

PROFISSIONAL DE VENDAS: DESAFIOS E OPORTUNIDADES

*Marcelo Cerutti

O perfil do profissional de vendas no agronegócio tem enfrentado um verdadeiro turbilhão de mudanças ao longo dos últimos 20 anos. E falo com tranquilidade sobre esse tempo, pois comecei minha carreira como vendedor agro em 1993, atuando como balconista de loja Agropecuária no Paraná.

Hoje, não há mais espaço para a dualidade entre ser comercial ou técnico. Vendedor agro deve ter conhecimento técnico, fundamental e indispensável, sobre produto, mercado, concorrentes, cultura ou criação em que atua. Também ter o conhecimento essencial e básico de biologia, física, química, matemática e português.

Em vendas deve possuir habilidades comerciais que envolvem: negociação, prospecção e relacionamento com clientes, fechamento de vendas, planejamentos, execução, estratégia...

Contudo, o maior desafio enfrentado pelo vendedor agro está na tecnologia. Tanto na tecnologia de produção empregada lá no campo, como a tecnologia de informação empregada na empresa para a gestão da carteira de clientes.

A primeira, é mais “palpável”, mais visível, pois tem referência ao lançamento de um implemento ou uma nova técnica de cultivo ou manejo, um material genético ou uma formulação revolucionária. Para enfrentar essa tecnologia o profissional precisa estudar, conhecer de perto os resultados experimentais, interagir com colegas e buscar na indústria as informações necessárias.

Para o segundo “desafio tecnológico”, que envolve a informação, é maior, mais complexo e exige mais tanto das empresas como dos profissionais de vendas. É preciso conhecer o cliente e o seu negócio, o potencial e histórico de compra, quem faz a tomada de decisão técnica na fazenda e quem toma a decisão comercial no escritório, o motivador de compra é o desejo de lucrar mais ou o medo de perder produtividade, desconto e/ou prazo, preço ou valor, essas e outras informações refletem o ambiente de negócio que o vendedor agro está inserido.

Estão nestes desafios as oportunidades que o profissional precisa para crescer. Quem domina primeiro esses desafios ou promove a cooperação entre parcerias pode criar novas soluções e usá-las como um diferencial. Acredito que, saber o que fazer com as informações do cliente, seja a melhor das oportunidades de vendas para os profissionais e as empresas.

*Diretor da empresa CERUTTI Consultoria e Treinamento, especializada em gestão de vendas para o Agronegócio. Visite o site, www.treinamentovendasagro.com.br ou ligue 67-9 8124-6558. E-mail: tvendasagro@gmail.com

“Avaliação 2016”

- 1) Em sua opinião, como foi o ano de 2016 para o setor?

OPINIÃO: 2016 para o Agronegócio, não foi diferente comparado com outros setores da economia nacional, onde a insegurança e a falta de confiança tomaram conta. O Agro é o setor como o maior número de inter-relacionamentos, comunicando-se com todos os elos da cadeia econômica. Sentimos sim a maior de todas as crises, a credibilidade. Sobre o viés econômico, fomos bem de janeiro a junho, mas o maior impacto foi de julho em diante, concomitante com o fechamento e abertura da safra, onde as negociações perderam em rentabilidade e a briga pelo fechamento de venda foi maior. Assistimos algumas grandes fusões e as aquisições estrangeiras de empresas nacionais, esse último, uma prova do potencial do mercado brasileiro e seu crescente grau de amadurecimento e profissionalização na gestão comercial. Enfim, um ano que a eficácia foi colocada à prova.

“Perspectivas para 2017”

- 2) Quais as perspectivas para 2017?

OPINIÃO: Confesso que é difícil falar em perspectivas para 2017. Acredito que temos inúmeros (grandes) desafios a serem enfrentados e poucos deles se resolvem em um ano e não podemos prever até que ponto podemos avançar em cada um desses desafios. Um exemplo é a armazém de grãos, quando cruzamos alguns dados é assustador, o IBGE fala em redução de 0,9 % de estabelecimentos ativos e a CONAB um déficit na capacidade de armazenagem de 58,5 milhões de toneladas safra 2015/2016.

De forma geral, a agro distribuição viverá uma pressão pela melhoria de gestão de informação e gestão de pessoas. Processos internos precisam ser melhorados, com certa urgência, com risco de que grandes corporações deixem de existir. O lema mais que nunca serve para o momento: Não basta ser grande têm que ser eficiente ou pequeno e organizado.