

**André Zem**

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

**Plínio Montagner**

É pedagogo e professor

**Faça um strike em sua vida**

Com mais de 25 anos de experiência na área de venda, aprendi a ver logo de cara o profissional que não está numa boa fase. Tive um colaborador que era a imagem da desmotivação no horário comercial. Aquilo me deixava intrigado. Mais que isso, preocupado. Até que o convidei para um jogo de boliche. Ele se transformou. O vendedor apático atuava como craque. Fazia strikes a todo momento e esbanjava uma energia formidável. No boliche, parecia estar em seu território natural: conversava, dava risada, comia pastel, tomava cerveja. Nada a ver com aquele funcionário que parecia afastar ou fugir dos clientes. Então, na manhã seguinte, eu

**Se os colaboradores estiverem desmotivados, a mediocridade reinará em sua empresa**

o chamei para uma conversa.

Sentamos e eu perguntei, de imediato:

- Você sabe por que na empresa é tão desmotivado e no boliche tão animado?

- Não sei!

- respondeu, com sinceridade.

Aproveitei a deixa e finalizei.

- Porque na loja você não enxerga os pinos e não consegue ver os motivos pelos quais está lá!

Matei a charada. Ele me agradeceu. Desta vez, o strike foi meu!

É isso: você precisa descobrir a sua motivação na vida profissional, o que o faz trabalhar todo dia sem parecer que seja um grande esforço. Então, o que é motivação? Às vezes fica mais fácil definir o que não é. Embora assumo nas palestras uma postura animada, digo que motivação não tem a ver apenas com isso. Não é chegar para a pessoa desmotivada e começar a contar piadas, cantar ou dar risada. Claro que isso é importante. Eu seria incoerente se dissesse que

não. Porém, motivação é algo mais profundo. É preciso tempo, paciência e persistência. Encontrar dentro da gente uma brecha para conseguir, aos poucos, visualizar que existe algo maior, fora dessa opressão interna.

Difícil, não? Mas é um desafio que faz a escolha da nossa profissão fazer sentido e valer a pena. É algo que oferece a certeza de ter escolhido o caminho certo. A verdadeira paixão. São os mistérios da profissão. Você pode ter o gerente com mais conhecimento, talento e capacidade do mundo. Se os colaboradores estiverem desmotivados, a mediocridade reinará em sua empresa.

Então, quanto mais motivação, melhor? Sim e não. É ótimo ver um vendedor com garra, animado. Mas, se ele não souber o que fazer com essa vontade, vai parecer um elefante numa loja de cristais. É muita força sem direção. É preciso liderá-lo, antes que esse ânimo todo seja desperdiçado. Cuidado com o incompetente motivado. Ele adquire motivação, mas preserva a incompetência. Atrapalha a qualidade e o ambiente profissional.

É claro que, no seu dia a dia como vendedor, você deve cuidar da aparência, do vestuário. Porém, tão importante quanto isso é ter sempre a autoestima em dia. Acredite: o cliente percebe se você é alguém que gosta de verdade da sua profissão. Ele saca de cara se você é aquele displicente, para quem parece que tanto faz ele comprar ou não, ou aquele grude que só falta pedir: compre, pelo amor de Deus!

A autoestima é quem define a sua venda. E, conseqüentemente, a sua renda. Para isso, você precisa estar bem, por dentro e por fora. Nada de desânimo se o dia não foi como esperava. E evite ficar "se achando" se for melhor do que previa. Seja discreto. Tem que haver equilíbrio. A bexiga, se encher demais, estoura!

**Nomes e Cognomes**

Nomes e apelidos podem ser motivos de aborrecimentos na vida de uma pessoa. Quem não curtiu o nome que os pais lhes deram vai carregar essa desilusão por toda a vida. Então um cognome será bem-vindo, contanto que não lhe traga mais problemas.

Durante a imigração europeia os cartórios registravam os nomes seguindo rigorosamente o desejo dos pais, mesmo fossem curiosos ou bizarros. Valia o que eles diziam, diziam não, pronunciavam, pois as dificuldades dos idiomas cooperavam para os erros.

Uma amiga cujo pai era dono de Cartório, passou-me alguns: Joaquim Estradas de Ferro, Um Dois três de Oliveira Quatro, João Passos Dias Cansado, Remijo Pinto da Fonseca, Esparadrapo de Sá Cunha, Janeiro Fevereiro de Março, e outros, também bizarros.

O saudoso professor e advogado Antônio Henrique Cocenza, natural de Cristina, MG, dizia que em sua cidade natal havia um fazendeiro apaixonado por livros. Quando ele casou teve quatro filhos e uma filha, e colocou os nomes na seguinte ordem: Preâmbulo, Prólogo, Prefácio, Epílogo. E por fim, a menina que não estava nos planos do casal: Errata...

Na modernidade, Nescio, por exemplo, um nome inocente e em moda, é sinônimo de pessoa não muito bem educada.

Em Piracicaba é tradição na ESALQ - USP - (Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz) os alunos veteranos colocarem apelidos nos calouros. São cognomes que os acompanham até o final do curso, senão até depois de formados. Com certeza são apelidos irônicos e peculiares ao tipo físico e à origem do "bicho"...

Em verdade um nome pode tanto ajudar como atrapalhar alguém no curso da vida. Porém, quem tem uma vida proba e se destaca em qualquer campo do conhecimento, seu nome de batismo, desastroso ou bonito, não vai abalar seu reconhecimento e respeito. "Quem sabe faz

a hora, não espera acontecer", como os versos de Geraldo Vandré. É ela que inscreve seu nome na história, seja para o bem, seja para o mal.

A fonte da maioria dos nomes de nossa língua procede de santos, e outras em homenagem a pessoas importantes ou famosas, e outras a ascendentes familiares.

Há de se considerar a diferença entre pessoa famosa e pessoa importante. As famosas geralmente não são importantes para nós, enquanto nossos pais, por exemplo, não sendo famosos, são muito importantes.

Outra opção de atribuir nomes é pela união das sílabas iniciais de outros nomes, geralmente dos pais. Exemplo: Roberto e Vanda, que gera Robervanda.

Muitos nomes o tempo deixou-os para trás: Petronilha, Hércules, Ermenegarda, Venância, Encarnação, Risoleta, Eudóxia, Anacleto, Esperança, Malvina, Piedade, porém alguns estão emergindo - e são bem-vindos, como Miguel, Antônio, Valentina, Joaquim, Clara, Anita, Joana, Felipe, Pedro, Frederico e outros.

Assim como o conceito da beleza, todos os nomes são bonitos para determinada época,

Vinicius de Moraes disse que a genialidade do apelido é virtude brasileira. É inigualável nossa espontaneidade na caracterização de tipos por meio de apelidos. Basta um mínimo de peculiaridade para uma pessoa não passar despercebida.

"Risadinha", por exemplo, é o indivíduo que conversa dando a impressão de estar sorrindo. "Nó Cego" e "Fio Desencapado" são atribuídos às pessoas difíceis de lidar, que dão nó até embaixo d'água. "Bagre Ensaboado" é aquele impossível de ser enganado. O que fala baixo é "Pilha Fraca". Quem tem cabeça enorme, rosto vermelho, e se chama José, ganha este: "Zé Melancia". Pessoa curiosa que tem o hábito de abrir e fechar a janela para olhar quem está passando é "Espia", ou este: "Relógio Cuco".

E qual seria o nosso apelido?

**Tempo****Hoje**

22°Mín. 32°Máx.

Sol e aumento de nuvens de manhã. Pancadas de chuva à tarde e à noite

**Amanhã**

21°Mín. 31°Máx.

Sol com muitas nuvens. Pancadas de chuva à tarde 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 Bатуira Losso Pedroso

**Diretor de Criação e Publicidade**

Alex Rodrigues

**Editor**

Felipe Poleti

**Editora de Arraso e Cultura**

Fernanda Moraes

**Gerente Comercial**

Toninho Fioravante

"Sem designios 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 desabafos 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

leitor@jppjournal.com.br

redacao@jppjournal.com.br

revistaarraso@jppjournal.com.br

jppjournal  
revistaarraso

Filiado à

**APJ**

Associação Paulista de Jornalistas