e mutuamente benéficas).</p>	<p>Negociação ganha-ganha, ética, comprometimento entre as partes.</p>

	que o processo de venda engloba além da negociação de preço, o completo fechamento com prazos de entrega, prazos de contrato (se for o caso) e condições de pagamento.	e apresentar uma proposta do que ele quer comprar, e sim o vendedor se posicionar e dizer para o cliente o que ele deve comprar. Certamente explorar o benefício sempre se ajusta bem em qualquer método.			
<b>6) Como você lida com a objeção dos clientes?</b>	As objeções são parte comum nas negociações. Seja por dúvidas do cliente em seu próprio projeto, seja por dúvidas quanto ao produto apresentado, seja por desejo de comprar outro produto (concorrente). O importante é compreender de onde vem, e o porquê da objeção, não diminuir sua importância, e apresentar soluções eficazes e duradouras para o problema.	Tem que ter uma preparação antecipada para conhecer as principais objeções que chegam e já ter pronta uma resposta plausível para que a negociação não pare na objeção. Conhecer bem o produto, o cliente, os concorrentes e o mercado facilitam muito para contornar a objeção da melhor forma possível.	A objeção e algo que vai estar sempre ao lado do vendedor e para lidar como ela tem que ter um bom jogo de cintura e usar as palavras certas. Normalmente analiso o que o cliente procura e tento ser mais pontual para não ter brecha para objeção. Quando encontro certa resistência escuto o cliente para entender o que está acontecendo o que posso fazer para driblarmos juntos essa barreira.	Manter a calma para identificar o motivo da objeção, assim tentar reverter apontando argumentos específicos a esses pontos	Acredito que a principal atitude é escutar, interagir e a partir de então começar a agir rápido, conseguindo entregar dentro dos seus produtos ou ideias atender da melhor forma o cliente.
<b>Benefícios que a implantação de técnicas eficazes de negociação em vendas pode trazer para as empresas.</b>					
<b>7)Cite benefícios que técnicas eficazes de negociação em vendas podem trazer</b>	O planejamento prévio, para qualquer atividade, torna a implementação das ações mais assertivas e prepara a pessoa	Entendo que toda a empresa tenha que ter um método de vendas definido, justo a equipe de vendas e dentro deste método, técnicas	Técnicas de ter uma boa escuta ativa e anotar o que o cliente procura de fato faz muita diferença. Saber os objetivos da	Maior número de vendas e receita, fortalecimento da imagem e marca no mercado fidelização de	Os principais benefícios de um bom negociador sempre se estabelecem em números, sendo os

<p><b>para as empresas.</b></p>	<p>envolvida na negociação para tomadas de decisões mais rápidas no momento da negociação. É possível prever algumas situações e preparar-se com argumentos que possam vencer objeções colocadas pelo cliente de forma mais convincente e com maior valor para a tomada de decisão. Apesar das técnicas de vendas, é muito importante que o “vendedor” tenha uma leitura correta do cliente, de como é seu comportamento, suas formas de decisão (emocional, técnica, urgência) e alinhar sua estratégia o máximo possível ao fator decisório em questão, mas o fator humano, o relacionamento, a empatia com o cliente é parte fundamental no processo de negociação.</p>	<p>eficazes são definidas por teorias e refinadas por práticas de cada mercado. Os benefícios de técnicas eficazes implementadas asseguram uma equipe de vendas treinada para atuar dentro de um padrão definido com a tendência de executar o planejamento e com isso buscar resultados conforme planejado ou esperado.</p>	<p>compra e o motivo para entrar em um jogo emocional; Técnica do espelhamento: Se colocar no lado do cliente, entrar na sua linguagem corporal, tom de voz e palavras; Uma das mais fantásticas na minha opinião e a técnica de que cada objeção do cliente você encontra uma oportunidade, seja de dar um desconto, um brinde ou até mesmo uma ideia; E por último a técnica da prova social aonde você mostra outras pessoas que já compraram e estão felizes para o cliente ter mais segurança.</p>	<p>clientes e novas indicações.</p>	<p>principais a fidelização dos clientes e posteriormente o aumento do número de faturamentos.</p>
---------------------------------	--	--	---	-------------------------------------	--

Fonte: elaborado pelo autor, baseado no resultado das entrevistas aplicadas

## 7 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

A partir de agora, serão realizadas as análises e interpretações com relação às sete perguntas formuladas para os quatro entrevistados da área de vendas.

Na pergunta de número 1, que diz respeito a “**Quais são as principais competências para negociação que você utiliza?**”, tem-se como principais resultados:

- a) Persistência;
- b) Conhecimento do produto e do ambiente;
- c) Comunicação.

Tais competências são reforçadas pelos autores Fisher, Ury e Patton (1981, p 1) que dizem que “O profissional de vendas bem-sucedido é aquele que não desiste diante das primeiras objeções; ele entende que a **persistência** é parte fundamental do processo de convencimento”.

Ainda, conforme Kotler e Keller (2012, p 1), “O **conhecimento** detalhado do produto e do mercado é essencial para gerar credibilidade junto ao cliente e conduzir uma negociação de forma eficaz”.

Em Spin Selling de Rackham (1988, p 1) fortalecem os resultados deste estudo, abordando que “Vendas são essencialmente um processo de **comunicação**. O vendedor precisa transmitir valor de forma convincente e criar um relacionamento com o cliente por meio do diálogo”.

A pergunta de número 2: “Na sua opinião, quais são as principais **competências para negociação que devem ser utilizadas pelos profissionais de vendas?**”, tem como respostas mais significativas:

- a) Conhecimento do produto e do ambiente;
- b) Comunicação;

- c) Transmitir confiança e segurança ao cliente;
- d) Persistência;
- e) Empatia.

Roger Fisher e William Ury (1981), este clássico sobre negociação enfatiza a importância da comunicação clara e eficaz para alcançar acordos mutuamente benéficos.

Cialdini (2021), explora como transmitir confiança e segurança através de princípios de persuasão.

Daniel H. Pink em Saber vender é da natureza humana (2012), explora como a empatia é uma habilidade essencial para vendas eficazes e como se conectar genuinamente com os clientes.

Na pergunta de número 3: “**Quais habilidades você considera essenciais para um bom negociador?**”, tem como respostas mais significativas:

- a) Flexibilidade;

Michael Wheeler (2016), explora como a flexibilidade e a adaptabilidade são cruciais para negociações eficazes. O autor argumenta que negociadores mestres prosperam em meio ao caos e à incerteza, não se prendendo a planos rígidos. Em vez disso, eles entendem a negociação como um processo de exploração que exige aprendizado contínuo, adaptação e influência.

Na pergunta de número 4: “**Quais são as principais técnicas de negociação que você utiliza?**”, tem como respostas mais significativas:

- a) Criação de valor;
- b) Identificar necessidades;
- c) Comunicação eficaz e empatia;

d) Estratégias de preço;

Matthew Dixon (2013), apresenta a ideia de que os vendedores mais bem-sucedidos são aqueles que desafiam seus clientes com insights únicos sobre como podem economizar ou ganhar dinheiro. Em vez de simplesmente fornecer informações sobre produtos, os vendedores "Challenger" ensinam os clientes sobre suas necessidades comerciais e como podem obter vantagens competitivas.

Os vendedores devem adaptar suas mensagens de vendas às necessidades e objetivos específicos do cliente. Isso inclui ser assertivo e tomar controle da venda, o que muitas vezes envolve discutir **estratégias de preço** de forma que o cliente veja o valor além do custo.

Chris Voss (2019), destaca a importância da escuta ativa e da empatia na negociação. A escuta ativa envolve prestar atenção genuína ao interlocutor e refletir suas palavras, enquanto a empatia utiliza técnicas como a rotulagem de emoções para reconhecer e validar os sentimentos do outro lado. Juntas, essas habilidades promovem uma comunicação aberta e construtiva, facilitando a construção de acordos mutuamente benéficos.

Na pergunta de número 5: **“Na sua opinião, quais são as principais técnicas de negociação que devem ser utilizadas pelos profissionais de vendas?”**, tem como respostas mais significativas:

- a) Análise do que o cliente procura;
- b) Ética e o comprometimento;

Rackham (1988), ao seguir essa sequência de perguntas, os vendedores podem guiar a conversa de forma a descobrir as necessidades reais do cliente e posicionar seu produto ou serviço como a solução ideal. Essa abordagem permite uma análise detalhada

do que o cliente procura, facilitando a criação de valor e o fechamento de vendas complexas e de alto valor.

Fisher e Ury (1981), defendem a negociação baseada em princípios, onde o foco está em interesses mútuos e soluções justas. Eles enfatizam a importância de separar as pessoas do problema, evitando ataques pessoais e mantendo a integridade durante o processo de negociação. Além disso, o livro destaca a importância de construir relacionamentos baseados em confiança e comprometimento. Os autores sugerem que os negociadores devem buscar entender os interesses subjacentes de ambas as partes e trabalhar juntos para encontrar soluções que satisfaçam esses interesses, promovendo um compromisso duradouro.

Na pergunta de número 6: **“Como você lida com a objeção dos clientes?”**, tem como respostas mais significativas:

- a) Soluções eficazes e duradouras para o problema;
- b) Escutar ativamente;
- c) Compreensão profunda da objeção;

Voss (2019), enfatiza a importância de encontrar soluções que realmente resolvam os problemas do cliente e que sejam sustentáveis a longo prazo.

O livro destaca a escuta ativa como uma técnica fundamental para entender as necessidades e preocupações do cliente, permitindo uma negociação mais eficaz.

O autor utiliza técnicas como a rotulagem de emoções para entender profundamente as objeções do cliente e abordá-las de maneira eficaz.

Na pergunta de número 7: **“Cite benefícios que técnicas eficazes de negociação em vendas podem trazer para as empresas.”**, tem como respostas mais significativas:

- a) Planejamento e preparação;
- b) Métodos de vendas definidos;
- c) Fidelização de clientes;

Os autores Dixon e Adamson (2013), cita a importância do planejamento e preparação para desafiar os clientes com insights únicos e relevantes. Os vendedores "Challenger" são treinados para entender profundamente o negócio do cliente e oferecer soluções inovadoras que os clientes nem sabiam que precisavam. O livro descreve um método estruturado que permite aos vendedores controlar a conversa e agregar valor de maneira consistente e eficaz.

Além disso, ao fornecer insights valiosos e ajudar os clientes a identificar novas oportunidades, os vendedores "Challenger" constroem confiança e fidelizam os clientes. Essa abordagem não apenas melhora as vendas imediatas, mas também fortalece as relações de longo prazo com os clientes, garantindo um sucesso contínuo nas vendas e um relacionamento duradouro com a base de clientes.

## **8 RECOMENDAÇÕES AOS PROFISSIONAIS DA ÁREA DE VENDAS**

A seguir estão algumas recomendações delineadas especificamente aos profissionais de vendas em termos de técnicas de negociação em vendas mais eficazes, que trazem aumento de vendas e resultados positivos em um mercado altamente competitivo.

Assim, é fundamental que os profissionais de vendas utilizem técnicas de negociação eficazes para alcançar melhores resultados. Práticas como comunicação clara, flexibilidade nas abordagens e o uso estratégico de argumentos de valor contribuem significativamente para o aumento das vendas e a fidelização de clientes.

Recomenda-se, ainda, que os vendedores invistam no aprimoramento contínuo de suas habilidades, aliando técnica, ética e foco no cliente para garantir negociações mais produtivas e duradouras.

Na continuidade, em termos de técnicas de negociação, é relevante que os profissionais de vendas utilizem diversas técnicas de negociação para alcançar acordos vantajosos e duradouros. Entre as mais eficazes está a abordagem **ganha-ganha**, que visa atender aos interesses de ambas as partes, promovendo relações sustentáveis. (URY, 2019). A **escuta ativa** é fundamental para compreender as reais necessidades do cliente e adaptar a proposta de valor de forma personalizada. (KOTLER & KELLER, 2012). A **técnica da ancoragem**, ao apresentar uma primeira proposta estratégica, influencia a percepção do cliente sobre preços e condições. (CIALDINI, 2021). O conceito de **BATNA** (melhor alternativa a um acordo negociado) fortalece o poder de negociação ao garantir alternativas ao profissional. (FISHER, URY & PATTON, 1981). O domínio dessas técnicas, aliado à ética e ao preparo, torna o processo de negociação mais estratégico e eficiente.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O problema desse estudo é: “Quais são as técnicas de negociação em vendas que trazem aumento de vendas e resultados positivos em um mercado altamente competitivo”.

Para responder à questão de pesquisa, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com cinco profissionais da área de vendas de empresas localizadas no município de Guaporé. São elas: Marel Brasil Comercial e Industrial Ltda, Líder Negócios Imobiliários, Revenda Sétima Veículos e Cereais Menin.

As entrevistas foram aplicadas através do whatsapp e presencialmente no mês de março de 2025.

O formulário conteve sete questões abertas, que contemplaram os objetivos específicos, a saber: identificar quais são as principais competências para negociação

utilizadas pelos profissionais de vendas; identificar quais são as principais técnicas eficazes de negociação utilizadas pelos profissionais de vendas; identificar os benefícios que a implantação de técnicas eficazes de negociação em vendas pode trazer para as empresas.

Na sequência, foi montado um quadro resumo com os principais resultados das entrevistas por profissional da área de vendas das quatro empresas.

A aplicação das entrevistas junto a profissionais de vendas de diferentes segmentos como veículos, cereais, imóveis e máquinas industriais permitiu identificar padrões significativos no uso de técnicas de negociação. Apesar das diferenças entre os ramos de atuação, os resultados obtidos mostraram-se bastante homogêneos e satisfatórios, o que evidencia a consistência de certos comportamentos e competências no processo de negociação.

De forma recorrente, os participantes destacaram a flexibilidade como uma habilidade essencial, uma vez que negociar exige adaptação às necessidades e realidades de cada cliente. O relacionamento interpessoal também foi amplamente mencionado, reforçando a importância de estabelecer vínculos de confiança. Além disso, organização e comunicação clara foram apontadas como fatores determinantes para conduzir negociações eficientes e transparentes.

Outro ponto unânime foi o papel da empatia, que permite ao vendedor se colocar no lugar do cliente, compreender suas demandas e oferecer soluções adequadas. A clareza na apresentação da proposta e o cuidado em entender profundamente as necessidades do cliente surgiram como elementos-chave para aumentar a chance de sucesso nas negociações.

Esses resultados indicam que, independentemente do setor de atuação, os profissionais de vendas compartilham percepções semelhantes sobre as competências e estratégias que mais contribuem para uma negociação eficaz. Isso reforça a relevância de investir no desenvolvimento dessas habilidades para obter melhores resultados em contextos comerciais variados.

Na sequência, foram desenvolvidas recomendações delineadas especificamente aos profissionais de vendas em termos de técnicas de negociação em vendas mais

eficazes, que trazem aumento de vendas e resultados positivos em um mercado altamente competitivo.

É necessário que os profissionais de vendas dominem técnicas de negociação eficazes para alcançar melhores resultados em um mercado competitivo. Práticas como comunicação clara, flexibilidade nas abordagens e argumentos de valor contribuem para o aumento das vendas e a fidelização de clientes. Técnicas como a abordagem ganha-ganha, a escuta ativa, a ancoragem e o uso do conceito de BATNA fortalecem o processo negociador, promovendo acordos vantajosos e duradouros. Recomenda-se, portanto, que os vendedores invistam continuamente no aprimoramento de suas habilidades, aliando técnica, ética e foco no cliente para tornar as negociações mais estratégicas e sustentáveis.

Por fim, como sugestão de trabalhos futuros, após o objetivo geral ter sido atingido, o que pode ser feito na sequência é sobre o que ocorre após uma negociação. O processo de vendas não termina com o fechamento do negócio; pelo contrário, é nesse momento que se inicia uma nova etapa fundamental: o pós-venda. Essa fase consiste em todas as ações realizadas após a conclusão da venda, com o objetivo de garantir a satisfação do cliente, reforçar o relacionamento e estimular a recompra ou a indicação.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Editora Edições 70, 2015.

CIALDINI, Robert. B. **As Armas da Persuasão 2.0**. Editora Harper Collins, 2021.

COVEY, Stephan. **A Velocidade da Confiança: o Elemento que faz Toda a Diferença**. Editora Alta Books, 2017.

FISHER, Roger; URY, William; PATTON, Bruce. **Como Chegar Ao Sim: Como negociar acordos sem fazer concessões**. Editora Penguin Books, 1981.

FLICK, U. **An Introduction to Qualitative Research**. Sage, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. Editora Atlas, 2008.

GOLEMAN, Daniel. **Inteligência Emocional**. Editora Objetiva, 1995.

KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do Consumidor**. Editora Atlas, 2004.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. Editora Pearson, 2014.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. Editora Person, 2012.

Krippendorff, K. Content Analysis: **An Introduction to Its Methodology**. Sage, 2004.

LEWICKI, Roy J; BARRY, Bruce; SAUNDERS, David M. **Fundamentos de Negociação**. Editora McGraw Hill, 2014.

LOVELOCK, Christophe; WRIGHT, Laur. **Serviços, Marketing e Gestão**. Editora Saraiva, 2006.

MARTINELLI, Dante P; ALMEIDA, Ana Paula. **Negociação e soluções de conflitos: do impasse ao ganha-ganha através do melhor estilo**. São Paulo: Atlas, 2012.

PORTER, Michael. **Estratégia Competitiva - Técnicas Para Análise de Indústrias e da Concorrência**. Editora Atlas, 1980.

QUIVY, Raymond; CAMPENHOUDT, Luc Van. **Manual de Investigação em Ciências Sociais**. Editora Gradiva, 1992.

RACKHAM, Neil. **Alcançando excelência em vendas para grandes clientes**. Spin Selling. Editora M.Books, 1988.

SANER, Raymond. **O negociador experiente: estratégias, táticas, motivação, comportamento, liderança**. 3. ed. São Paulo: Editora Senac, 2002.

SELIGMAN, Martin. **Aprenda a ser otimista**. Editora Objetiva, 1990.

SHELL, Richard. **Bargaining for Advantage**. Editora Penguin Books, 1999.

THOMPSON, Leigh. **Razão e o Coração do Negociador**. Editora Monitor, 2008.

YIN, Robert. K. **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. Editora Bookman, 2014.

PINK, Daniel H. **Saber vender é da Natureza Humana**. Editora Leya, 2012.

WHEELER, Michael. **A Arte da Negociação**. Editora Leya, 2016.

DIXON, Matthew; ADAMSON, Brent. **A Venda Desafiadora: Assumindo o controle da conversa com o cliente**. Editora Portfolio Penguin, 2013.

VOSS, Christopher; RAZ, Tahl. **Negocie Como Se Sua Vida Dependesse Disso**. Editora Sextante, 2019.

URY, William. **Supere O Não: Como negociar com pessoas difíceis**. Editora Benvirá, 2019.

BRAVO, Alfredo; CAVALCANTI, Bravo. **Negociação 7.0. Os Sete Passos do Planejamento Para Uma Negociação Eficaz**. Editora Ubook, 2022.