



# ALÉM DO PREÇO

Um guia prático para vender  
soluções SolarEdge

Se você já tentou vender SolarEdge e escutou:  
"Mas esse outro aqui é mais barato..." e não  
soube o que dizer, esse material é pra você.

Vender tecnologia premium exige argumento  
técnico e comercial.

Aqui você vai aprender a explicar o valor do  
SolarEdge de forma clara, simples e direta, do  
jeito que o cliente entende e confia.

Vamos jogar o jogo do valor, não do preço.

# Muito além do básico: por que vender SolarEdge facilita sua operação e impulsiona seus resultados

Se tem uma coisa que tenho certeza que você odeia é perder tempo com instalação complicada, retrabalho e dor de cabeça no suporte. É aí que entra a proposta da SolarEdge: simplificar o seu dia a dia e ainda abrir novas oportunidades de negócio. Vamos por partes:

## **Facilidade de instalação**

Menos tempo no local = mais projetos entregues.

A instalação com SolarEdge é mais rápida e intuitiva, o que reduz erros, evita imprevistos e acelera a entrega. Isso acontece graças à Home Network, que facilita a comunicação entre os componentes do sistema, além de permitir uma atualização rápida e prática. Resultado? Você ganha tempo e o cliente ganha confiança.

## **Mais energia para o cliente (e argumentos de venda para você)**

Quando você entrega mais energia por módulo, o cliente vê valor. A SolarEdge permite isso.

Com a arquitetura com otimizadores, a produção é maximizada individualmente em cada painel, mesmo em situações de sombreamento parcial. E tem mais: com o acoplamento DC, o sistema fica ainda mais eficiente para baterias, reduzindo perdas por clipping. Tudo isso ajuda o cliente a economizar mais, e a lembrar de quem entregou isso pra ele.

## **Oferta exclusiva, pronta para crescer com seu negócio**

Imagine ter uma solução 100% integrada, com componentes que se conversam, um único ponto de suporte técnico e garantias que cobrem mais do que o padrão do mercado.

Com a SolarEdge, você oferece um sistema diferenciado, com softwares robustos, suporte centralizado e as maiores garantias do setor. Isso facilita tanto a venda quanto o pós-venda.

## **Mais oportunidades de lucro**

Não é só sobre vender o sistema agora, é sobre vender mais no futuro também. Com SolarEdge, você pode entregar mais módulos por projeto (graças ao sobredimensionamento permitido), adicionar acessórios inteligentes e explorar novos serviços com os clientes ao longo do tempo. Isso significa relacionamento duradouro e novas fontes de receita, sem depender apenas de novos leads. No fim do dia, vender SolarEdge é vender mais do que um sistema solar. É vender facilidade, performance e crescimento, tanto para o seu cliente quanto para você.

# Como argumentar com o cliente: por que ele deve escolher SolarEdge

Na hora de fechar um projeto, muitos clientes ainda enxergam o sistema solar apenas como "placas no telhado". É seu papel mostrar que a escolha da tecnologia faz toda a diferença e que optar por SolarEdge é investir em mais economia, mais segurança e mais controle. Abaixo, os principais argumentos que funcionam na prática:

## **Mais energia = mais economia real**

Explique que, com SolarEdge, cada painel trabalha individualmente no seu melhor desempenho. Se um painel tem sombra, sujeira ou qualquer outro fator limitante, os outros continuam produzindo normalmente. Isso significa mais energia total ao longo do tempo e, na prática, contas de luz mais baixas. Além disso, o sistema é mais eficiente para quem pensa em bateria: o acoplamento em corrente contínua reduz perdas e aproveita melhor a energia gerada.

## **Sistema preparado para o futuro do cliente**

Seja por mudança de hábitos, aquisição de carro elétrico ou novas regras das concessionárias, o consumo de energia tende a crescer. Com SolarEdge, o sistema pode ser ampliado e ajustado com facilidade, sem precisar trocar tudo. Isso dá segurança para quem quer investir agora, mas sem abrir mão da flexibilidade.

Controle completo e fácil

Com o aplicativo mySolarEdge, o cliente acompanha em tempo real tudo que está acontecendo: quanto está produzindo, quanto está consumindo, se há algum alerta técnico e até como está a performance da bateria ou do backup. Isso traz transparência e autonomia e ajuda o cliente a entender o valor do sistema todos os dias.

## **Tranquilidade com garantias superiores**

Diferente de outras soluções do mercado, SolarEdge oferece uma das maiores garantias do setor, tanto nos inversores quanto nos otimizadores. Além disso, conta com recursos de segurança avançada e backup automático, que mantêm a casa funcionando mesmo quando falta energia na rede. O cliente investe hoje e tem confiança por muitos anos.

## **Resumindo para o cliente final:**

Com SolarEdge, ele não está comprando "placas solares". Está adquirindo um sistema mais inteligente, mais eficiente e preparado para crescer junto com ele. Para quem valoriza economia, controle e segurança, essa é a escolha certa. Seu papel como integrador é traduzir isso em uma proposta clara, confiável e alinhada com as necessidades reais de quem está do outro lado.

# Como vender produtos premium (sem travar no preço)

Se você trabalha com uma solução de alto valor como a SolarEdge, já deve ter ouvido frases como: “mas o outro sistema é mais barato” ou “encontrei um mais em conta”. Se ainda não ouviu, com certeza vai ouvir. E aí bate aquela dúvida: como convencer o cliente a investir mais?

A resposta não está em baixar o preço, mas em mudar o foco da conversa. Quem vende solução premium precisa jogar outro jogo, o jogo do valor, da diferenciação e da confiança.

Abaixo, você encontra cinco estratégias práticas para virar esse jogo.

## 1. Entenda quem é seu cliente (de verdade)

Antes de apresentar qualquer argumento técnico, entenda com quem você está falando. Seu cliente está preocupado com o retorno do investimento? Com segurança da família? Com tecnologia de ponta? Ou com previsibilidade de gastos?

Quem vende SolarEdge não vende só energia, vende tranquilidade, controle e eficiência. Use isso a seu favor. Quanto mais você souber das dores e objetivos do cliente, mais fácil será conectar a solução com o que ele realmente quer.

## 2. Fale de valor, não de preço

O cliente não quer pagar caro. Mas ele também não quer correr riscos, nem jogar dinheiro fora com um sistema que vai dar dor de cabeça. Seu papel é mostrar o valor do que está sendo entregue.

Liste os benefícios que fazem a diferença: mais energia gerada por módulo, monitoramento total, possibilidade de expansão, garantia superior, desempenho com sombreamento, segurança avançada.

Quando o cliente entende o que ganha, o preço deixa de ser o centro da conversa.

## 3. Construa seu argumento de forma estratégica

Tenha um roteiro claro para suas conversas:

- Comece se apresentando de forma simples, com autoridade e empatia
- Apresente a solução mostrando como ela resolve problemas reais
- Destaque o que diferencia o sistema que você está oferecendo
- Encaminhe o fechamento com clareza, sem enrolação

Não é sobre decorar frases prontas, mas sobre conduzir a conversa com lógica e propósito.

## 4. Pergunte sobre a concorrência

Não fuja do assunto. Perguntar quais outros fornecedores estão na disputa ajuda você a entender o cenário e até antecipar objeções.

Use perguntas como:

“Você chegou a ver outras opções? Qual te chamou atenção?”  
“Está em qual etapa com o outro fornecedor?”

Assim, você entra no radar com vantagem e posiciona sua solução como a mais segura e completa.

### **5. Mostre os benefícios com exemplos simples**

Evite cair na armadilha de listar características técnicas sem conexão com o que importa para o cliente. Em vez de dizer que o sistema tem “monitoramento via app em tempo real”, explique o impacto disso:

“Imagina que depois de um tempo o sistema começa a gerar menos energia e você nem percebe. Sua conta de luz continua alta, e você só desconfia meses depois. Com o monitoramento da SolarEdge, você vê qualquer mudança logo no início e resolve rápido. Assim, não perde dinheiro nem tempo.”

Esse tipo de explicação aproxima a tecnologia da realidade do cliente. Ele não precisa entender os termos técnicos, ele precisa entender o benefício.

No fim, vender um produto premium é mostrar que barato pode sair caro, e que pagar mais pode significar ganhar mais. Seu papel é conduzir essa percepção com clareza, confiança e estratégia.

## **Cinco objeções comuns na venda e como contorná-las**

### **1. Preço**

Quando o cliente diz que está caro, na verdade ele não está vendo o valor do que está sendo oferecido.

Mostre as economias de longo prazo que ele terá com um sistema mais eficiente. Use comparações reais com sistemas comuns que entregam menos energia e exigem mais manutenção. Se for o caso, divida o investimento em valores menores ou mensais, para facilitar a visualização. E sempre tenha exemplos concretos de outros clientes que economizaram mais justamente por não escolherem o mais barato.

### **2. “Não posso decidir sozinho”**

Às vezes o cliente usa a falta de autonomia como escudo, mesmo que confie na solução.

Se isso acontecer, sugira uma nova reunião com os outros envolvidos. Aproveite para perguntar: “O que você acha que eles gostariam de saber?” ou “Quais são as principais preocupações da outra pessoa?”

Assim, você se antecipa e chega mais preparado na próxima conversa, mostrando segurança e colaboração.

### **3. Falta de confiança**

Quando há hesitação, pode haver dúvidas sobre a empresa, o produto ou até você como vendedor.

Nesse caso, traga provas objetivas. Mostre garantias, certificações, cases de sucesso e depoimentos reais. Fale com clareza e seja transparente sobre prazos, suporte e riscos. Demonstre que está ali para orientar, não para empurrar. A confiança se constrói nos detalhes.

### **4. Complacência (ou “agora não”)**

Se o cliente parece desinteressado ou diz que não é prioridade, mostre o que ele perde ao adiar a decisão.

Fale sobre mudanças no mercado, possíveis alterações nas regras das concessionárias, aumento no custo da energia ou até oportunidades que ele pode aproveitar agora. Traga o futuro para o presente, de forma racional e sem forçar. Muitas vezes, o cliente precisa de uma perspectiva diferente para agir.

### **5. Concorrência**

Quando o cliente diz que está com outro fornecedor, não entre em confronto.

Em vez disso, pergunte como tem sido a experiência até ali. O que chamou atenção? O que ele ainda tem dúvida? Plante questionamentos sutis que valorizem seus diferenciais, sem desqualificar o outro. Mostre, com fatos, o que torna sua solução mais segura, mais eficiente ou mais vantajosa a longo prazo.

### **No centro de tudo: intenção sincera**

Quem está cheio de objeções, está na defensiva. Seu papel é mostrar que você está ali para ajudar, não apenas para vender. A melhor maneira de contornar objeções é demonstrar que você entende o problema e tem uma solução melhor. Clareza, escuta ativa e foco no que o cliente realmente ganha. Isso muda o jogo.

## **Erros comuns ao lidar com objeções e como evitá-los**

Responder a uma objeção não é uma batalha para vencer o cliente no argumento. É uma conversa que precisa de escuta, clareza e intenção real de ajudar. Só que, no calor da negociação, é fácil cometer alguns erros que atrapalham mais do que ajudam. Abaixo, os deslizos mais comuns e como evitá-los:

### **1. Não ouvir de verdade**

Pular direto para a resposta sem entender a dúvida é um dos erros mais frequentes. Em vez disso, faça perguntas simples que te ajudem a entender a raiz da objeção.

Exemplo: “O que te preocupa mais nesse ponto?” ou “O que faria você se sentir mais seguro para avançar?”

O cliente precisa sentir que foi escutado antes de ser convencido.

## **2. Falar de característica sem traduzir em valor**

Listar recursos técnicos sem mostrar o impacto prático deles não adianta. O cliente não quer saber que o sistema tem otimizadores. Ele quer saber que, mesmo que um painel esteja com sombra ou sujeira, os outros continuam produzindo normalmente — e a conta de luz continua caindo.

Conecte sempre o recurso ao benefício real.

## **3. Postura errada na hora da resposta**

Quando você responde de forma defensiva, o cliente sente. O mesmo vale para exageros ou promessas que soam forçadas. A melhor abordagem é combinar clareza, confiança e verdade.

Se seu produto tem limitações, reconheça — e mostre por que, mesmo assim, ele entrega mais valor. Essa honestidade constrói credibilidade.

## **4. Ignorar a objeção e seguir o roteiro como se nada tivesse acontecido**

Evitar o desconforto da objeção pode parecer mais fácil, mas mina a confiança na conversa. Se o cliente levanta um ponto, é porque ele importa para ele. Investigue, vá mais fundo, entenda o que está por trás da dúvida. Só assim você pode realmente resolver.

### **E se não souber responder?**

Tudo bem. Use a situação como aprendizado. Você pode dizer com naturalidade que vai checar a informação e retornar.

Depois, pense: o que você pode aprender com essa objeção? Como se preparar melhor da próxima vez? Que ajustes fazer no seu argumento?

Objeção não é sinal de fracasso. É uma chance de melhorar a escuta, refinar o discurso e aumentar sua taxa de conversão. **Quem lida bem com objeções, fecha mais vendas. Simples assim.**

## **Agora que você sabe como vender melhor...**

Vender SolarEdge é muito mais do que conhecer as especificações técnicas.

É sobre entender o cliente, falar a linguagem dele, e mostrar com clareza por que o sistema premium vale o investimento.

Com os argumentos certos e a abordagem certa, você para de competir por preço e começa a ser reconhecido pelo valor que entrega

Agora, pra aplicar isso no campo, você precisa de parceiros que joguem o mesmo jogo.

Alguém que tenha o produto.  
Que entenda o seu desafio.  
E que caminhe junto no projeto.

## E é aqui que a Sirius entra

A Sirius é parceira de quem joga o jogo pra valer.

- ✓ Estoque SolarEdge para envio imediato para todo Brasil
- ✓ Atendimento técnico-comercial especializado
- ✓ Suporte pra integradores profissionais
- ✓ Condições comerciais exclusivas

Quer aplicar esse plano no seu próximo projeto?  
Agende uma conversa com nosso especialista

[Fale conosco pelo WhatsApp](#)

## Conheça um pouco mais sobre a Sirius

### **Começou com uma ideia e se tornou um projeto real**

A Sirius nasceu em 2019 com a ideia de entregar no mercado Solar o que os clientes precisavam há tempos: produtos de ponta; capacitação para quem vende; assistência técnica própria e um trabalho de vendas 100% consultivo. Tudo isso com valor competitivo. **Não viemos para brincar.**

### **De 0 a 100 em três anos**

Em 4 anos saímos do escritório com 3 colaboradores para um time operando até do Reino Unido; expandimos nossas entregas a 95% do país; fomos listados por produzir um dos módulos mais lembrados pelos integradores. Tem mais? Claro que sim. Só estamos começando.

### **Rápidos, leves e objetivos.**

Atuamos em forma de startup apesar de sermos uma indústria. Isso quer dizer que nosso time se adapta rápido: planeja, aplica, aprende e se ajusta. Tudo de forma humanizada e com atenção individual a cada cliente.

### **Entramos para a família Colibri**

Em 2024 fomos adquiridos por uma das 5 maiores empresas de GD do país, a Colibri Capital.

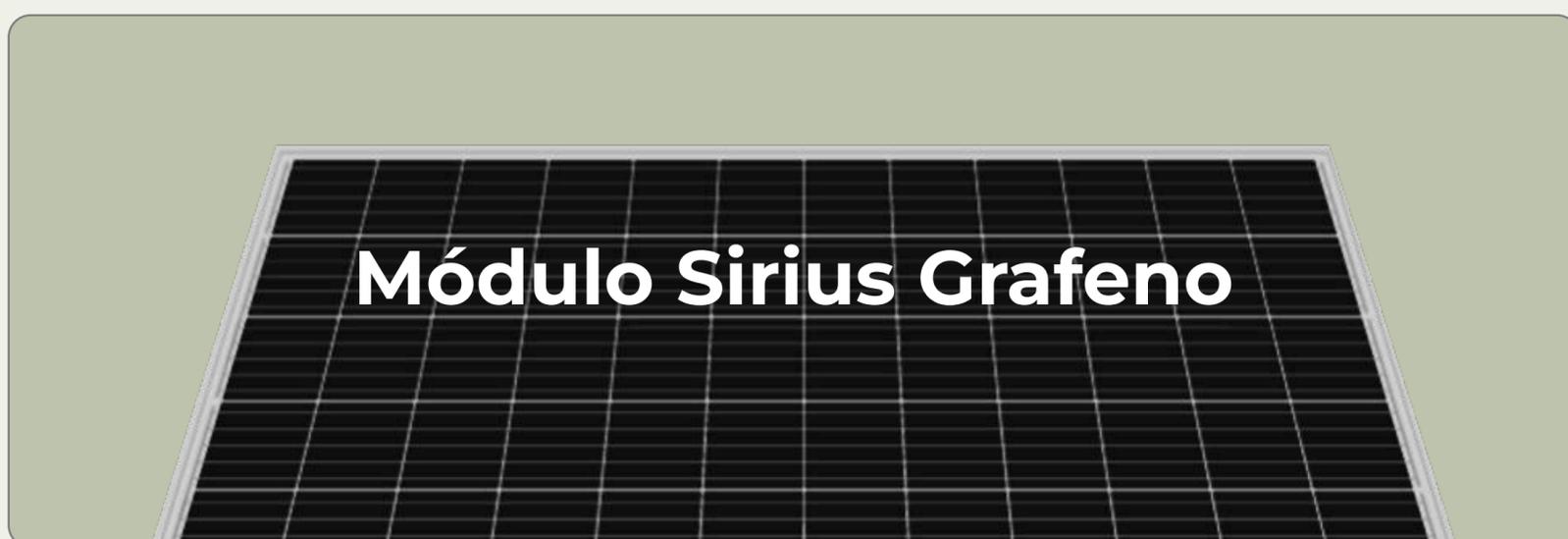
### **O que somos finalmente?**

Somos especialistas em importação e distribuição de equipamentos fotovoltaicos, do inversor ao parafuso.

Somos parceiros dos maiores montadores de Inversor e Módulo Solar do mundo. Já diz a máxima, "para ser grande, ande com os melhores". Levamos isso a sério.

## Nome e sobrenome Sirius

Mais do que trabalhar com as melhores linhas de produtos do mercado, também atuamos na produção de labels / selos próprios em nosso portfólio.



## Distribuidores

**solar**edge

**GOODWE**

**TSUN**ESS  
MORE SAFETY MORE POWER

 **TW SOLAR**

**ReneSola**

 **ZNSHINESOLAR**

## Obrigado por chegar até aqui

Esperamos que este guia tenha te ajudado a enxergar novas formas de vender valor, superar objeções e transformar conversas em oportunidades reais. Vender soluções como a SolarEdge não é sobre vencer pelo preço. É sobre mostrar por que o cliente sai ganhando quando escolhe o que entrega mais. E você, como integrador, é peça-chave nesse processo.

Conte com a Sirius para seguir crescendo. Somos uma distribuidora que acredita em atendimento de verdade, em relacionamento direto e em soluções que vão além da caixinha. Se precisar de suporte, produto ou estratégia, estamos por aqui.

Vamos juntos transformar o mercado solar.

**Produzido por:**

Sirius | Distribuidora oficial SolarEdge no Brasil  
[energiasirius.com](http://energiasirius.com)

Instagram: [@energiasirius](https://www.instagram.com/energiasirius)

LinkedIn: [Sirius Energia Solar](https://www.linkedin.com/company/sirius-energia-solar)