

A entrada da Programação Neurolinguística (PNL) nas organizações enquanto alavanca de vendas é hoje uma evidência. As empresas de todo o mundo já perceberam as vantagens que têm em aplicar técnicas de vendas, atendimento e orientação para o cliente, baseadas nos preceitos e técnicas oferecidas por esta ferramenta.

Desde o estudo dos sistemas de representação preferencial à personalização do argumentário/comunicação, passando pela detecção dos sinais de fecho ou rejeição que a linguagem não-verbal grita, é muito vasta a contribuição desta metodologia para a melhoria dos resultados comerciais.

A PNL ensina-nos a estabelecer rapport verbal e não-verbal com os diferentes tipos de interlocutor; dá-nos dicas importantes para ultrapassarmos objeções e resolvermos conflitos; e torna-nos especialistas na utilização criteriosa da linguagem verbal e na arte de colocar perguntas.

Para além disso, permite-nos, por um lado, investigar os padrões de compra, as necessidades ocultas e inconscientes que estão na origem do desejo de compra, o valor e os valores, e os ganhos secundários e, por outro, a perceber quais são os estados emocionais do cliente que nos procura e a saber como ancorar nele estados emocionais positivos.

Em suma, a PNL empreende um conjunto importante de técnicas de alinhamento pessoal, que tornam o comercial ou atendedor numa pessoa mais resiliente e focada, o que lhe permite recuperar rapidamente de um “não” que poderia pôr a venda seguinte em causa!

### **Quer saber mais sobre a PNL e como utilizá-la?**

Participe no [CURSO PRACTITIONER EM PNL](#), organizado pela TecMinho, que atribui uma **certificação internacional** associada ao **NTI-NLP** da Holanda.