



Autor:
Carlos Alberto
Pereira Passos

Linguagem Não-Verbal na Propaganda Médica

Aprendemos que, para fazer uma promoção eficaz, é necessário dominar todas as técnicas recomendadas de abordagem, sondagem e fechamento. Obviamente, o processo em si é muito mais complexo do que imaginamos. Não basta aprender estas três ações fundamentais da técnica de vendas. Precisamos ter consciência de que o profissional de propaganda exemplar necessita ter o domínio de vários temas relacionados a esta habilidade.

- Princípios básicos de marketing, especialmente quanto ao exato conhecimento das ferramentas de abordagem das características versus benefícios. Afinal, se não vendemos benefícios, não vendemos o produto que estamos propagando. Assim, saber traduzir ao médico, com suas palavras, quais os benefícios relacionados a cada característica de um produto é um dever profissional do representante.
- Técnica de vendas, assim como já comentado acima, saber explorar cada etapa do processo, desde a abertura, a fase de perguntas, da venda dos benefícios, de resumir os pontos acordados durante a promoção e fechar com um acordo ou compromisso.
- Assistência Técnica – traduzida pela maturidade profissional do representante em dar continuidade a cada uma das suas visitas médicas como uma história contínua, mês a mês. Prestar serviços, atender solicitações, interessar-se pelos resultados e comentários feitos por cada médico, etc.
- Comunicação – pelo domínio da correta utilização das técnicas de fazer perguntas, saber ouvir e, especialmente, do uso da linguagem não-verbal.

ou pelo que se observa da linguagem não-verbal do médico visitado, esta é, sem dúvida, uma das ferramentas mais importantes do processo de comunicação. Não percebemos muito bem esta real importância até o momento em que pensamos em um diálogo ou negociação que ocorre via telefone: não sabemos ou não temos certeza das reações de nosso interlocutor do outro lado da linha – se está feliz, concordando, apressado, etc. É mais confortável, certamente, quando olhamos nos olhos da outra pessoa: podemos mudar nossas estratégias ou técnica de conversação de acordo com que percebermos da sua linguagem corporal.

Ao bom observador, entender a linguagem do corpo pode significar muito mais do que mil palavras.

Expressamos nossos sentimentos, pontos de vista, desejos e necessidades da mesma forma com que os animais se expressam, usando a linguagem dos gestos, da expressão facial e de todo o corpo. Mensagens como raiva, alegria ou súplica são facilmente percebidas se observamos a face, seja do homem ou de um animal. Estes códigos de comunicação são considerados universais e comuns entre as espécies. Assim, precisamos apenas desenvolver o nosso senso de observação e interpretação de todos os sinais que captamos de nosso interlocutor. O nosso rosto é constituído de músculos que reagem a estímulos nervosos, contraindo ou relaxando, sempre que um sentimento torna-se dominante. Através deste mecanismo natural, demonstramos sinais de desconfiança, satisfação, concordância, repulsa, etc. Popularmente, temos o costume de interpretar o franzir da testa como susto, surpresa ou “mentira”, porém este é um código que aprendemos naturalmente e que precisa ser melhor decodificado, evitando erros de comunicação.

Durante a propaganda médica, é fundamental que o representante tenha um amplo domínio da mensagem promocional

A Linguagem Não-Verbal

Seja pelo que apresenta o representante

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

Linguagem Não-Verbal na Propaganda Médica

e da técnica de vendas empregada, para que possa destinar parte de sua percepção para a observação da linguagem não-verbal. Assim, a partir do momento em que o representante entra no consultório e posiciona-se diante do médico, imediatamente começa a traduzir cada gesto ou expressão que o médico apresenta.

Um capítulo importante desta técnica relaciona-se à comunicação efetuada pelos olhos. Os olhos “falam” com a linguagem do inconsciente. Quando encaramos outra pessoa, falamos com o dom da verdade. Por outro lado, quando fugimos o olhar, falamos com a obscuridade ou com a mentira. Deste modo, o representante eficaz expressa-se mirando sempre os olhos do médico, enquanto mantém vigilância sobre os olhos dele ao ouvir uma declaração ou resposta a uma pergunta efetuada.

Observar os gestos, a expressão facial e, especialmente, os olhos do interlocutor são considerados como parte de uma técnica importante de comunicação. Sinais importantes a serem observados:

- **Pressa** – olhar as fichas dos pacientes enquanto o representante está falando, tocar com a caneta na borda da mesa, abrir e fechar gavetas, sentar e levantar várias vezes;
- **Desinteresse** – desviar o olhar, manter o olhar para um ponto abaixo da mesa, expressão facial de “ausência”;
- **Concordância/Interesse** – corpo sobre a mesa com a cabeça apoiada nos braços, corpo para frente, olhar focado no representante ou no material promocional;
- **Ceticismo/Desconfiança** – sorriso no canto da boca, lábios repuxados para o lado.

- **Impaciência** – gestos contínuos e desordenados (apanhar papéis, clique de caneta, mudança constante de posição na cadeira).

Assim como descrito acima, outros sinais poderão ser captados à medida que nos acostumamos a percebê-los. O mais importante, no entanto, é o que fazemos com estas mensagens captadas pela linguagem não-verbal do médico visitado. Como reagimos a cada uma destas mensagens é o que fará diferença entre o profissional eficaz e destacado e o representante inexperiente. Pense muito nesta condição de desenvolvimento profissional, sua correta aplicação fará com que seja respeitado e admirado junto aos médicos e colegas de profissão.

Sua própria linguagem não-verbal

Da mesma forma com que observamos, somos observados. Cuidar da linguagem de nosso corpo, enquanto estamos diante do médico, também é importante. Desde a postura, uso dos gestos e das nossas expressões faciais ou do olhar, posicionamento da literatura, etc., tudo será interpretado pelo interlocutor como uma mensagem que poderá ser acreditada ou não, convincente, verdadeira ou duvidosa, etc. Trabalhar a postura, o posicionamento das pernas ou dos braços durante a promoção, requer treinamento e, às vezes, correções.

- **Gesticulação excessiva** – nervosismo, intranquilidade, insegurança;
- **Desvio do olhar enquanto fala** – inconsistência;
- **Postura ereta e inflexível** – desconforto, arrogância;
- **Pés na parede na sala de espera** – irresponsabilidade, má conduta.

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

Linguagem Não-Verbal na Propaganda Médica

Considerando estas duas condições – observar e estar sendo observado – é uma decisão profissional de maturidade profissional. Faz parte do conjunto que se denomina Promoção Eficaz. Se você quer ser diferente e, acima de tudo, eficaz no que faz, cuide da linguagem não-verbal. Preste mais atenção no que você e os médicos “falam” utilizando este recurso natural. É a pura verdade da comunicação.

Carlos Alberto Pereira Passos
Boletim Interno de Treinamento
Barrene - 25/2004

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