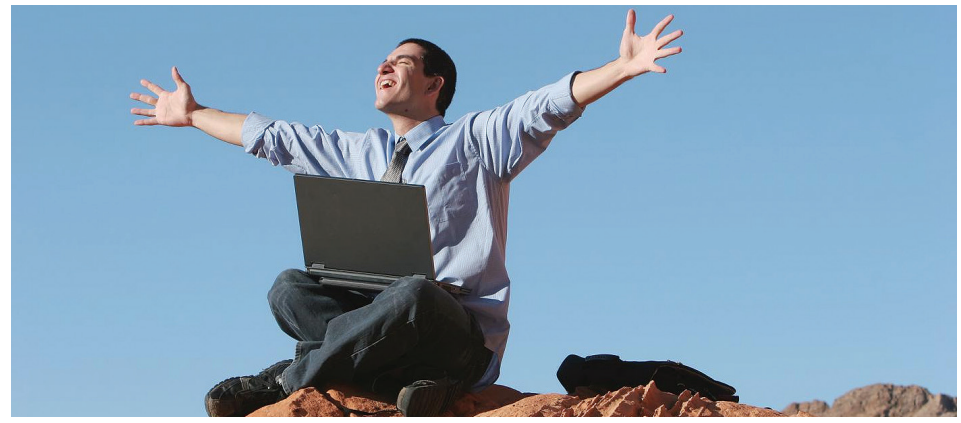
INFORMATIVO
Ano XV . São Roque . Outubro de 2015

ACIA

FILIADA À FACESP
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL
ACIA SÃO ROQUE

Conselhos para o sucesso

Consultores, headhunters e executivos revelam as principais características dos vencedores. Anote e pratique.



Pense bem e responda: o que tem feito para conquistar o sucesso no seu trabalho? Não se iluda esperando que o reconhecimento surja na sua vida como num passe de mágica e muito menos que aconteça só porque você se dedica 12 horas por dia, sem pausa para o cafezinho. Sempre imaginamos que alguém vai reconhecer o nosso valor e nos dar a sonhada promoção. Ledo engano... No mundo das corporações, o resultado é o que conta. As boas consequências do seu esforço também nunca vêm de imediato. O importante é que você siga o seu caminho. É preciso muita preparação, dedicação e perseverança. Como diz o ditado inglês: "No pain, no gain". Ou seja, sem esforço não há recompensa. Impossível? Tire essa palavra do seu vocabulário e vá em frente. E sucesso!

1 "Iniciativa é tudo para quem planeja crescer na profissão. As pessoas mais valorizadas hoje nas empresas são as que conseguem iniciar e terminar as missões profissionais a elas confiadas. Não desistir no meio do caminho é fundamental, bem como transpor os obstáculos e dificuldades naturais que sempre surgem".

2 "Ninguém consegue fazer sucesso sozinho ou contando apenas com a sorte. Por isso, é necessário ter flexibilidade para trabalhar em equipe, colecionar amigos e abrir portas. Mais importante ainda: tenha entusiasmo e paixão pelo que faz. Trabalhe com brilho nos olhos para contagiar as pessoas à sua volta".
Kelen Reis, consultora

3 "Entenda o contexto do país, dos negócios, de sua própria profissão; aprenda a não conviver com o negativo das questões. E tenha perseverança, é preciso pelo menos cinco, seis, sete anos para perceber a diferença na sua evolução".
Pedro Mandelli, diretor da Mandelli Consultores Associados

4 "Nunca se esqueça de que o sucesso profissional é uma questão lógica. Entre o desejo e a sua efetiva realização existem um tempo e alguns cuidados essenciais, que passam por constante preparação. Fazer o que esperam de nós já não é suficiente, temos de surpreender positivamente. Essa é a lógica do momento".
Eugenio Mussak, consultor educacional e escritor

5 Usar a criatividade é uma das formas de atingir o sucesso. Mas é preciso foco, uma palavra muito repetida e pouco entendida. Para as empresas, trata-se da capacidade do funcionário em observar a própria rotina e fazer pequenas propostas de melhoria, como produtividade e redução de custos. A maioria dos funcionários confunde pequenas e constantes idéias com grandes idéias que irão revolucionar a maneira como a empresa atua. E isso gera dispersão de esforços".
Max Gehringer, autor de Máximas e Mínimas da Comédia Corporativa (Editora Gente)

6 Sucesso significa, antes de tudo, estar bem consigo. Para mim, nada o define melhor do que ser feliz, e todos podemos ser, desde o estagiário até o presidente da organização. Tenha em mente: quem faz o que gosta tende a fazer melhor".

7 "Cada vez mais as grandes empresas querem contar somente com profissionais que se importam com o ser humano. Portanto, respeite a todos e seja humilde em seus princípios e atitudes".
Silvana Case, vice-presidente-executiva do Grupo Catho, consultoria em RH

8 "Seja um líder. Aprenda a atrair, reter e motivar talentos altamente capacitados, avaliando e administrando pontos fortes e fracos das pessoas. Crie espírito de vencedor em você e na sua equipe".

9 "Aprenda a balancear trabalho, capital, família, qualidade de vida, responsabilidade empresarial e social. Ame sua profissão. Ajude a construir um planeta melhor, repleto de felicidade".
Alfredo José Assumpção, CEO e sócio da Fesa Global Recruiters, empresa de recrutamento de executivos

10 "Não há fórmulas infalíveis para o sucesso. Posso apenas compartilhar como enfrento situações difíceis e consigo um bom resultado no final: resolva primeiro o problema na sua cabeça. Quando tiver a solução consigo mesma, vai estar pronta para o processo de enfrentamento. Ao entrar nessa situação física de pressão, já não terá medo do que possa acontecer porque, na sua cabeça, está clara a forma como vai defender sua posição".
Vânia Ferro, diretora-executiva da ONG Care Brasil

Mesa de trabalho organizada

Uma mesa em desordem pode colocar sua mente em desordem. Comece, então, a por um fim no seu pequeno caos, eliminando:

- Revistas e jornais não lidos
Reduza sua pilha recortando os artigos que ainda vai ler e juntando-os numa pasta. Quando sobrar algum tempo livre, você irá direto ao que interessa.

- Excesso de canetas
Será que seu porta-lápis não tem mais canetas, lapiseiras, borrachas e marcadores de texto do que você precisa? Dois de cada são mais que suficientes.

- Cartões de visita
Rasgue todos, mas não antes de passar seus contatos principais para uma agenda eletrônica ou para o arquivo de fichas do computador. Para sua segurança, tenha sempre um backup.

- Enfeites
Bruxinha da sorte, porta-retrato, plantinha, duende, cristais, relógio, bonequinha, aquário... são alguns exemplos de objetos que podem estar tirando a sua concentração. Saída sábia? Limite-se a deixar um ou dois ítens de valor sentimental.

O poder da embalagem

Uma das melhores maneiras de divulgar o seu comercio é caprichar na embalagem. Feita de maneira certa, ela pode se transformar numa espécie de outdoor ambulante nas mãos do seu cliente. Atentos às oportunidades, muitos comerciantes já encaram a sacola não apenas como uma simples embalagem, mas também como uma poderosa ferramenta de marketing e um ótimo meio de comunicação.

Até quem nem precisa da sacola dá um jeito de utilizá-la como veículo de divulgação. Veja o caso da Toyota. Na última Feira do Automóvel, a empresa distribuiu 40 mil sacolas com sua marca estampada em letras garrafais. Os resultados em termos de mídia foram excelentes. Em praticamente todas as fotos do evento aparecia alguém com a sacola da Toyota.

Já reparou que as sacolas que estampam marcas de grifes famosas dificilmente vão parar no lixo? É comum que elas sejam usadas como uma bolsa alternativa, reforçando a imagem da loja. Essa atitude não precisa se limitar a marcas reconhecidas. Pequenos comércios também podem evitar que suas sacolas acabem como sacos de lixo. O segredo é o design da embalagem. Se ela for bonita, é bem provável que o cliente vá fazer questão de usá-la depois.

E como será a embalagem ideal? Para Marcelo Alves, gerente de vendas da Sacotem Embalagens, ela deve reunir as seguintes características; ótima apresentação, qualidade na fabricação e capacidade de fixar a imagem da loja. "Uma embalagem bem feita transmite aos clientes uma imagem de organização, seriedade e preocupação em atender ben", afirma Marcelo.

Por que caprichar na embalagem?

- Porque ela funciona como uma ferramenta de marketing
- É um bom meio de fixação da marca
- Ajuda na formação da imagem
- É uma forma barata de propaganda

"NÃO EXISTE OUTRO CHEFE SENÃO O CLIENTE. E ELE PODE DESPEDIR A TODOS OS FUNCIONÁRIOS, DESDE O PORTEIRO ATÉ O PRESIDENTE, APENAS GASTANDO SEU DINHEIRO EM OUTRO LOCAL"

Sam Walton - criador do Wal Mart

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE SÃO ROQUE Ano XV | Tiragem: 2000 exemplares | Projeto Gráfico: Claudio Castro | Propaganda e Marketing: Silviane Júdica

Os caminhos para chegar ao cliente

Qualquer profissional tende a se acomodar nas suas atividades. Em vendas, por exemplo, é muito comum vendedores limitarem-se a ter um relacionamento com os clientes por meio das visitas pessoais. Não que isso seja errado, isso é ótimo. Porém, existem outros canais que facilitam a comunicação com os clientes e que podem reforçar o relacionamento com eles que são mal aproveitados. Sabendo utilizá-los, você poderia vender mais – e melhor – para um único cliente.

Meu objetivo com este artigo é, então, convencê-lo a usar outras ferramentas a seu favor. Acompanhe meu raciocínio e, logo depois de terminar a leitura, reveja seus hábitos de comunicação com seus clientes. Simples mudanças podem trazer grandes melhoras!

O que comunicar aos seus clientes?

Antes de mais nada, tenha em mente que não é apenas para fechar uma venda que você precisa se comunicar com seu cliente. Há outros motivos para procurá-lo. Você pode, por exemplo, contar as novidades da sua empresa, falar sobre as promoções especiais do mês, perguntar como ele está lidando com a última compra que fez com você e assim por diante.

Falando especificamente sobre alguns meios de comunicação, estas dicas podem ser úteis:

Telefone

Ao telefonar (e não esperar a próxima visita), você dá ao cliente a sensação de urgência. Por isso, essa é uma boa forma de contato para quando você quer apresentar uma novidade. O cliente naturalmente

ficará mais tentado a buscar informações sobre a novidade logo.

Além da ligação, se o cliente tiver permitido (claro!), você também pode usar o telefone para enviar SMS ou WhatsApp. Essa prática pode ser vista como menos invasiva, e ainda assim muito efetiva.

Claro que o bom senso é fundamental para que ações como essas tenham sucesso. Não dá para ligar todo dia para o cliente, nem escolher horários inoportunos para fazer esse contato (muito cedo, na hora do almoço ou depois das 18h, por exemplo). Também não é uma boa ideia encher a caixa de mensagens do cliente com contatos desnecessários.

Internet

A internet (mais especificamente o e-mail) é uma poderosa ferramenta de comunicação. Possui inúmeras vantagens, como: velocidade no uso, baixo custo e facilidade em respostas imediatas. Além de conveniente, é um objeto que está se tornando cada vez mais utilizado pelo marketing de relacionamento. Tanto para quem quer se comunicar com seus clientes, como para quem busca se aproximar dos fornecedores.

Mas não é só por meio do e-mail que você pode se comunicar com seu público pela internet. As redes sociais hoje permitem que você esteja em contato indireto com quem se interessa pela marca de uma maneira muito efetiva – se você souber aproveitar esses canais, claro. Mas esse é assunto para outro artigo…

Como lembra Fred Reiccheld, especialista em lealdade do cliente, promovendo a ligação direta entre as empresas e seus fornecedores e clientes, a web pode estreitar os relacionamentos ao extremo e gerar vantagens imensas. Porém, muito pouco desse potencial poderá se concretizar se não houver, dentro de tais relacionamentos, um elevado nível de confiança. Para os clientes da web, onde os negócios são conduzidos à distância e os riscos de incerteza são amplificados, a confiança é mais importante que tudo.

Lembre-se: os clientes online não podem olhá-lo nos olhos, nem avaliam o espaço físico de uma loja ou escritório, nem mesmo veem ou tocam produtos. Quem reina na web não é o preço, é a confiança.

Dica prática

Crie uma lista de e-mail de todos os seus clientes ou, pelo menos, dos principais. Toda vez que você receber uma informação sobre promoções ou lançamentos, envie imediatamente para eles. Se quiser potencializar ainda mais suas chances de retorno, personalize os contatos para os principais clientes. O simples fato de você acrescentar o nome dele ou relembrar algo que vocês comentaram em outra ocasião pode ajudar bastante nesse momento.

Essa lista de clientes também deve ser utilizada para enviar algumas mensagens motivadoras para os clientes, dicas de como utilizar seus produtos ou como aumentar suas vendas. Outra alternativa são os boletins eletrônicos que, bem elaborados, são úteis, pois trazem informações rápidas e claras, mantendo seu nome e o de sua empresa na mente dos consumidores.

Assim, de maneira muito simples, você está criando uma comunidade dos seus clientes.

Utilize todos os canais possíveis para se relacionar com seus clientes, não fique restrito ao seu modelo tradicional e aproveite cada contato para fortalecer a relação com eles. As vendas virão como consequência.

Você conhece os 3 Cs da contratação ideal?

O primeiro passo para uma contratação de sucesso é uma boa definição do perfil, determinando claramente quais são os pré-requisitos, além de mapear todas as competências para a vaga em questão, precisamos atentar aos 3 Cs da contratação ideal. Quero dividir com vocês pontos relevantes e que não devem ser ignorados quando se quer escolher bem seu time.

Caráter

Ter caráter é fundamental para manter suas convicções (da empresa que todo profissional representa) e fazer o que é certo, e atingir o resultado do modo correto, mesmo quando todos dizem o contrário.

Comprometimento

Todo "comprometido" de verdade sabe que precisa empregar energia, coragem e força além do normal naquilo que estão envolvidos para que o resultado seja atingido.

Capacidade de aprendizado

É o que todos nós temos e que, muitas vezes, encontra-se adormecido por puro comodismo, pessoas com cérebro, que buscam conhecimento, que pensam, que refletem, que questionam, que analisam, que contrapõem pontos de vistas, que se inspiram pelas ideias à sua volta, criam novas estratégias e soluções mais produtivas dentro da empresa.

Maria Carolina Guerino

Clube do Desconto é simples e vantajoso. Participe!

ACADEMIA
MILLENIUM ACADEMY
20% de desconto na mensalidade para associados e funcionários
Av. Santa Rita, 45 - São Roque
Centro Comercial Cidade
Tel. 4784-1760

IMPRESSÃO
MI BALÕES DECORATIVOS
(impressões em balões) - **10%** de desconto para associados. Estrada São Roque / Araçariguama, 144 - Tel. 4712-7235

CABELEIREIRO
ELZA CABELEIREIRA
10% de desconto em todos os serviços do salão (exceto manicure e sobrancelha). Atendimento com a massagista Paula Junqueira . Para associados e funcionários.
Rua João XXIII, 17 - São Roque
Tel: 4712-6195 I 9 9630-1702

CLUBE
GRÊMIO UNIÃO SANROQUENSE
Isenção do valor do título para associados
R. José Bonifácio de Andrada e Silva, 452 - São Roque
Tel. 4712-2088

INGLÊS
NOVIDADE FISK SÃO ROQUE
35% de desconto mensalidades.
50% de desconto matrícula.
Material gratuito para associados e funcionários
Av. Antonino Dias Bastos, 660
Centro - São Roque
Tel. 4784-6844

PLANET TALK LANGUAGE CENTER
Cursos de inglês para associados e funcionários
50% de desconto
Rua José Brenha Ribeiro, 24
Centro - São Roque
Tel. 4784-2200

TEACHER HADASSA DANCUART
Inglês para o mercado de trabalho (fluência em negócios e aulas personalizadas)
Grupos para 1 aluno / 3 alunos / 4 a 6 alunos com descontos especiais para associados e seus funcionários.
Faça um contato conosco.
Fone: 4716-1968
e-mail: hadassa1dan@gmail.com

PETS / VET.
DOGS WASH
20% de desconto nos serviços de ofurô. Associados e funcionários.
Rua Prof. Joaquim de Oliveira, 116
São Roque
Tel. 4784-3488

CURSOS
FAC SÃO ROQUE
• Cursos de Graduação
40% desconto na 6ª parcela
• Cursos Pós Graduação
15% desconto mensal
• Cursos Pedagogia para Licenciados
15% desconto mensal
Para associados e funcionários
Rua Padre Marçal, 30
Fone: 4719-9300

DENTISTAS
DR. CELSO DOS SANTOS ABREU
10% de desconto - exceto próteses - Associados e funcionários
Rua Cap. José Vicente de Moraes, 37 - São Roque
Tel. 4784-1340

DRA. JULIE L. D. M. RABELO NEVES
20% de desconto nos tratamentos odontológicos
Associados e funcionários
Av. João Pessoa, 420
São Roque - Tel. 4712-3801

DR. GUSTAVO CARVALHO ROSA
10% de desconto nos implantes odontológicos
Associados e funcionários
Rua Dr. Stevaux, 25
Centro - São Roque
Tel. 4712-6904

DRA ALINE NERY DE LIMA
10% de desconto para associados e funcionários.
Especialista em cirurgia e traumatologia.
Buco maxilo facial
Rua Santa Isabel, 9
São Roque
Tel. 4784-6682

PSICOLOGIA
DRA. SANDRA C. DE ANDRADE
30% de desconto para associados e funcionários.
Rua Filomena Belmonte, 237 B
Jardim Brasil - São Roque
Fone: 4712-5013 / 9 7452-0351

FISIOTERAPIA
DR. LÚCIO FERREIRA DOS SANTOS
Planos especiais para empresas, em grupos.
Pilates (4 a 6 pessoas) - Massagem - Acupuntura.
Saiba mais! Fone: 4784-4945.
Rua 7 de Setembro, 115
São Roque

FARMÁCIA
FARMÁCIA AMUMINAS
Medicamentos a preço de custo
Torne-se um associado e obtenha R$ 1,00 de desconto na mensalidade (exclusivo para sócios da Acia São Roque).
Rua Pedro Vaz, 94 - Centro
Fone: 4712-8780 / 4712-8877

INFORMÁTICA
CTI - INFORMÁTICA E INGLÊS
Isenção de Matrícula - **20%** de desconto nas mensalidades para informática e idiomas
Associados, funcionários e dependentes.
Rua Rui Barbosa, 519
Centro - Tel. 4712-9720

PEOPLE COMPUTAÇÃO
10% de desconto para empresas e seus funcionários
Av. Antonino Dias Bastos, 650
Centro - São Roque
Tel. 4784-5550

TROFÉUS
TROFÉUS SÃO ROQUE
Troféus, medalhas personalizadas, shows pirotécnicos, fogos de artifícios.
10% de desconto em todos os produtos.
Rod. Raposo Tavares, Km 63,5 - N1.628 - Jardim Marieta
São Roque - Tel. 4712-8154
99931-4381
trofeu@trofeusaoroque.com.br

ENSINO
ANGLO SÃO ROQUE
25% de desconto na mensalidade escolar para proprietários e funcionários das empresas associadas.
Rua Padre Marçal, 20 - Centro
Tel. 4784-9510