



Citação atribuída a François-Marie Arouet, conhecido como Voltaire (1694 - 1778)



André Zem

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



Gilmar Rotta

É presidente da Câmara de Vereadores

Não deixe o cliente fugir!

Pombo. Os clientes, atualmente, parecem ter tomado posse do comportamento desta ave. Digo isto porque, ao ver que um vendedor se aproxima, eles voam!

Entendo que existem clientes traumatizados com determinados tipos de atendimento, o que acaba contribuindo para a “revoada” rápida. Mas o vendedor não pode deixar isso acontecer. Há casos em que o consumidor entra na loja como um pavão, grande e majestoso, se mostrando aberto para efetivar uma compra, mas, de repente, encolhe, como um pardal, se afastando dos vendedores sem querer fazer alarde.

É preciso estudar o cliente, de modo a compreender as atitudes de-

Inteligência em vendas significa estar sempre atento ao que acontece à sua volta, totalmente ligado, 24 horas por dia, no seu negócio

le e, assim, criar a estratégia ideal para conquistá-lo. O consumidor tem de entrar na loja e se sentir à vontade e atraído para comprar. Cada pessoa tem um motivo específico ao buscar algo e cabe ao vendedor descobrir qual é esta motivação. Personalizar é fundamental. O acolhimento do cliente deve estar de acordo com as preferências dele, a fim de que se sinta exclusivo e merecedor daquela recepção.

Para que o consumidor não “voe” é importante conceder a ele, além de atenção, alguns mimos. Quando realmente não for possível satisfazer a necessidade do cliente, o vendedor deve deixar evidente que houve, ao menos, a tentativa disso. Deste modo, o profissional de vendas planta “a semente do retorno”, ou seja, por conta da boa vontade demonstrada, o cliente não hesitará em voltar, caso seja necessário.

Com tantas opções no comér-

cio, ser o escolhido do consumidor é um privilégio, portanto, é essencial reconhecer esta preferência e criar meios para que o cliente volte e, mais que isso, leve outros para conhecer o trabalho que o cativou. O vendedor deve prestar o melhor atendimento possível, agir com inteligência e conhecer a fundo o mercado no qual atua, porque é o conhecimento que facilita nas tomadas de decisões de como proceder.

Imagine esta situação que vivi certa vez, quando trabalhava em uma loja de móveis:

Uma senhora perguntou o preço de um sofá de couro e foi informada que custava R\$ 3.490. Ela não disfarçou o desapontamento diante da resposta e disse que havia visto em outra loja por R\$ 2.990. Até aí tudo bem, isso é normal. Porém, quando o vendedor conhece os pontos fracos do concorrente, ele consegue reverter situações nas quais parece estar em desvantagem. A sequência do diálogo que tive com a cliente foi a seguinte:

— Mas, senhora, o sofá deles é de couro apenas no assento, encosto e braços. As demais partes são misturadas com material sintético. O nosso é 100% couro. Se a senhora colocar na ponta do lápis, o custo-benefício de comprar 100% couro é muito maior.

Do argumento apresentado não havia como discordar. O vendedor inteligente não inventa defeito no produto do concorrente. Ele pesquisa detalhes, explora os pontos de fragilidade e coloca a verdade e a ética em primeiro plano.

O consumidor está e continuará cada vez mais bem informado sobre tudo, tamanha a tecnologia disponível. Para ficar próximo dele e realizar o atendimento adequado é necessário estudá-lo e planejar o que fazer para vender.

Inteligência em vendas significa estar sempre atento ao que acontece à sua volta, totalmente ligado, 24 horas por dia, no seu negócio. Cada situação que surge é capaz de proporcionar inúmeros ensinamentos.

Inclusão da comunidade surda

Nos últimos dias foram de intenso aprendizado para a Câmara de Vereadores em especial, para mim como presidente. Temos abordado aqui os avanços do projeto Câmara Inclusiva. Entidades estão visitando a Casa, trazendo sugestões. Cursos estão sendo realizados a fim de ensinar como se escrever quando o tema é pessoa com deficiência e outros virão para que aprimorem nossa capacidade de acolhimento.

Mais que um projeto importante da gestão da Mesa Diretora, o aprendizado a que me refiro é quanto a invisibilidade que de-

E nos fez entender apenas um dos inúmeros papéis que o Legislativo tem perante a sociedade: o de dar visibilidade às minorias, de produzir políticas públicas que também as atendam

terminados grupos da cidade possuem perante a sociedade. Como uma abertura como o Câmara Inclusiva pode transformar a vida das pessoas muito além das dependências da Câmara.

Na sexta-feira, 13, pela impossibilidade de abrigar quase 200 pessoas em algum espaço da Casa, solicitamos a Acipi a cessão de um espaço e fomos presenteados pelo auditório principal em que surdos e seus familiares foram recepcionados com a atenção e acolhimento necessários para se sentirem bem. Pelo palco do auditório circularam histórias tão tocantes de surdos e sua realidade de luta diária que, concluímos, estamos no rumo certo com o projeto Câmara Inclusiva.

Ouvir o relato de uma mãe desesperada que tentava entender e explicar o que acontecera com o

filho num acidente doméstico. Saber da história de jovens que tiveram que lutar muito para terem o direito de se formar como técnicos e profissionais e perceber que, o simples fato de um professor virar de costas para eles ao utilizar a lousa era um grande problema, nos fez menores do que realmente somos.

E nos fez entender apenas um dos inúmeros papéis que os vereadores, que o Legislativo tem perante a sociedade: o de dar visibilidade às minorias, de produzir políticas públicas que também as atendam. De ser, inclusive, exemplo e servir de estímulo tanto à iniciativa privada quanto a outros órgãos públicos para que prestem atenção nestes novos caminhos.

E uma destas tarefas é a de apoiar a organização destas pessoas que entendem que precisam somar outras nas mesmas condições para buscar um objetivo comum. E a Câmara novamente se expôs, aprendeu muito ao abrigar um encontro de dezenas de surdos em busca de conhecimento e orientação para se unirem numa organização.

Esta somatória de esforços é imprescindível. Ter a vontade política de transformar conceitos, mudar a natureza das coisas, estimular que outros grupos também se organizem e busquem integrar a vida política da cidade é um desejo desta gestão. Desejo que se concretiza a cada novo avanço, como é a possibilidade de que todo texto do site da Câmara, agora, receba a tradução em Libras através de uma ferramenta simples, gratuita ao usuário e que não gerou um custo sequer aos cofres públicos.

Muitos avanços ainda virão. A força política da Câmara posta à disposição da inclusão e da participação popular não está no papel, está em ações que trarão resultados concretos. Isso na própria Câmara e tomara, para toda a cidade.

Tempo Hoje 21° Mín. 36° Máx. Sol com algumas nuvens. Não chove.

Amanhã 20° Mín. 37° 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
Felipe Poleti
Cristiani Azanha

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 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

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

f t i
jppjournal
revistaarraso

Filiado à
APJ
Associação Paulista de Jornais

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.