



Negócios & Oportunidades



Publicidade Online?

A FATOR ■ MÍDIA KIT ■ RSS ■ BLOGS ■ BOLETIM ■ TV FATOR BRASIL ■ LINKS

Busca: OK



■ CANAIS

[AGENDA](#)
[AGRONEGÓCIOS](#)
[ARTIGOS](#)
[AUTOS & MOTOS](#)
[AVIAÇÃO](#)
[BANCOS](#)
[CARNAVAL](#)
[COMBUSTÍVEIS](#)
[COMÉRCIO EXTERIOR](#)
[CONSTRUÇÃO CIVIL](#)
[CULTURA](#)
[DIREITO & JUSTIÇA](#)
[DUTOS](#)
[EDUCAÇÃO & QUALIFICAÇÃO](#)
[EMPRESAS & NEGÓCIOS](#)
[ENERGIA](#)
[ENOGASTRONOMIA](#)
[ESPORTE BUSINESS](#)
[FARMACOLOGIA](#)
[FATOR BRASIL PREMIUM](#)
[FATOR CULT](#)
[FATOR PÚBLICO](#)
[GÁS](#)
[INDÚSTRIA NAVAL](#)
[INTERNACIONAL](#)
[INVESTIMENTOS & ÍNDICES](#)
[LIVROS](#)
[LOGÍSTICA](#)
[MARINHA MERCANTE](#)
[MARKETING](#)
[MEIO AMBIENTE](#)
[MODA & BELEZA](#)
[NAVIPEÇAS](#)
[NÁUTICA & PESCA](#)
[PAPEL & CELULOSE](#)
[PERFIL](#)
[PET SHOP](#)
[PETROQUÍMICA](#)
[PETRÓLEO](#)
[PORTOS & TERMINAIS](#)
[PRÊMIOS & HOMENAGENS](#)
[RESPONSABILIDADE SOCIAL](#)
[SAÚDE](#)
[SEGUROS](#)
[SIDERURGIA & MINERAÇÃO](#)
[TECNOLOGIA & INOVAÇÃO](#)
[TURISMO DE NEGÓCIOS](#)

24/05/2011 - 07:39

Lições para crescer nas vendas diretas

Diversificação, persistência e dedicação são algumas das recomendações de especialistas para quem já está ou pretende iniciar no setor.

São Paulo – Faz mais de 11 anos que as vendas diretas vêm apresentando crescimento acima da maioria dos outros segmentos da economia. De acordo com a ABEVD (Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas), em 2010, o volume de negócios das vendas diretas somou R\$ 26 bilhões, índice 17,2% superior ao obtido em 2009. Já no primeiro trimestre de 2011, o volume nominal das vendas foi de R\$ 5,8 bilhões, resultado 8,9% maior do que o registrado em igual período de 2010.

Responsável por gerar rendimentos para mais de 2,67 milhões de pessoas em todas as regiões do País, o setor deve continuar crescendo, pelo menos dois dígitos na projeção da associação, e apresentando atrativas oportunidades de carreira ou complementação de renda para muito mais gente, até para quem pensa não ter vocação para o negócio.

O início das atividades no setor é descomplicado, já que as empresas oferecem treinamento, explica Paulo Quaglia, presidente-executivo da ABEVD. Ele conta que o interessado precisa estar disposto a dominar as funcionalidades dos produtos e, claro, ouvir os clientes. “É nesse momento que se encontram oportunidades para potencializar as vendas. Às vezes, numa rápida conversa durante a venda, você pode antever outros anseios do consumidor.”

Quaglia revela que o investimento inicial também pode ser variável. “É possível dar o primeiro com uma quantia bastante acessível, algo em torno de R\$ 100, dependendo da área escolhida pelo candidato. A média de lucratividade costuma ser de 30%. Ou seja, a cada 10 reais vendidos, o vendedor arrecada R\$ 3”, detalha.

Para Andres Postigo, diretor da Wow Viagens – empresa que atua no segmento de venda direta de pacotes turísticos –, o segmento pode representar a redenção para os “injustiçados” pela saturação e canibalização do mercado de trabalho, inclusive para profissionais que ocupavam cargos de alto escalão.

“A opção pela venda direta pode começar até como uma alternativa para o incremento da renda, mas, em alguns casos, a área acaba se mostrando mais promissora e rentável do que a própria carreira formal. Inclusive para altos executivos”, relata Andres, que diz conhecer inúmeros casos de profissionais que largaram altos cargos e mergulharam no setor.

Exemplo de empreendedorismo–Não são raros os casos de brasileiros que mudaram de vida com o apoio das vendas diretas. Edimilson Lopes, 30 anos, de São Paulo, é um exemplo. O ex-frentista, que recebia um salário de aproximadamente R\$750,00 mensais, entrou no negócio após perder o emprego. Em parceria com a esposa, Maria Deuselina Silva, de 25 anos, ele foi a uma reunião da MonaVie, multinacional que atua na venda direta de bebidas Premium, e de cara descobriu que tem DNA de vendedor e forte potencial de liderança. “Em apenas 8 meses conquistei o título de “vendedor bronze”. No último mês cheguei a ganhar R\$ 7 mil”, revela.

O passo a passo para o sucesso–O diretor da ABEVD e diretor de Vendas e Logística da Hermes - empresa brasileira de vendas por catálogos, Sílvio Zveibil, separou algumas dicas para quem pensa em trilhar o caminho do sucesso nas vendas diretas.

. O sucesso depende de fatores como: organização, manutenção da carteira de clientes sempre atualizada e gosto pelo relacionamento com as pessoas.

. Também vale lembrar que o revendedor faz seu próprio horário e carrega “sua própria loja” na forma dos catálogos ou mostruários.

. Evite cometer erros de português, eles destroem a credibilidade.

. Cuide da aparência, pois não dá para vender produtos de beleza com uma unha suja ou com o cabelo desarrumado.

. Acredite no produto que você está vendendo! O consumidor fareja de longe os sinais de que o vendedor está tentando empurrar-lhe um produto que ele mesmo não usaria.

. A última dica é: aposte na diversificação. Quanto mais itens você tiver a oferecer, maiores serão as chances de ter a solução procurada pelo cliente.

Perfil–As vendas diretas constituem um setor cada vez mais relevante para a economia brasileira, responsável pela contribuição fiscal da comercialização de produtos e serviços realizada por milhões de revendedores autônomos. É composto por empresas



de segmentos diversos, sendo 88% da categoria de cuidados pessoais, 6% de suplementos nutricionais, 5% de cuidados do lar, e 1% de serviços e outros.

Também chamadas de vendas por relacionamento, as vendas diretas ocorrem em círculos sociais, fora de estabelecimentos comerciais fixos. Não deve ser confundida com a venda porta a porta, uma vez que esse termo está sujeito à toda sorte de mercadorias, de origem desconhecida, e sobre a qual não se aplicam as diretrizes de ética do Código de Conduta da ABEVD.

Perfil-ABEVD é uma associação fundada em 1980 por empresas que buscavam o desenvolvimento do sistema de Vendas Diretas no Brasil. Atualmente conta com 47 associadas, sendo 27 empresas de Vendas Diretas, treze associados consultores e sete associados fornecedores.

São eles-AFTB, Amway, Avon, Belcorp do Brasil, Cellcred, Distribuidora Jafra, Dokmos Life, FM Group, Herbalife, Hermes, Hinode, Ig Sikué, Inspiração Perfumes, Jequití, Mary Kay, MonaVie, Natura, Perfam, Pierre Alexander, Polishop, Photon do Brasil, Racco Cosméticos, Star Kiss, Tiens do Brasil, Torres Confeções, Tupperware, WOW! Embarque Nessa, Arruda Pires Consultoria Jurídica, Bento Feijó & Zardo Advogados, CEC Consulting, DirectBiz Consultants, Freitas Bueno Advogados, Leite, Tosto e Barros Advogados, Lopes Pinto, Nagasse Advogados, Loyalty Marketing, M&BA Marketing Business, MMC&Zarif Advogados, MYC and Mind, Rodante & Scharlack Advogados, Syntec, BP Diagramação, Cantatur Viagens, DineroMail, Gera Gestão de Modelos Comerciais, Integration, PCI Integrated Management Services, Quad Graphics Brasil.

[Enviar](#) [Imprimir](#)

© Copyright 2006 - 2011 **Fator Brasil**. Todos os direitos reservados.

Desenvolvido por **Tribeira**