



História de Vendedor

Se existem profissões honrosas e todas as são, à de vender cabe um destaque todo diferenciado, afinal de contas, para tudo que se quer fazer, é necessária a intervenção de um vendedor, ou de um consultor, ou de um assessor comercial, ou quantas tantas outras definições existentes, mas o importante destacar é que existe um profissional – o Vendedor, este que é o grande responsável por transmitir, informar e apresentar um produto ou serviço para uma comunidade ou um nicho de mercado. O Vendedor é um ser especial, é um pesquisador incansável, vive e gosta de desafios.

Pré-História das vendas – Período marcado entre a era dos Bandeirantes e o início dos anos 40, eram os Mascates (camelôs) e Caixeiros Viajantes. Dominaram o cenário corporativo e eram os referenciais de negócios, as roupas eram características e o jeito malandro dava um toque de charme a estes desbravadores. A partir deles se criou o jargão de uma namorada em cada Cidade.

Entre os anos 40 e 50 (século XX) – Considerados como GAFANHOTOS (pela carência de transporte, sempre viajavam em “bandos”. Literalmente atacavam um mercado novo e inexplorado. Feita sua venda e tendo as suas cotas cobertas, desapareciam do jeito que chegavam. Donos de um território imenso e ainda virgem, eles não necessitavam se preocupar com a preservação do mercado, a concorrência era inexistente na grande maioria dos produtos vendidos.

Anos 60 (Século XX) – Os anos dourados, aqueles a quem devemos a revolução sexual, a quem não devemos os golpes militares, a repressão aos estudantes, mas devemos em muito o reposicionamento comercial. Surgem aí OS BUROCRATAS DA VENDA. Nestes doces anos, vender era só uma questão de apresentar ao público o produto certo, daí ele praticamente se vendia sozinho, com um breve apoio do Vendedor Burocrata. Como resultado final deste período, foi o surgimento de um tipo de vendedor (vendedor, não profissional de vendas) que se o cliente insistisse muito, ele deixava o pobre coitado que iria pagar levar o bem desejado.

Anos 70 (Século XX) – Quem não lembra da famosa frase que imperava no Brasil entre o meio e o final dos anos do nosso glorioso futebol - “levar vantagem em tudo, certo?” Surgem os Vendedores “ESPERTOS”. Neste período, o que vigorava nas rodas de vendedores eram as histórias de grandes vantagens tiradas sobre os “Clientes Babacas”, a fase em que todos queriam fazer o comprador de bobo, época da malandragem institucionalizada, onde o vendedor “esperto” tentava se adaptar a um mercado que começava a dar sinais de saturação. Neste período, formou-se a má-fama da categoria, daqueles que queriam “engrupitar” os compradores.

Anos 80 (Século XX) – Este período foi coroado com a importância do treinamento. Foi a era das “Técnicas de Vendas”. OS OBCECADOS PELO FECHAMENTO imperavam

Antonio Freire da Silva Neto é Bacharel em Marketing, especialista em Gestão Empresarial e em Educação Superior, Membro do Núcleo de Marketing da Bahia, Professor e Consultor. professor@academiadavenda.com.br - (71) 8721-6310 / 8837-6411



nestes anos, período em que o grande artista da venda, o cliente, era dissecado e analisado como uma cobaia de laboratório. O intuito de todo este esforço era dotar o vendedor de ferramentas e argumentações de vendas com um único objetivo: O do fechamento. Esta era uma visão mecanicista, fruto da psicologia comportamentalista, uma adaptação para o trabalho sem hora marcada das teorias administrativas de Taylor e Fayol. Existem ainda hoje muitos seguidores destas teorias, cujo propósito único e objetivo primordial buscar o fechamento a qualquer custo.

Anos 90 (Século XX) – Com a globalização batendo a porta de todos os Países emergentes e em escala crescente de desenvolvimento, surgem OS PRESTADORES DE SERVIÇOS. Conquistar um novo cliente passou a ser uma tarefa nada fácil, era necessário vender de novo para o mesmo cliente sempre. Surgem então as teorias de Marketing aplicáveis às Vendas, pela primeira vez, a identificação das necessidades do cliente assumiu o centro da cena. Vender para satisfazer o cliente, essa foi a tônica dos anos 90 – a década do atendimento e da parceria com o cliente.

E agora, como será a primeira década do século? Ou o que acontecia em 10 anos agora vai ser em 05? Não deveremos pagar para ver, mas nos preparar para mudar tão rápido quando a velocidade das mudanças globais.

Século XXI - Anos 00 (início de uma nova era de profissionais de vendas) - As empresas passam a adotar a política de entender para atender, buscam um perfil de Profissional de Vendas diferenciado - OS ALIADOS ESTRATÉGICOS DO CLIENTE. Quem possui o poder hoje (penso que sempre foi assim, o Cliente só não conhecia o seu poder)? Passa do “vendedor” para o “comprador”. A decisão passa a ser de quem paga, de quem compra. O novo Profissional de Vendas apresentará e deverá ter uma forte queda para a capacitação contínua, ampliando os seus conhecimentos técnicos específicos e gerais, explorando cada vez mais os seus potenciais de relacionamento, criatividade e capacidade de negociação, de tomar decisões, além de formar uma consciência ética e social importantes. Vendedor e Comprador passam a ocupar o mesmo espaço, não estarão mais em oposição, buscam resultados satisfatórios para ambas as partes.

E você, já esta na busca pela sua modernidade ou ainda vive algum dos anos passados?