

**André Zem**

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

**Kazuo S. Koremitsu**

É economista

Vendedor marcha lenta

O que deve fazer um bom vendedor? Prestar um atendimento de qualidade. Óbvio, não? Nem tanto. Pois o que tenho percebido, em certos casos, é que esse atendimento acontece muito mais pela vontade do cliente do que pela determinação do profissional. Lembra quando a gente chegava todo contente e contava para o pai que tirou 10 na prova de matemática? O que ele dizia: “Não fez nada mais do que a sua obrigação!”.

Era chato, mas era real. Não é isso mesmo? Vendedor que fecha uma venda somente porque o cliente chegou à loja já disposto a comprar não fez nada mais do que a obrigação. Fez o arroz com feijão. Marcou tabela. Cumpriu a meta.

Parece implicância minha? Garanto que não. Quando o vendedor coloca nas mãos do consumidor a responsabilidade pelo próprio sucesso como profissional, a coisa chegou a um rumo totalmente errado. Ele está agindo por inércia. Está fazendo apenas aquilo que se exige dele.

Tanto na vida pessoal quanto na profissional, existem pessoas que só oferecem boas energias à medida daquilo que recebem. Gente acomodada incomoda, na casa ou na empresa. São aquelas que ficam esperando que, até os 45 minutos do segundo tempo, tudo acabe se ajustando. E passam o resto do período enrolando. Ou reclamando da vida, o que é pior.

São aqueles vendedores que ficam parados esperando que o cliente caia do céu. Eles ficam com o motor em marcha lenta, tentando economizar combustível. E só ligam as turbinas e aceleram quando percebem um sinal evidente de compra ou quando o cliente está praticamente se dirigindo ao caixa para efetuar o pagamento.

É o tipo de pessoa que entra numa piscina molhando primeiro os dedos dos pés, depois a canela. Fica sentindo a temperatura da água e finalmente decide se vale a pena ou

não mergulhar. O problema é que aí já pode ser tarde demais. Porque é o primeiro atendimento que garante a presença do cliente na loja. De modo que ele não saia para fazer outras cotações e encontre um profissional diferente, mais caloroso e dedicado, e então resolva comprar com o outro. Eu costumo dizer que vendedor acomodado se acha esperto demais e não acredita que o cliente é mais esperto do que ele.

Em relação à estratégia de vendas, sentir a temperatura da água com o pé antes de pular da piscina é a pior das decisões. O melhor é se jogar logo por inteiro, mergulhar de cabeça no atendimento ao cliente. Claro que com cautela, isso não quer dizer que você vai sufocar o “coitado”, ou afogá-lo com atenções. É que a demora, neste caso, pode fazer a coragem ir embora e o consumidor também.

No mercado, vence – e vende – quem se mostra diferente em todas as fases do processo, do atendimento ao pós-venda. Por isso, o que ensino, e sempre prego em minhas palestras, cursos e consultorias, é que o vendedor tem de ser espetacular, caloroso com o cliente, dando um show desde o “oi” na entrada da loja ao “até logo” na saída.

Usar a emoção, o coração, e surpreender elevam as expectativas do cliente. Seja persistente na sua atuação. Atenda todos os consumidores como se estivesse na noite de inauguração. Faça seu trabalho com a alma. Tenha empatia. Mesmo que o cliente não compre no primeiro contato que fez com você, logo ele volta e vai indicar você a outros, falar bem do seu atendimento, e seu sucesso chegará.

O profissional que atende em estado de felicidade vende melhor e o cliente em estado de felicidade compra muito mais. Faça a sua parte com energia boa e receberá a recompensa. Gosto muito de uma frase que sigo como norma: “Coloque para a vida que a vida lhe dará em dobro”. Esse é o pensamento que você, como vendedor, deve ter.

Para que serve um Ministério do Trabalho? (VI)

O Gerente Regional do Trabalho em Piracicaba, Sr. Antenor Varolla, em artigo publicado na quarta-feira passada nos traz dados (nacionais) assustadores sobre a Fiscalização do Trabalho em 2018. Vejamos:

(I) autuaram empresas que possuíam 70 mil trabalhadores sem registro em carteira. Essa postura é flagrantemente ilegal, pois o Fiscal do Trabalho não tem competência legal para fazer reconhecimento de vínculo empregatício (só a Justiça do Trabalho é competente para isso) e pior, em 2018 a Reforma Trabalhista já estava vigente. Segundo a nova legislação a contratação por meio de prestação de serviços sem registro em carteira é lícita e legal.

A própria lei sobre insalubridade no trabalho é hipócrita

(II) 86 mil aprendizes e 30 mil deficientes admitidos sob ordens da Fiscalização do Trabalho. Bem, outra clara disfunção do antigo Ministério do Trabalho, pois as chamadas quotas mínimas sob precisam ser observadas diante de certas circunstâncias (como haver disponibilidade de mão de obra no mercado) e também a questão da base de cálculo: ela está baseada no tipo de enquadramento da antiga CBO (Classificação Brasileira de Ocupações), a qual nem sequer é mais válida.

(III) 27 mil ações para a prevenção de acidentes doenças do trabalho. Aqui não dá para avaliar o que foi feito, pois não há como um agente da fiscalização prever ou antecipar um acidente de trabalho e a própria lei sobre insalubridade no trabalho é hipócrita, pois não se obriga ao empregador eliminar a condição insalubre, mas tão somente a pagar uma “taxa mensal” ao empregado por ele trabalhar em local insalubre.

(IV) 280 crianças ou adolescentes (abaixo de 16 anos) afastadas do

trabalho. Mais famílias sem renda para poderem sobreviver, graças à uma peculiaridade brasileira: se proíbe o trabalho a menores de 16 anos.

(V) 1,1 mil pessoas “resgatadas” de condições “análogas a de escravo”. Esse dado é grave, na medida em que não existe condição análoga à escravo: ou é escravo ou não é. E a legislação brasileira não proíbe o trabalho “análogo a do escravo”, apenas proíbe (com razão) o trabalho escravo. Há uma enorme diferença. Ou seja, como se não bastasse o alto desemprego, o agentes da fiscalização proibiram 1,1 mil pessoas de trabalhar por acharem que as condições de trabalho seriam impróprias!

(VI) autuações para recolhimento de R\$ 5,2 bilhões em recursos do FGTS. Primeiramente, vale frisar que o não recolhimento de tais valores não foram efetuados por má fé ou irresponsabilidade, mas por conta da grave crise econômica nacional que os agentes fiscais a ignoram ou talvez pouco se importem (uma vez que não seria um atenuante válido de ilicitude). Mas o pior é que parte desses valores com certeza já foram pagos diretamente aos empregados, em acordos privados ou judiciais, tal como prevê e autoriza as novas normas da Reforma Trabalhista. Contudo, por uma diretriz do antigo Ministério do Trabalho, as empresas deveriam ter sido autuadas assim mesmo, pelo não recolhimento. Ou seja, pune-se até mesmo a empresa que já firmou acordo de pagamento.

Observe-se que esses dados de punição foram dados pelo próprio responsável, em Piracicaba, pela Fiscalização do Trabalho. Os dados são uma inequívoca demonstração da intenção de punir quem fornece o trabalho, quem emprega. Não há nenhuma estatística que indique algum auxílio ao empregador. Se o Estado quer reduzir o desemprego, o caminho é estimular quem gera o

Tempo hoje 19° Mín. 32° Máx.

Sol e aumento de nuvens de manhã. 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 Batuira Losso Pedroso

Diretor de Criação e Publicidade

Alex Rodrigues

Editor

Felipe Poleti

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 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

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

f t i
jjournal
revistaarraso

Filiado à
APJ
Associação Paulista de Jornais