RESUMO EM UMA PÁGINA

Venda de Valor no Agro: o produtor evoluiu

A sua força de vendas evoluiu junto?

José Ricardo Noronha · Zé Vendedor · CEO da Paixão por Vendas · Setembro de 2026

A PROVOCAÇÃO CENTRAL

O produtor deixou de entender só de produção e passou a entender de negócio. O repertório do seu time evoluiu na mesma velocidade? Ou você ainda manda para o campo a conversa que servia ao produtor de vinte anos atrás?

O DESCOMPASSO EM UMA OLHADA

- **O produtor mudou:** dados, câmbio, clima, crédito e margem por talhão.
- **Relacionamento abre portas,** mas não é estratégia comercial.
- **Só produto na conversa** leva o produtor a só falar de preço.
- **Vender valor** é ajudar o produtor a enxergar o que sozinho ele não enxerga.

TRÊS NÚMEROS QUE INCOMODAM

4% dos campeões em vendas complexas são Construtores de Relacionamento. 54% são Desafiadores (Challenger Sales).

53% da lealdade do cliente vem da experiência de vendas. Valor x preço explica só 9% (Challenger Sales).

89% dos compradores consideram mais a marca quando o vendedor muda a sua forma de pensar (LinkedIn).

CINCO MOVIMENTOS PARA VALER O INGRESSO DA CONVERSA

1. **Entenda antes de atender**
   Vá além dos hectares: gargalos de custo, riscos da safra e ganhos não percebidos.
2. **Pergunte melhor com SPIN**
   Situação, Problema, Implicação e Necessidade de Solução: o produtor verbaliza o valor.
3. **Eduque, Personalize, Assuma o Controle**
   A Estratégia EPA leva novas perspectivas e conduz a conversa ao impacto econômico.
4. **Compare resultados, não produtos**
   10% mais barato com 20% menos produtividade: qual o impacto real na safra?
5. **Prepare cada visita com OPC**
   Objetivos, Processo e Compromissos. Não existe script milagroso; existe preparação.

RELACIONAMENTO SUSTENTADO POR RELEVÂNCIA

O agro é cíclico. A necessidade de vender valor não é. Quanto mais complexo o cenário, mais vale o profissional que ajuda o produtor a decidir melhor. Vender é ajudar, vender é servir, e só ajuda de verdade quem entende primeiro.

Leia o artigo completo

paixaoporvendas.com.br/blog · O seu time vale o ingresso da conversa?

Dados citados: pesquisa do Challenger Sales (CEB / Gartner) e relatório State of Sales (LinkedIn). Conteúdo independente.