



TÉCNICAS DE PERSUASÃO APLICADAS EM VENDAS

Túlio Stéfano Santos¹ (tulio.rox@hotmail.com)

Marilda Sena Pereira Zuza² (marildasena@yahoo.com.br)

RESUMO

INTRODUÇÃO: O profissional, como ser social, sempre estará em constante busca de melhoria para se manter competitivo no mercado de trabalho, e a persuasão tem sido utilizada como estratégia de comunicação para finalizar uma venda. A habilidade de persuadir e influenciar os outros pode ser uma ferramenta poderosa que propicia a conquista das metas planejadas. O processo de vendas evoluiu, as empresas usam estratégias e mecanismos para provocar o interesse dos possíveis compradores. Neste processo, a persuasão se faz imprescindível, pois é ela que irá convencer o cliente de que o produto oferecido é exatamente o que o consumidor precisa no momento. **OBJETIVO:** Identifica-se as técnicas e princípios de persuasão utilizados pelos vendedores, bem como apresenta os fatores psicológicos que são tocados pelos clientes após a aplicação das técnicas de persuasão. **METODOLOGIA:** Esta pesquisa caracteriza-se como exploratória, com o propósito de analisar o objeto em estudo. As informações obtidas são analisadas de forma qualitativa, ou seja, sem a pretensão de quantificá-las, expõe-se os conceitos e faz-se uma avaliação referente às publicações realizadas acerca deste tema em livros, artigos, monografias, dissertações e teses. **RESULTADOS:** Nesse estudo são apresentados a importância de utilizar a persuasão, os artigos encontrados e analisados foram de grande contribuição para o entendimento do tema, especialmente, quando aplicadas pelos vendedores que utilizam com frequência as técnicas de persuasão a fim de obterem o sucesso em vendas. **CONSIDERAÇÕES FINAIS:** Ao finalizar este estudo é possível compreender melhor as técnicas de persuasão utilizadas pelos profissionais de vendas proporcionando um melhor entendimento durante e depois de uma venda bem sucedida. Para tanto, é importante também contar com um planejamento programado, para que o vendedor conduza o cliente até o caminho desejado.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação. Persuasão. Fechamento de Vendas.

¹ Graduando em Administração pela Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP.

² Orientadora. Mestre em Engenharia de Produção pela UFSC, especialista em Marketing Empresarial para Executivos pela UFRRJ. Professora de Cursos de Graduação e Pós-Graduação.