

**André Zem**

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

**Barjas Negri**

É prefeito de Piracicaba

**O Ford Ka que virou BMW**

Com tantos anos de experiência na área de vendas, é claro que já vivi situações em que o cliente parece estar desistindo do pedido, me escorrendo das mãos. Nessas ocasiões, sempre me lembro de minha frase preferida – "não se perde uma venda em hipótese nenhuma!", também título do meu livro – e reconstruo na minha mente o poder de fazer algo diferente para levantar a venda. Faço isso há anos e dificilmente perco um negócio.

Quer um exemplo? Recordo de uma cliente que precisava comprar móveis planejados. Quando fizemos o projeto para o apar-

**O verdadeiro empreendedor deve buscar todas as alternativas para fechar negócios**

tamento completo, ela falou que o valor havia ficado muito alto, mesmo financiado em 24 vezes, e já pensava em desistir da compra. Para mudar essa situação, perguntei se não teria algum veículo que pudesse dar como entrada – é claro que eu não estava querendo e nem precisando comprar carro naquela época, mas não podia perder a venda. O verdadeiro empreendedor deve buscar todas as alternativas para fechar negócios.

A cliente disse, então, que poderia dar um carro como entrada, um Ford Ka 2005, já bem desgastado. Ela afirmou: - Passei em várias lojas e nem sequer quiseram ver o meu carro. Fiquei triste com o atendimento deles, por isso achei que o carro não tinha valor.

Enxerguei naquele veículo uma grande oportunidade de negócio. Aceitei o carro como entrada correspondente a R\$ 7.000 e parcelei o restante do valor do projeto. Fiz a

venda e as duas partes ficaram muito felizes.

O que aconteceu depois? Para terminar a história: naquela mesma semana, vendi o carro e a cliente me indicou uma sucessão de pessoas que compraram em minha loja, tudo porque ficou agradecida e surpresa com a atitude que tive. Até hoje, nas palestras, reforço que aquele Ford Ka virou uma BMW, tamanho o valor dos novos negócios que ele trouxe para a empresa.

Empreendedor tem de ser assim: possuir visão apurada, positiva e assertiva para fazer com que o consumidor não desista do próprio sonho. Cliente satisfeito sempre volta e é o melhor vendedor do mundo, atuando sempre sem seu favor.

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

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

O profissional que vende em estado de felicidade vende melhor e o cliente em estado de felicidade compra muito mais. Faça sua parte com energia boa e entusiasmo e receberá a recompensa. Tenho uma crença que diz "coloque para a vida que a vida lhe dará em dobro". Esse é o pensamento que você, como vendedor, deve ter.

**Enfrentando a crise com seriedade**

Algumas verdades precisam ser ditas, sob pena de se atribuir ao acaso ou à sorte, o fato de Piracicaba não ter parado, em decorrência da crise econômica e política que, aliás, ainda não terminou.

O planejamento e a eficiência na gestão pública foram aspectos de extrema relevância para impedir que a cidade quebrasse, paralisando, assim, serviços essenciais como a coleta de lixo, transporte público, fornecimento de água, unidades escolares e de saúde, etc. Do mesmo modo, não houve atraso no pagamento de fornecedores, nem no sa-

**Esses números evidenciam o nosso grande esforço para equilibrar as contas públicas e ampliar os investimentos**

lário dos nossos servidores.

Alguém pode até afirmar que, quando se tem um país em crescimento, com economia forte e ânimo dos investidores, todo gestor realiza obras e amplia a oferta de serviços públicos. É verdade, e isso também aconteceu entre os anos de 2011 e 2012, período em que o superávit saltou de R\$ 18,4 milhões para R\$ 29,2 milhões. Contudo, mesmo no final daquela gestão, tivemos a responsabilidade de entregar uma prefeitura viável, com dinheiro em caixa e previsão de superávit em elevação, o que de fato ocorreu em 2013: R\$ 39,5 milhões de reais de saldo positivo.

Entretanto, com o agravamento da crise, em 2014, a prefeitura, não apenas deixou de ser superavitária, como apresentou um déficit, de R\$ 800 mil reais, que ampliou-se consideravelmente, no ano seguinte, para R\$ 72,3 milhões, ou seja, mais que o dobro do superávit que havíamos deixado para 2013. No

ano seguinte, em 2016, as despesas também superaram as receitas, em R\$ 55,8 milhões.

Ao reassumirmos ao Prefeitura em 2017, sabíamos que o desafio seria gigantesco, porque tínhamos a missão de reduzir as despesas drasticamente, a fim de manter a cidade funcionando. Contingenciamos investimentos, enxugamos a máquina administrativa com a extinção de cargos, negociamos com fornecedores, estabelecemos critérios mais rigorosos para o atendimento das demandas, e otimizamos a nossa força de trabalho e os equipamentos públicos para poder continuar a prestando bons serviços à população, mesmo em um ritmo menos acelerado.

Os resultados de 2017 e 2018 comprovaram que estávamos no caminho correto, pois o déficit orçamentário caiu de R\$ 55,8 milhões em 2016 para R\$ 31,2 em 2017, e reduziu ainda mais ano passado, quando o resultado foi de R\$ 22 milhões.

Esses números evidenciam o nosso grande esforço para equilibrar as contas públicas e ampliar os investimentos. Mesmo assim, estamos construindo novas escolas, novas unidades de pronto atendimento à saúde, novos terminais de ônibus, e realizando importantes intervenções no trânsito para aumentar a mobilidade urbana.

Sabemos que ainda temos problemas com a agilidade no corte de mato e com o tapa-buraco, operações que já estão sendo intensificadas e, brevemente, voltarão à sua normalidade.

Governar uma cidade com a importância de Piracicaba exige responsabilidade, conhecimento, experiência e coragem para fazer escolhas. Enquanto alguns apenas apontam o dedo para criticar, nós trabalhamos. É isso que a cidade precisa e a população merece: trabalho e responsabilidade.

Tempo Hoje 16° Mín. 28° Máx. Sol com algumas nuvens. Não chove.

Amanhã 16° 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 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

**Editora de Arraso 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 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@jppjournal.com.br  
redacao@jppjournal.com.br  
revistaarraso@jppjournal.com.br

f t i  
jppjournal  
revistaarraso

Filiado à  
**APJ**  
Associação Paulista de Jornais