

**André Zem**

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

**Cidinha Mahle**

É uma das fundadoras da Escola de Música de Piracicaba em 1953

Seja a tampa da panela do seu cliente

Eu sempre digo que o vendedor tem de ser a "tampa da panela" do seu cliente. É mais ou menos como naquela história de amor ideal, quando dizem que "um parceiro é a tampa da panela do outro". Bom relacionamento é primordial para uma venda de sucesso, que é quando ambas as partes ficam satisfeitas.

Uma vez tive uma conversa a respeito de relacionamentos com um amigo. Ele é daqueles "reclamões", que acha que só encontra pessoas erradas, sem reparar no quanto ele mesmo deixa de agir certo. Na tentativa de consolá-la quando ele mais uma vez se decepcionou com uma pessoa, eu disse:

- Relaxe, você ainda não encon-

O cliente de hoje em dia quer excelência do primeiro ao último contato com o vendedor

trou a tampa da sua panela!

- Pois é, mas eu acho que sou uma frigideira!

- Tudo bem, mas já reparou que hoje em dia até as frigideiras têm tampa?

"Até as frigideiras têm tampa". Essa é uma constatação que podemos levar para a vida profissional. Sim, porque quando você, vendedor, sente que ofereceu ao cliente tudo o que ele queria e superou as expectativas, se transformou na tampa da panela dele.

É desafiante ter de lidar com um cliente "frigideira", aquele que é difícil de agradar, que não se rende ao primeiro contato, mas saiba que ele também tem a sua própria tampa. A grande questão é que a tampa tem de se adaptar à panela, ou seja, o profissional de vendas é que deve se encaixar aos desejos e necessidades do consumidor. Para isso, a criatividade é essencial.

Use a sua inteligência. Deixe de ser sempre igual. Eu tenho certa implicância com vendedores "Gabrie-

la". Por que Gabriela? É uma referência àquela música "Eu nasci assim, eu cresci assim, eu sou mesmo assim, vou ser sempre assim", conhecida na voz de Gal Costa.

Incomoda-me muito gente que vive procurando desculpas para não mudar, para não tentar novas coisas, então, coloque o cérebro para funcionar. Então, se o cliente é "chato" (e isso quase sempre é uma injustiça), é porque ainda não foi seduzido por você, não descobriu que tem uma "tampa".

Seu atendimento tem de ser algo inesquecível. O cliente de hoje em dia quer excelência do primeiro ao último contato com o vendedor. Ele deseja uma sinergia que prolongue até o pós-venda. O consumidor deseja segurança, tranquilidade e confiança para comprar.

Eu me lembro de uma história que aconteceu em São Paulo, na agência bancária em que eu era correntista. Meramente entediado, esperava minha vez em frente à porta do gerente quando presenciei uma cena impossível de apagar da memória. Ele, o gerente, estava atendendo uma senhora naquele momento. No meio da conversa, ele pegou o teclado onde se digita senhas, colocou nas mãos dela e disse:

- Senhora, por favor, agora para efetivar a operação, preciso da sua senha!

A mulher pegou o teclado, colocou bem perto da boca e disse: - 2, 4, 6, 8!

Ele ficou desconcertado, pois não esperava aquela reação. Ele pensou um pouco e, com toda a calma, disse:

- Senhora, por favor, nossos microfones não estão funcionando hoje. Estamos passando por uma reformulação no setor de informática. Vamos fazer a operação digitando os números.

Confesso que me tornei fã daquele gerente. Ele usou uma mistura de sabedoria e empatia para entender a cliente. Isso não é atendimento, é um espetáculo!

Escola de Música de Nova Mutum

Acabamos de regressar de Nova Mutum, o Mahle e eu. Foi uma viagem e tanto: de Campinas a Cuiabá, duas horas de avião. Dessa capital a Nova Mutum, cerca de 5 horas de carro...

Fomos convidados a festejar o 10º aniversário de fundação da Escola de Música de Nova Mutum. E mais ainda: ao Mahle foi solicitado, meses atrás, que escrevesse uma "Cantata", com letra de Machado de Assis, para comemorar a auspiciosa data.

Chegando a Nova Mutum, grande surpresa! Que cidade bonita, espaçosa e que aponta para o futuro! Fundada há 31 anos conta com grandes avenidas, com espaços pa-

Deixamos uma recomendação aos nossos leitores: conheçam Nova Mutum

ra ciclistas, pedestres, prédios agrupados pelas diferentes áreas de trabalho, tudo arborizado... Nos arredores plantações de milho, soja, algodão, indústrias, firmas de agrobusiness. E os prédios das escolas de 1º grau, então! Incrível a arquitetura e a área ocupada, mostrando o valor dado a essa importante fase de aprendizado.

A ideia principal de uma Escola de Música em Nova Mutum foi de D. Hilda Ribeiro, pianista e artista plástica, casada com o Sr. José Ribeiro, proprietário da Fazenda Mutum e que foi um dos fundadores da cidade. Ele e D. Hilda, já falecidos, gozavam de respeito e veneração por seus ideais e pelo muito que fizeram pelo progresso do município. O nome mutum vem dos pássaros assim chamados, muito abundantes naquela fazenda.

De início o principal pensamento foi de criar uma orquestra, em Nova Mutum. Mas a experiência demonstrou que seria mais sólido e

importante fundar uma Escola de Música, unindo a arte à educação da infância e da juventude. E o projeto deu muito resultado, pelo que pudemos ver e ouvir. Uma orquestra formada por alunos que tocam com entusiasmo, vários dos quais posteriormente, são convidados a atuar em conjuntos profissionais. Ou em outros casos a aprimorar sua técnica e interpretação em outros países. Ouvimos dizer, por exemplo, que a spalla do conjunto fará aperfeiçoamento na Rússia.

No momento a Escola de Nova Mutum conta com 200 alunos em fase de musicalização, 70 de instrumento, 70 na orquestra juvenil, 30 no coro, 30 de viola caipira, totalizando 400 alunos.

O violinista Fernando Pereira, ex aluno da Escola de Música de Piracicaba contribui com sua experiência e conhecimentos, assim com o Maestro Edmar Nascimento, com a regência dos conjuntos e coordenação geral são os impulsionadores do sucesso das orquestras. O atual presidente da Entidade é o Sr. Alcindo Uggeri, um grande idealista.

Mas o mais importante é que todos realmente participam do desenvolvimento da Escola de Música de Nova Mutum: Prefeitura e Funcionários, Indústrias, Agricultores, Professores e Povo em geral, envolvidos com o progresso e o êxito cultural e musical da cidade.

Finalizando: o Mahle e eu ficamos encantados com Nova Mutum, por seu progresso e filosofia de vida. E realmente, se fôssemos mais jovens, gostaríamos de nos estabelecer ali, colaborando no desenvolvimento da Escola de Música de Nova Mutum, com nosso conhecimento e experiência.

Deixamos uma recomendação aos nossos leitores: se tiverem oportunidade conheçam Nova Mutum. Vocês irão gostar! E também irão apreciar as apresentações da Escola de Música ficando admirados com o trabalho ali desenvolvido.

Tempo Hoje 10° Mín. 20° Máx. Sol com algumas nuvens. Não chove.

Amanhã 12° Mín. 22° Máx. Sol com algumas nuvens. Não chove.

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 Kraheembühl (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 Bатуíra Losso Pedroso

Diretor de Criação e Publicidade

Alex Rodrigues

Editor

Fernanda Moraes

Editora-assistente

Cristiani Azanha

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 desabafo 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, Saltilho e Rio das Pedras.

leitor@jppjournal.com.br
redacao@jppjournal.com.br
revistaarraso@jppjournal.com.br

jjournal
revistaarraso

Filiado à **APJ**
Associação Paulista de Jornais