



**André Zem**

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

## Usando a Neurolinguística para vender mais (I)

Eu sempre digo que para fazer um atendimento excelente e garantir o sucesso nas vendas é necessário conhecer as características do cliente, encontrar a maneira mais adequada para interagir com ele e assim chegar ao seu coração. Entender como cada pessoa funciona e conseguir “falar sua língua” é delicado, mas há técnicas para isso. Uma delas nós encontramos na Programação Neurolinguística (PNL). Segundo Joseph O’Connor, autor do best-seller “Manual de Programação Neurolinguística”, essa metodologia se baseia no estudo de como usamos nossos sentidos (visual, auditivo, cinestésico, olfativo e gustativo) em nosso cotidiano. Todas as pessoas usam os cinco sentidos, mas cada indivíduo tende a favorecer um deles. Em PNL, dizemos que cada um tem o seu sistema representacional e neste sistema um dos sentidos se destaca dos outros.

Hoje vou explicar o tipo cinestésico e dar dicas de como vender para este grupo. Na próxima semana vou falar sobre os tipos auditivo e visual.

O Sistema Cinestésico é composto pelos nossos sentidos de tato e consciência corporal, do sentido de equilíbrio e de nossas emoções. O’Connor explica que os sistemas olfativos e gustativos também tendem a serem tratados como parte do sistema cinestésico.

As pessoas cinestésicas se relacionam com o mundo pelo contato físico. Têm sentimentos de emoção, arrebatamento, carinho, sensualidade e estados de euforia e depressão. Elas precisam vivenciar as situações para fazer suas avaliações e sem isso têm muita dificuldade de se posicionar. Dão pouca importância ao tipo de informação que atrai os visuais e auditivos. Têm muita confiança em seu instinto e consideram difícil lidar com os raciocínios lógicos. Por isso, para convencer um cinestésico, é preciso tentar acessar suas emoções. Eles valorizam as relações afetivas, o pra-

zer e o bem-estar físico. No campo profissional costumam agir de acordo com os sentimentos pessoais sobre as tarefas. Têm mais sucesso em áreas que exigem muita empatia, desempenhando funções como negociadores ou lidando com pessoal.

Vender a um cinestésico pode ser muito fácil e muito difícil, ao mesmo tempo e na mesma transação. É fácil porque ele é rápido nas reações a apresentações com apelo emocional. Além disso, é propenso a se render mediante contato manual com o produto.

O lado ruim ou difícil dessa venda é que, como compra impulsionada pela emoção, o famoso “remorso do comprador” é muito mais frequente. Ele pode até não se lamentar pela compra, mas ficará se perguntando sobre ter feito um bom negócio ou não, ou ainda sobre a necessidade daquela aquisição, principalmente se houver questionamento de terceiros a este respeito. Uma estratégia para minimizar os efeitos do arrependimento é fazer um reforço positivo. Por exemplo, antes da despedida, reafirme as qualidades do produto, a escolha acertada que ele fez.

O cinestésico é desconfiado e para estar à vontade precisa de ambientes agradáveis, limpos, organizados e climatizados. Ele gosta de se sentir acolhido e “mimado”. É exigente e dá muito valor ao desempenho do vendedor. Use conversa e gestos. Ofereça água e o famoso cafézinho quentinho. Fique atento ao timing. Não apresse o cinestésico!

Para saber mais sobre esse assunto, o livro que citei acima é muito bom. Tem inclusive um tópico chamado “Pistas de Acesso”, para ajudar na identificação de cada tipo.

As técnicas da PNL são valiosas. Mas tenha sempre em mente que você não é um robô. Então, encare estas dicas não como algo determinante, mas como algo que se soma ao seu esforço e à sua paixão pelas vendas!



**Matheus Erler**

É vereador e assessor previdenciário

## Aprovada a Reforma, e agora?

Foram várias as vezes em que focamos este espaço para alertar sobre os inúmeros equívocos relacionados à Proposta de Emenda Constitucional (PEC 6/2019), principalmente quanto aos aspectos sociais que, acreditamos, são desastrosos para o desenvolvimento do país, principalmente em relação a concessão de benefícios sociais a quem deles precisa e, muitas vezes até, depende.

Formulada com o argumento de economizar R\$ 800 bilhões em dez anos, a reforma previdenciária fortaleceu-se mesmo após comissões de estudos indicarem que a Previdência Social não é deficitária. Força

### O governo agora tem a missão de fazer com que todas as suas promessas e projeções se confirmem

que persistiu mesmo perdendo pelo caminho mais de R\$ 200 bilhões da economia prevista inicialmente, que era de R\$ 1 trilhão.

Neste campo, o Senador Paulo Paim demonstrou sua seriedade ao conduzir os trabalhos da CPI no Senado de forma imparcial e republicana. Fez os alertas, mostrou dados robustos, mas perdeu para a política definida pelo governo federal.

Aprovada no plenário do Senado, a promulgação da Reforma da Previdência passou pela sua última etapa de tramitação. A proposta segue para promulgação pelo plenário do Congresso Nacional, observada pelo presidente Jair Bolsonaro que, desde sua campanha eleitoral, deixou clara sua posição de que daria ao seu super Ministro da economia, Paulo Guedes, a missão de aprová-la a todo custo.

Saindo vitorioso, o governo agora tem a missão de fazer com que todas as suas promessas e projeções

se confirmem, e não em dez anos – que é a projeção da economia citada – mas desde já. O governo precisa mostrar agora o plano que tem para garantir aos milhares de assistidos pelos benefícios da previdência social, qual seu plano de ação para que mantenham sua dignidade humana diante das adversidades de uma deficiência física, de uma incapacidade definitiva para o trabalho, da miséria absoluta.

Mesmo aprovada a PEC principal, a Previdência se mantém na pauta do Senado, com a tramitação da PEC paralela, que propõe a adesão de estados e municípios às regras previstas para servidores federais na PEC principal. E com ela mais projeções de economia, R\$ 500 bilhões em 10 anos. O que se espera é que todas as estas economias se cumpram e sejam revertidas a ações sociais necessárias para a população brasileira. Para isso, realmente é preciso manter o otimismo pois outras ações como a Reforma Trabalhista ainda não conseguiram alcançar os objetivos que pretendia, como a geração de emprego.

O governo, através do Ministério da Economia - lembre-se que o Ministério foi extinto - e da secretaria do trabalho, precisa sustentar ações que não permitam a precarização do trabalho, nem as condições degradantes que afetem gravemente a saúde das pessoas, mas que os trabalhadores de todas as categorias tenham condição de chegar aos 60 anos ou 65 saudáveis, no caso de mulheres e homens respectivamente, para usufruir do benefício que construíram por suas contribuições compulsórias por anos.

Ao passo destas mudanças, é importante que o cidadão compreenda exatamente como se organizar e buscar qualidade de vida. Que usufrua do justo retorno do seu investimento, pois a previdência assim precisa ser vista e, como tal, deve devolver a quem a ela está vinculado o mínimo de suas expectativas.

Tempo Hoje 21° Mín. 35° Máx.

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

Amanhã 22° Mín. 36° 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 Bатуira Losso Pedroso

### Diretor de Criação e Publicidade

Alex Rodrigues

### Editor

Felipe Poleti

### Editores de Araso 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 Araso 3428 4174 | Classificados 3428 4140 | Assine o JP 3428 4190

leitor@jppjournal.com.br  
redacao@jppjournal.com.br  
revistaaraso@jppjournal.com.br

f t i  
jppjournal  
revistaaraso

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, Saltinho e Rio das Pedras.