

NOVAS ESTRATÉGIAS DE VENDAS PÓS-CRISE: A ARTE DE VENDER É A ARTE DE SE RELACIONAR

Por Aínor Francisco Lotério

NÃO AGIR PELO SUSTO: ESTRATÉGIAS DE CURTO PRAZO PARA UM MOMENTO DE RUPTURA

Na palestra Novas Estratégias de Vendas Pós-Crise, realizada para o Sebrae de Santa Catarina, defendi que o primeiro cuidado de qualquer empresário diante de uma crise é não definir estratégias de longo prazo para resolver um problema de curto prazo. O susto e o desespero levam a decisões apressadas que comprometem ainda mais o negócio. Uma crise é sempre uma ruptura, uma interrupção nos desafios que já vínhamos enfrentando, mas é também uma oportunidade concreta de evoluir e de melhorar.

O empresário que atravessa bem esse momento é aquele que sai diferente de como entrou, aproveitando para promover as transformações que, olhando com frieza, já sabíamos ser necessárias antes mesmo da crise, e que ela apenas tornou urgentes e inadiáveis. O que ontem era apenas conveniente hoje se tornou latente e urgente, e essa mudança de patamar exige coragem para agir, não para se acomodar.

OS TRÊS PILARES: ESTRATÉGIAS, AÇÕES E COMPORTAMENTOS

Não é possível enxergar uma empresa de forma fragmentada, mas, para efeito didático, costumo dividir a reconstrução do negócio pós-crise em três grandes pilares, que devem ser compreendidos sempre em conjunto. O primeiro é a estratégia, que exige responder com clareza a perguntas simples e, ao mesmo tempo, profundas, o que eu quero vender, quem é o meu cliente, o que eu realmente vendo, e se devo diversificar e focar mais na base de clientes já fidelizados ou investir na conquista de clientes novos.

O segundo pilar é a ação, que significa usar a tecnologia a favor do negócio, criar ciclos de contato constantes com o cliente, sair do foco frio e trabalhar com aplicativos modernizados, sem nunca ficar apenas no marketing, mas atuar de fato em vendas. O terceiro pilar, que sustenta todos os demais, é o comportamento, pois toda empresa é feita de pessoas que sentem, que têm emoções e que constituem a verdadeira essência do negócio. É preciso ter clareza e racionalidade nesse momento, cuidado com as comparações, e buscar as diferenciações que são difíceis de copiar porque nascem de algo inovador e genuíno. Inovar não significa ser totalmente disruptivo, mas olhar para as mesmas coisas de um jeito diferente.

A VENDA COMEÇA NO OLHAR

Tenho reafirmado, em textos recentes do meu portal, que a venda começa no olhar. Antes de ser uma técnica, vender é um encontro, e quem trabalha com atendimento lida todos os dias com pessoas que carregam desejos, urgências e um pouco de desconfiança diante de um mundo saturado de ofertas. O verdadeiro diferencial de quem atende não está apenas no que se vende, mas em como se escuta.

O cliente contemporâneo é mais informado e mais sensível à forma como é tratado do que ao próprio produto, pois compra, no fundo, a certeza de ter sido compreendido. Não existe venda

sem relacionamento, quem atende bem planta confiança, e quem planta confiança colhe clientes fiéis e resultados que se sustentam no tempo, muito além de qualquer crise passageira.

A LINGUAGEM QUE VENDE: OUVIR, FALAR, INTERESSAR-SE E AGIR

Em outro texto, ao tratar de como melhorar o atendimento e aumentar as vendas, sistematizei quatro pequenas técnicas que ajudam a encontrar a velocidade certa no atendimento e a evitar a fala acelerada e ansiosa, tão comum em tempos de crise. A primeira é ouvir com atenção e profundidade. A segunda é falar devagar e apenas o necessário. A terceira é interessar-se genuinamente pelo assunto do outro. A quarta é agir com calma e entusiasmo.

Vende mais quem presta atenção às coisas ao redor e procura atender a quatro necessidades humanas profundas, o crescimento e o desenvolvimento pessoal, a busca de qualidade de vida, o desejo de relacionamentos e de afeto, e a construção de um legado e de um posicionamento de contribuição para os outros. Os motivos de uma venda nunca são apenas os motivos do vendedor, mas sobretudo a motivação do próprio consumidor.

EMPATIA COOPERATIVA COMO BASE DO ATENDIMENTO DE EXCELÊNCIA

Em curso sobre desenvolvimento humano ministrado a profissionais da saúde, associei a empatia compassiva à ação cooperativa, sustentando que não existe verdadeira cooperação com o outro sem agir com compassividade, ou seja, sem dar ajuda útil a quem está próximo de nós, transformando sentimento em ação concreta.

Essa mesma lógica vale para o atendimento comercial pós-crise, pois quem aprende a conviver com as diferenças entende o significado da diversidade humana, e quem constrói atitudes cooperativas dentro da própria equipe forma profissionais mais preparados para atender bem o cliente lá fora.

GOVERNE A SUA VIDA: DO ANTES AO DEPOIS DA CRISE

Costumo dizer que pensar no antes, no durante e no depois de uma crise é, na prática, pensar sempre no agora, e não fora de hora. Nossa estratégia precisa ser vivida dia a dia, a curto prazo, corpo a corpo, mente a mente, espírito a espírito, rede a rede. Dificilmente vamos encontrar, no período pós-crise, um cliente exatamente igual ao que tínhamos antes, por isso é preciso agir rapidamente e ir para a rua, avaliando o que esse momento foi capaz de nos ensinar em termos práticos e relacionais.

Se sou um prestador de serviço que dependia do contato pessoal, preciso me perguntar se existe outra maneira de entregar esse mesmo valor, mesmo que virtualmente, resolvendo primeiro a travessia financeira do momento presente e construindo, ao mesmo tempo, algo sólido para depois. Todo auxílio e todo apoio externo são bem-vindos, mas nada substitui a nossa própria força, a nossa liderança, a nossa inteligência e o nosso trabalho. Não é hora de esperar pelo governo, é hora de governar a própria vida, e a nossa postura diante da crise valida a postura de toda a nossa equipe e de toda a nossa família, o quanto elas vão se engajar e torcer por nós.

SOBRE O AUTOR

Ainor Francisco Lotério é Palestrante Profissional, Agrônomo, Filósofo, Teólogo, Mestre em Gestão de Políticas Públicas e Instituições, Psicopedagogo e Diácono Permanente desde 2003. Atua há mais de quatro décadas como comunicador em rádio, televisão, imprensa e redes sociais, com os eixos temáticos Motivação, Cooperativismo, Comunicação, Longevidade e Agrosófia. Apresenta desde 1989 o programa de rádio Alegria de Viver e é autor da obra Pais Frouxos, Filhos Sofredores, Pais Firmes, Filhos Felizes. Mais conteúdos do autor estão disponíveis em www.ainor.com.br e em www.loterio.com.br.

REFERÊNCIAS

LOTÉRIO, Ainor Francisco. Novas estratégias de vendas pós-crise. Palestra realizada para o Sebrae de Santa Catarina. Material de apoio do autor.

LOTÉRIO, Ainor Francisco. Sucesso em Vendas e Atendimento. Portal Ainor Lotério. Disponível em: <https://loterio.com.br/vendas/>. Acesso em: 4 jul. 2026.

LOTÉRIO, Ainor Francisco. A venda começa no olhar: atendimento como arte de se relacionar. Portal Ainor Lotério. Disponível em: <https://loterio.com.br/a-venda-comeca-no-olhar-atendimento-como-arte-de-se-relacionar/>. Acesso em: 4 jul. 2026.

LOTÉRIO, Ainor Francisco. Como melhorar o atendimento e aumentar suas vendas. Portal Ainor Lotério. Disponível em: <https://loterio.com.br/%f0%9f%97%a3-como-melhorar-o-atendimento-e-aumentar-as-vendas/>. Acesso em: 4 jul. 2026.

LOTÉRIO, Ainor Francisco. Curso sobre Empatia Cooperativa e Excelência no atendimento. Portal Ainor Lotério. Disponível em: <https://loterio.com.br/curso-empatia-excelencia-no-atendimento/>. Acesso em: 4 jul. 2026.

CARNEGIE, Dale. Como Fazer Amigos e Influenciar Pessoas. Rio de Janeiro: Companhia Editora Nacional, 1936 (edição atualizada em circulação).