

## 6 Recomendações gerenciais

O estudo mostrou que os vendedores entendem que a autoapresentação contribui positivamente no processo de construção de confiança, entretanto, apareceram poucos relatos de autoapresentação do vendedor em relação à sua própria proteção financeira, aos seus próprios seguros de vida. Cabe incluir no script de vendas, com leveza, uma explanação sobre o que os profissionais fizeram para suas próprias famílias. Vale compartilhar com o cliente quantas apólices cada um tem, porque foram compradas, e em que momento de vida cada decisão foi tomada.

Parece ser um consenso, para os entrevistados, que os primeiros minutos na frente do cliente são determinantes para o sucesso em vendas. O estudo mostrou que não há problema algum em tentar causar uma boa primeira impressão. Entretanto, parece que os vendedores não têm o conhecimento de uma outra linha de pesquisa que sugere que, nesta hora, o mais importante é conseguir a aprovação do cliente para fazer perguntas. Estes pesquisadores sugerem que o vendedor deve ter o direito, claramente, de fazer perguntas. Cabe ao vendedor conseguir esse consentimento detalhando que se trata de um processo de venda grande, de multivisitas, e que a investigação profunda é um pré-requisito necessário.

Os vendedores *experts* desenvolveram habilidades para transformar necessidades aparentemente pequenas em urgentes, durante o processo de despertar das necessidades. Alguns pesquisadores sugerem tratar-se da transformação de necessidades implícitas em necessidades explícitas, mas parece que esta diferenciação (implícita / explícita) não é tão clara para os entrevistados. O entendimento desta diferença pode fortalecer a sensação no cliente de que precisa agir mais rapidamente.