

**André Zem**

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

**Barjas Negri**

É prefeito de Piracicaba

Cinco verdades para ser um vendedor de sucesso

Quando se trata de "vender a si mesmo" para o cliente, existem algumas convicções fundamentais para o vendedor do meio varejista. Com base nos ensinamentos do grande especialista em vendas Eduardo Botelho, deixo registrada aqui minha visão sobre "As Cinco Verdades para se Tornar um Vendedor de Sucesso".

Eu tenho ótimos produtos: É primordial o vendedor acreditar nos produtos que oferece. Você compraria o que vende? Sente que a vida do cliente vai melhorar de alguma forma adquirindo o que você coloca à venda? Se não acreditar no que vende, nenhum esforço para efetivar

Use a melhor estratégia para agradar o comprador e nunca se esqueça de atender com o coração

uma venda dará resultado positivo.

Eu tenho ótimas propostas: O preço do produto que você comercializa precisa ser justo. Além disso, as condições de pagamento devem ser as melhores possíveis para o cliente. Há vendedores que não se convencem das vantagens da própria proposta. Acham caro o que vendem e não acreditam favorecer o consumidor. Com pensamentos assim, fica difícil negociar.

Eu trabalho numa ótima empresa: É perda de tempo não gostar do local onde trabalha. A carreira não flui. Quando isso ocorre, o profissional logo vai parar na "rádio peão", fazendo fofoca, falando mal da empresa e criando uma energia que não favorece as vendas.

Sou um ótimo profissional: Mesmo nos dias em que os clientes parecem fugir, ou a situação financeira não anda "aquelas coisas", é necessário manter-se otimista. Qualquer profissional tem maus dias, o que não

significa a perda da habilidade de vender. Acredite que você é excelente no que faz e continue sempre aprimorando seus conhecimentos.

Tenho ótimos clientes: Quando o vendedor não valoriza ou não acredita nos clientes, gera uma energia que frequentemente leva à perda da venda. É essencial crer nos consumidores, transformá-los em amigos e respeitar o que eles desejam encontrar em sua loja. Cada um tem as próprias razões para comprar ou não no seu estabelecimento comercial e entender isso é muito importante. Portanto, use a melhor estratégia para agradar o comprador e nunca se esqueça de atender com o coração.

Para ser um vendedor de sucesso é fundamental ter consigo essas cinco verdades, pois só assim poderá mostrar uma postura forte e sincera o suficiente para que o cliente "compre você" e compre o seu produto. Caso não esteja convencido de alguma delas, é melhor repensar suas atitudes.

Explore as possibilidades, invista em um atendimento espetacular e certamente não se arrependará. Quando há um espetáculo de atendimento, a venda acontece para sete em cada dez pessoas. Pode constatar isso durante minha carreira, na prática. Com um atendimento classificado como "normal", aquele que todo mundo faz, você divide o cliente com o concorrente, pois não o encanta, e ele vai comprar com quem oferece o menor preço, sem pensar no quanto o relacionamento com o vendedor também é fator preponderante para, de fato, investir em um produto.

Talvez você questione: "Vendi produtos de prestígio e com muito valor agregado a minha vida inteira, mas não me tornei um vendedor de sucesso. O que será que aconteceu comigo?" Eu posso imaginar. Faltou fazer um atendimento de forma espetacular, conquistar o cliente, porque quando você coloca paixão na vida ela lhe devolve todo o amor em dobro.

Piracicaba, a segunda melhor do Brasil para se viver

Apesar das dificuldades pelas quais passam grande parte das cidades brasileiras, Piracicaba tem tido muitos motivos para comemorar, especialmente no que se refere à qualidade de vida da nossa população.

Recentemente, a Macroplan, em parceria com o Movimento Brasil Competitivo, realizou uma pesquisa nacional com os 100 maiores municípios do país, acima de 273 mil habitantes, responsáveis por mais da metade do PIB nacional, denominada "Desafios de Gestão Municipal".

Ao avaliar os indicadores oficiais desses 100 municípios, e pro-

O resultado colocou o município de Maringá, PR, em 1º lugar, Piracicaba em 2º; E São José do Rio Preto em 3º

mover a comparação entre elas, foi possível entender onde estão as maiores dificuldades e os principais avanços em quatro áreas essenciais: Saúde, Educação, Segurança, e Saneamento/Sustentabilidade. Mesmo apontando problemas, a pesquisa revelou avanços generalizados desses indicadores, analisando a evolução dos dados do período de 2004 a 2017.

Foram avaliados 15 indicadores, disponíveis nas estatísticas oficiais desses municípios: matrículas em creche, matrículas em pré-escola, IDEB do Ensino Fundamental I e II, taxa de mortalidade prematura por doenças crônicas não transmissíveis, proporção de nascidos vivos de mães com sete ou mais consultas de pré-natal, cobertura das equipes de saúde da família, taxa de mortalidade infantil, taxa de homicídios, taxa de óbi-

tos em acidentes de trânsito, índice de tratamento de esgoto, índice de perdas na distribuição de água, índice de atendimento de água, taxa de cobertura de coleta de resíduos domiciliares e índice de atendimento de esgoto.

O resultado colocou o município de Maringá, PR, em 1º lugar, com 0,748 ponto; Piracicaba em 2º lugar, com 0,739 ponto; São José do Rio Preto em 3º, com 0,738 ponto; Jundiá na quarta colocação, com 0,733 ponto; e São José dos Campos em 5º lugar com 0,727 ponto. Pelo segundo ano seguido, Piracicaba ocupou a 2ª colocação, ou seja, a 2ª melhor cidade para se viver.

Tais indicadores são o resultado de muito planejamento, muito trabalho, muito investimento público e, sobretudo, compromisso com políticas sociais universais e o desenvolvimento sustentável de Piracicaba. Por ter exercido o cargo de prefeito na maior parte do período analisado, é, para mim, um orgulho receber esse reconhecimento que endossa o avanço das políticas públicas municipais, sem é claro, deixar de citar o trabalho que cada um dos prefeitos da nossa cidade deixou como legado. Alguns mais lembrados, outros menos.

Prestes a completar 252 anos, Piracicaba, com seus 400 mil habitantes, deve se orgulhar de ocupar tão expressiva colocação. Mais que isso, deve sentir-se parte dessa conquista, porque a Prefeitura não faz nada sozinha. Ela precisa da parceria com a sociedade, do protagonismo dos setores produtivos, da genialidade de nossos centros de formação e pesquisa, da coragem e da visão empreendedora de nossos empresários. Contudo, não é porque estamos bem que vamos nos acomodar, afinal, é possível fazer mais, sempre. Garra e disposição não nos falta. Vamos em frente, para uma Piracicaba cada vez melhor.

Tempo Hoje 16° Mín. 29° Máx. Sol com algumas nuvens. Não chove.

Amanhã 17° Mín. 25° 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 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 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 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 desabaços 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

jppjournal
revistaarraso

Filiado à
APJ
Associação Paulista de Jornais