

10 - Ética e conduta profissional em vendas

FAIXA PRETA EM CESGRANRIO

ÉTICA EM VENDAS



Administração Faixa Preta
– Prof. Marcelo Soares

Professor
**Marcelo
Soares**

[Ética em vendas]

- A ética em vendas é **base para a perenidade de qualquer empresa**.
- Os **códigos de ética** definem um “comportamento ideal” a ser perseguido pelos indivíduos. Por meio da comparação com esse padrão, os comportamentos dos indivíduos são aprovados ou reprovados pelo grupo social.

Associação Brasileira de Marketing Direto

O profissional de vendas não deve induzir o seu cliente ao erro

O profissional de vendas não deve negociar produtos impróprios

O profissional de vendas não deve deturpar ou apresentar de maneira capciosa elementos de pesquisa ou estatísticas

As ofertas devem ser claras, precisas, honestas e completas

[Ética em vendas]

Associação Brasileira de Marketing Direto

São vedados argumentos ou publicidade inverídicos, enganosos ou fraudulentos ou que depreciem outras empresas injustificadamente

Deve-se deixar claro quando uma oferta mencionar bens que não estão incluídos no produto ou que têm custo extra.

[CESGRANRIO – BB – Escriturário – 2013]

O processo de vendas tem-se transformado, ao longo do tempo, em função da crescente competição existente no mercado entre empresas de mesmo setor. Em função disso, o foco da administração de vendas também mudou. Hoje, em função do mercado, o foco dessa área é no(a)

- a) produção, estabelecendo metas de vendas que ultrapassem sua capacidade produtiva.
- b) orçamento, proporcionando a expectativa de ganhos futuros em função das vendas a serem realizadas.
- c) cliente, avaliando suas necessidades e expectativas em relação aos produtos ofertados.
- d) território de vendas, delimitando assim a atuação de cada vendedor, que concentrará seus esforços na área para ele determinada.
- e) vendedor, visando a aumentar os ganhos do profissional, já que seu salário é a comissão sobre as vendas realizadas.

Gab: C

[CESGRANRIO – BB – Escriturário – 2013]

Um funcionário de um banco, preocupado em atingir as metas estabelecidas pela sua gerência, precisava vender alguns produtos bancários em pouco tempo. Tentando atingir a meta estabelecida, ele procurou algumas informações sobre como melhorar seu desempenho no processo de vendas. A informação de como proceder no processo de vendas, que contribuirá positivamente para a melhoria de seu desempenho, é

a) minimizar as informações passadas aos clientes sobre os riscos envolvidos em cada um dos produtos oferecidos.

b) oferecer os produtos aos clientes, independentemente de seus perfis já que, ao categorizar os clientes, estaria discriminando-os.

c) falar mais do que ouvir, durante a abordagem inicial, exaltando os benefícios de cada um dos produtos.

d) mostrar conhecimento em relação aos produtos, porém não mencionar a política do banco e as formas de cobrança referentes aos produtos, já que esses detalhes tomam o tempo do cliente.

e) buscar informações essenciais sobre os clientes com perspectiva de negócios, antes e durante a interação no processo de compra e venda.

Gab: E

[CESGRANRIO – BB – Agente Comercial – 2015]

Na ocasião do atendimento, seja na definição do preço e das condições de venda, seja na aceitação ou não da proposta, é inaceitável a(o)

- a) discriminação de qualquer pessoa com base em raça, cor, religião.
- b) divisão dos correntistas com base na capacidade de investimento.
- c) omissão de informações importantes sobre a vida particular do atendente.
- d) separação dos clientes por idade, sexo, renda ou estado civil.
- e) discernimento em relação à condição financeira do cliente.

Gab: A

[CESGRANRIO – BB – Agente Comercial – 2015]

Quando o atendente de um banco utilizar-se de comparações com a concorrência para ressaltar as vantagens dos serviços prestados em sua agência, ele deve ter por princípio a utilização de

- a) dados de cunho psicológico ou emocional.
- b) fatores que dificultem o entendimento das características dos produtos concorrentes.
- c) comparações entre serviços de natureza e épocas diferentes.
- d) informações objetivas e que sejam passíveis de comprovação.
- e) pesquisas de opinião sem a fonte e sem a data dos dados recolhidos.

Gab: D

[FCC – BB – Escriturário - 2010]

Em um programa de televisão sobre mercado de trabalho, três consultores tecem os seguintes comentários sobre os princípios da venda pessoal:

Alice – A época do vendedor esperto já passou, e no seu lugar está o profissional que sabe levantar boas perguntas, ouvir e aprender.

Antônio – Os vendedores eficazes possuem um instinto natural que se revela especialmente no momento de convencer as pessoas.

Pedro – A função do vendedor é aumentar o número de clientes de sua empresa, focando seus esforços na realização de negócios imediatos.

É(São) correta(s) a(s) afirmação(ões) de

- a) Alice, apenas.; b) Pedro, apenas; c) Pedro e Antônio, apenas.;
d) Alice e Antônio, apenas.; e) Alice, Antônio e Pedro.

Gab: A

[FIM DE PAPO]

Dúvidas?

 Prof. Marcelo Soares

 @ profmarcelosoares

 admfaixapreta

