TATETI
ESPECIALISTA EM HIDRÁULICA

APOSTILA DO VENDEDOR TATETI

Entender pra depois atender.

Módulo 2 · Fundamentos da venda consultiva

Como o cliente compra hoje e o que você precisa saber pra conduzir.

Especialista em hidráulica há 45 anos

Sorocaba · Pouso Alegre · Ribeirão Preto · Ponte Nova

MÓDULO

02

Fundamentos da venda consultiva

O comprador mudou. A gente também mudou. Aqui você vê por quê, e qual conhecimento sustenta a sua condução.

NESTE MÓDULO

2.1 Novo mercado e novo cliente
Por que a gente tirou quase 80% do mix

2.2 Como o comprador compra agora
E por que você está em posição de poder

2.3 O novo cenário competitivo
O caso dos R$ 700 mil

2.4 Conhecimento técnico, comercial e de mercado
Cirúrgico, não enciclopédico

2.5 Conhecimento gera autoridade
Tigre, Amanco ou Krona?

▶ **Treino em dupla**
O cliente que só quer preço, com placar

Como usar esta apostila

Leia um capítulo por vez. Cada um termina com três coisas:

Na prática. O que fazer amanhã no telefone.

Não faça. Os erros que custam venda.

3 perguntas. Responda à caneta. Seu gestor vai conferir.

No fim do módulo tem um treino em dupla. Faça antes de ir pro próximo.

TATETI
ESPECIALISTA EM HIDRÁULICA

2.1
Novo mercado e novo cliente

Todo ano alguém fala em "novo mercado". Há 10 anos já falavam. O mercado muda sempre, cada vez mais rápido. O que importa é como ele mudou pra nós.

> **"O mercado sempre foi novo."**
> DAVI

Dois tipos de comprador

Todo mundo que compra quer economizar alguma coisa. Mas não economiza a mesma coisa.

Quem constrói a própria casa	O comprador profissional
Quer preço bom, mas quer ainda mais ter menos trabalho	Construtora, incorporadora e órgão público
Se resolve tudo num lugar só, compra ali	Compra o dia inteiro. Cotar em vários lugares não pesa pra ele
Comprar cada coisa numa loja dá trabalho e atrasa a obra	Quer achar o especialista de cada área

A gente escolheu o segundo

Quando viramos o foco pra construtora, incorporadora e órgão público, eu não precisava mais ter tudo. Tiramos tinta, ferramenta, elétrica e impermeabilizante. Quase 80% dos produtos saíram.

Abri mão de uma parte relevante do faturamento. Pra recuperar tudo e mais um pouco, a gente precisa ser a melhor opção em hidráulica pra esse cliente.

> **"Quando eu não tenho amplitude de produto, eu preciso ter profundidade naquele que eu escolhi."**
> DAVI

> **"Eu lutava 10 lutas. A partir de hoje eu luto só uma: hidráulica pra construtora e incorporadora."**
> DAVI

Fora ficaram a hidráulica pro consumidor final, pro lojista, pra indústria e pro agro. E também ferramenta, ferragem, concreto e elétrica. É por isso que a gente fala com segurança: nesse nicho, do jeito que chegar, a gente bate.

HISTÓRIA REAL

A livraria, a Amazon e a prateleira infinita

Numa imersão com umas 100 pessoas, o palestrante fez uma conta. A maior livraria do Brasil tinha uns **100 mil títulos**. Quase **20%** deles ficavam mais de 90 dias sem vender.

Na Amazon, com milhões de títulos, a parte parada era perto de **2%**. A prateleira virou infinita. Aquele livro de capa verde que você leu em 2002? Alguém está vendendo.

> **"Quem vai sobreviver? O que for o melhor em cada área."**

A Leroy Merlin vende conveniência: a família passeia lá no fim de semana. Esse jogo nunca foi o nosso. O nosso é entender e entregar o produto que atende a necessidade do cliente.

A LIÇÃO **Não dá pra ser o melhor em tudo. Dá pra ser o melhor em hidráulica pra quem constrói.**

NA PRÁTICA

- Apresente a Tateti como especialista em hidráulica pra obra.
- Saiba dizer em uma frase pra quem a gente vende.

NÃO FAÇA

- ✖ Não prometa tinta, elétrica ou ferramenta. Isso saiu do mix.
- ✖ Não tente competir em conveniência com loja de passeio.

3 PERGUNTAS PRA VOCÊ

1. Qual a diferença entre quem constrói a própria casa e o comprador profissional?
2. Por que a Tateti tirou quase 80% dos produtos?
3. O que a história da Amazon ensina sobre especialização?

2.2
Como o comprador compra agora

O comprador de construtora era alguém com 5, 10, 15 anos de casa. A gente conhecia todo mundo. Hoje entra um novato e no dia seguinte já está cotando. A informação está na internet.

HISTÓRIA REAL

O Maracanã comprou pela internet

Meu irmão cuida do marketplace. Um dia ele mandou um print: vendemos **60 acabamentos de R$ 300** pro consórcio do Maracanã. Uma compra de **R$ 18 mil**.

Meu pai olhou e disse:

> **"Antigamente, pra vender pro Maracanã, você tinha que conhecer o fulano que conhecia o fulano."**

Dessa vez, o estagiário de lá jogou na internet, viu o melhor preço, viu a reputação e comprou.

A LIÇÃO **O comprador tem mais informação do que nunca. Ele pergunta até pro ChatGPT onde comprar. Quem só passa preço vira mais uma linha na pesquisa dele.**

Você está em posição de poder

Parece o contrário, eu sei. O vendedor entra pensando "preciso desse cara, preciso bater a meta". Mas se ele te procurou, ele está precisando de algo.

Ele tem 10 concorrentes pra cotar? Você tem mil clientes iguais a ele precisando da sua solução.

> **“No final do dia, o comprador precisa do teu produto, assim como você precisa dele.”**
>
> DAVI

Recuperar sem ceder

Vá na obra e veja qual marca ele usa. No dia seguinte, mande os itens da curva A dele com preço. Se o fornecedor dele demora 15 dias pra entregar e você entrega em um, diga isso. Ele precisa sentir que está perdendo dinheiro por não comprar com você.

O comprador também é treinado. Você quer vender com margem. Ele quer comprar o mais barato possível. Não adianta tentar ler o perfil dele. Adianta ter dado.

O PASSO UM: AS PERGUNTAS QUE SUSTENTAM A CONDUÇÃO

1. **Pra quando você precisa?**
2. **Com quem eu estou concorrendo?**
3. **Qual norma precisa atender?**
4. **Como é o cronograma da sua obra?**

E o cliente que "só quer preço"?

Você: "Amigo, a gente é especializado em obra de médio e grande porte. Preciso entender a tua necessidade pra trazer uma proposta que faça sentido."

Cliente: "Não, eu só quero preço. Passa rápido."

Você: "Eu não trabalho assim. Pra seguir com a proposta, preciso que você responda essas perguntas."

Cliente: "Não quero, obrigado." **Você:** "Até amanhã."

Isso não é falta de educação. Se ele não está disposto a responder, eu passo. Depois você **registra e passa pra supervisora**: "não seguiu porque encerrei conforme o playbook". A gestão pensa na recuperação.

NA PRÁTICA

- Faça as 4 perguntas antes de montar qualquer proposta.
- Cliente recusou? Registre e passe pra sua gestora no mesmo dia.

NÃO FAÇA

- ✖ Não entre na ligação achando que o poder é todo do comprador.
- ✖ Não fique só respondendo e esperando pra ver se ele compra.

3 PERGUNTAS PRA VOCÊ

1. Por que o vendedor está em posição de poder quando o cliente liga?

2. Quais são as 4 perguntas do passo um?

3. O que você faz depois de encerrar com um cliente que não quis responder?

2.3
O novo cenário competitivo

O cliente que vai gastar 1 milhão em tubo conversa direto com as três maiores indústrias. Aí chega um cara de Sorocaba e diz: "faço negócio melhor". Parece que não existe.

Por que é contra-intuitivo

A gente aceita que alguém entende mais de investimento ou de comunicação. Mas aceitar que outra pessoa negocia melhor é difícil. Todo mundo negocia e compra a vida inteira. Quem compra acha que fez a melhor compra, senão não comprava.

Só que a especialidade de quem faz obra é fazer obra. A nossa é hidráulica, há 45 anos.

O que a gente conhece

A força de cada indústria em cada região. O momento da máquina de cada linha de tubo. Como está a meta do gerente regional. O preço de importação, o frete marítimo, o setup. A cadeia inteira. É entrar no jogo com o curinga.

100

é quanto o cliente paga hoje direto na indústria

95

é quanto a gente fornece pra ele. Ele ganha 5

90

é quanto a indústria aceita fazer pra nós. A gente ganha 5

Segurança na fala, jogo de cintura no erro

Em negociação grande, quando chegar no teto, chame o gestor. Ele traz a informação certa e você segura com firmeza. Se você errou o preço, assume: "Você tem razão, a tabela subiu numa atualização e eu estava desatualizado. Vou corrigir." O cliente não se afasta de quem fala com segurança.

> **"Não compre com ninguém antes de nos consultar."**
>
> DAVI

HISTÓRIA REAL

Os R$ 700 mil que a indústria não precisava dar

Outro estado. Um contrato de saneamento de uns **R$ 20 milhões**. Do outro lado, o gerente de suprimentos de uma gigante. Reunião presencial.

A gente não costuma falar a marca. Fala de norma e de qualidade. Ele perguntou e **eu cometi o erro de falar**. Era a marca que ele já comprava, **R$ 700 mil mais barata**. Ele quis ir na indústria espremer.

> **"Eu estou aqui trabalhando pra você, não pra indústria."**

Expliquei: só três fábricas fazem aquele produto no Brasil, e duas se posicionam caro. A indústria podia ter feito o preço. Não fez porque não precisava. Se ele fosse lá, na próxima eu não estaria mais aqui pra trazer o desconto.

A LIÇÃO **Em saneamento, a gente vende norma, não marca. A marca quem define somos nós. E quem conhece a cadeia sabe o preço antes de perguntar pra indústria.**

NA PRÁTICA

- Em saneamento, fale de norma, licença e órgão.
- Chegou no teto? Leve pro gestor e acredite na informação dele.

NÃO FAÇA

- ✖ Não revele a marca em saneamento, nem se perguntarem.
- ✖ Não titubeie na hora do preço. Insegurança custa a venda.

3 PERGUNTAS PRA VOCÊ

1. Como a Tateti consegue ser mais barata que a própria indústria?
2. No caso dos R$ 700 mil, qual foi o erro e por que custou caro?
3. O que você diz ao cliente quando descobre que passou um preço errado?

2.4 Conhecimento técnico, comercial e de mercado

Eu não sei todas as características técnicas do produto que eu mais vendo. Nunca me preocupei em conhecer produto. Me preocupei em conhecer o cliente.

> **"Não é conhecimento pra encher linguiça. É o cirúrgico."**
> DAVI

Se você ler 10 livros hoje, amanhã esqueceu quase tudo. O que fica é saber o que é relevante pra aquela obra, naquele momento. O resto você busca quando precisar.

O produto é quase commodity

Muito raro o nosso tubo valer mais que o do vizinho. O valor está na condução. O cliente chega pedindo "o tanque da Fortlev" por causa da fama. Se eu aceito, ele matou minha margem. Eu pergunto o que ele precisa: que atenda as normas, que tenha tal diâmetro.

HISTÓRIA REAL

A Bruna e as duas perguntas erradas

Ouvi a Bruna numa ligação. No fim, chamei ela pra conversar. Foram duas perguntas que entregaram a condução pro cliente.

"Você tem preferência por marca?" Se ele tiver, ele mesmo fala. Você não induz. Ele precisa de produto normatizado pela NBR. A liberdade de escolher a marca fica com você.

"O registro é de metal ou de plástico?" Pergunta pra que ele vai usar o registro. Aí você diz qual é o certo.

A LIÇÃO **Conhecimento técnico de vendedor é saber perguntar a finalidade e dizer qual é o melhor produto.**

O pedido é a ponta. Leia o que vem atrás

O comprador profissional não vai levar o que você empurrar. O que vale é interpretar o que está por trás do pedido.

1 **Os 100 litros de cola**

Chegou alguém pedindo 100 L de adesivo pra PVC. A R$ 30 o litro, são R$ 3 mil só de cola. **Quem consome tanta cola está comprando muito tubo. Onde está esse tubo?**

2 **A caixa d'água**

Ela precisa de flange pra encaixar no tubo, de T pra derivação e de cotovelo pra curva.

3 **A fossa e os 1.000 tubos**

Quem compra fossa precisa de filtro. Quem compra 1.000 tubos precisa de anel de vedação. Tubulação de 500 mm é obra grande.

4 **As curvas de 45°**

Bati o olho num orçamento cheio de curva de 45° e já sabia: era descida de água de chuva, linha aérea. Isso é estudo de catálogo.

Onde vale ser especialista

Nas linhas que geram economia pro cliente e margem pra nós. Exemplo: trocar drenagem de concreto por polietileno de alta densidade (PEAD). Aqui você precisa saber argumentar.

Não sabe? Busque

Toda linha que a gente trabalha tem QR Code com a ficha técnica. Comece pelos 10 primeiros itens da curva ABC. E pergunte pra sua gestora. Ninguém aqui espera que você seja encanador. Espera que você saiba a diferença entre um cano e outro, e por que a gente vende norma, não marca.

Pense no remédio

O cliente pede uma Novalgina. O que ele precisa é tirar a dor de cabeça, e o orçamento dele é R$ 10. Se eu entrego um remédio que funciona por R$ 9,50, ele fecha comigo. O valor está em entender isso, não em vender a Novalgina por R$ 12.

Conhecimento comercial: o espaço de manobra

Nunca estudei técnica de venda a fundo. O que eu faço é mapear o espaço entre duas coisas:

De um lado

- O preço-alvo do cliente: o orçamento da obra ou a cotação que ele já tem
- O máximo que ele está disposto a gastar

Do outro lado

- Quanto essa solução realmente custa pra nós
- O menor preço que o concorrente dele pode fazer

Seu papel é trazer as informações que abrem esse espaço. Muitas vezes o cliente passa aberto. Às vezes ele joga só uma migalha, e já basta.

> **"Eu não pergunto qual o preço. Pergunto com quem estou concorrendo. Não pergunto o prazo. Pergunto pra quando você precisa."**
>
> DAVI

Os problemas que o cliente quer resolver

1 Preço e pagamento
Menor preço, prazo, crédito e forma de pagamento.

2 Velocidade
Urgência e prazo de entrega.

3 Distância e frete
Onde fica a obra e quanto custa chegar lá.

4 Preço instável
Quer fechar a obra toda pra ganhar poder de compra e receber aos poucos, mês a mês.

Cuidado com o óbvio

Tem técnica que manda perguntar ao cliente "e se não chegar logo, o que acontece?". Com comprador profissional, isso é excesso de condução. Ele já sabe. Eu também sei. Pode gerar um corte. Vá direto à necessidade.

Conhecimento de mercado

Conheça os concorrentes: Tigre, Amanco, Krona, Fortlev. E saiba o tamanho do jogo. Saneamento, galpão logístico de marketplace, torre residencial, data center chegando. Mesmo dobrando o número de vendedores, a gente não daria conta de prospectar tudo.

Quem compra de verdade

A construtora pega o contrato, mas quase não executa. Quem executa são as terceirizadas, como a instaladora. Muitas vezes é ela quem negocia, mesmo com a assinatura da construtora no pedido.

Onde a gente joga melhor

Já vendemos pro norte da Bahia, Campo Grande, Sinop e Cuiabá. Mas o forte é o raio em volta de Sorocaba e algumas cidades-chave, onde está a nossa logística.

> **"Quando você conduz desde o início, entendendo a demanda do cliente, 90% a 95% dos pedidos a gente fecha."**
>
> GESTÃO COMERCIAL

NA PRÁTICA

- Pergunte a finalidade antes de perguntar o material.
- Pra cada pedido, pense no que mais aquela obra vai precisar.
- Mapeie preço com "com quem estou concorrendo?" e prazo com "pra quando você precisa?".

NÃO FAÇA

- ✖ Não pergunte se o cliente tem preferência por marca.
- ✖ Não despeje ficha técnica que o cliente não pediu.
- ✖ Não explique ao comprador profissional o que ele já sabe.

3 PERGUNTAS PRA VOCÊ

1. O que a Bruna deveria ter perguntado no lugar de "metal ou plástico?"
2. Alguém pediu 100 L de cola. O que mais essa obra está comprando?
3. O que é o espaço de manobra e quais duas perguntas ajudam a mapeá-lo?

2.5
Conhecimento gera autoridade

Pra conduzir, eu preciso de conhecimento. Lembra do Rodoanel? Conhecimento técnico zero. O que fez a venda foi saber do mercado e do nosso estoque.

HISTÓRIA REAL

Tigre, Amanco ou Krona?

A gente tem duas tabelas no sistema: uma balizada na **Tigre** e outra na **Amanco**. Se um item da Tigre está 10% abaixo, todos estão. Funciona como uma lupa.

Primeiro caso. O cliente disse que concorria com a Tigre e mandou uma planilha dele. Jogamos na tabela. Quase tudo batia. Um item, não: ele tinha pego de outra empresa. Dava pra mostrar com segurança onde estava o erro.

Segundo caso, na mesma semana. Pedi pra Patrícia me explicar. Ela chegou chutando. Fui perguntando "por quê?" até a gente investigar junto. Não era Tigre. Não era Amanco. Por exclusão, e sabendo que esse cliente usa uma terceira marca, era Krona. Os anéis confirmaram.

> **"Esse preço que você tem, eu não estou disposto a fazer no produto que eu trabalho."**

A LIÇÃO Você não precisa fazer a conta sozinho. Precisa entender o raciocínio: bateu com qual tabela? Se não bateu, investiga.

> **"Se você me der todas as peças, eu monto o quebra-cabeça."**
>
> DAVI

O RACIOCÍNIO QUANDO O CLIENTE DIZ "A TIGRE FAZ MAIS BARATO"

1. **É proposta da indústria ou planilha dele?**
2. **Bate com a tabela Tigre?**
3. **Bate com a tabela Amanco?**
4. **Não bateu? Investiga com a gestora**

Você traz as peças. A estrutura ajuda a montar

O quebra-cabeça montado é a venda que resolveu o problema do cliente, foi vantajosa pra ele e deu margem boa pra nós. Sem as peças, não monta.

O papel do vendedor

- Extrair a informação: prazo, concorrente, preço que ele tem
- Alimentar o CRM
- Levar pra gestora e acreditar no cenário que ela devolve

O papel da estrutura

- A gestão comercial cruza as tabelas
- O pricing mantém os preços atualizados
- Juntos, a gente monta a proposta com você

Você não precisa ter todo o conhecimento que eu tenho. Precisa conhecer os cenários, acreditar neles e conduzir. Não é pesquisa do IBGE. É saber pra quando, com quem e por quanto.

NA PRÁTICA

- Cliente diz "a Tigre faz mais barato"? Peça a proposta e leve pra tabela.
- Item fora da curva? Investigue antes de responder.
- Registre tudo no CRM. Peça que falta é venda que não monta.

NÃO FAÇA

- ✖ Não chute qual é a marca do concorrente.
- ✖ Não aceite planilha do cliente como se fosse proposta da indústria.
- ✖ Não cubra preço que você não entendeu.

3 PERGUNTAS PRA VOCÊ

1. **Pra que servem as tabelas balizadas na Tigre e na Amanco?**
2. **Como a gente descobriu que o concorrente era a Krona?**
3. **Quais peças do quebra-cabeça você precisa trazer de cada cliente?**

VERSÃO PARA VALIDAR COM O DAVI

Treino em dupla: o cliente que só quer preço

Um faz o cliente, o outro faz o vendedor. 5 minutos de ligação. Depois troquem.

Recorte as cartas. Cada um lê só a sua.

CARTA DO CLIENTE

Comprador de uma construtora

- Abra assim: "Me passa preço desta lista. Rápido, estou fechando hoje com a Tigre."
- Se o vendedor insistir nas perguntas uma vez, resista. Na segunda, responda.
- A obra precisa do material em 20 dias. A norma é NBR.
- Sua lista não é da Tigre: é uma planilha sua. Um dos itens veio de outro fornecedor.
- Se ele perguntar "tem preferência de marca?", diga "Tigre".

CARTA DO VENDEDOR

Chegou uma lista no WhatsApp

- Não passe preço antes de entender a obra.
- Use as 4 perguntas do passo um.
- Descubra se o que ele mandou é proposta da Tigre ou planilha dele.
- Não pergunte de marca.
- Se ele não quiser responder, encerre com educação e diga que vai registrar.

Placar: quem fez o cliente marca

O vendedor...	Sim	Não
Não passou preço antes das perguntas	☐	☐
Perguntou pra quando ele precisa	☐	☐
Perguntou com quem está concorrendo e qual a norma	☐	☐
Descobriu que a lista era uma planilha, não proposta da Tigre	☐	☐
Não perguntou preferência de marca	☐	☐
Fechou com próximo passo e data	☐	☐

6 sins: você conduziu. **4 ou 5:** quase lá, refaça trocando a dupla. **Menos de 4:** releia os capítulos 2.2 e 2.5 e tente de novo.

FIM DO MÓDULO 2

Antes de passar pro módulo 3:

- ✓ Respondi as 15 perguntas à caneta
- ✓ Fiz o treino em dupla dos dois lados
- ✓ Meu gestor conferiu

TATETI
ESPECIALISTA EM HIDRÁULICA

Rod. João Leme dos Santos, 579 · Sorocaba/SP
(15) 3229-0010 · tateti.com.br