



Guia de perfis de Clientes

“Compreender os tipos de clientes da loja pode fazer toda a diferença na hora da venda. Com uma abordagem específica para cada perfil de consumo, a chance de sucesso do vendedor é reforçada, e a jornada até a compra, encurtada.”

Hoje, vamos conhecer 27 tipos de perfis de clientes, no qual ajudará muito nos processos para melhor atendê-los, e sermos bem sucedidos nas nossas vendas. No fundo, a fórmula é a mesma para todos: descobrir as necessidades do cliente e oferecer uma solução certa, que agregue valor e resolva seus problemas. Sendo eles:

1. Cliente decidido
2. Cliente indeciso
3. Cliente confuso
4. Cliente apressado
5. Cliente sem pressa
6. Cliente Comunicativo
7. Cliente não comunicativo
8. Cliente atento
9. Cliente desatento
10. Cliente que só diz sim
11. Cliente “ Estrela ”
12. Cliente negociador
13. Cliente amante da marca
14. Cliente colaborador
15. Cliente ansioso
16. Cliente bem-humorado
17. Cliente que barganha
18. Cliente Cético
19. Cliente irritado
20. Cliente da concorrência
21. Cliente grosseiro
22. Cliente satisfeito
23. Cliente crítico
24. Cliente informal
25. Cliente especialista
26. Cliente independente
27. Cliente indiferente

Agora que listamos nossos clientes, vamos falar um pouco sobre o comportamento de cada um :)

1. Cliente decidido

O cliente decidido está sempre um passo à frente e muitas vezes conhece o produto ou serviço tão bem quanto você. Na verdade, ele é do tipo que já pesquisou toda a concorrência e fez todas as comparações possíveis entre as ofertas disponíveis no mercado. Quase sempre, esse cliente se encontra no fundo do funil de vendas, pronto para tomar sua decisão de compra.

Ao abordá-lo, ouça atentamente suas necessidades e fale apenas o necessário, reforçando os atributos técnicos do produto e realizando demonstrações curtas e objetivas.

Seja prestativo e faça com que ele se sinta no controle, deixando a decisão por sua conta.

2. Cliente indeciso

O cliente indeciso é aquele que realmente precisa do vendedor para indicar a melhor opção de compra.

Ele pode até conhecer o produto ou serviço, mas demonstra insegurança e não tem informações suficientes para embasar sua decisão.

Assim, cabe a você fazer o papel de vendedor consultivo e identificar o que esse cliente precisa para oferecer a solução ideal.

Para isso, faça perguntas, mostre as opções de forma clara e descubra junto com ele qual a melhor escolha.

3. Cliente confuso

O tipo de cliente confuso é autoexplicativo: ele não apenas é indeciso, como também está completamente perdido entre as opções disponíveis.

Novamente, você fará uma venda consultiva, tomando o cuidado de oferecer uma solução que realmente resolverá o problema dele.

Porém, nesse caso, você deverá limitar as opções conforme for descobrindo as necessidades do cliente, para evitar que ele perca o foco e adie ainda mais a decisão.

4. Cliente apressado

O cliente apressado é facilmente reconhecido pelo comportamento inquieto e checagem constante das horas.

Com ele, você precisa ir direto ao ponto e encontrar o caminho mais curto para atender suas necessidades, sem fazê-lo esperar mais que o necessário.

Faça demonstrações rápidas e simples, seja objetivo e mostre que você valoriza o tempo desse cliente.

5. Cliente sem pressa

O cliente sem pressa é um dos tipos mais metódicos, que tem todo o tempo do mundo para ponderar suas opções e tomar a melhor decisão.

Você terá que ter muita paciência para mostrar cada detalhe dos produtos, além de esperar que ele demonstre o momento certo para fechar a venda.

Frequentemente, esse tipo de cliente espera atenção exclusiva, dedicação e interesse do vendedor, e gosta de ser convencido com bons argumentos.

6. Cliente comunicativo

Quando você fica em dúvida se a pessoa realmente quer comprar algo ou só entrou na loja para bater papo, está diante de um cliente comunicativo.

Por um lado, é fácil despertar seu interesse pela oferta, pois ele tende a convencer a si mesmo ao conversar sobre os benefícios do produto ou serviço. Por outro lado, sua falta de foco pode desviar o rumo da venda, daí a importância de evitar assuntos paralelos e direcionar bem a conversa.

7. Cliente não comunicativo

No outro extremo do cliente tagarela, temos o cliente não comunicativo, que é um verdadeiro mistério para os vendedores.

Seu desafio é identificar as intenções desse cliente a partir de suas poucas palavras, gestos e linguagem corporal.

Procure criar um discurso com o qual ele se identifique, ou seja, coloque as palavras em sua boca para convencê-lo a fechar a venda.

8. Cliente atento

O cliente atento mantém seu radar ligado durante toda a venda, prestando atenção em tudo o que você diz.

Ele costuma fazer muitas perguntas e vai exigir coerência no seu discurso para tomar uma decisão favorável.

Por isso, tome cuidado com as inconsistências e não cometa nenhum deslize se quiser fechar essa venda.

9. Cliente desatento

O cliente desatento está com mil preocupações na cabeça, e nenhuma delas diz respeito ao seu produto ou serviço.

Pode ser desafiador prender sua atenção, pois ele precisa ser guiado até a decisão de compra antes que disperse seus pensamentos novamente.

Por isso, tente apresentar brevemente as opções e descobrir suas necessidades o mais rápido possível.

10. Cliente que só diz sim

O cliente que só diz “sim” pode parecer fácil de lidar, mas, na verdade, você vai ter que conquistar a confiança dele antes de comemorar mais uma venda.

Se você conseguir suprir suas necessidades de aceitação, ele estará disposto a gastar um bom dinheiro e se tornar um cliente fiel.

Então, não poupe esforços para recebê-lo muito bem e explicar todas as soluções em detalhes, reforçando as respostas positivas dele durante a conversa.

11. Cliente “estrela”

Todo vendedor já teve que lidar com um cliente que gosta de ser o centro das atenções. Normalmente, o cliente “estrela” chega fazendo barulho e desafiando os vendedores a resolverem seu problema, ainda que não tenha tanto conhecimento quanto afirma.

Nessa hora, use a máxima “gentileza gera gentileza” e tenha toda a paciência e educação do mundo, mesmo quando ele fizer críticas duras.

Lembre-se de jogar o jogo dele e fazê-lo se sentir importante, ainda que seja preciso massagear seu ego para fechar a venda.

12. Cliente negociador

Sabe aquele cliente que precisa levar alguma vantagem a qualquer custo?

É o tipo de cliente negociador, que não vai desistir até extrair tudo o que puder de você.

O segredo para lidar com ele é ter uma boa margem de negociação, mas resistir ao máximo antes de ceder, para valorizar cada facilidade oferecida.

Assim, você sempre terá uma carta na manga e ele ficará satisfeito com seu empenho.

13. Cliente amante da marca

Atender um cliente amante da marca é sempre um prazer para o vendedor, mas também uma grande responsabilidade.

Esse cliente é o grande embaixador da sua marca, que merece um tratamento à altura de sua importância como promotor da loja.

Então, prepare vantagens especiais para melhorar ainda mais a experiência dele e garantir sua fidelidade.

14. Cliente colaborador

O cliente colaborador faz críticas construtivas e sugestões que ajudam a melhorar seus produtos e serviços.

Ao atendê-lo, você deve mostrar que os comentários são bem-vindos e que serão levados a sério pela empresa.

Assim, você inicia um relacionamento produtivo para ambas as partes, estimulando o cliente a contribuir cada vez mais e aproveitar a evolução das soluções.

15. Cliente ansioso

O cliente ansioso é aquele típico consumidor que faz compras por impulso e busca a satisfação imediata, o que nem sempre é saudável para o bolso.

Como um vendedor diferenciado, você nunca deve se aproveitar da impaciência desse cliente para “empurrar” produtos.

Ao invés disso, descubra rapidamente do que ele precisa e deixe claro quais são as opções mais vantajosas e com o melhor custo-benefício, criando uma relação de confiança.

16. Cliente bem-humorado

O cliente bem-humorado costuma ser muito querido pelos vendedores, pois está sempre esbanjando simpatia e descontração.

Você pode se divertir junto com ele, mas não cometa o erro de supor que a venda está garantida só pelos sorrisos.

Seja igualmente agradável sem perder a seriedade, compreendendo suas intenções de compra e sugerido a solução perfeita.

17. Cliente que barganha

O cliente que barganha é parecido com o cliente negociador, mas a pechincha é sua especialidade.

Como diz a expressão popular, ele vai “chorar” até conseguir o maior desconto possível, usando todas as técnicas que puder nesse processo.

Então, prepare-se para defender as qualidades do produto e oferecer vantagens alternativas como melhores condições de pagamento, brindes e garantias.

Deixe seu melhor desconto para o final, como ultimato para o fechamento da venda.

18. Cliente cético

Com certeza você já teve trabalho com um cliente cético, do tipo que desconfia de cada frase que você diz e precisa de provas o tempo todo.

Esse cliente é altamente criterioso e só acredita vendo.

Por isso, não perca tempo com discursos e vá direto para as demonstrações, exemplos práticos e garantias do seu produto ou serviço.

Certifique-se de mostrar soluções de várias faixas de preço, para provar que não está tentando fazê-lo comprar o mais caro.

19. Cliente irritado

Entre os piores tipos de clientes possíveis, está o famoso cliente irritado.

Ele é impaciente, irredutível e muitas vezes intimidador, e terá sempre uma resposta pronta para contra-argumentar com você.

Para lidar com esse cliente, você terá que dar uma aula de equilíbrio, educação e seriedade.

Seja firme, mostre que você confia na qualidade do produto e ofereça a solução certa logo de início, sem abrir espaço para discussões.

20. Cliente da concorrência

O cliente da concorrência é aquele que já chega falando da loja concorrente, e que está buscando motivos para mudar de ideia.

É provável que ele reforce os benefícios oferecidos pelo outro produto e pressione você a superá-los com sua oferta.

Nesse caso, você já sabe qual linha de argumentação utilizar: foque nos diferenciais do produto/serviço em relação à concorrência e traga o cliente para o seu lado.

21. Cliente grosseiro

Um dos maiores desafios da equipe de vendas é encarar o cliente grosseiro, que faz questão de dizer que está sempre com a razão e não perde a oportunidade de reclamar. Geralmente, esse cliente já está insatisfeito com experiências anteriores – mesmo que tenham ocorrido em outras empresas – e desconta suas frustrações no vendedor.

Para lidar com ele, você deverá manter a firmeza e seriedade, ignorando seus comentários rudes e focando a conversa somente em sua necessidade de compra.

É importante estabelecer limites para que esse tipo de cliente não chegue ao ponto de proferir ofensas, que são inadmissíveis em qualquer relação comercial.

22. Cliente satisfeito

Ao atender ao cliente satisfeito, sua única preocupação será manter o nível de excelência e provar que sua loja é sempre a melhor escolha.

É um dos tipos de clientes mais fáceis de lidar, pois já tem uma percepção positiva da sua empresa e se comporta como um cliente da casa.

Aproveite a visita dele para apresentar as novidades em primeira mão, oferecer uma vantagem especial e estreitar ainda mais o relacionamento.

23. Cliente crítico

O cliente crítico é uma mistura dos tipos de clientes cético e colaborador: tão desconfiado quanto o primeiro, mas não tão cordial quanto o segundo.

Fechar uma venda com esse cliente exigirá um longo debate, pois ele quer discutir cada detalhe sobre o produto ou serviço e terá referências de concorrentes para defender sua opinião.

24. Cliente informal

Há vantagens e desvantagens em atender um cliente informal, dependendo do estilo do vendedor.

O lado bom é que ele se dirige a você como se falasse com um velho amigo, e o lado ruim é que essa proximidade pode dificultar a venda.

Se quiser conquistar esse cliente, você terá que ser absolutamente honesto, transparente e prático, além de usar uma linguagem parecida para se comunicar com ele.

25. Cliente especialista

O cliente especialista requer um vendedor especialista, pois sabe mais sobre o produto do que a própria equipe de vendas.

Dos tipos de clientes, é o mais difícil de abordar, pois geralmente tem uma visão profissional sobre o produto ou serviço.

Atendê-lo será como vender um tênis de corrida para um maratonista, e é melhor estar preparado para o desafio.

26. Cliente independente

Quando você aborda o cliente e recebe respostas do tipo “só estou dando uma olhada”, está lidando com um cliente independente.

É difícil saber se esse cliente está realmente interessado em comprar algo ou somente passando o tempo.

Na dúvida, fique por perto e faça perguntas quando encontrar uma brecha para isso, mas espere que ele tome a atitude de procurá-lo.

Deixe claro que você está disposto a demonstrar soluções e tirar todas as dúvidas dele.

27. Cliente indiferente

Por fim, o cliente indiferente é um dos tipos de clientes mais enigmáticos, pois quase não reage à abordagem do vendedor.

Ele pode estar desinteressado, indeciso ou desconfiado, e cabe a você investigar suas intenções de compra.

Para isso, teste várias hipóteses e fale de diferentes aspectos do produto, como qualidade, preço, durabilidade e design.

Assim, você pode identificar qual característica chamou mais a atenção do cliente e abrir um diálogo para oferecer as melhores soluções.

Conclusão

Certamente você já se deparou com muitos clientes dessa lista, e está muito mais preparado para lidar com todos eles.

Vamos ver se você aprendeu? Responda as questões no Ementa e bora ficar craque nesse Guia de Clientes ;)