

## FADA – Despertadores de atenção

Existem quatro despertadores básicos de atenção que podem ser lembrados pelo acrônimo **FADA**. Esses despertadores são uma transição entre o *início do contato com cliente* e o restante do processo de vendas, e podem inclusive ser úteis para marcar encontros comerciais. Servem como técnica para quebrar o gelo, desfazer barreiras e aumentar a sintonia para vender. São eles:

**F** ato  
**A** rtefato  
**D** ica  
**A** preciação

- Fato – Recorrer ao relacionamento positivo entre seu prospectivo cliente e suas evidências. Reflita: que contatos mútuos você tem com seu cliente?

Exemplo: Sr. Cliente, quem me indicou para contatar sua empresa foi o fulano, gerente da empresa tal...

- Artefato – Apresentar algum objeto que ilustre um ponto informativo importante. Reflita: O que posso mostrar ao meu cliente de modo a captar-lhe a atenção?

Exemplo: Sr. Cliente, aproveitando nosso encontro, eu lhe trouxe uma revista que destaca muitas dicas de economia em sua área, achei que poderia lhe interessar...

- **Dica – Sugestões, idéias ou novos negócios** que sejam viáveis e úteis para o cliente. Reflita: que informação oportuna, relevante e valiosa posso compartilhar com esse cliente?

Exemplo: Caro cliente, notei que sua empresa tem muita estrutura em informática. Quero aproveitar para recomendar um site que descobri que melhora a performance da sua rede, sem gastar muito. Apenas uma sugestão.

- **Apreciação – Comentário sobre uma qualidade positiva** seguido de uma pergunta referente a essa qualidade. Reflita: que qualidades possui esse cliente em particular?

Exemplo: caro cliente (diga o nome), parabéns pela explicação e excelente entrevista que deu para a Revista Tal. Muito bem colocado o seu ponto-de-vista.

## Preparando os Despertadores de Atenção

	Que contatos mútuos você tem com este cliente?
<b>Fatos</b>	

**Ex:** Informações contidas em sites, jornais, revistas sobre o cliente

<b>Artefatos</b>	<b>O que posso mostrar a meu cliente de modo a captar-lhe a atenção?</b>

**Ex.** Objetos que observamos ou portamos sobre o cliente.  
Fotografia com filhos, prêmios como troféus ou certificados,  
brindes que podemos dar ao cliente, a revista com um artigo  
sobre o cliente.

<b>Dicas</b>	<b>Que informação é oportuna, relevante e valorosa que possa compartilhar com este cliente?</b>

**Ex.** Qualquer idéia útil que você possa dar ao cliente que não se refira ao que você está vendendo, como por exemplo,

dicas de economia de consumo de papel, energia.

Apreciação	Que qualidades possuem este cliente em particular?

**Ex. Elogiar o cliente destacando sempre a qualidade e quando você a percebeu (o momento mesmo). Seja sincero ao elogiar!**

Se praticar essa técnica com seus clientes, antes de tentar vender, vai perceber que a relação vai ser mais agradável. No entanto, não será preciso que utilize as 04 opções FADA, basta ter uma delas como um caminho para que seu atendimento, sua visita, seu telefonema seja tena mais atenção por parte de seu prospectivo cliente.

Mais informações sobre FADA e outras técnicas eficazes em vendas, atendimento e negociação, acesse [marceloortega.com](http://marceloortega.com) ou tenha o livro SUCESSO EM VENDAS, Ed. Saraiva.

Muito sucesso

Marcelo Ortega  
Palestrante, consultor e autor de Sucesso em Vendas.  
[www.marceloortega.com](http://www.marceloortega.com)