

[E-BOOK]

Mapa mental

Da inércia à decisão

Como ajudar sua equipe a guiar o cliente em decisões mais seguras, rápidas e inteligentes

PODCAST VENDAMAIS #118

PORQUE AS VENDAS TRAVAME COMO DESTRAVÁ-LAS?

com **Raul Candeloro** e **Marcelo Caetano**

Apresentado por
Marcelo Caetano e **Raul Candeloro**



PODCAST

Material exclusivo



Olá, queridos Espectadores do Podcast VendaMais!

É sempre um prazer ter vocês aqui com a gente :)

No episódio #117, Raul e Caetano abordaram um dos desafios mais silenciosos (e perigosos) das vendas consultivas: clientes que travam na hora de decidir.

Você apresenta a solução.
O cliente entende o valor.
Tudo parece encaminhado...
Mas a venda não fecha.

Ele diz que vai pensar, que vai conversar com alguém, que vai analisar melhor. E, muitas vezes, a decisão simplesmente não vem.

Neste material, vamos explorar os aprendizados do livro JOLT para entender por que as decisões de compra travam — e como destravar esse processo com inteligência, empatia e estratégia.

Você vai aprender:

- O que realmente paralisa o cliente (mesmo depois do convencimento).
- Como guiar decisões com segurança, sem pressionar.
- Ferramentas práticas para sua equipe aplicar no dia a dia comercial

Se você quer vender com mais consistência, diminuir a indecisão e acelerar o fechamento de oportunidades reais, este material é para você.

Vamos juntos transformar insegurança em ação, inércia em progresso — e decisão em resultado. 🚀

Gatilho 1 – Reenquadrando o Risco

(JOLT: Judge the Status Quo)

O que é: O primeiro passo para destravar uma decisão de compra é fazer o cliente questionar o conforto da situação atual.

O cliente pode até reclamar, demonstrar insatisfação e até demonstrar interesse por algo novo... Mas, no fundo, mudar parece arriscado. E é aqui que a venda trava.

O papel do vendedor consultivo é mostrar que o risco maior está em não mudar.

Por que isso acontece: O ser humano é biologicamente programado para evitar riscos.

Em contextos de incerteza (como crises, instabilidade econômica ou mudanças internas), a tendência à inércia aumenta.

O medo de “tomar uma decisão errada” fala mais alto que a promessa de um ganho futuro.

Muitos compradores preferem continuar com algo mediano do que arriscar algo que pode ser melhor — mas também dar errado.

Como aplicar com sua equipe:

1. Mude a conversa: do “ganho” para o “risco de não mudar”.

Em vez de tentar convencer com benefícios, ajude o cliente a refletir sobre o custo da inércia.

Exemplos:

- “O que pode acontecer se sua empresa continuar operando da mesma forma nos próximos 6 meses?”
- “Já percebeu o quanto de receita ou eficiência está sendo perdido mantendo esse modelo atual?”

2. Use dados, históricos e comparações reais.

Nada é mais eficaz que fatos. Treine sua equipe para levar:

- Estudos de caso com clientes semelhantes que demoraram para agir e perderam espaço.
- Gráficos comparativos de desempenho antes/depois de uma mudança.
- Evolução de indicadores que mostram onde o cliente está perdendo e nem percebe.

3. Ajude o cliente a visualizar o impacto.

Perguntas poderosas que ajudam a “enquadrar o risco”:

- “Se nada mudar, qual será o impacto nos seus resultados daqui 3 meses? 6 meses?”
- “O que o seu concorrente pode estar ganhando que você está perdendo?”
- “Quais oportunidades estão sendo ignoradas por manter o status atual?”

Frase de impacto para usar com o time

“O risco não está em mudar. Está em permanecer onde os resultados já não são suficientes.”

Gatilho 2 – Empatia com a Indecisão

(JOLT: Offer Your Recommendation)

O que é: Depois que o cliente reconhece o problema e aceita que precisa mudar, ainda assim ele pode não decidir. Agora o obstáculo é a insegurança de tomar a decisão errada.

Esse medo gera paralisia, adiamento e protelação — e as vendas empacam. Nesse ponto, o vendedor precisa demonstrar empatia estratégica com a indecisão do cliente.

É hora de se posicionar como um verdadeiro conselheiro.

Por que isso acontece:

- Quando o cliente chega perto da decisão, a pressão aumenta.
- Ele começa a se imaginar sendo cobrado, errando, justificando a compra...
- A dor do “possível arrependimento” se torna mais forte do que a promessa de resultado.
- Em compras B2B, há múltiplos decisores e um risco compartilhado — o que aumenta ainda mais a hesitação.

Como aplicar com sua equipe:

1. Reconheça a indecisão — sem julgar.

Treine seu time para ver a indecisão como algo natural, não como um defeito do cliente.

Exemplos de abordagem:

- “Entendo que tomar essa decisão não é fácil. Posso ajudar a simplificar o processo?”
- “Faz sentido você ter dúvidas agora. Vamos revisar juntos os principais pontos?”

2. Ajude o cliente a organizar a decisão.

Transforme a complexidade em clareza. Sugira perguntas como:

- “O que é mais importante para sua empresa neste momento?”
- “Se você fosse justificar essa compra para sua diretoria, o que diria?”
- “Quais critérios realmente importam para escolher o fornecedor certo?”

3. Valide a insegurança, mas conduza à ação.

Você pode mostrar que entende o medo, mas não pode reforçá-lo. Traga histórias, cases e frases que mostrem:

- Que outros clientes tinham a mesma dúvida — e hoje estão colhendo resultados.
- Que não decidir também é uma decisão. E muitas vezes, é a pior.

Ferramenta complementar que pode ajudar:

Checklists de decisão: Crie (ou peça ao time criar) pequenos checklists com os principais critérios para ajudar o cliente a organizar a escolha.

Comparativos claros e objetivos: Treine a equipe para ter tabelas ou argumentos simples que ajudem a visualizar o diferencial.

Frase de impacto para usar com o time

“Se você não ajudar seu cliente a tomar uma decisão com segurança, ele vai continuar travado — mesmo sabendo que precisa mudar.”

Gatilho 3 – Ofereça uma Rede de Segurança

(JOLT: Limit the Exploration)

O que é: Mesmo depois de reconhecer o problema e estar quase pronto para decidir, muitos clientes voltam atrás, exploram outras opções ou paralisam.

O excesso de opções, informações e inseguranças aumenta a chance de arrependimento. Nesse momento, o vendedor precisa proteger o cliente da sobrecarga — oferecendo limites claros e uma “rede de segurança” que facilite a decisão.

Por que isso acontece: O cliente está sobrecarregado de propostas, fornecedores, dados e pressões. Ele tem medo de errar — e continua buscando mais segurança, mais argumentos, mais validação.

Isso gera looping de indecisão: quanto mais ele busca, mais confuso fica.

Como aplicar com sua equipe:

1. Ajude a limitar o universo de escolha.

Ensine seu time a reduzir o número de opções, focando naquelas realmente viáveis e alinhadas ao cliente.

Exemplo de fala: “Claro que há muitas opções no mercado, mas pelo que você compartilhou comigo, essa solução aqui atende exatamente ao que sua empresa precisa agora.”

2. Reforce os critérios da decisão.

Ajude o cliente a lembrar por que ele começou essa busca — e o que é mais importante para ele.

Dica de abordagem: “Lá no início você disse que agilidade na implementação e suporte eram prioritários. Essa solução entrega exatamente isso.”

3. Ofereça segurança para o pós-compra.

Mostre que não é uma decisão solitária: seu time estará junto para garantir o sucesso.

Frases práticas:

- “Se surgir qualquer ajuste, a gente acompanha você de perto.”
- “Nosso processo de onboarding é 100% guiado. Você não vai estar sozinho.”
- “Se não for o que você esperava, podemos ajustar — ou até reavaliar.”

Ferramenta complementar que pode ajudar:

Mini-pilotos, garantias ou trials: Sugerir testes controlados, amostras, ações-piloto ajuda o cliente a sentir segurança antes de um compromisso maior.

Templates de onboarding, cronogramas e planos de ação claros: Reduzem o medo do “e se não der certo?”

Frase de impacto para usar com o time

“Seu papel é dar ao cliente a confiança de que ele pode decidir com segurança — porque você estará com ele depois da assinatura também.”

Gatilho 4 – Tire o Risco da Mesa

(JOLT: Take Risk Off the Table)

O que é: O cliente está convencido, gosta da proposta... mas não decide. O medo do arrependimento futuro ainda pesa mais que os benefícios da mudança.

É nesse momento que o vendedor consultivo assume a responsabilidade de proteger o cliente de possíveis riscos.

Ou seja: tira o risco da mesa.

Por que isso acontece:

- O cérebro humano é programado para evitar perdas mais do que buscar ganhos.
- Muitas decisões de compra envolvem reputação, investimento financeiro, exposição profissional.
- Se o cliente errar, ele pode ser cobrado por isso — então o medo o paralisa.

Como aplicar com sua equipe:

1. Identifique o “medo escondido”.

Antes de argumentar, descubra o que o cliente realmente teme.

Exemplos:

- “E se o fornecedor não entregar como prometido?”
- “E se meu chefe não aprovar?”
- “E se eu investir e não tiver resultado?”

Você só poderá “tirar o risco da mesa” se souber qual risco está nela.

2. Antecipe e desative a objeção silenciosa.

Treine seu time para trazer o risco à tona antes que ele trave a decisão.

Exemplo de abordagem: “Alguns clientes, nessa etapa, ficam com receio de que o sistema seja difícil de implantar. Por isso criamos um onboarding 100% guiado. É seu caso também?”

3. Ofereça uma estrutura de proteção.

Apresente garantias, planos de contingência, cláusulas de revisão ou formas de recuo claro.

Exemplos:

- Garantia de satisfação.
- Contrato com cláusula de reavaliação após 30 dias.
- Teste piloto ou rollout em fases.

4. Transmite segurança e comprometimento.

Ajude seu time a mostrar que não estão “empurrando uma venda”, mas comprometidos com o sucesso do cliente.

Frases práticas:

- “Se não trouxer os resultados combinados, reavaliemos juntos.”
- “Nosso time técnico acompanha passo a passo e garante que funcione.”
- “A responsabilidade é nossa também. Você não está sozinho nessa.”

Ferramenta complementar que pode ajudar

Roteiro de objeções silenciosas: Crie uma lista com os medos mais comuns em seu processo comercial e prepare respostas preventivas.

Checklist de garantias e proteções que a empresa pode oferecer em cada etapa da venda.

Frase de impacto para usar com o time

“Se o cliente tem medo de arriscar, é você quem precisa mostrar que está disposto a bancar a confiança dele.”

Ajudar o cliente a decidir é responsabilidade da sua equipe de vendas

A maioria das vendas não se perde para a concorrência.

Elas empacam na indecisão — no excesso de informação, na insegurança e na ausência de direcionamento.

O cliente quer mudar, mas não sabe como. É aí que entra seu time comercial: como guia da decisão, e não só do produto.

Educar, antecipar dúvidas, criar confiança, reduzir o risco percebido — esses são os verdadeiros papéis da venda consultiva.

E quando essa postura estratégica é bem aplicada, os resultados vêm:

- ✓ Clientes mais seguros;
- ✓ Ciclos de venda mais curtos;
- ✓ Margens preservadas;
- ✓ Vendas mais previsíveis e sustentáveis.



“O segredo para destravar decisões é reduzir o arrependimento futuro.

Se o cliente sente que pode confiar, ele avança.”

Raul Candeloro



Quer ajuda para aplicar isso na prática? Fale conosco: (41) 99239-0796 | vendamais.com.br.

Boas vendas e até o próximo episódio! 😊

Quer continuar crescendo e aprendendo?

Aproveite para maratonar os outros episódios do Podcast VendaMais e ficar por dentro dos mais variados assuntos do universo das vendas!

Você com certeza vai aprender coisas novas e ter ideias importantes que podem ajudar você e o seu time a vender cada vez mais e melhor.

Alguns episódios que você não pode perder:

