

**André Zem**

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

**Denise M. G. Alves**

É agrônoma, bioquímica, educadora e pós-doutorada em Sustentabilidade.

## A motivação para chegar ao topo (I)

**A** motivação é a chave para o sucesso. Vejo a motivação como a união de duas palavras: motivo e ação. Criando motivos para agir a gente sai do marasmo, da zona de conforto, do lugar comum e de tudo que emperra nosso crescimento na profissão. Mas a motivação nem sempre basta para a gente se dar bem. Às vezes um incompetente adquire motivação e preserva a incompetência! Força sem direção não resulta em algo bom. Cuidado com o que você usa para se motivar. Tenha motivos e objetivos válidos.

Costumo perguntar aos profissionais que oriento:

- O vendedor motivado vende?
- Claro que sim!

### Cuidado com o que você usa para se motivar. Tenha motivos e objetivos válidos

- E o desmotivado, vende?

Lá se vão horas pensando! A minha resposta é a seguinte: o vendedor desmotivado não vende. Quando muito, ele "sofre uma compra". É! Às vezes, o cliente tem tanta necessidade de levar o produto que o vendedor nem precisa atendê-lo como deveria. Ele compra do mesmo jeito.

E você, vende ou "sofre a compra"? Pense sobre isso e avalie seu desempenho. Está insatisfeito com seus resultados? Então, identifique quais atitudes suas precisam de mudanças.

Motivação é item básico para um negócio dar certo, mas é algo que não se transfere para as outras pessoas tão facilmente. Um vendedor desmotivado precisa querer voltar a ter vontade de vender sempre e cada vez mais. Todas as pessoas têm diferentes experiências ao longo do dia, têm vida fora do trabalho, problemas familiares, físicos, emocionais, espirituais e financeiros. Achar que essas áreas não interferem no desempenho profissional é um erro.

A questão é bastante complexa e exige atenção tanto do vendedor quanto do líder da equipe. Na música "Me dê motivo", composta por Michael Sullivan e Paulo Massadas e conhecida na voz do genial Tim Maia, o cantor pede motivos para ir embora porque previa o momento em que ia perder a amada. Trazendo a canção para o mundo das vendas, quando vejo uma pessoa que parece não acreditar mais no que faz, não digo a ela motivos para ir embora. Faço o contrário. Peço para que me fale porque deve ficar, tento ajudá-la a reencontrar a autoestima e se superar. Os desmotivados precisam, tão somente, de motivação.

A rotina da profissão pode levar à desmotivação. Lidar com pessoas não é tão simples e há fases em que tudo parece conspirar contra, com os clientes, de repente, escapando das mãos quando se acreditava que a venda já estava consolidada.

Pior é quando a perda da venda provoca no profissional uma descendente tanto no trabalho quanto na vida pessoal, porque o medo da rejeição e do fracasso se instala e a desistência parece ser a única saída. Fazendo uma analogia simples: é como acontecia naqueles antigos bailes, em que apenas os rapazes tiravam as moças para dançar. De tanto ouvir "não" podia ocorrer de o homem ficar no canto, escondido e "enchendo a cara", sem se arriscar a levar outro fora. Há vendedores que têm tanto medo de não conseguir vender que parecem esses rapazes. Já os vendedores motivados são aqueles que "tiram o cliente para dançar" sem receios. Eles sabem que podem levar um fora na primeira tentativa, mas continuam tentando até ouvirem o "sim, vou levar este produto". Oportunidades ideais não surgem do nada. É preciso criá-las. Nas próximas semanas, vou listar as características da motivação, esse sentimento imprescindível à vida, para que você possa se posicionar melhor no seu dia a dia.

## A Metamorfose Humana

**A** natureza nos ensina muitas coisas, uma delas é que a única certeza que podemos ter é que tudo vive em eterna transformação. Simbólico é o exemplo da borboleta, cuja beleza e leveza nos inspira a voar, com ânimo e vitalidade conecta várias flores, nutre-se do néctar, e ao polinizá-las, perpetua a vida em toda sua diversidade. Mas nem sempre foi assim! Se olharmos para todas as fases da sua vida com um olhar de aprendizado, seremos mais generosos com nossos julgamentos, pacientes conosco e com os outros, corajosos com nosso processo interior e confiantes no futuro. Só observar que do

dável. São muitos os gastos energéticos ocultos da mente no dia a dia, como em pensamentos e assuntos inúteis, esperando atenção dos outros para preenchermos nossas carências, em vez de doarmos nosso tempo, pensamentos e palavras para novas perspectivas construtivas. A crise socioambiental contemporânea é fruto da nossa inconsciência enquanto humanidade. Mas muitos já cansamos de consumir inutilidades e paramos para olhar profundamente para dentro. É o momento em que a lagarta começa a construir seu próprio casulo, e parte daquilo que foi consumido será utilizado para produzi-lo, honrando seu passado. Fechando-se no casulo, a lagarta vai desaparecendo à medida em que a autodigestão acontece, a potencial borboleta, ainda sem forma definida, surgirá do processo de autodesconstrução/reconstrução. É como o momento em que nós paramos o "modo automático" de viver, e olhamos para nossa história de sofrimento, de falsos valores, de falsas crenças, em que por tantas vezes sem intenção, com nossas atitudes ou palavras inconscientes, "matamos" a felicidade do outro, "roubamos" seus sonhos, seu tempo, desperdiçamos a vida em futilidades, consumindo sem parar, deixando um rastro de morte psíquica para trás, nossa e do ambiente em redor. Tudo isto precisa ser desconstruído com muito cuidado para manter o aprendizado. Por isso a fase de casulo é otimista, pois nele reside a poderosa informação do potencial do devir, algo que diz que essa fase é transitória e um belo futuro nos espera à frente, motivando-nos continuar. A vida no casulo continua num intensivo processo de reconstrução, pois com o material da antiga lagarta, construímos uma nova forma de existência sem desperdícios, como um novo ser apto a iniciar uma nova jornada e a se lançar na vida com o entusiasmo do leve vôo de uma borboleta.

### Aplicando a metáfora à nossa vida, não dá para almejar o vôo de uma borboleta

ovo da borboleta sai uma gulosa lagartinha, que vive comendo, crescendo, consumindo todas as folhas da planta até sua morte. Por onde a "egocêntrica" lagarta passa, há um rastro de morte. Aplicando a metáfora à nossa vida, não dá para almejar o vôo de uma borboleta sem aceitar a lagarta, precisamos ver o todo, incluir todas as partes, no caso todas as fases da metamorfose. De origem grega, a palavra "meta" significa mudança e "morfo", forma, assim metamorfose é o processo biológico em que o ser vivo muda sua forma e conseqüentemente sua função na vida. Quantos de nós ainda somos lagartas? Consumindo em excessos, de objetos, alimentos a informações, seguimos tomando recursos da Natureza na forma de compras inúteis, o excessivo uso de dados e informações, numa falsa sensação de conexão social, que pouco ou nada contribuem para a uma vida sau-

**Tempo Hoje** 14° Mín. 28° Máx. Sol com algumas nuvens. Não chove.**Amanhã** 14° Mín. 29° 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 FerrazJuvenal 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**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 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 4190leitor@jppjournal.com.br  
redacao@jppjournal.com.br  
revistaarraso@jppjournal.com.br

jpjournal  
revistaarraso

Filiado à  
**APJ**  
Associação Paulista de Jornais