

**André Zem**

É coach e autor do livro "Nunca mais perca uma venda em hipótese nenhuma"

**Francisco Ometto Jr.**

É professor e psicanalista

O poder do "eu te conheço"

Em vendas, assim como na vida, nunca subestime o poder de uma frase: "Eu te conheço!" Atenção, porém, para uma coisa importante. Você deve usar essas palavras sempre de modo bem afirmativo, sem deixar dúvida, para ficar claro que se lembrou mesmo do seu cliente. Ao contrário, se você disser "será que não te conheço de algum lugar?", vai gerar a dúvida e a interrogação e isso não vai lhe ajudar em nada. Pior ainda, "eu me lembro de você, mas não sei de onde", deve ser evitada. Deixa a pessoa em saia-justa, sem saber o que dizer.

Mas só fale isso se tiver mesmo certeza. Não tenha dúvida de que, se estiver "enrolando" para criar intimidade, a pessoa perceberá de cara. O "eu te conheço!", falado de forma clara, acredite, tem o poder

É a interação pessoal que surge, de forma autêntica

de abrir portas e criar interação para além do trabalho.

Eu me recordei disso dia desses, quando um cliente estava na minha loja, negociando uma venda. Já era a etapa final do processo. Eu fui falar com ele, como faço com todos os clientes, para entender as suas reais necessidades, viabilizar as suas formas de pagamento e deixá-lo satisfeito com a decisão que tomou.

Quando prestei atenção nele, me veio de imediato a época da minha infância, lá pelos 10 anos, quando estudava na Francisca Elisa da Silva, uma escola estadual de primeiro grau que existe até hoje no bairro Jardim Monumento, em Piracicaba.

E disse isso claramente para ele: "Eu conheço você dos tempos da escola! Nós estudamos juntos!" Assim que falei isso, o cliente, que geralmente fica na defensiva

nessa parte final da venda, mudou completamente. Um sorriso amplo apareceu em seu rosto. É a interação pessoal que surge, de forma autêntica. Ele confirmou que nós havíamos estudado juntos, que também se lembrava de mim e que até acompanhava minha carreira como palestrante. Ou seja, a mesma sensação boa que ele sentiu ao ser reconhecido aconteceu para mim, que me senti recompensado. Isso cria interação de forma verdadeira, sem forçar a barra, sem rodeios.

Passados quase 30 anos, começamos a lembrar os momentos bons e ruins daquela fase, as travessuras e descobertas dessa etapa da vida, em que passamos boa parte juntos. Logo ele disse as palavras mágicas: Negócio Fechado!

O que quero ressaltar com isso? Que na venda, o poder do "eu te conheço!" é desbravador, solta todas as amarras. Aquele clima que parece até tenso entre vendedor e cliente, aquela espécie de desconfiança, natural no início, de repente se abre.

E isso pode ser criado em todas as suas atuações. Mesmo que você não conheça anteriormente seu cliente, e isso não é difícil de acontecer, mostre interesse por ele. Veja seu cliente além do interesse comercial, como uma pessoa. Certamente você vai descobrir vários pontos em comum.

Pergunte dele, da família, do que gosta. Voltando ao caso do começo, descobri que esse meu amigo de escola hoje está em boa situação financeira, é casado, mas ainda não tem filhos, trabalha como gerente comercial e está montando uma casa num condomínio fechado. Por isso recorreu aos móveis planejados. E fiquei satisfeito em saber que, além de ter uma ligação com ele no passado, poderei participar do seu futuro, com a minha marca em seu novo lar. Essa nossa profissão permite tantas sensações boas como essa! Basta você estar aberto para que elas aconteçam.

Ansiedade

Segundo a OMS (Organização Mundial da Saúde), o Brasil tem a maior taxa de transtorno de ansiedade do mundo. É assustador o número de pessoas que estão sofrendo e fazendo pessoas sofrerem em função desse cenário.

A ansiedade é um sentimento comum aos seres humanos. Desde nossa infância nos sentimos "ansiosos" antes de um desafio, uma situação peculiar ou fatos que ainda não aconteceram e geram algum tipo de expectativa. Entretanto, quando essa ansiedade começa a tomar proporções maiores, começa a afetar o corpo, oferecendo vários sintomas, como palpitações, tontura, falta de ar, enjoos, além de comprometer o bem-estar e as atividades da pessoa. Se esse quadro já atrapalha desta forma, imagi-

De tudo o que você receber, saiba extrair o que (realmente) te ajuda a evoluir

ne a potencialização deles, ou seja, a cada vez mais famosa "síndrome do pânico", onde a pessoa sofre com a intensidade da ansiedade.

Quantos empresários perdem ou "estragam" excelentes colaboradores por serem ansiosos, ávidos por resultados rápidos, não percebendo que ao mesmo tempo estão atropelando um processo que poderia ser bem melhor aproveitado e preparado. Quantos jogam fora momentos lindos numa viagem, por exemplo, por ficarem o tempo todo conferindo a quilometragem ou contando o tempo que falta para chegar ao destino.

Momentos mágicos do presente são "trocados" por momentos incertos do futuro. Temos muitos exemplos típicos. Estamos enviando o presente do presente para um futuro que nem sabemos se vai existir.

Meu caro e fiel leitor, você já entendeu o contexto dessa mensagem, mas, como sempre, te convido a ir além! Há muita gente "apriacionada" ao passado, ao "superficial" ou ao excesso de preocupação com o futuro. Há também aqueles que, ao chegar ao final de suas vidas, não tem uma história de conteúdo para contar, porque não se preocuparam com o que realmente é relevante na "viagem" e se venderam às ilusões e superficialidades que ela sutilmente ofereceu ao longo do caminho...

Relevante é o que agrega. De tudo o que você receber, saiba extrair o que (realmente) te ajuda a evoluir. O restante, simplesmente mande para a lixeira, lembrando que autoconhecimento é condição "sine qua non" para isso. Se alguém precisa melhorar ou não está satisfeito com algo, precisa procurar ajuda e não destruir ainda mais o caminho. Curta a viagem de verdade!

A verdade absoluta das pessoas, na maioria das vezes, só aparece no momento da dor ou na ameaça da perda! E é preciso ser humilde para entender essa incontestável e real sabedoria, agindo antes e enquanto há tempo, retirando as vendas da pobreza espiritual, da ganância que escraviza, do orgulho fantasioso e da inteligência utópica.

"Aprecie também o processo e não só o prazer em alcançar objetivos".

Os maiores artistas não ficaram famosos porque acordavam todas as manhãs arrancando os cabelos pensando em como eles poderiam se tornar artistas famosos ou desesperados por resultados rápidos. Nem focaram o irrelevante ou defeitos: focaram os acertos e foram proativos. Dessa maneira viraram grandes artistas; com mais um pequeno detalhe: acordavam todas as manhãs e demonstravam amor e preocupação pelas pessoas, "além" de pintar suas obras-primas...

"Não existe caminho para a felicidade... A felicidade é o caminho". (Mahatma Gandhi).

Tempo hoje 18° Mín. 26° Máx. Chuvoso durante o dia e à noite.

JORNAL DE PIRACICABA

Fundado em 4 de agosto de 1900

Publicação da empresa

Jornal de Piracicaba Editora Ltda.
Avenida Com. Luciano Guidotti, 2.525
Jd. Pacaembu • 13.424 589
Piracicaba-SP • 19 3428.4100
CNPJ: 54.360.805/0001-75

Preços:

R\$ 2,00 (de terça a sábado)
R\$ 3,00 (domingo)

Circulação: de terça a domingo

Fundadores

Manoel Buarque de Macedo
Alberto da Cunha Horta
Antonio Pinto de Almeida Ferraz

Juvenal do Amaral (1901 - 1904)
Álvaro de Carvalho (1904 - 1912)
Pedro Krahembühl (1912 - 1929)
Pedro Crem (1912 - 1929)
João Franco de Oliveira (1912 - 1939)
José Rosário Losso (1939 - 1942)
Eugênio Luiz Losso (1939 - 1974)
Fortunato Losso Netto (1939 - 1985)
Antonietta Rosalina Losso Pedroso (1976 - 2011)
José Rosário Losso Netto (1973 - 2013)

Diretor Responsável

Marcelo Batuira Losso Pedroso

Diretor de Criação e Publicidade

Alex Rodrigues

Editor

Felipe Poletti

Editora de Arraso e Cultura

Fernanda Moraes

Gerente Comercial

Toninho Fioravante

"Sem desígnios de propaganda de qualquer espécie - filosófica, política ou religiosa - buscaremos descortinar a verdade dos atos e dos fatos, e dizê-lo, diplomaticamente, contra quem quer que seja. (...) Que o povo apóie a imprensa para que esta, a seu turno, apóie o povo, tornando-se o porta voz dos seus interesses perante as autoridades, o eco das suas queixas, a tribuna dos seus protestos, a válvula dos seus desabaços e, sobretudo, a propulsora do seu comércio, alavanca poderosa das suas iniciativas."

Antonio Pinto de Almeida Ferraz
Editorial de 04 de agosto de 1900

CAL 3428 4141 | Comercial 3428 4150 | Redação 3428 4170 | Revista Arraso 3428 4174 | Classificados 3428 4140 | Assine o JP 3428 4190

Os preços de nossos produtos ou serviços, inclusive de publicidade, possuem carga tributária aproximada de 5,65%. Circulação em Piracicaba, São Pedro, Águas de São Pedro, Charqueada, Saltinho e Rio das Pedras.

leitor@jjournal.com.br
redacao@jjournal.com.br
revistaarraso@jjournal.com.br

jjournal
revistaarraso

Filiado à **APJ**
Associação Paulista de Jornais