



Autor:
Carlos Alberto
Pereira Passos

Enfrentando Objeções e Resistências na Propaganda

Uma resistência na propaganda médica pode ser traduzida como se fosse um obstáculo, algo que nos impede de avançar em direção a algum lugar desejado. Podemos dizer que ela é aquilo que se opõe à confirmação ou ao fechamento de uma venda, quer seja de uma idéia, de um conceito ou mesmo de um produto. Na verdade, as resistências se interpõem entre nós e os médicos, e constituem barreiras à aceitação de nossas propagandas.

Embora haja um número sem-fim de obstáculos ou resistências possíveis, eles podem, geralmente, ser agrupados em 4 tipos considerados como os mais importantes:

- Desinteresse;
- Incapacidade do médico em decidir;
- Mal-entendido;
- Sentimento ou experiência anterior negativa.

Estes são alguns exemplos de resistências, porém você deve lembrar de muitas

outras situações ocorridas no campo e que se encaixam nestes 4 tipos.

Antes de enfrentar uma resistência, temos que ter certeza do que se trata.

Sabemos que não podemos superar uma resistência se não a compreendermos, se não descobirmos seu verdadeiro significado.

Assim, o PRIMEIRO PASSO é:

Identificar o verdadeiro obstáculo ou resistência.

Antes de enfrentar uma situação como esta, temos que saber do que se trata. Por exemplo, o que o médico realmente quer dizer quando diz Seu produto é muito caro? Pode ser que o produto que está utilizando custe menos e que o médico não goste da idéia de mudar sua prescrição por um produto mais caro (sentimento negativo).

Talvez pense que todos os produtos da sua empresa são caros, mas não sabe realmente quanto custa o produto em questão (mal-entendido). Ou talvez o produto que está utilizando custe mais que o que está sendo promovido por você (mal-entendido).

É óbvio que uma mesma objeção pode ter significados diferentes. Pela lógica, sabemos que não podemos superar um obstáculo se não o compreendermos, se não descobirmos seu verdadeiro significado. Para descobrir o verdadeiro significado dos obstáculos e determinar uma estratégia de como en-

Quando o médico diz...	É sinal de...
Estou satisfeito com o produto que uso.	Desinteresse
Não estou pensando em mudar de prescrição.	Desinteresse
Não tenho tempo para avaliar seu produto.	Desinteresse
Não tenho poder para decidir esta padronização.	Incapacidade
Não trato esta patologia.	Incapacidade
Seu produto é muito caro.	Mal-entendido
Não atende às minhas expectativas terapêuticas.	Mal-entendido
Seu produto não é encontrado nas farmácias.	Mal-entendido
Seus produtos são muito caros.	Sentimento negativo
É difícil encontrar seu produto.	Sentimento negativo
Preferia não experimentar novamente.	Sentimento negativo
Não foi boa minha última experiência.	Sentimento negativo

UpGrade Treinamento & Desenvolvimento

Rua Alvarenga, 797 sala 08
CEP 05509-001
City Butantã
São Paulo - SP

Tel/Fax: (11) 3031-4495
site:
www.upgradetd.com.br

Contato:
cursos@upgradetd.com.br



Autor:
Carlos Alberto
Pereira Passos

Enfrentando Objeções e Resistências na Propaganda

frentá-los, podemos utilizar uma técnica muito simples de TRÊS PASSOS.

Técnica dos três passos

Como o nome indica, esta técnica recomenda três etapas ou procedimentos:

- Fazer uma pausa;
- Perguntar para esclarecer;
- Mostrar compreensão (opcional).

Fazer uma Pausa – Curiosamente, não dizer nada pode ser a parte mais difícil da técnica. Inconscientemente, temos a tendência de responder imediatamente, sem pensar, e na defensiva. Por isso, a pausa é importante para não dar a impressão de que estamos na defensiva. Assim, ganhamos tempo para pensar antes de dizer algo que pode complicar ainda mais a situação além de darmos tempo ao outro para refletir. Às vezes, o médico preenche o vazio que criamos com a pausa, acrescentando informações adicionais ou até respondendo ao seu próprio comentário.

Perguntar para esclarecer – este passo é a chave de um bom manejo inicial das resistências. Em primeiro, surpreendemos o médico em não responder na defensiva e com uma frase pré-fabricada que não responde à verdadeira preocupação (conduta comum dos representantes mal preparados). Em segundo lugar, a pergunta demonstra ao médico que levamos a sério seu ponto de vista ao invés de minimizá-lo ou rechaçá-lo, além de demonstrar interesse pelo que está sendo dito.

Ex.: Por que pensa que é caro?
Caro? Caro em que aspecto?
Por que disse que é difícil encontrar o produto nas farmácias?
O que o faz pensar que nosso produto não será padronizado em seu hospital?

A resposta à nossa pergunta revelará a verdadeira natureza da resistência. Às vezes, para chegar ao fundo do problema é necessário indagar mais.

Mostrar compreensão – esse passo é opcional. Quando a resposta é clara e breve, pode ser que não seja necessário. Todos nós gostamos de ser compreendidos e nos chateamos quando alguém rechaça ou menospreza nossas idéias e sentimentos. Ao mostrar compreensão, a outra pessoa percebe que a compreendemos e que levamos a sério seu ponto de vista. Mostrar compreensão não quer dizer estar de acordo. Para tal, usamos expressões como:

Entendo!
Sem dúvida é importante levar em conta este aspecto.

Entendo que perfil de tolerabilidade é um aspecto decisivo para sua decisão de uso!

A técnica do passo triplo serve para a verdadeira natureza das resistências e para melhorar a disposição do médico em considerar nossa argumentação para superar a dificuldade. Assim, na próxima vez em que ouvir uma objeção ou resistência ao uso de um produto promovido: PARE, PENSE e use a técnica do passo triplo.

- 1 – Faça uma pausa;
- 2 – Pergunte para esclarecer;
- 3 – Mostre compreensão (opcional).

Carlos Alberto Pereira Passos
Boletim Interno de Treinamento
Barrene - 24/2004

Carlos Passos, foi diretor de Suporte e Serviços Comerciais coordenando os departamentos de Treinamento, Administração de Vendas, Eventos, CRM/Comunicação com o cliente, Viagens e Logística da Pharmacia. Nos 32 anos de experiência na Indústria Farmacêutica ocupou cargos executivos em diversos laboratórios: Mead Johnson; Merck Sharp & Dhome; Richardson Merrel Moura Brasil; Glaxo; Rhodia; Farnitália Carlo Erba; Pharmacia & Upjohn e Pharmacia. Presta consultoria, Treinamento & Desenvolvimento para Indústria farmacêutica.

UpGrade Treinamento & Desenvolvimento

Rua Alvarenga, 797 sala 08
CEP 05509-001
City Butantã
São Paulo - SP

Tel/Fax: (11) 3031-4495
site:
www.upgradetd.com.br

Contato:
cursos@upgradetd.com.br