

10 - Ética e conduta profissional em vendas

FAIXA PRETA EM CESGRANRIO

ÉTICA EM VENDAS



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

