

KARINE
CARRIJO

COMO POTENCIALIZAR O

MULHERÃO
DA P*RRÁ

QUE EXISTE EM VOCÊ.



**MULHERÃO
DA P*RRÁ**

KARINE
CARRIJO

COMO POTENCIALIZAR O

MULHERÃO
DA P*RRÁ

QUE EXISTE EM VOCÊ.



© 2019 Editora Novo Conceito
Todos os direitos reservados.

Nenhuma parte desta publicação poderá ser reproduzida
ou transmitida de qualquer modo ou por qualquer meio
sem a permissão por escrito da Editora.

Edição digital — 2019

Produção editorial: Equipe Novo Conceito
Preparação: Carlos Villarruel
Revisão: Ana Paula Mello
Diagramação: Emap Produções

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Carrijo, Karine

Mulherão da p*rra [livro eletrônico] / Karine Carrijo. -- Ribeirão Preto, SP : Novo Conceito Editora, 2019.

ISBN 978-85-8163-884-3

1. Coaching 2. Empreendedorismo 3 . Empreendedores 4 Empresários – Histórias de vida 5. Mulheres nos negócios 6. Sucesso profissional I. Título

19-28805

CDD-338.0492

Índices para catálogo sistemático:

1. Mulheres de negócios : Empreendedorismo : Histórias de vida 338.0492

Maria Alice Ferreira – Bibliotecária – CRB-8/7964



Rua Dr. Hugo Fortes, 1885
Parque Industrial Lagoinha
14095-260 – Ribeirão Preto – SP
www.grupoeditorialnovoconceito.com.br

**PENSE COMO
UMA RAINHA. UMA
RAINHA NÃO TEM
MEDO DE FALHAR.
O FRACASSO É
APENAS MAIS
UM DEGRAU
PARA O SUCESSO.**

Oprah Winfrey

SUMÁRIO

Mulherão da p*rra!

Quem sou eu

Do outro lado da rua

E.L.A.

Ninguém faz nada sozinho!

Empreender é um desafio. Que bom!

Empreendedor *versus* empresário

Embalagem. Qual é a sua?

O bambu chinês

Liderar é uma arte

Não tenha medo, não!

Calma lá!

Determine o seu ponto de partida

A era da ansiedade

Não tenha medo de largar o que não faz você feliz

Inspiração

A era do coach

Foco, foco, foco!

Mude seus hábitos

Casos da mentoria

“Antes de empreender nos negócios, empreenda na vida”

**ESTEJA PRONTA
PARA LUTAR
PELOS SEUS
SONHOS. MESMO
QUE VOCÊ
PRECISE FAZER
ISSO SOZINHA.**

Anônimo

MULHERÃO DA P*RRRA!

Você é um mulherão da p*rra ou se considera um mulherão da p*rra?

Vamos começar este livro pelo título.

Sei que ele, de certa forma, chama a atenção e faz uma boa parte das pessoas se sentir com vontade de abrir pelo menos uma página para ver do que se trata.

Calma! Essa não é uma ação de marketing. Nem uma pegadinha.

O que é um mulherão da p*rra, afinal?

Simples:

- uma mulher que se destaca
- uma mulher de posicionamento
- uma mulher de personalidade
- uma mulher que é feliz com ela mesma
- uma mulher que ama o próprio corpo (e isso não tem nada a ver com a forma que ele tem, pois ela se acha linda de todo jeito!)

De uns tempos para cá, tenho ouvido muito isto:

“Eu sou um mulherão da p*rra”

“Nossa, ela é um mulherão da p*rra”

Fiquei desnorteada quando escutei a primeira vez.

Hein?

Quer uma notícia boa?

Se você pegou este livro e deu uma breve folheada, parabéns: você tem enormes chances de ser UM MULHERÃO DA P*RRRA!

Ou está a um passo de ser.

E se você não se acha assim, tudo bem.

Neste livro, você vai descobrir como desenterrar o mulherão da p*rra que há dentro de você.

Mulherões da p*rra não nascem prontos. Descubrem-se!

Ser um mulherão da p*rra é sorrir quando há vontade de sorrir. É acordar às 6 horas e liderar com firmeza as missões do dia. É ter controle das emoções e dos comportamentos.

Mas lembre-se: até um mulherão da p*rra tem seus dias ruins. Temos traumas, ansiedades, medos!

E sabe o que a torna um mulherão da p*rra? É pegar todos os sentimentos e não transformá-los em frustrações, mas em expectativas. Rompa todo tipo de trauma e trace objetivos. Sempre digo:

O SEU BLOQUEIO pode ser o seu PROPÓSITO!

Deixe de ser vítima e passe a ser a protagonista da própria vida!

Ah, e se há homens que se incomodam com um mulherão da p*rra?

Não se preocupe. O convívio com mulheres que se destacam é apaixonante! Para lidar com mulherões da p*rra, você precisa ser um parceiro (ou parceira) da p*rra.

Este é um livro em que todos são bem-vindos!

Boa leitura!

**QUEM OLHA
PARA FORA,
SONHA; QUEM
OLHA PARA
DENTRO,
ACORDA.**

Carl Gustav Jung

QUEM SOU EU

Meu nome é Karine e tenho 23 anos. Talvez você se pergunte:

“O que uma menina de 23 anos tem para passar para outras pessoas?”.

É normal. Estou acostumada a ouvir ou entreouvir quase diariamente esse tipo de pergunta. Muitas vezes, nem é na minha frente, mas aprendi a não dar bola.

Começo este livro contando a minha história de vida que não é muito diferente de muitos e muitos brasileiros comuns. Sou filha de pais separados, e foi justamente esse rompimento que causou o primeiro e grande impacto na minha vida.

Em qualquer conflito que tiver na sua vida, você terá dois caminhos para seguir. É quase óbvio, mas há obviedades que precisam ser ditas e repisadas com frequência. A decisão é sua. Se um pai é alcoólatra e tem dois filhos, a história geralmente se repete. Vou contar dois casos que conheço: um dos filhos não bebe com a seguinte justificativa: “Meu pai bebe”. O outro é alcoólatra com a mesma desculpa, só que com a ideia oposta: “Porque meu pai bebe”. Trata-se de um caso básico e comum para exemplificar que depende de você pegar a condição que tem na sua vida e fazer disso algo bom ou ruim.

Foi assim que peguei para minha vida algo bom.

Saí da minha zona de conforto mais cedo que o comum, justamente porque eu sofria o que a maioria das crianças de pais separados sofre: a angústia de não saber se vai ficar com a mãe ou o pai. Decidi não ficar com ninguém.

Aos 18 anos, fui morar sozinha. Bem, em termos financeiros, eu não tinha uma situação legal para viver. Meus pais nunca apoiaram minha saída e sempre disseram que, se um dia eu saísse de casa, iria ser por conta própria. Saí de casa, estava bem no início da faculdade

e precisava de uma renda. Comecei a comprar roupas na região onde moro, em Goiânia, e passei a vender online em uma época em que as vendas online não eram fortes.

Criei uma página no Facebook, a “Karine Carrijo Showroom”, e...
Afundei a loja em quatro meses.

Não consegui me desapegar das roupas!! Coisa de adolescente? Pode ser, mas afundei meu negócio porque queria ficar com TODAS as roupas para mim. Era uma tentação. Eu não tinha nenhum conceito básico de administração e escutava o que me falavam: por ser dona de uma loja de roupa, eu tinha de andar bem-vestida. Precisava usar roupas bonitas e ter muita opção. Já sacou o resultado disso, né? Não tive lucro nenhum, só prejuízo. Eu tinha muita roupa no guarda-roupa e nenhum lucro.

Foi aí que deixei meu orgulho de lado, desisti de empreender e fui procurar emprego numa loja de shopping center. Bati de loja em loja com currículo na mão, sem indicação de ninguém. Meus pais não me apoiavam, queriam que eu apenas estudasse. Meu pai tem um escritório e sempre me dizia que eu poderia trabalhar com ele como assistente e secretária. Não quis trabalhar com meu pai, porque queria ser vitoriosa pelos meus próprios méritos (e, confesso, também coisa de adolescente revoltada com o divórcio dos pais).

Quer saber? Foi um dos maiores aprendizados que tive.

A realidade é que eu tinha um foco no shopping: desejava trabalhar numa famosa loja de jeans. Era uma marca que me inspirava. Por sorte, eles estavam contratando. Só soube depois, aliás. Bati na loja com o currículo numa quinta-feira e, no dia seguinte, iniciei o processo seletivo. Foi rápido. Havia dez pessoas na seleção para uma vaga. Fui para final com mais uma menina, estudante de moda. Ela entendia muito da marca, mas sabia pouco da arte da venda (essa parte soube depois pelo RH). No fim, consegui a vaga. Eles acharam que, de alguma forma, eu iria contribuir mais.

Logo nos primeiros dias de emprego, passei a observar e me aproximar da gerente da loja para entender mais de todos os processos: como ela contratava, como auxiliava os funcionários e a organização do estoque. Sonhava em ter, em médio prazo, minha própria loja de roupa (sim, ainda tinha na cabeça a ideia de reerguer minha marca). Por isso, tudo era aprendizado. Analisava muito o

atendimento, como as vendedoras tratavam os clientes, como os caixas funcionavam. Não mexia no caixa, mas perguntava as coisas. Mostrava serviço porque queria entender o mecanismo de venda e ganhar a confiança da gerente. Enquanto a menina do caixa passava uma venda, eu observava minuciosamente como tudo funcionava. Foi uma experiência muito legal. Sabia que era importante aprender processos e atendimento, além do principal: eu precisava ser “mandada” para, um dia, mandar, chefiar, gerir uma equipe.

Nos tempos da “Karine Carrijo Showroom”, havia uma menina que me ajudava com a comunicação – basicamente era responder ao WhatsApp, Facebook, mas eu morria de vergonha de falar para ela como eu queria que as coisas funcionassem, porque nunca ninguém me disse ou me ensinou como eu deveria falar com ela. Ficava ruim para as duas, porque eu não sabia passar serviço, não tinha coragem de mandar embora. Era muito insegura. No shopping, aprendi isso e mais.

Analisando as vendedoras, percebi um comportamento frequente, diário, que acontece em todas as lojas brasileiras (e nas estrangeiras também), sejam elas populares ou de luxo:

Quando um cliente busca um produto, especialmente roupa, e avisa, no fim, que não vai comprar, o vendedor se desmobiliza e não leva o cliente até a porta. Em muitos casos, até dobra a roupa na frente dele.

Resolvi fazer o oposto disso: se o cliente entrava e não achava a calça ou a numeração, eu o levava até a porta e perguntava:

“Posso ligar quando chegar?”

Pegava o telefone da pessoa e guardava nos meus contatos. Criava assim um vínculo e uma fidelidade com o cliente. Normalmente, as pessoas odeiam ligação. Eu, pelo menos, detesto. Mas, quando se cria um vínculo, as pessoas relevam e se sentem prestigiadas.

Levei essa minha observação para a gerente, num dia em que ela me perguntou se eu estava gostando de ser vendedora. Disse que sim, comentei que havia reparado que alguns dos vendedores eram bons, mas não fidelizavam os clientes que não compravam. Afinal, pode-se não comprar naquele dia, mas sim na semana ou no mês seguinte. E era preciso que nós fôssemos lembrados pela excelência

de nosso atendimento, pois, do contrário, a loja da frente ou do lado seria mais lembrada que nós.

A realidade é que há, em todos os empregos, profissionais excepcionais, com garra e vontade de vender e impulsionar uma empresa. E há aqueles acomodados que só querem ganhar o salário do mês. Ela perguntou quem eram as pessoas, respondi que era só reparar no dia a dia.

Com essa conversa, a gerente começou a me ouvir mais e achou importante a “teoria do atendimento”. Levou a ideia para a central da marca em São Paulo. Graças à relação que passei a ter com a gerente, ela me deixou livre para sugerir mais. Ela era exigente: quando chegava à loja e percebia uma orelhinha da calça dobrada para fora, ia até lá e puxava – independentemente da possibilidade de todas caírem, não estava nem aí. As pessoas tinham medo dela. Quando estava na loja, todo mundo ficava sério. Quando saía, virava uma algazarra. Nunca achei legal. É igual ao sexteto das Tartarugas Ninjas: sempre haverá um que terá que cuidar dos outros cinco. Na loja, também havia seis pessoas, mas comecei a me tornar a líder delas, com o aval da gerente. Ela me delegou essa função com poucas semanas no trabalho. Ela queria que eu fosse uma espécie de braço direito dela, dando minha visão de tudo. Até que, numa manhã, disse que eu estava pronta para operar o caixa da loja. Eu sabia que trabalhar no caixa significava um salário melhor; além disso, eu teria como missão gerenciar melhor a equipe. Posterguei esse convite, porque não me sentia preparada. Ora, eu não conhecia tecido, nem jeans, nem outras coisas básicas de moda. Foi aí que decidi ir a São Paulo fazer um curso. Pedi uma semana de folga na loja, e eles me deram.

Em São Paulo, fiz o curso de personal stylist na Belas Artes e, ao finalizar, saí decidida a empreender. Mesmo me dando bem na loja, era hora de alçar outros voos. Cheguei a Goiânia e pedi demissão.

No mesmo dia, criei um blog. Estava certa de que precisava trabalhar com roupas, embora não tivesse condições financeiras para investir pesado, nem abrir uma loja física, muito menos ter funcionário.

Estava com 18 anos, já morava sozinha, tinha minhas despesas, mas estava desempregada por opção – afinal, pedi as contas da loja.

Numa quarta-feira à tarde, me deu um estalo: e se eu organizasse um evento para chamar a atenção do público em geral e também de possíveis patrocinadores e parceiros (as lojas de roupa) em Goiânia? Fui até a porta de uma conhecida boate e pedi para falar com o dono.

O “não” eu já tinha.

Precisava virar o “sim”.

Por sorte, ele estava lá. Soube disso porque a secretária dele havia estudado comigo. Coincidência? Destino? Às vezes, acho que Deus encaminha muitas coisas para mim. Ela se surpreendeu comigo lá. “Ué, você aqui?” Respondi: “Sim, vim fazer uma proposta de negócio para o dono daqui. Gostaria de falar com ele!”. Audaciosa eu? Imagine!

“Quero propor uma coisa: preciso do seu espaço para fazer um evento. Vou encher a casa com um público muito legal, colocar umas 200 pessoas, e você lucra com o bar, porque será em uma terça-feira, dia em que você não abre a casa.”

Foi assim, na lata, que vendi minha ideia. Na hora, ele ficou resistente, porque em Goiânia não era usual fazer parcerias. Ele cobrava, em média, 15 mil reais para alugar a casa. Eu disse que faria divulgação, levaria influenciadores digitais, pagaria assessoria de imprensa que divulgaria também o lugar. Só queria o espaço. Na segunda-feira, cinco dias depois, ele me ligou. Pediu que voltasse lá. Topou o acordo.

Vibrei e fiz uma corrida contra o tempo. Tinha de levantar uma festa em duas semanas. Fui a uma região de comércio popular, uma espécie de Rua 25 de Março em São Paulo, e pedi roupas emprestadas para determinada loja. “Preciso de roupa para um sorteio. Vai aparecer neste, neste e neste Instagram”, falei. Na época, Instagram nem era tão popular e não tinha audiência tão cativa. Muito pensaram: “Essa menina é doida. Como quer que eu dê uma roupa?”. Veja como as coisas mudam: hoje, poucos anos após esses pedidos, sei que eles até dão roupa só para alguém com mais influência postar. Para bombar meu blog e a festa, fui atrás de tudo. Consegui levantar de graça, tudo mesmo: roupa, sapato, salão, maquiagem e convidados. Como o público que eu queria atingir eram as lojas, visando às futuras parcerias com elas, só convidei os

proprietários. Meu objetivo era que eles me dessem roupa e me pagassem para eu poder postar a roupa deles, além de falar como usar a roupa, como elas combinam, tudo baseado no curso feito em São Paulo.

A festa lotou. Foi um sucesso! Goiânia em peso soube. Havia umas 50 pessoas de penetra. O dono da boate ficou tão surpreso com a repercussão do evento que me chamou para trabalhar lá. Pensei: “Se nada der certo, pelo menos emprego na boate vou ter”. Até então eu tinha dois mil seguidores e acordei com dez mil! Todos que foram à festa postaram e me marcaram, e, desde então, minha presença nas redes sociais começou a ficar forte.

Mesmo com todo o barulho da festa e dos elogios que recebi pela organização, não me sentia realizada. A sensação era que eu fazia muito para os outros e pouco para mim. Não digo só no financeiro, mas também de reconhecimento. Acabei virando uma mera modelo das lojas. Ficava na “sombra” delas. Sentia que não havia alcançado o meu objetivo. Mais uma vez, dei um passo atrás. Parei de postar tanto no blog e fui procurar outro trabalho.

Parei na... política!

Pois é. Trabalhei durante dois anos como estagiária no gabinete de um deputado estadual fazendo serviços variados, como assessoria para ele. Essa oportunidade não caiu no meu colo sem querer. Pelo contrário. Como tudo na minha vida, bati à porta e fui atrás. Nunca tive vergonha. Sou daquelas que imprimem o currículo e saem entregando. Como fiz na boate, cheguei à Assembleia Legislativa e perguntei: “O deputado X está aí? Posso falar com ele?”. Eu já conhecia, de longe, o trabalho dele e o acompanhava pela TV e pelos comentários de pessoas próximas. Usei a mesma estratégia da boate com o deputado. Ele, por sorte, estava lá, e tive a chance de chegar a pedir-lhe uma oportunidade. Na Assembleia, é muito difícil conseguir emprego, mas fui chamada. Sou atrevida. Estar ali foi um grande aprendizado, como sempre: eu o via atuando, de terno, falando para imprensa, lidando com os funcionários, sendo atuante. Gostei da política porque trabalhei com ele que era acessível (a maioria na Assembleia não é). Como é médico, ele focava uma área e ajudava aqueles que pediam: de uma senhora que precisava de uma cirurgia a outros que estavam em emergência sem plano de

saúde. Não estava ali por status. Talvez seja essa nova geração de políticos jovens (ele tinha, nessa época, 29 anos).

Eu queria ser igual. Queria ajudar as pessoas com a influência que eu começava a ter no blog. Tinha um bom número de seguidores no Instagram, mas não fazia nada para ajudar. Era apenas “conduzida” pela sociedade. Queria atrair todo mundo postando look do dia, xampu, batom, mas, no fundo, não atraía ninguém.

Pensei: “É isto que quero pra mim”, mas dentro de uma empresa. O que posso fazer agora?

Eu não tinha um foco, um segmento específico. Fazia tudo e, ao mesmo tempo, não fazia nada. Na escola, fui diagnosticada com déficit de atenção, porque eu nunca conseguia focar uma coisa só. Por exemplo, se eu estava em uma aula de matemática e tinha que colocar um 4, de repente esse 4 já virava um desenho. Eu nunca conseguia focar uma coisa só. Diferentemente do deputado que focou a saúde, eu estava um tanto perdida nas minhas andanças nas redes. Um dia, cheguei para o deputado e falei: “Você poderia fazer uma campanha sobre animais”. Ele era o tipo de chefe que ouvia os estagiários. Como eu ajudava nos projetos de lei dele, porque fazia faculdade de direito, sugeri que fosse feito um investimento num projeto desse tipo, pois Goiânia é carente de projetos para animais. Por que não criamos um projeto de lei sobre vacinação, algo que envolva saúde e animal? Ele gostou da sugestão, e eu achei o máximo, me senti importante, porque criei algo que era relevante, aprovado por ele, uma demanda que a sociedade buscava. Soube tempos depois, quando não estava mais na política, que o projeto que ajudei a construir foi aprovado. Vibrei muito! Quem me acompanha sabe que sou mãe de duas fofuras, da raça buldogue francês, a Kilica e o Fulano.

Ao sair da Assembleia, muito por causa da carga horária da faculdade, queria criar algo que pudesse ajudar as pessoas.

Mas tive uma fase pessoal muito difícil na minha vida. Enfrentei uma depressão, entrei em estado crítico, engordei 20 quilos. Eu me sentia vazia, sem vontade de fazer as coisas. Acordava e não queria fazer nada.

Eu queria achar um propósito na vida.

Meus pais buzinavam no meu ouvido que eu deveria focar uma coisa só. Eles insistiam sempre que eu começava alguma coisa e não terminava. Falavam isso sem maldade, mas me afetava muito. Meu pai é contador, e minha mãe, advogada. Nunca quis trabalhar com eles. Eu me obrigava a fazer algo, pois sempre quis ter a aprovação deles. Tudo isso foi acarretando a minha depressão. Eu era criticada por sonhar muito alto. “Pare de viajar na maionese”, diziam todos os meus amigos. “Homem não fica com mulher que ganha dinheiro.” Você acha que apenas a sua avó ouvia coisas desse tipo? Esqueça. Ouvi isso em 2018. Eram algumas das coisas que ouvia pelos cantos de gente próxima a mim. Entrei em depressão porque me sentia frustrada, não sabia o que queria. Além disso, havia minha família e meus amigos me pressionando.

Estava na véspera do meu casamento. Minha profissão, naquele momento, era ser noiva. Só que parecia que eu estava organizando um funeral. Não estava no clima. Eu pensava: “E quando eu acordar no outro dia? Não serei mais noiva. O que vou fazer da vida?”.

No dia seguinte ao casamento, quando acordei, dito e feito. Pensei:

“E agora? O fazer?”.

Meu casamento havia passado, e o que eu sabia fazer nos últimos tempos era... casamento! Entrei num curso no Senac para me tornar cerimonialista de eventos. Fiz dois casamentos, cobrei um valor baixíssimo para pegar experiência, mas, mais uma vez, vi que não tinha nascido para aquilo. Fiquei frustrada novamente.

Já tinha trabalhado com moda, política, redes sociais e até com cerimonial de casamento. Tudo isso com 22 anos. Passei por várias áreas, e nenhuma progredia. Eu não tinha mais coragem de chegar para os meus pais e dizer: “Vou trabalhar com tal coisa”. Eles não me levavam a sério. E, naquela fase, com razão: uma pessoa que começava, em um ano, várias coisas e não ficava em nada não tinha mais credibilidade. E isso acabava comigo.

Queria ser levada a sério, mas acho que nem eu me levava. Nesse período, minha depressão piorou, ajudada por remédios que tomei para emagrecer com muitos efeitos colaterais. No fundo do poço, fui encontrada pela minha sogra no meu banheiro, desmaiada, após uma convulsão. Terminei em um quarto de hospital.

Nessa fase bem conturbada, a minha rotina de treinos foi essencial para que eu conseguisse sair da depressão. Comecei a treinar assim que saí do hospital. Coloquei na cabeça que iria começar a malhar e me concentrei totalmente nisso. Eu tinha 15 mil seguidores no Instagram e quadrupleiquei esse número ao mostrar meus treinos, e também (isso funciona até hoje) o meu “antes” e “depois”. Eu não tinha negócio nenhum, não vendia nada, simplesmente postava a minha rotina. Com os números crescentes, comecei a fechar parceria com uma nutricionista. Estava vivendo para malhar sem gastar nada.

Casei aos 20 anos, estava quase 20 quilos acima do meu peso, tinha espinha nas costas e no braço inteiro de tanto que estava atacada. Nesse período, teve um marco importante que valorizei só depois de muito tempo: comecei a desenvolver meu lado criativo, mesmo com a depressão. O que eu fazia? Dividia com as pessoas as minhas tristezas, escrevia sobre elas, falava delas! Ao postar, muitas mulheres começaram a se identificar comigo. Até hoje, nas minhas redes sociais, há pessoas que pedem para eu falar da minha depressão, mas não falo mais.

Sempre tive muita amizade com homens, desde menina. Nunca fui de ter muitas amigas mulheres. De certa forma, tinha um bloqueio com as mulheres, porque eu era muito julgada por elas – diferentemente da maioria, pensava em outras coisas e buscava outros objetivos. As mulheres eram sempre as que mais me julgavam.

Do meu bloqueio nasceu o meu propósito!

**AS OPORTUNIDADES
SURGEM, MAS SÓ
AQUELES QUE ARRISCAM,
QUE LUTAM, QUE
ACREDITAM EM SI E
EM SEUS SONHOS, É
QUE ALCANÇAM OS
SEUS OBJETIVOS.**

Cleiton Simão

DO OUTRO LADO DA RUA

Se eu tinha alguma dúvida sobre ajudar as pessoas, a vida me mostrou que eu poderia fazer algo pelas mulheres, dar aquele empurrão, incentivá-las, sobretudo para que pudessem seguir seus sonhos profissionais.

Comecei meu negócio nas redes com um e-book com 15 receitas fáceis e rápidas para quem está fazendo dieta. Vendi bastante. Aliás, vendi muito bem. Fiz, tipo, mil reais em dois dias. Para quem não ganhava nada, ganhar isso, em tão curto espaço de tempo, estava excelente.

Só que para mim não estava ótimo. Sou e sempre fui uma pessoa ambiciosa. Foi quando começou a cair a ficha:

“Poxa, vivo no mundo fitness. Estou mais magra. Vou ficar fazendo propaganda para os outros? Jamais! Vou abrir uma academia”.

Passei a virar modelo do meu negócio. Divulgava o quanto consegui emagrecer, indicava os quilos inclusive dos treinos funcionais feitos em casa, tudo com base nos treinos que minha academia oferecia.

A verdade é que eu tinha medo de abrir algo, porque achava que poderia quebrar mais uma vez. Criei então grupos no WhatsApp com as minhas seguidoras. Cobrava a inscrição no valor de 15 reais para fazer dois treinos no parque, duas vezes por semana, sempre tendo o acompanhamento de um profissional responsável da área, como nutricionista, personal trainer, biomédico, porque eu não tinha formação. Para a minha surpresa, a receptividade foi melhor do que a encomenda. Fechei uma turma de cerca de 100 pessoas. Com esse número, vi que poderia fazer no parque, mas não havia material para aulas. Nem pesinho eu tinha. Arrumei uma parceria com um personal trainer, no esquema “50% para você, 50% para mim”. Sou grande entusiasta das parcerias.

Quando comecei a me interessar pelo empreendedorismo, passei a pesquisar ideias, inovações. Nas minhas redes sociais, parei de postar sobre as academias que eu frequentava. Postava meus treinos em casa (para não vincular o meu nome a outro espaço) e no parque, e organizava grupos de corrida, de dieta, o desafio dos 20 dias.

As academias coloridas

Em outubro de 2016, viajei para Tailândia, pois meu sonho era conhecer o Festival das Lanternas, celebração anual que arrasta turistas de todos os cantos do mundo para ver o céu iluminado da cidade de Chiang Mai. Como a comida tailandesa é muito apimentada, comecei a reter muito líquido. Meu pé começou a inchar. Fui então procurar uma academia para me exercitar. Atravessei a rua do hotel, e havia uma do tipo “bootcamp”. Eu não fazia ideia do que era bootcamp. Foi quando passei a ir quase diariamente para entender o que era. Achava legal, porque as paredes eram vermelhas com uma sala subterrânea, bem militar mesmo. No final do treino, eu me surpreendi muito. Fui no primeiro, segundo, terceiro e quarto dia e comecei a gostar demais para só depois decidir que era essa a linha que seguiria no Brasil.

Meu primeiro negócio concreto foi uma academia de treino funcional. Dessa viagem tailandesa, pensei em abrir uma unidade em Goiânia. Pesquisei e vi que não havia algo parecido no Brasil.

Eu tinha um carro e decidi:

“Vou vender e abrir um bootcamp para mim”.

Fiquei um ano e meio sem automóvel. Antes de abrir, comecei a me envolver seriamente na área fitness e investir tempo e ideias no marketing da minha marca que abriria em breve. A academia nem existia ainda, mas patrocinei pequenos eventos com o nome do meu negócio. Estudei e pesquisei para entender o que basicamente as pessoas queriam em relação ao corpo e bem-estar.

**As pessoas não gostam de comprar um produto.
Gostam de comprar a solução para os problemas delas.**

A proposta original, oriunda da Tailândia, era diferente de como a minha ficou. As cores, por exemplo: a deles tem um ambiente com a cor vermelha. A minha é vermelha com paredes pretas e um jogo de luz estudado para ajudar de alguma forma no treino. A parede preta é para o aluno ter foco, porque, quando o ambiente é muito claro, você pode ficar disperso.

Decidi aproveitar esse método, mudei um tanto o nome, com a ideia das luzes e das salas. Treino funcional não é uma ideia nova. Existe em qualquer academia. Peça para um personal trainer que ele vai passar um bom treino funcional. Mas só o fato de eu colocar algo diferente me permitiu cobrar um valor acima dos outros. Comecei a divulgar com um valor de mais ou menos 100 reais a mais do que as outras academias. Confesso que fiquei com receio, mas logo percebi que as pessoas pagavam porque achavam diferente.

Bootcamp é um treino militar, sem descanso, com duração de uma hora, quase ininterrupto. É um treino funcional mais puxado, sem descanso. O descanso, na verdade, é na corda. Você descansa pulando corda. Eu tinha pânico da ideia, é realmente puxado, mas hoje treino semanalmente. Quando faço, quase morro, mas consigo chegar sempre até o fim. Para quem quer emagrecer, é um prato cheio: um dos principais chamarizes do método é que você pode queimar até mil calorias em uma hora, se fizer sem pausa. É um circuito, com musculação, cárdio e o funcional do crossfit para você atingir um resultado de alta performance. É muita coisa! É só pensar que dá uns dois lanches do McDonald's por treininho (rs).

Os comentários maldosos

Prepare-se que, seja qual for sua área ou negócio, quando decide empreender ou criar algo que vai mexer com sua comunidade, você vai ouvir todo tipo de comentário maldoso possível, muitas vezes de pessoas próximas.

Levar uma academia, a primeira, bootcamp para Goiânia, com uma ideia inovadora e com a promessa de queima de calorias tão rápida gerou raiva de muitos, sobretudo de donos de academias concorrentes, porque normalmente eles são um pouco mais velhos, com mais de 40, 45 anos.

Como assim? Uma menina de 22 anos vai abrir uma academia?

Quem ela pensa que é?

Ela tem estudo por acaso?

Tem experiência?

Tem know-how¹?

Com divulgação intensa, um mês antes da abertura, a expectativa no mercado foi grande. Aumentou ainda mais quando divulguei, 15 dias antes de abrir, uma promoção de lançamento:

Matricule-se já e pague apenas 60 reais!

A mensalidade posterior foi de cerca de 200 reais. Reduzi bem o valor porque queria atrair alunos rapidamente. Não queria abrir e esperar os alunos na minha porta. Queria abrir num dia e ver que já havia uma massa de pessoas para chamar de meus alunos. Até o fato de muitos estarem na expectativa da inauguração, especialmente os maldosos donos de outras academias, gerou uma repercussão gratuita para o meu negócio. Foi uma coisa do tipo “Falem bem ou mal, mas falem de mim”. O falar mal, nesse caso, foi providencial: por causa da curiosidade, as pessoas foram à minha academia.

Em um mês, eu tinha por volta de 108 alunos.

Era um ótimo número para o começo e crédito isso ao investimento (que não foi alto) em marketing e mídias digitais de baixo custo.

Deu para perceber que conquistei alunos de imediato pagando um valor acima do normal, porque houve inovação embutida numa ideia já bastante difundida no mercado. Inovei simplesmente em uma coisa que já existia.

Mas para inovar, na maior parte das vezes, é preciso captar, além de desenvolver a criatividade e aperfeiçoar algo que já existe. Costumo dizer que, em momentos de crise, é necessário, em toda e qualquer empresa, inovar e buscar um diferencial para sua corporação. Algumas empresas nascem com serviços e produtos inovadores.

Mas atentem para um ponto importante: é fundamental cumprir com a promessa que você passou ao consumidor.

Rigorosamente.

Porque, se não cumprir com o combinado, além de perder o cliente, ele sai e fala mal por aí.

Propaganda enganosa, portanto, nunca: um negócio que começa queimado e malfalado é bem difícil de voltar atrás.

O divã da Ká

Ao abrir as portas da academia, minha rotina era acordar às 5 horas todos os dias e ir dormir perto da meia-noite. Estava feliz, realizada, porque sentia que tinha me encontrado. Mesmo com poucas horas de sono, não me sentia cansada. Fazia tudo o que aparecia, do financeiro à recepção. Sim, ficava no balcão recepcionando os alunos e os interessados que apareciam. Não tinha funcionária nos primeiros meses para atendimento. Eu mesma ficava ali.

Com isso, aconteceu algo muito interessante: minhas alunas saíam da aula e vinham conversar comigo. Elas traziam muitas dúvidas. A princípio, todas leves, do tipo de onde veio a ideia de abrir uma academia e como eu tinha dinheiro para abrir. A maior curiosidade, na verdade, era em relação à minha – pouca – idade. Só com algumas eu dividia coisas do meu passado, algumas frustrações por não ter me sentido realizada, o fato de ter me decepcionado e quebrado.

Foi do balcão da minha academia, logo nas primeiras semanas, que percebi que havia uma massa de mulheres especialmente ávidas por conversar e, principalmente, para falar de temas que fariam diferença na vida delas. O objetivo da academia era ter um público variado, de homens e mulheres, mas, sem ser proposital, ela acabou tendo um público praticamente feminino, eu diria 80% composto por mulheres.

E mulher fala, né?

Rapidamente o papo da recepção passou a ser sobre filhos, carreira, frustração no casamento. Pensei: preciso gerar conteúdo para isso. Se de dez alunas oito têm as mesmas queixas, algo precisa ser feito. Eram basicamente questões do casamento (o marido, por exemplo, queria comandar a vida dos dois) e profissionais (dificuldade de arrumar emprego; vontade de empreender, mas tinha medo; não tinha tempo para empreender; queria sair do emprego, mas não sabia o que fazer). Havia ainda curiosidades sobre

mim (como eu tinha começado e quais devem ser os primeiros passos de um empreendedor).

Com base nisso, pensei em criar as mentorias, espaços em que poderíamos conversar sobre esses temas. Só assim contratei uma menina para a recepção da academia. Na verdade, ela não seria só funcionária da academia, mas também responderia às minhas mensagens para que eu pudesse ir atrás de clientes. Se as pessoas, especialmente as mulheres, tinham tantas dúvidas assim, eu precisava montar esses espaços para sanar tantas questões.

Fiz um curso de coach, embora não me considere uma. A ideia era me aliar a pessoas da área, gente experiente, para começar a abrir palestras com nomes conhecidos.

Para obter experiência, comecei a fazer palestras totalmente gratuitas. A primeira palestra foi um terror, não falei nada com nada, porque não tinha base, conteúdo e traquejo para falar em público. Eu me senti despreparada, com medo. Suei muito antes e durante a explanação. Só que, olhando depois, percebi que havia 219 pessoas na plateia. Era gratuita, eu sei, mas era um número fantástico. Essa turma foi atraída pelos conteúdos que comecei a postar no Instagram sobre temas como o empreendedorismo. Por meio dessa palestra gratuita, surgiu uma ideia de fazer mentorias com turmas fechadas e pequenas. Saí daquele dia nervosa, com tremedeira nas pernas, mas com seis turmas fechadas.

A verdade é que todas as pessoas estavam ali porque queriam. Ninguém foi obrigado e nem pagou. Eram pessoas que queriam me ouvir. A minha sorte é que ninguém saiu da sala enquanto eu falava. Se alguém achasse que estava ruim, poderia muito bem sair da sala. Percebi que eu gerava um envolvimento, como se estivesse conversando com minha mãe e minhas amigas próximas. Tanto que, quando me senti nervosa, puxei a cadeira e me sentei. Faça isto no dia em que se sentir assim: dê uma respirada longa e sente. Foi o que fiz: passei a conversar com as pessoas a partir daí. A palestra deveria acabar às 22 horas, mas se prolongou até as 23h30. Terminamos porque o pessoal do prédio nos avisou que precisava fechar o local.

Saí dessa experiência tensa, mas realizada. Automaticamente, as pessoas que estiveram na palestra começaram a ver a minha

academia de forma diferente, como uma academia que apoia a causa das mulheres. Sempre falei muito sobre a união das mulheres, mas sem profundidade alguma. Ainda sou de uma geração que tem receio de certas coisas. Às vezes, a gente tem aquela velha crença: “Não vou perguntar isso porque ele é homem, vai achar que sou boba”. Sorry, rapazes. Nós temos isso muitas vezes. Aprendemos a ter essas questões com nossos pais. As coisas podem ter mudado, eu sei, antes era bem pior, mas ainda existem essas crenças. Em geral, o pai ainda sai para trabalhar fora, paga tudo em casa, sabe tudo, e a mãe fica ali, não na sombra, mas na retaguarda. Vivi isso em casa. Essa era a minha realidade. Ouvi muito de pessoas próximas:

Mulher não pode ganhar mais que homem.

Mulher que ganha dinheiro homem não casa.

Mulher não pode ser rica.

Mulher não pode abandonar o posto de mãe para poder ganhar dinheiro.

O papel da mulher é gerar vida, nada além disso.

Escrevo este livro em 2019, e a verdade é que isso existe ainda, em pleno século XXI!

Depois de vivenciar e ouvir tanto, comecei a ver o outro lado da moeda. Nós, mulheres, temos uma infinidade de coisas que os homens não têm. Nós geramos muito mais emoções e afeto do que os homens. Repare: um homem vende para outro homem camisa específica de um jeito, mas, se uma mulher vender para um homem, será de outra forma, vai dizer as combinações, que a camisa combina com a calça, um tênis. É lógico que há homens que são excelentes vendedores, mas em geral sinto e vejo isso. Nosso lado emocional é maior que o do homem.

Comecei a gerar conteúdo específico para as mulheres. Hoje, a minha academia é 98% composta de mulheres. Acho que tenho apenas quatro alunos homens, e são maridos de alunas.

¹ Termo em inglês que significa literalmente “saber como”, sendo normalmente usado para se referir ao conhecimento ou à habilidade técnica que se tem em determinada área.

EMPREENDEDORISMO
LIDERANÇA
ATITUDE

E.L.A.

Como escrevi, muitas das minhas alunas na academia vinham com muitas questões sobre eu ter iniciado meu negócio sozinha, algo que acertei após várias tentativas anteriores que não haviam dado certo. Ouvia todo tipo de pergunta de mulheres com vontade de empreender, mas que não sabiam por onde começar; a maior parte ainda estava presa a crenças limitantes, ideias que a gente escuta desde pequeno.

Quis focar as mulheres mesmo, até nas minhas palestras, porque senti dificuldade quando abri o meu negócio, de entrar no comércio, no ramo que escolhi, porque os homens não aceitam muito bem as mulheres, ao menos na minha cidade.

Com tantos dilemas femininos, criei uma metodologia forte para dar um empurrão em todas as mulheres que me procuravam.

Mas que nome dar? Precisava de algo chamativo e que remetesse à mulher.

Foi daí que nasceu o E.L.A., que é a letra inicial de três palavras:

E de empreendedorismo.

L de liderança.

A de atitude.

São três pontos essenciais que faltam a muitas mulheres.

A ideia de juntar as letras veio de repente. Eu estava tomando um café com uma amiga, quando falei da necessidade de um nome para um movimento feminino que mexesse com as mulheres. Pensei nas três palavrinhas-chave – empreendedorismo, atitude e liderança – e escrevi várias opções. Pensei em incluir o “I” de inovação e o “M” de marketing, só que ficaria muito grande. Foi daí que surgiu o E.L.A.

Liguei para um amigo para falar que havia encontrado um nome fantástico para um movimento feminino: o E.L.A. Ele gostou, mas lembrou depois que é a abreviatura da esclerose lateral amiotrófica.

Arrisquei, pois tinha amado as três letras e fui com a cara e a coragem. Ninguém nunca comentou que é a mesma sigla de uma doença séria.

Pensando nessas três letras e no que elas significam, vi que muitas mulheres têm um medo que passa por três vertentes:

- » medo de si: basicamente é a simples insegurança que costumamos existir em nossa mente: “Por que estou fazendo isso?”, “Será que estou no caminho certo?” e “Como vou fazer isso?”.
- » reflexo do passado: pode estar relacionado a uma lembrança ou certas pessoas que não tiveram sucesso e que riram de você. A mesmo um bullying antigo pode refletir no futuro.
- » excesso de má preparação: é a falta de atitude por não estarmos preparados para uma missão.

Com essas vertentes, meu intuito é unir as mulheres. Unindo, automaticamente consigo criar um laço, uma convivência.

Movimento feminino

O E.L.A. veio para ensinar mulheres: empreendedoras de novos negócios, aquelas que empreendem na empresa (seja na liderança de uma equipe ou na relação de seus projetos internos) ou as que empreendem em casa para administrar um lar. Empreender é mais que construir um negócio próprio.

Devemos nos unir. Há uma série de dificuldade ainda hoje para mulher, até para pedir um empréstimo no banco. Meu intuito é conectar mulheres e fortalecer o nosso poder feminino por intermédio de gente que constrói iniciativas que fazem a diferença para elas e para seu entorno, sem se preocupar com faixa etária. Queremos mulheres que tenham vontade de crescer, de sair da sombra.

É importante ressaltar que o E.L.A. não é um movimento feminista. É um movimento feminino, cuja causa é abraçar a causa feminina.

Por isso, chamo esse movimento de feminino.

Não gosto de me denominar ou de colocar um nome, porque, quando você coloca um nome, você se limita, e meu foco não é limitar. É o contrário disso: é crescer, ampliar. Acredito que a identificação é importante para nós, porque eu, você, a sua vizinha, nós temos muitas similaridades na vida. Não me interessa se a sua mãe

é dona de casa, se a sua vizinha é bancária, se você é estudante, porque, no fim do mês, vocês terão tarefas parecidas: ser uma mulher realizada e pagar todos os boletos que chegam mensalmente. Então, não me interessa qual é sua profissão se, no final, nossa missão é a mesma. Para que ter atrito uma com a outra se podemos nos unir?

Semanas atrás, reuni seis mulheres em uma das mentorias. Coloquei uma câmera na minha sala, sem elas saberem, para ver a reação e a evolução de cada uma no decorrer dos trabalhos. No primeiro encontro, elas praticamente não se olharam: chegavam, iam para o celular e se olhavam com o rabo do olho, reparando no sapato, na bolsa. Dificilmente conversavam. Nas mentorias, depois que entro, faço uma rápida introdução e monto três grupos de duas meninas. Bastam alguns minutos para ver a interação de todas. No fim, trocam telefones, saem juntas e querem manter contato e convivência. O que falta é mesmo uma quebra de padrão.

No final da mentoria, a gente sai, faz happy hour e fico sabendo depois que muitas se tornam amigas, de fato, de se encontrarem, de irem ao salão juntas. Elas descobrem que as diferenças podem ser somadas; o que não tenho você tem; o que ela não tem eu tenho. Como escrevi anteriormente, a chave do sucesso é a parceria. Quando falo em parceria, não significa simplesmente dizer: “Olha, tenho uma loja de roupa, vamos nos unir?”. Não. Tente se unir com pessoas do seu segmento. Eis um exemplo recente que que presenciei com pessoas que conheço: duas maquiadoras. Elas podem ser concorrentes, mas por que não amigas? Por que não dar o curso em dupla? Por que uma não ajuda a outra?

E se a sua agenda estiver lotada? Converse com a outra para atender seu cliente e receba uma porcentagem. Não queira simplesmente abraçar o mundo.

Vamos fazer um sorteio juntas? Vamos fazer um curso de maquiagem em dupla, em que cada uma foca uma coisa? Há um salão em que uma maquiadora não consegue atender todas as clientes que se preparam para um casamento. Então, ela se uniu com outra, e uma atende as madrinhas; e a outra, a noiva. No final, dividem o lucro.

“As mulheres estão começando a escrever suas próprias histórias”

Isso é incrível!

As pessoas precisam criar conexões.

E como criar conexões com as outras pessoas? Mostrando nossa realidade, credibilidade, usando nossos métodos para o bem. E dicas. Não há problema nenhum em repassar dicas. Temos a ideia de que todo mundo é nosso concorrente, todos vão ganhar mais. Mas é errado: se a gente ajuda essa pessoa, se essa pessoa cresce, ela vai ter você como mentor, vai lembrar e falar disso.

Use o dom que você tem para o bem. Não é só estar na frente das pessoas, é criar um relacionamento com elas. Hoje, você passa na rua, vê 20 pessoas, mas não fala um bom dia para ninguém. Em grandes centros, não só aqui no Brasil, eu me surpreendo com a quantidade de pessoas que não se falam, não conversam. Reparo isso em São Paulo. Disse “bom dia” ao entrar num restaurante, e ninguém me respondeu. Eu me senti mal com isso. O porteiro aqui do meu condomínio deve me achar doida, porque toda hora digo bom dia e boa noite. São coisas muito simples que não alteram em nada o seu dia, mas alteram o das pessoas; você gera uma conexão com elas.

Deixo um desafio aqui: se você não falou com nenhum desconhecido hoje, diga um “bom dia” ou “boa tarde”.

É engraçada essa questão de identificação. Quando você se identifica com alguém, você gera uma coisa que se chama “rapport”. O que é rapport? Quando você conversa com uma criança, você não abaixa? É para ficar na mesma altura. E quando fica muito tempo casada com alguém, você anda na rua e as pessoas começam a achá-la um tanto parecida com seu marido. Isso é conexão, é uma técnica que gera ligação de sintonia com outra pessoa. Significa trazer de volta. Quando você fica muito tempo com uma amiga, quando vai embora, você começa a falar como ela. Você pega a mania dos outros. Por isso, insisto na ideia de que precisamos cuidar das pessoas com quem convivemos e priorizá-las. Normalmente nos aproximamos de pessoas que têm objetivos semelhantes aos nossos. Parece que o nosso cérebro capta essa similaridade. Já reparou quando todos os amigos saem de preto? É uma conexão interna nossa. Não sou filiada a partidos, mas vou dar um exemplo político: Bolsonaro teve oito segundos de exposição na TV durante as eleições presidenciais de 2018, ao contrário de seus concorrentes que tiveram muito mais tempo nas TVs e rádios do país. Uma das táticas da equipe de Bolsonaro para vencer os adversários foi humanizá-lo nas redes sociais. Reparei como objeto de estudo: no Instagram, ele postava foto tomando café, com roupa do seu time de futebol, de partes simples de sua casa no Rio de Janeiro.

Ele gerava, assim, uma conexão com as pessoas. Quem vê pensa imediatamente: “Cara, se esse candidato a presidente da República come pão com leite Moça, veste a camisa do Palmeiras, ele é parecido comigo e com a minha família”. Há uma identificação imediata. Quando ele postava coisas “humanas”, havia um recorde de curtidas em suas redes sociais.

**SE QUER
IR RÁPIDO,
VÁ SOZINHO.
SE QUER IR
LONGE, VÁ
EM GRUPO.**

Provérbio africano

NINGUÉM FAZ NADA SOZINHO!

Eis um fato importantíssimo no mundo empresarial que aprendi sozinha, na marra:

Se empreender é difícil, ficar sozinho, isolado, é muito mais.

É possível chegar mais longe quando se está junto.

É aí que entra a mágica de uma palavrinha infalível: parceria, importantíssimo ponto para qualquer segmento que você vai lançar.

Busque parceiros e parcerias!

Aprendi isso por experiência própria. Assim que cheguei com a ideia de abrir uma academia na minha cidade, a recepção de quem tinha academia foi a pior possível, como contei. Goiânia é uma cidade onde todo mundo conhece todo mundo. Costumo brincar que na cidade existem três pessoas: eu, você e algum amigo em comum (e com muita certeza algum concorrente em comum).

Amo minha Goiânia, mesmo, mas a verdade precisa ser dita. Como o corpo é importante na minha terra, desde que me conheço por gente, há academias por todos os bairros da cidade. Imagine eu, aos 21 anos, abrindo uma academia, sem sócio, sem nada. O início não foi fácil.

Criei a academia, o que fez com que muitos fechassem a cara para mim. Tentei fugir dos ciúmes provocados por essa abertura – e confesso que também não quis ter esse sentimento. Até eu saber que abririam uma outra academia com praticamente o mesmo conceito que o meu. Teremos concorrentes sempre. Aliás, não só na vida profissional. Na pessoal também, mas isso não é assunto deste livro.

Logo que abri minha academia, surgiu um grupo bem famoso em Goiânia por dar treinos em parques. E meu cérebro já alertou:

C-O-N-C-O-R-R-Ê-N-C-I-A.

Achava que ia arrasar com a primeira academia bootcamp do pedaço e levei um balde de água gelada na cabeça. O

empreendedorismo tem disso: às vezes, idealizamos uma coisa, e, quando vemos, não é nada daquilo. Além, é claro, de todos os empecilhos que você nunca imaginou. A verdade era a seguinte: embora os nomes fossem diferentes, os treinos eram quase iguais, parecidíssimos.

Em vez de roer as unhas, mexer no cabelo sem parar e monitorar o que meu novo concorrente fazia, decidi procurá-lo. Tomei vergonha na cara. Para minha surpresa, tive a sorte de ele ser muito receptivo e pensar muito parecido comigo.

Comecei a ver aí a importância das parcerias nos negócios que fazemos. Resultado da nossa conversa inicial: fechamos uma parceria das mais produtivas.

Unimos nossas forças para cruzar nossas marcas com interesse e públicos comuns, em que construímos o que chamo de “ganha-ganha”. Quando eu ganho, ele ganha e o público final (nossos queridos alunos) ganha também. Todo mundo sai feliz disso.

Desde que abri as portas da minha bootcamp, minha academia é ponto-sede do treino deles, que antes era em parque. Funciona assim: cedo o meu espaço uma vez por semana para eles treinarem de graça, e eles cedem para os meus alunos treinarem de graça. Deu muito certo e trouxe muitos resultados efetivos. Ninguém tomou aluno do outro. Pelo contrário. Minhas turmas aumentaram, e as dele também. É bom para nós, e é excelente para o aluno que tem oportunidade de fazer treinos diferentes em lugares distintos, pagando apenas uma mensalidade. Hoje, ele trabalha comigo também, é meu coordenador.

Fica uma lição importantíssima para qualquer empreendedor da vida, independentemente de você pretender abrir um negócio ou ser um funcionário de uma empresa: podemos nos unir para ficarmos mais fortes, termos mais credibilidade e reputação, para alcançarmos o que desejamos. Em vez de começarmos do zero, podemos fazer juntos – com mais um, dois, três – para ganhar o impulso necessário para chegar a um resultado satisfatório para todos.

Na academia, fechei outra parceria: com uma tatuadora. Eu queria atingir um público parecido comigo, já que tenho muitas tatuagens. Pensei: “Por que não parecer com meu público?”. E decidi fazer uma ação. Para vender mais matrículas em academia, é preciso

passar constantemente a ideia de um “lifestyle”, qualidade de vida, o tempo todo.

Afinal, qual foi a minha estratégia com a tatuadora? O aluno se matriculava com uma taxa de 30 reais. A tatuadora me cobrou 30 reais por desenho (fechei esse valor baixo por causa da demanda alta). Peguei a taxa do aluno, um valor que pouco me acrescentava, e então a pessoa fazia a matrícula e ganhava a tatuagem. Tatuagem, os entendedores sabem, é uma coisa cara. Fechar com a tatuadora atraiu um público que talvez não viria se não tivesse essa vantagem de bandeja. Confesso, houve aluno que praticamente não treinou: fez tudo por causa da tatuagem.

Foi mais uma forma de atrair público para o meu negócio por meio de uma parceria e um diferencial.

Há um provérbio africano no qual acredito fielmente:

**“Se quiser ir rápido, vá sozinho.
Se quiser ir longe, vá em grupo”.**

**EMPREENDER
É UM DESAFIO.
QUE BOM!**

Anônimo

EMPREENDER É UM DESAFIO. QUE BOM!

Um empreendedor passa por cada coisa, sobretudo no Brasil! Por isso, para começo de conversa, empreender é um misto de sentimentos: é muito emocionante e, ao mesmo tempo, muito aterrorizante. Tornar-se empreendedor é andar na linha do abismo, principalmente no início, pelo medo de uma palavrinha que causa arrepio em muitos: o fracasso.

Henry Ford, criador da montadora – uma das mais importantes do mundo – que leva o seu sobrenome, é um exemplo daqueles empreendedores com E maiúsculo. Foi dele o primeiro carro popular e global: entre 1908 e 1927, mais de 15,4 milhões do modelo Ford T foram produzidos em 14 fábricas em todo o mundo – uma delas no Brasil.

Ford disse certa vez:

“Quando tudo estiver parecendo ir contra você, lembre-se de que o avião decola contra o vento, e não a favor dele”.

Empreender é isso. E mais um pouquinho, claro.

Vamos lá: um dos maiores desafios do empreendedorismo hoje é a concorrência, porque hoje o mercado está muito saturado. Em outras palavras, perdoem-me, mas sinto que o mercado em diversos segmentos está muito prostituído. Há muito de tudo e tudo de nada. Há vários salões de beleza, há várias cafeterias, mas quase nenhum desses negócios tem um diferencial. Já perceberam? Às vezes, na mesma quadra, encontramos mais de duas academias ou dois restaurantes com a mesma especialidade. É por isso que, quando alguém abre um negócio com um diferencial, ele SEMPRE se destaca.

A Starbucks é um exemplo. Em tese, é uma casa – ou, por vezes, um quiosque – de café. E olhem a potência que virou no mundo.

Netflix. Pode fazer um teste: quando a marca pega, ela vira um verbo. Talvez a maior das explicações de o serviço de streaming fazer tanto sucesso no Brasil, de estarmos entre os três maiores mercados no mundo para a empresa de Reed Hastings, com quase dez milhões de assinantes no país, é o fato de nós, brasileiros, fazermos tanta propaganda da Netflix. Se contássemos a chuva de “Cama e Netflix”, “Fds de Netflix”, “Hobby: Netflix” nos Stories, Faces, WhatsApp, daria um número exorbitante. Talvez só aqui haja essa proliferação de propaganda gratuita para a empresa.

Isso também ocorreu com a rede Starbucks. Em vez de “Vou tomar um café”, o povo fala “Vou ali tomar um Starbucks”. Em vez de “Vou assistir a uma série”, diz-se: “Vou assistir à Netflix”. Em vez de “Vou ao cinema”, muitos falam “Vamos ao Cinemark”.

São marcas que pegam.

E qual é a vantagem disso para elas?

Simples: um cafezinho, vá lá, pode custar entre um a oito reais (sem contar os aeroportos, né?, que enfiam a faca mesmo). Na Starbucks, um Mocha Frappuccino ou um Caramelo Frappuccino está em torno de uns 16,90 reais.

Entenderam a diferença?

E por que você e a maior parte das pessoas preferem a Starbucks? Às vezes, o café não é nem tão mais gostoso que os outros (eu, particularmente, amo um café pretinho básico, coado), mas você vai querer porque a marca tem fãs. Em palavras atuais, gera um baita engajamento.

Sabia que uma das tatuagens mais feitas no mundo é a Harley Davidson? Isso significa que as pessoas já nem ligam tanto para Harley Davidson como moto, mas como estilo de vida. Estamos falando de uma marca que poderia ser simplesmente uma loja onde vende motos potentes. É muito mais que isso. A empresa norte-americana consegue conquistar fãs em todo o planeta como se fosse um time de futebol. São brasileiros, australianos, chineses, mexicanos, suíços, japoneses, sul-coreanos, estonianos e outras nacionalidades presentes nas celebrações. Essa admiração faz até seus usuários mudarem os próprios conceitos de vida.

Um “harleiro”, como é chamado o adepto da marca, em geral tem o cabelo grande, tatuagens relacionadas com caveira, sempre

com a cor preta. Virou, enfim, um estilo de vida. Muitas vezes, o sujeito nem anda de Harley, mas é admirador da maneira de agir e pensar e participa de vários encontros. A marca é o conceito.

De novo: qual é a vantagem disso para empresa?

Bem, ela gera uma identidade impressionante para si.

Fazer um bom trabalho muitas vezes não é tudo. Há uma série de restaurantes ótimos que não têm o devido reconhecimento da crítica, nem conhecem o que é ter filas e filas na porta à espera de uma mesa. O público, muitas vezes, nem sabe disso, não está atrás de um bom trabalho ou um conteúdo de primeira, mas se interessa pela diferenciação, pelo algo a mais e por pertencer a uma comunidade.

Starbucks, de novo, aqui como exemplo: muitas das lojas têm até o co-working, com wi-fi, para abrigar principalmente uma turma de fora da região ou da cidade, que não tem um escritório próprio. Já reparei algumas vezes à tarde, dia de semana: a galera vai para trabalhar, ter um teto, um banheiro limpo, uma luz boa, sem pagar nada. Opa. Sem pagar nada, não. É muito provável que você vá até lá para tomar um café de 17,90 reais. Ou seja, é um lugar que oferece uma série de atrativos para você ficar ali consumindo os produtos. É quase um centro de socialização com mesas mais compartilhadas, para você sentar e automaticamente conversar com outras pessoas. E, nisso, a loja lucra. É o maior case de “all over delivery”: entrega-se mais do que você precisa.

Essas marcas têm outras semelhanças, como, por exemplo, uma identidade visual forte. Faça isso também se decidir criar um negócio para empreender ou mesmo na sua empresa. Isso vai ajudar você a ser lembrado. Lembre-se: quando você vê o símbolo da Nike, não precisa ler a palavra, você já associa o símbolo com a marca. A rede McDonald's é a mesma coisa: o arco dourado diz tudo. O vermelho da Coca-Cola também. E por aí vai...

Lembre-se também de um ponto que é semelhante em todas as grandes empresas que cito como referência neste livro: todas, sem exceção, e sobretudo aquelas que começaram como startup e hoje valem mais de um bilhão de dólares, são práticas, intuitivas e rápidas.

Pense: quais tipos de ações você pode fazer mais rápido? Criar um vídeo no Instagram ou em outra rede social? Esqueça, por exemplo, ações muito comuns no Instagram do tipo: “Valor por direct”. A maior parte não vai perguntar. É melhor ir direto ao ponto. Facilite a vida do seu cliente. Hoje, todo mundo quer coisas práticas e rápidas.

Vivemos em uma sociedade prática. Chamo de “sociedade miojo”, tudo em três minutos. Se mandar alguém fazer um cadastro de cinco minutos com 15 folhas, ferrou. Você já perdeu o cliente.

Por que tanta burocracia?

Sou a maior entusiasta do empreendedorismo. Acho o máximo, quero empreender a vida toda e incentivo diariamente as pessoas a serem empreendedoras em todos os aspectos da vida, principalmente no trabalho.

Mas não é fácil. Tá, isso não é novidade. Certamente você já leu e ouviu sobre as dificuldades de ser um empreendedor – aqueles profissionais que dão emprego, criam empresas, fazem negócios – no Brasil.

Mas a verdade é que, por causa da burocracia gigante que há no país, muitas pessoas simplesmente não o fazem. Por isso, tornou-se óbvio dizer que os empresários e empreendedores são heróis nacionais. Eles navegam diariamente num oceano de burocracia – softwares que não funcionam, leis que mudam a toda hora, regras que na maioria não servem para nada – e frequentam com infeliz assiduidade o templo da burocracia nacional: os cartórios. Nesse ambiente hostil, muitos ainda conseguem inovar e crescer. São desses que vamos falar daqui a pouco.

De fato, o Brasil não é dos lugares mais bacanas com quem está iniciando uma jornada profissional independente. Segundo o relatório Doing Business 2019, do Banco Mundial, o país ocupa a 109ª posição no ranking que compara o ambiente de negócios em 190 nações. Fica atrás de vizinhos como Colômbia (65ª) e Chile (56ª). O Brasil é um dos lugares em que cidadãos e empresários gastam mais tempo para calcular e pagar impostos. Nos Estados Unidos, por exemplo, você abre uma empresa em uns três dias. No Brasil, para ter um CNPJ, leva mais ou menos uns 20 dias, e tem custo para abrir, custo para fechar, custo para tudo.

Mas não adianta. Mesmo sabendo de tudo isso, trabalhar por conta própria tem se tornado uma realidade cada vez mais corriqueira no Brasil, seja por opção, seja pela precarização da economia. A verdade é que o volume de trabalhadores sem carteira assinada aumenta muito por aqui. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostra que existem, em 2019, 23,8 milhões de pessoas nessas condições, no país.

Quando abri minha academia, tive algumas surpresas das quais não havia sido avisada, e só quando comecei a empreender vi a quantidade de coisas. Uma delas são as taxas.

Há uma taxa mensal que temos de pagar para o Ecad. Os mais experientes leitores talvez já saibam, mas, quando abri a minha academia, não fazia ideia. Sei lá, fui colocar uma Ivete Sangalo, uma mísera música, e tchau: tive de pagar pela execução. Quando você abre um negócio, talvez não tenha noção, há gente que nem sabe o que é Ecad. Ecad é o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição. Em outras palavras, para tocar música em shopping, feira, academia, loja é necessário pagar a esse escritório cada execução de uma música, e esse dinheiro vai para conta dos compositores e músicos criadores e cantores de cada canção. No meu negócio, pago hoje 600 reais de taxa.

Outra taxa é para a vigilância sanitária e outra para o corpo de bombeiros (sempre merecida, aliás, por desenvolverem um trabalho exemplar), que fazem uma megainspeção.

**SEMPRE
PROCURE
TRANSFORMAR
OS DESASTRES
EM OPORTUNIDADES.**

Anônimo

EMPREENDEDOR *VERSUS* EMPRESÁRIO

Há uma incrível confusão quando se fala em ser um empresário e ser um empreendedor.

Qual é a diferença? Hoje, as pessoas leem muito que ser empreendedor é ser alguém que tem um espaço físico para seu negócio. Grande erro inicial. Empreender vai muito além de um espaço físico. Conheço vários empreendedores que não têm nem escritório e ganham muuuito mais dinheiro.

Muitos começam seus discursos assim: “Para você ser empreendedor, você tem que ter uma empresa”. Opa. Começou a definir errado. É só pegar o aumento de espaço e unidades de co-working. Há espaços que custam de oito reais por pessoa a 60 reais, em média, dependendo do bolso de cada empreendedor.

Mas há uma diferença clara entre o empresário e o empreendedor. O empresário é o sujeito que, em geral, passa muito tempo em um mesmo ramo, abre sua empresa e continua fazendo aquilo por longos anos.

Gosto de dar um exemplo.

O empresário pega um chocolate de 50 centavos e vende por dois reais.

O empreendedor compra o mesmo chocolate a 50 centavos, compra um lacinho de dez centavos e uma caixinha de 20 centavos. O chocolate, portanto, sairá de seu bolso por 80 centavos, 30 a mais do que o chocolate do empresário.

Mas ele vai vender a quatro reais, o dobro do que o empresário vende.

Essa é a mágica clássica que a gente vive diariamente, mas não saca as diferenças. O empreendedor pega algo que existe e inova.

Há quem acha que inova de maneira errada. Mais um exemplo: dê uma simples andada no shopping center da sua cidade e repare na

quantidade de lojas de roupa com a vitrine com as palavras SALE, LIQUIDA TUDO, ATÉ 50%. É tanto que cansa, enjoa, é forçado. Não chamo isso de inovação. É tanta promoção que o consumidor não se concentra em nada.

Mas, afinal, como inovar nesse ambiente?

Há várias formas, mas a mais eficaz para vender seu produto são realmente as mídias sociais. Talvez você saiba disso, talvez não seja uma grande novidade, mas o segredo é a maneira como você vai se comunicar para vender o seu peixe.

A calça da sua loja vale 20 reais.

O boné vale dez.

Vale vender separado?

As minhas experiências e da maioria das pessoas indicam que sairá muito mais se você colocar uma propaganda dizendo:

“Compre a calça e ganhe o boné”.

Total: 30 reais.

Todo mundo ama ganhar algo, saber que terá vantagem na sua compra (eu amo, e duvido que você, meu leitor, também não ame).

Não existe dinheiro fácil. Existe trabalho, trabalho, trabalho!

Há o mito de que uma das formas para ficar rico é abrir um negócio e adotar a seguinte estratégia:

- » Abra a empresa.
- » Recrute profissionais qualificados e espertos para trabalhar para você.
- » Administre poucas horas do dia, principalmente cobrando resultados de seus funcionários.
- » No fim do mês, veja o saldo da conta e pague o salário fixo para cada colaborador.

Lindo, né?

Desculpe-me, gente, isso definitivamente não existe, nunca vi uma história bem-sucedida ocorrer assim.

O dono de um negócio, sobretudo no início, precisa estar presente três vezes mais do que qualquer funcionário. Nos seis primeiros meses da sua empresa, você não vai dormir (até por ansiedade) ou vai dormir pouco. Não é que esteja tentando desanimar você. Se você for um empreendedor nato, não importa se estiver viajando, se é sábado, pensará sempre nas contas. Enquanto seu funcionário trabalha das 8 às 18 horas, você vai abrir para trabalhar às 18 horas também, além das horas do seu funcionário.

Outro mito: chefe não é pressionado, se comparado a um funcionário comum.

HA HA HA! Dono de empresa, muitas vezes, enfrenta muito mais pressão: quando você trabalha para os outros, em geral fecha o computador sexta-feira e tchau. Até segunda! Quando a empresa é sua, na sexta-feira você abre o notebook à 1 hora para terminar suas coisas, finalizar pagamentos, ver a quinta folha útil, conferir o lucro e verificar se está dando despesa. Normalmente, no dia a dia, você não consegue fazer isso na empresa porque está apagando fogo o tempo todo, durante os seis primeiros meses.

Outro desafio, mas esse é um ponto doméstico: nem sempre seus familiares vão apoiar você nos seus projetos. Aceite! É duro. Não existe nada mais doloroso para um empreendedor do que o pai ou a mãe, a irmã, a própria família e os amigos não apoiarem suas ideias e seus projetos, não acreditarem neles.

**O MUNDO
ESTÁ CHEIO DE
EMBALAGENS
E VAZIO DE
CONTEÚDOS.**

Anônimo

EMBALAGEM

Qual é a sua?

ATENÇÃO!

Queridas leitoras, temos, em média, três segundos para sermos mapeadas e definidas por alguém. Sabe quando uma amiga sua fala que a primeira impressão que você passou não foi legal? Você aparentava ser metida, chata e arrogante? Do contrário também.

É duro, eu sei, mas a rapidez e a velocidade que vivemos hoje nos obriga a despertar para esse dado importante.

Hoje, o mundo está cheio de embalagem e desesperado por conteúdo. O que é embalagem? É a forma como somos julgados. Por causa daqueles três primeiros segundos que são suficientes para uma pessoa tirar algumas conclusões sobre nós, precisamos andar sempre com conteúdo afiado e uma boa embalagem. A roupa é importante em algumas ocasiões, mas não diz tudo. O criador do Facebook, Mark Zuckerberg, não usa Cartier, nem Gucci. Steve Jobs, da Apple, tampouco usava.

Como sou curiosa, faço muito isto: entro em um restaurante e tento imaginar o que algumas pessoas que estão sentadas fazem, a partir de seus comportamentos e da roupa que usam.

Muitas pessoas querem passar uma imagem das coisas que têm, e, quando você conversa, não tem conteúdo algum. É o que falo sempre: quem tem conteúdo vai sair na frente. A embalagem promete algo, e é decepcionante quando você conversa com uma pessoa e ela está totalmente embalada; ela abre a boca, e você se decepciona.

Portanto, todo produto precisa ter uma promessa com definição clara:

Não adianta ter um produto irresistível se ninguém parar para ouvir quais as oportunidades que sua oferta promove.

Por isso, é preciso adotar os seguintes passos e responder às perguntas apresentadas adiante para construir a sua oferta irresistível.

INTERESSE

- » Você conhece detalhadamente o seu público-alvo?
- » Já desenvolveu a persona desse público? Quando escrevo person refiro-me à descrição – sexo, função, classe social e todas as características possíveis – de quem vai se interessar por seu produto e consumi-lo.

A sua oferta deve sempre ser muito interessante para o seu público-alvo.

Você tem cerca de 30 segundos para despertar o interesse do seu público. Se a sua oferta for irresistível e você sabe exatamente como vendê-la à sua audiência, você desvendou o segredo dos vitoriosos. O maior dos exemplos que considero é o norte-americano Steve Jobs. Jobs não tinha apenas os melhores produtos em mãos – iPod, iPhone, iPad. As apresentações dele eram marcas-chave da Apple. Ele fazia verdadeiros shows quando entrava no palco trajando apenas um jeans, uma camisa de gola alta e um tênis, sempre segurando uma garrafa de água. Simples, não é? Nunca se viu um mísero espectador de suas palestras mexendo em qualquer um dos produtos que eram ofertados. Muito pelo contrário: a plateia era apinhada de verdadeiros interessados naquilo que ele tinha para falar. Afinal, Jobs revolucionava indústrias nas quais ninguém havia pensado antes. Pense diferente!

Se você tem dividida a atenção entre você e os smartphones, algo de errado acontece.

A sua atenção deve ser comparada a um namoro recente, em que as horas passam sem serem percebidas e o foco é 100%.

DESEJO

Pronto, o interesse já foi despertado. Você agora tem:

- » Cerca de cinco minutos para despertar o desejo do seu público efetivar a venda.
- » Que solução preciso apresentar a essas pessoas? O que elas obterão de vantagem com o meu produto?

Essas questões devem ser fixadas na sua cabeça toda vez que criar algo para vender.

Quando o público é fisgado, ele fica ciente de que possui um problema, e VOCÊ tem a SOLUÇÃO. Ele, então, precisa automaticamente do seu produto.

Mas ainda é necessária uma conexão emocional, pois a venda acontece pela emoção e é justificada com a razão. Quer um exemplo simples disso? Noivas. Elas justificam todo o gasto de um casamento na emoção da realização de um sonho pessoal.



Passamos pelo interesse, você está praticamente convencida que deseja algo, mas falta passar o cartão de crédito.

O que falta então?

AÇÃO

» Você tem mais dois minutos para seu público ficar convencido que precisa do seu produto.

Mostre ao público o seu produto e diga por que ele é a solução. Onde há problemas, há oportunidades.

VAMOS PRATICAR E REPETIR:

- Você tem três segundos para os outros definirem você (é cruel, eu sei).
- Você tem 30 segundos para despertar o interesse de alguém.
- Você tem dois minutos para despertar o desejo do público.

**NÃO PARE
ATÉ SE
ORGULHAR
DE VOCÊ.**

Anônimo

O BAMBU CHINÊS

Um belo dia, um empresário teve um surto. Não estava satisfeito com a equipe, alegava que não faturava e estava prestes a desistir dos negócios. Seguiria outros caminhos. Um conhecido, porém, o aconselhou a ir a um monge para receber um conselho. Ele foi, contou toda sua história, apresentou planilhas, dados e gráficos da empresa. O monge apenas lhe disse:

“Plante um bambu”.

Ele não gostou. Em geral, muitos dos empresários gostam de resultados em curto prazo. Ele se recusou a plantar o tal bambu, mas, dois meses depois, procurou novamente o monge: “Preciso saber o que faço. Todo mundo fala que você é um mestre. Ajude-me”. O monge repetiu:

“Plante um bambu”.

Enfim, ele plantou um bambu perto de sua casa.

Passou um ano e... nada!

Passaram-se dois anos e... nada de o bambu nascer.

Foi atrás do religioso mais uma vez: “Monge, fui lá, plantei o bambu, e nada de esse bambu nascer”. O monge repetiu o conselho.

O empresário, então, plantou outro bambu e passou a zelar por ele de seis em seis meses. Olhava, regava, falava com ele. Dizia para si mesmo: “Gente, esse negócio do bambu já virou pessoal. Vou fazer esse bambu nascer”.

Mas nada de o bambu nascer. Desencanou. Depois de um tempo, sentiu saudades e foi checar como estava o bambu. Para surpresa do empresário, o bambu disparou a crescer numa velocidade que ele jamais poderia ter imaginado.

Só depois de ver o bambu completo e forte que ele soube: após plantada a semente do bambu chinês, não se vê nada por aproximadamente cinco anos, apenas um pequenino broto. Todo o crescimento é subterrâneo. Uma complexa estrutura de raiz, que se

estende vertical e horizontalmente pela terra, está sendo construída. Só ao final do quinto ano, o bambu chinês cresce até atingir a altura de 25 metros.

O bambu chinês é uma parábola, uma lição que gosto de pegar muito para mim e para quem vai empreender. Por quê?

Moral da história:

A persistência é importantíssima na trajetória das nossas vidas, tanto no lado pessoal quanto no profissional. Você trabalha, se dedica, investe tempo, faz tudo o que pode para nutrir seu crescimento e, muitas vezes, não vê resultado por semanas, meses ou anos. Nossa carreira não pode ser uma obrigação. Não adianta aparecer de mês a mês no escritório e esperar um megarresultados. É preciso estar todos os dias, cultivando, cuidando, dando atenção para adquirir o resultado que deseja.

É um processo diário.

Quer empreender para ganhar dinheiro rápido e fácil? Você já começou errado. Empreender tem a ver com satisfação pessoal, porque você vai fazer o que ama, e muitas vezes não vai ter o retorno financeiro que deseja imediatamente.

Gosto dessa parábola, porque vejo a quantidade de gente que desiste logo de cara, no primeiro buraco do caminho. Uma pergunta que faço para todas as muitas pessoas que desistem é a seguinte: “E se você não tivesse desistido do seu primeiro objetivo, onde estaria hoje?”, porque é muito fácil a gente desistir e começar outra coisa.

Persistência é a chave do futuro, do nosso futuro. É claro que não vai bater na mesma tecla para o resto da vida. Mas, se você vê um futuro e acredita nele, percebe que tem capacidade para aquilo, não é porque falhou uma, duas, três vezes que não vai conseguir. Você tem que ter persistência.

Lembre-se de que é necessário muita ousadia para chegar às alturas e, ao mesmo tempo, muita profundidade para agarrar-se ao chão.

COMO PERCEBO O MUNDO

Para cada uma das alternativas abaixo, numere de acordo com o seguinte sistema para indicar as suas preferências:

4 – A que melhor descreve você

2 – A próxima melhor

3 – A próxima melhor descrição

1 – A que menos descreve você

1 – Tomo decisões importantes com base:

- _____ em intuição.
- _____ no que me soa melhor.
- _____ no que me parece melhor.
- _____ em um estudo preciso e minucioso do assunto.

2 – Durante uma discussão, sou mais influenciada:

- _____ pelo tom de voz da outra pessoa.
- _____ se posso ou não compreender o argumento da outra pessoa.
- _____ pela lógica do argumento da outra pessoa.
- _____ se entro ou não em contato com os sentimentos reais da outra pessoa.

3 – Comunico mais facilmente o que se passa comigo:

- _____ dependendo do modo como me visto e aparento.
- _____ pelos sentimentos que compartilho.
- _____ pelas palavras que escolho.
- _____ pelo tom da minha voz.

4 – É fácil para mim:

- _____ achar o volume e a sintonia ideais num sistema de som.
- _____ selecionar o ponto mais relevante relativo a um assunto interessante.
- _____ escolher os móveis mais confortáveis.
- _____ escolher as combinações de cores mais ricas e atraentes.

5 – Percebo-me melhor se:

- _____ estou muito em sintonia com os sons do ambiente.
- _____ sou muito capaz de raciocinar com os fatos e dados novos.
- _____ sou muito sensível à maneira como a roupa veste o meu corpo.
- _____ respondo fortemente às cores e à aparência de uma sala.

Copie as respostas do teste nas linhas abaixo.

1	2	3	4	5
_____ C	_____ A	_____ V	_____ A	_____ A
_____ A	_____ V	_____ C	_____ D	_____ D
_____ V	_____ D	_____ D	_____ C	_____ C
_____ D	_____ C	_____ A	_____ V	_____ V

Transponha as respostas para a grade abaixo e some os números associados com cada letra.

	V	C	A	D
1				
2				
3				
4				
5				
TOTAL x 2				
	VISUAL	CINESTÉSICO	AUDITIVO	DIGITAL

Os meios pelos quais assimilamos as informações que são armazenadas em nosso cérebro compreendem os olhos, nariz, ouvido, boca e pele, nossos únicos pontos de contato com o mundo exterior. Da mesma forma que utilizamos os sentidos para filtrarmos as experiências, também os utilizamos para estruturar o pensamento e a comunicação. Segundo a programação neurolinguística, existem quatro sistemas representacionais:

Visual / Auditivo / Cinestésico / Digital

AUDITIVO

Comportamento: Vale-se da audição para absorver informações.

Pontos fortes: Gosta de ouvir as pessoas.

Como você aprende: Ouvindo, sendo capaz de montar uma história com a informação que está recebendo.

O que distrai sua atenção: Ruídos de fundo (quando você está lendo e até um passarinho faz você se distrair).

Como você interage com o ambiente: Ouve o que está sendo dito a sua volta e não parece consciente de modificações no plano visual.

Geral: As pessoas auditivas gostam de escutar e contar histórias, seguem um procedimento lógico ao longo das histórias e se concentram em uma coisa por vez. Não gostam que os temas sejam tratados de forma desordenada. Possuem um vocabulário amplo, expressam-se com fala e não com gestos. Elas têm um discurso próprio: ouvem uma pergunta, repetem e respondem mentalmente antes dar a resposta em voz alta, podendo incomodar as pessoas visuais e cinestésicas, que tendem a ser mais rápidas. As pessoas auditivas aprendem escutando e prestam atenção na ênfase, nas pausas e no tom da voz. As pessoas auditivas desfrutam do silêncio.

VISUAL

Comportamento: Faz uso da visão como meio de obter e reter informações.

Pontos fortes: Percebe coisas ímpares que quase ninguém consegue perceber no ambiente.

Como você aprende: Vendo. Sendo capaz de fazer uma imagem imediata do que está recebendo como informação.

O que distrai sua atenção: Estímulos visuais em demasia ou conflitantes. Grande número de informações recebidas.

Como você interage com o ambiente: Verifica sempre o que está acontecendo ao seu redor.

Geral: As pessoas visuais percebem as coisas como imagens e podem passar de um tema a outro facilmente. São capazes de fazer generalizações rapidamente, inclusive partindo de uma informação escassa. Para as pessoas visuais o mais importante é o “conceito geral” e podem se aborrecer com explicações detalhadas. Se dão bem em organizar as coisas. As pessoas visuais gesticulam quando falam. Falam rápido e de maneira confusa, já que tendem a seguir suas imagens interiores sem se dar conta de que os outros não veem essa mesma imagem. Respondem brevemente às perguntas. Elas têm memória fotográfica e frequentemente custam a repetir instruções orais. As pessoas visuais podem ter problemas para debater e são um público impaciente, gostam de escrever notas ou desenhar. As pessoas visuais se fixam no aspecto e valorizam o esmero, nem tanto a voz, a qual não prestam atenção.

CINESTÉSICO

Comportamento: Abraçar, dançar, sentir as pessoas, sentir a si mesmo.

Pontos fortes: Habilidade para usar a coordenação motora grossa ou fina em esportes, artes e manipulação de objetos.

Como você aprende: Fazendo ou executando, sendo capaz de guiar-se pela experiência motora.

Como você interage com o ambiente: Mais focado em si, bastante consciente do clima que o circunda, e não parece estar consciente da atividade visual.

Geral: As pessoas cinestésicas percebem as coisas por meio do corpo e da experimentação. São muito intuitivas, e valorizam especialmente o ambiente e a participação. Para pensar com clareza, necessitam

de movimento e atividade. Não concedem importância à ordem das coisas. As pessoas cinestésicas se mostram relaxadas ao falar, se movem e gesticulam. Falam devagar e sabem como utilizar as pausas. Como público são impacientes, porque preferem passar à ação. Preferem a atividade e o movimento, e emprestam a atenção ao desenvolvimento das mesmas. Do mesmo modo, requerem seu tempo para analisar o que sentem, fazendo as coisas. As pessoas cinestésicas gostam de tocar e aproximar-se de outras. Percebem facilmente o ambiente e o mobiliário incômodo, assim como o frio e o calor. Ao falar, as pessoas cinestésicas não mantêm um grande contato visual com o outro, para descrever o que têm feito se concentram na ação. Aprendem melhor fazendo as coisas e recordando a ação e a sensação. Ocasionalmente, caminham e gesticulam.

DIGITAL

Comportamento: Pergunta muito, precisa de muitas informações e fatos. Tem diálogos internos profundos. Diante de ideias e programas, tende a buscar a lógica e descobrir se fazem sentido. Apresenta algumas características dos outros sistemas representacionais.

Pontos fortes: Capacidade analítica.

Como você aprende: Sendo capaz de entender e montar uma história estruturada com a informação que está recebendo.

O que distrai sua atenção: Ruídos de fundo. Estímulos auditivos dados rapidamente para serem convertidos em informações auditivas.

Como você interage com o ambiente: Ouve e entende, cria estruturas visuais e informacionais do que está sendo tido a sua volta e não parece consciente de modificações no plano visual.

Geral: As pessoas digitais estão se mexendo, conversando e, ao mesmo tempo, dialogando internamente. Têm tendência a realizar constantemente a autoanálise e a ponderar consequências para cada decisão. Têm dificuldade em ler textos ou livros por um longo período de tempo, e quando conseguem estão o tempo inteiro pensando no que farão no minuto seguinte. Quando começam a prestar atenção aos sinais, percebem que estão digitando. Ouvem e entendem, mas ao mesmo tempo seu olhar se distancia em certos momentos. Fica momentaneamente em silêncio durante uma negociação.

**LIDERAR NÃO
É IMPOR,
MAS DESPERTAR
NOS OUTROS
A VONTADE
DE FAZER!**

Anônimo

LIDERAR É UMA ARTE

Não confundam liderança com ser um chefe chato ou um chefe aberto demais. Tá um ponto que precisa ficar bem marcado, pois é um desafio enorme e as pessoas temem confundir. Quando um chefe é aberto demais, ele é capaz de receber críticas dos outros.

Quando chegamos à liderança, a primeira pergunta que vem à cabeça é: Como vou liderar? Como vou comandar a minha equipe?

Estou aqui para dar algumas dicas sobre o assunto:

Saiba influenciar as pessoas

Esse é um tópico importante e muito atual. Hoje, todo mundo fala do “digital influencer”, a nova profissão da área. Antes, os caras mais procurados para publicidade ou evento eram os chamados “formadores de opinião”, profissionais ligados à TV, escritores, jornalistas. Não que perderam força, mas, se não tiverem presença forte digital, não terão a mesma presença de antes.

Bons líderes inspiram.

Há uma gigante diferença entre ser chefe e líder. Chefe manda pura e simplesmente. O líder ensina a melhor forma, tem maior envolvimento com a equipe e inevitavelmente verá resultados melhores.

Maior proximidade com os funcionários gera melhor retorno.

É isso que faço na academia. Meus funcionários vêm e me falam: “Karine, acho que você pode fazer isso”. Estou aberta e disposta a ouvir e, como eles têm mais contato com o meu público do que eu, acatar a ideia deles. Se eu não tiver esse vínculo com eles, nunca vou saber 100% o que acontece no dia a dia do meu negócio. Posso saber o que entra e sai, tanto no caixa quanto no administrativo, mas a

questão do social eles sabem muito mais, até pela vivência interna no negócio, pois estão na linha de frente.

O líder tem de estar apto a entender as mudanças. Não é só chegar e falar: “Vai ser assim”. Precisa ouvir os funcionários que estão mais perto do público. Você inclusive alimenta a autoestima e confiança do funcionário, faz com que ele se sinta importante com as ideias. O que costumo fazer na academia é abrir um debate, e vence a maioria. Tento tratar os meus funcionários como meus sócios. Eles têm de estar para somar com você. Se eu não der uma responsabilidade e uma abertura para eles, nunca se sentirão meus sócios. Farão apenas o que quero e nada mais. Quando se gera um espaço, aumentam as chances de inovar e mostrar coisas que muitas vezes eu não perceberia.

Liderar é preparar os grupos para as mudanças

Ser apto a dar um treinamento para equipe. É mostrar da melhor forma e tentar. Não ter só a questão da autoridade, de impor o que tem que fazer, mas auxiliar, ensinar e dar treinamento. Aceitar opiniões, sugestões e ideias, sempre dar ouvido ao que as pessoas têm para falar, mesmo que não concorde, mas depois dar um feedback. É o que chamo de “feedback burger” (tipo, pão, carne, pão: é você elogiar, criticar e elogiar).

A sua equipe espera de você que não apenas delegue funções, nem que tenha controle de tudo, mas entregue inspirações e uma compreensão absoluta da missão da empresa, em geral explicando por que a empresa precisa disso. Costumo presentear os funcionários com algo quando volto de uma viagem. É claro que se você tiver 500 funcionários complica, mas é importante fazer, de alguma maneira, com que eles se sintam especiais e importantes. Afinal, quem não gosta de se sentir especial? Tenho um grupo da academia no WhatsApp que quase diariamente, quando acordo, mando um bom dia com uma frase motivacional, para empolgá-los. Fora isso, todos precisamos de uma dose de ânimo pela manhã, principalmente às segundas-feiras.

O líder sempre deve ser um exemplo a ser seguido. Se você exige pontualidade, seja o primeiro a chegar, porque, se você sempre

chegar atrasada, eles já vão saber e nem vão se importar em chegar um pouco depois porque você nem vai ver.

Aja com equilíbrio

Quando escrevo equilíbrio, não é somente emocional. É equilíbrio ao elogiar, ao criticar, porque uma coisa é você chegar para uma pessoa e criticar esculachando: ela simplesmente vai se sentir um lixo durante muito tempo, porque você não teve equilíbrio na crítica. É sempre bom um tom mais baixo, mantendo a palavra firme. Portanto, nunca perca o equilíbrio emocional.

Há casos extremos em que o colaborador provoca situações de propósito, forçando uma demissão para receber todos os direitos. Muitas vezes, nem é problema com a empresa; a pessoa está com um problema particular. Então, vale mais a pena conversar e ver, de uma forma sadia, o que acontece. Quem tem empresa sabe que não é tão fácil substituir pessoas. Trocar funcionário e treinar outro de novo é complicado.

No entanto, não assuma obrigações que você deu para alguém. Se for dada a missão de a pessoa ligar para tais clientes e ela não liga, será criado o hábito de ela nunca fazer o serviço por completo, porque ela sabe que você vai fazer.

Não critique o seu funcionário em público

Se ele fez alguma coisa errada, chame-o em um canto, e não na frente dos outros, porque os outros podem se sentir até inibidos com a situação. Eu particularmente não gosto de ir a algum lugar em que a gerente chama atenção de um funcionário na minha frente. Acho isso antiético.

Já vi gritos, xingamentos, e soube até de chefe jogando telefone em funcionário. Um horror. A pessoa acha que, por pagar ao funcionário, tem o direito de fazer o que bem entende.

Nunca use o poder do cargo como desculpa. Leu bem? Nunca! “Você vai fazer isso porque sou o chefe e estou pagando o seu salário”. Ninguém gosta de ouvir isso. É humilhante. Não trate seus

colaboradores como peças que podem ser substituídas: “Se você não quer trabalhar aqui, tem quem queira” ou “Se não está achando bom, peça a conta”.

Não estipule metas inatingíveis

Já vi muito disto: “Quem bater a meta de oito mil reais ganha uma passagem para Cancún”. E aí você olha o histórico do negócio e percebe que é impossível atingir essa meta; isso é feito para desafiar, para poder ganhar mais em cima dos funcionários. Faça algo que seja possível alcançar, de modo que pessoa possa se esforçar porque é acessível de atingir.

Não ignore a vida pessoal dos indivíduos

As pessoas têm vidas pessoais. Parece óbvio, mas muitos fazem de conta que elas não existem. Os funcionários têm dilemas e problemas em casa. Ninguém vive somente para trabalhar. Leve isso em conta. Se perceber que a pessoa está mal, não ignore; aproxime-se e pergunte se você pode ajudar, se ela quer conversar. Torça para que a pessoa tenha sucesso na vida emocional. Porque uma pessoa feliz na vida pessoal, em geral, fica feliz no trabalho também.

Quando uma funcionária minha teve dengue, foi trabalhar sem eu saber que estava doente, porque ela estava com medo que eu a demitisse (ainda porque estava em um período de treinamento e teste). Soube só depois que passou, porque vi que ela chorava na academia. Uma manhã, perguntei o que acontecia e se estava tudo bem. Ela simplesmente desabou. Dei um dia de folga para ela. Perguntei ainda se ela queria ir para casa (não quis). Dei dinheiro para almoçar no shopping e resolver umas coisas dela e eu fiquei na recepção. Hoje, quando estou mal, ela é a primeira a me perguntar o que aconteceu: “Karine, vai embora, eu ajudo aqui”. É uma via de mão dupla. Onde você ajuda você é ajudado.

Por isso, problemas emocionais têm de ser levados em conta. Todos têm, e isso acaba refletindo trabalho.

**Pessoas tristes trabalham tristes.
Pessoas felizes trabalham felizes.**

Não se esqueça de você, da sua família e dos seus amigos

Dia desses, postei que, às vezes, temos uma ansiedade tão grande de querer abraçar e conquistar o mundo que nos esquecemos de nós mesmos, não nos cuidamos, não desligamos um pouco e nem prestamos atenção em nós e em coisas mais importantes, como família e amigos.

Hoje, nossa vida é tão corrida que só desligamos quando dormimos. Acordamos acelerados, correndo, e nos esquecemos eventualmente da base – nossa família, nossas crenças, nossos amigos, nossos cônjuges. Quando a gente precisar, eles estarão lá. Não é porque estamos querendo conquistar o mundo que não temos que tirar um tempo para tudo isso.

**NÃO TENHA
MEDO DE
FALHAR,
TENHA MEDO
DE NÃO
TENTAR!**

Anônimo

NÃO TENHA MEDO, NÃO!

Cena mais do que comum: um profissional procura outro emprego, ao ser demitido de uma empresa, em vez de empreender, mesmo com vontade de fazer isso. E o medo, em geral, é a razão dessa procura por estabilidade.

Quem empreende e administra seu próprio negócio sabe que não ganha todo mês o mesmo valor. Mas é aí que entra a vantagem: você não ganha o mesmo, mas tem maiores chances de ganhar mais do que trabalhando para os outros.

Hoje, há uma onda crescente de profissionais que não quer ter apenas uma fonte de renda. Eles querem ter uma coisa fixa e outra paralela. É o que chamamos de “empreendedores de fim de semana”, aqueles que fazem feira, plantões para aumentar a sua renda. Às vezes, o negócio secundário dá tão certo que a pessoa pensa em largar o emprego tradicional para se dedicar ao secundário. Não é fácil! Bate o... medo.

Há também aqueles que postergam aquilo que gostariam de fazer. Dizem assim: “Semana que vem, eu faço”. E é claro que aparece algo e você não faz. Passa um mês e aparece a ideia que você pensou. Quantas viradas de ano você escreveu sua meta, mas não fez? Por isso, é o que sempre falo:

Antes feito do que perfeito.

A maioria das nossas desculpas é a falta de tempo ou dinheiro. É exatamente por isso que precisa fazer algo.

Tenho, em minhas mentorias, gente que fala que tem vontade de empreender, mas não sabe no quê. Hoje, o empreendedorismo está muito ligado à necessidade. O que está faltando no mercado?

Antes de 2009, você podia se locomover com o seu carro ou transporte público ou ligar para chamar um táxi. “Táxi” é uma das

poucas palavras que funcionam em qualquer língua. Até que a Uber chegou e revolucionou o mercado de transporte global.

A Uber nasceu nos Estados Unidos, em São Francisco, na Califórnia, no início de 2009. Fundada por Garret Camp e Travis Kalanick, a concepção inicial era oferecer um serviço de transporte de luxo por meio de um aplicativo para smartphone. A operação em fase de testes foi iniciada em 2010, mas o lançamento ocorreu em 2011, inicialmente restrito a São Francisco.

Vejo hoje tantas coisas que me dá vontade de empreender. Exemplo: Uber para cachorro. Por exemplo, você não tem tempo de levar o seu animal ao pet shop e não gosta de ver seu cãozinho na van do pet, por ser uma gaiola e tal. Eu adoraria criar um Uber especial para buscar e levar o seu cachorro, no conforto do carro com ar-condicionado.

Vixe, revelei uma ideia aqui para vocês... (brincadeira: podem usar e empreender; só me deem o crédito – rs).

O segundo receio de quem está a fim de empreender é achar que precisa ser um especialista.

Gente, tenho uma academia e não sou formada em educação física. Há quem acredite que para ter um restaurante é necessário fazer um curso de culinária. Não. Você não será a cozinheira. Ou seja, o erro muitas vezes está em você querer ser a especialista do negócio, não precisa. Você será a administradora. Se você não sabe, procure alguém que saiba fazer. Porque, às vezes, ele fará até melhor que você. Saiba delegar!

Outro medo das pessoas é o receio de serem consideradas loucas. Há gente que tem medo do julgamento: “Não vou fazer isso, porque vão me chamar de doida”. Hoje, ser doida não é tão ruim assim. Quando as ideias são incríveis e únicas, podem até rir de você, mas depois vão perguntar como você fez isso e como teve essas ideias. Exemplo, iFood. No começo, parecia uma besteira. Virou o que virou: atualmente, conheço poucos que não têm baixado o app no celular.

Não abrir mão do conforto: há gente que tem medo de empreender, mas não abre mão do conforto. O que é abrir mão do conforto? Diminuir o custo do seu carro, por exemplo. Se você tem um bom carro, pegue um mais barato ou negocie o valor do seu

seguro para baixar o custo de vida durante algum tempo. Muitos não ousam para não perderem o padrão de vida. Querem manter por manter e não focam o objetivo. Aparecem, de vez em quando, oportunidades boas na nossa porta, e, sei lá, por causa de um, três, cinco ou dez mil reais, não temos a capacidade de entrar. Quando falo em poupar dinheiro, não é simplesmente poupar dinheiro em longo prazo até ficar velhinha. Escuto muito das minhas mentoradas: “Ah, não quero levar dinheiro para o caixão. Minha vida é agora”. Não, a sua vida não é só agora! Talvez, um dia, aqueles mil reais que você gastou numa bolsa poderão fazer falta. E uma bolsa é uma renda que não lhe dará renda. Conheço pessoas que gastam 600 reais em jantares e não têm um plano de saúde básico. Sua vida é agora, mas e se amanhã você precisar de algo para sobreviver? Vivemos o agora pensando no amanhã.

Outro medo: não ganhar o suficiente para recuperar o que foi investido. Há o receio de investir muito dinheiro e não pegar de volta. Então as pessoas preferem deixar de lado e não empreender. Não dá para pensar assim: é preciso pensar que vai lucrar três vezes mais, do contrário você não vai colocar o seu esforço 100%.

Coragem e foco.

E um pouco de pensamento positivo ajuda também.

**SEJA PACIENTE!
ÀS VEZES É
PRECISO PASSAR
PELO PIOR
PARA CONSEGUIR
O MELHOR.**

Anônimo

CALMA LÁ!

Sempre uso a expressão “calma lá”, porque a vida precisa disso muitas vezes. Precisamos de calma e paciência.

O norte-americano Warren Buffett, um dos homens mais ricos do mundo, por vezes na liderança do ranking, dizia uma frase lapidar sobre o mercado de ações que ele entende como ninguém:

“O mercado de ações é um dispositivo para transferir dinheiro dos impacientes para os pacientes”.

É um baita desafio termos paciência com os projetos em que acreditamos, sobretudo quando damos o primeiro pontapé. Muitos constroem algo, veem um insucesso ou um prejuízo inicial, desistem e se apavoram. E quando há a promessa de ganhar dinheiro rápido? O sujeito pensa: “Vou ganhar muito dinheiro com isso”. Entretanto, não ganha, porque as coisas não saem sempre como o planejado, e fica estressado com o “insucesso”.

Eis um grande desafio para qualquer um que empreenda na vida: ter paciência. Porque, às vezes, pode não dar certo hoje, mas daqui a três meses alguém vai precisar do seu produto.

É aquilo que martelo sempre: persistir e não desistir. O “insucesso” pode trazer um desconforto hoje, mas quem imaginou algum dia que você iria precisar de coisas como a internet. Quem diria que a internet seria um meio de compra e venda? Tempos atrás, e não precisa ir tão longe, a internet servia apenas para pesquisar. Não se comprava nada online. Não existia compra online. E a pessoa que criou o e-commerce? Se alguém me apresentasse um projeto há uma década de um site destinado à venda de produtos, eu daria um sorriso, agradeceria, mas talvez não embarcasse no projeto. Alegaria, sei lá, que seria muito caro. Hoje, minha vida de compras é toda online. Até curso online tenho feito. E passagem aérea? Lembro-me dos meus pais indo a uma loja (física, óbvio) de uma companhia aérea para comprar as passagens da viagem da família. Hoje? Em dois cliques. Portanto, o insucesso antigo pode ser o sucesso de hoje.

Não se prenda a clichês correntes

“Você tem de fazer isso, porque todo mundo faz.”

É justamente porque todo mundo faz que você não pode fazer assim.

Você não precisa ser o líder legal e nem o chefe rabugento, nem aquele cara da oratória que só fala, fala, fala. O chefe da oratória, sabe? O sabe-tudo.

A quebra do padrão é muito valorizada hoje.

É uma ideia que apelidei – não riam, por favor – de teoria Xuxa e Anitta.

Bem, a teoria Xuxa e Anitta é a seguinte: a partir de 1986, com o lançamento do programa infantil “Xou da Xuxa” e seu auge na televisão, Xuxa tinha um padrão seguido e copiado: todo mundo loirinho, de olho azul (na maioria). Era a consagração das paquitas, as inseparáveis bailarinas de palco. Isso era muito legal na época e considerado normal. Ninguém estranhava a falta de uma negra nessa turma.

Corta para um novo fenômeno pop atual, a cantora Anitta. Vinda de Honório Gurgel, no subúrbio do Rio, ela quebra absolutamente esse padrão Xuxa: o time de dançarinos de Anitta é bem diversificado – negra, plus size (com mais de 150 kg), magra, ruiva, homossexual e por aí vai. E é o que funciona hoje em dia. Ser diferente é ser legal. A Xuxa com as ideias do passado reduziu o seu espaço na TV e mídia. Tem a ver com as redes sociais? Claro. Mas há algo maior, de as pessoas quererem pertencer: “Eu não sou loira, não tenho olho azul”. É a identificação. As pessoas gostam de se sentir representadas.

A quebra dos padrões está muito em ascensão hoje:

Xuxa mantinha um padrão; Anitta não.

Xuxa sempre dependeu do empresário; Anitta é a empresária.

Xuxa abafava o caso que não lhe interessava; Anitta expõe todo e qualquer caso.

E quebrar os padrões não é um bicho de sete cabeças. É justamente aquilo que ninguém faz que você pode fazer.

Vamos lá: se você é gestora de uma área do escritório e percebe que sua equipe está cansada, qual seria a quebra do padrão? Chegue um dia e mude: “Hoje, ninguém vai ligar o computador”. É fácil? Claro que não. Mas experimente se for possível. A galera vai ficar perdida.

Como vai trabalhar sem computador? Agora pergunto a você: “Se antigamente ninguém tinha computador, como o pessoal trabalhava?”. Ora, comunicando-se. Ligue para as pessoas, os fornecedores, seu contato do dia a dia. Comunique-se!

Já testei isto na academia: “Pessoal, hoje ninguém vai ligar o computador”. A galera ficou se perguntando como trabalhar sem ele. Aí, aconteceu algo muito interessante: meus funcionários começaram a interagir com os clientes já na recepção e me passaram pendências por escrito.

Aliás, quero dar essa dica do papel aqui para vocês.

Comecem a escrever mais à mão. Quando colocamos em um papel, aumentamos nosso foco. Falo muito isso para meus seguidores. Peço a eles que coloquem as metas da semana. Nunca as faço online. Sempre escrevo. Porque, quando escrevo, estou tirando do meu cérebro e, automaticamente, estou treinando a minha coordenação motora. Hoje é tudo tão dedo, mexer sem parar no celular enviando mensagens a chefe, família, marido, amigos, e isso é uma quebra de padrão: se você escreve, quebra um padrão. O que mais temos feito, sem perceber, é um mapa mental na cabeça ou no computador ou celular, e esquecemos as coisas que realmente funcionam. Não abro mão: o papel funciona, e muito.

Quando você escreve, facilita muito a memorização. Quando alguém escreve digitando na tela de um celular, não lembra tanto quanto quando está escrevendo com uma caneta no papel. Ao escrever, demora-se mais, seu cérebro lê mais devagar, o aprendizado fica maior. Ele melhora o desenvolvimento de ideias, você vai puxando setinhas, colocando outras coisas, aumenta a sua criatividade.

Faça essa experiência: estimule o seu cérebro.

Sempre escrevo tudo a caneta, até minhas compras da semana. Se escrever no computador, vou esquecer; e à mão, memorizo. Tenho uma agenda só para me organizar com os meus dias.

AGENDA COM FOCO EM RESULTADOS

Descreva sua rotina diária, sem omitir nenhuma informação. “Tudo o que você faz no dia a dia é importante e deve ser descrito”.

Após ter sua rotina delineada, é preciso fazer um balanço geral de suas atividades e analisar cada atividade de forma a descobrir seu impacto em relação ao seu objetivo, utilizando os seguintes critérios:

- A – Alto impacto:** Atividades de grande importância com consequência altamente positiva. Quais de suas atividades diárias trazem melhores resultados para sua vida como um todo?
- B – Médio impacto:** Atividades importantes, mas, caso não sejam realizadas, não trarão grandes consequências. Quais atividades são importantes, mas trazem pouco impacto para seu objetivo?
- C – Baixo impacto:** Atividades que são boas, mas não possuem nenhum impacto em relação ao objetivo. Que atividades não são importantes e não exercem nenhum impacto no seu objetivo?
- D – Delegáveis:** Quais de suas atividades podem ser transferidas para outras pessoas?
- E – Elimináveis:** Quais atividades de sua agenda podem desperdiçar seu tempo?

A partir dessa classificação, é possível começar um processo de reorganizar sua agenda, determinando quais atividades são realmente importantes e que farão com que você alcance de forma mais rápida os seus objetivos e sonhos. Incluindo o máximo possível de ações "A" em relação ao seu objetivo.

A ideia é identificar atividades que você precisa começar a fazer (importantes), atividades que precisa parar de fazer (urgentes e circunstanciais) e atividades que deve continuar fazendo (importantes).

**VOCÊ PRECISA
SABER AONDE
QUER CHEGAR,
OU NÃO CHEGARÁ
A LUGAR NENHUM.**

Anônimo

DETERMINE O SEU PONTO DE PARTIDA

Qual que é o seu ponto de partida?

Anote.

Porque, ao escrever, você coloca um sonho no papel.

Quando você coloca uma data, ele se torna uma meta. Quando uma meta é dividida em pequenos passos, ela já se torna um plano.

E um plano impulsionado, gerando ações, se transforma em realidade.

Então, determine o ponto de partida.

Quer abrir uma loja? O que você precisa fazer antes de abrir uma loja? Não existe uma fórmula mágica. Pode fazer um curso de moda – ou não; pode de repente apenas estudar o mercado e agregar as ideias – para gerar conteúdo e valor. Cada um faz do jeito que acha certo. O que aconteceu comigo, às vezes não dá certo com você ou o que aconteceu com você pode não dar certo para mim. Você vai descobrir o que é melhor para o seu negócio. Criando um ponto de partida depois, você vai saber onde está e para onde vai.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA SEMANA

Quais são as suas quatro prioridades da semana?

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

Elimine quatro distrações que atrapalham o rendimento do seu dia.

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

Suas metas estão estabelecidas?

[] SIM [] NÃO

Se não, estabeleça agora! _____

Acelerador de produtividade

Qual medida você pode tomar para acelerar sua produtividade esta semana? Por exemplo: tentar algo novo.

Seu objetivo é de curto ou longo prazo?

Cuide de você!!! Escreva uma ação em que apenas você é o foco!

**SE FOR
PRECISO MUDAR,
MUDE! COMECE
DE NOVO, A VIDA
É FEITA DE
TENTATIVAS
E ACERTOS.**

Anônimo

A ERA DA ANSIEDADE

Da população do planeta, 4% sofre de ansiedade.

Digo para a turma da minha idade e para os mais velhos que me seguem que vivo numa geração chamada de Y. Basicamente é aquela que é forçada a fazer uma faculdade, mesmo sabendo que muitos dos formandos dos cursos feitos na universidade não atuam na área. Hoje, parece que muitos fazem faculdade por obrigação da sociedade. Há cursos sem demanda, sobretudo em certas regiões do país, porque hoje o mercado está muito saturado. Há um milhão de opções para tudo.

Então, se você é uma pessoa insatisfeita com a sua faculdade, profissão, com a vida hoje, você faz parte da minha turma. Não sou formada, larguei a faculdade para poder correr atrás daquilo em que acreditava.

Comecei uma faculdade de direito, influenciada pelos meus pais. Naquela época, já iniciei errado: queria fazer veterinária, e não direito. Mas sabe como é: minha mãe é advogada, meu pai também. Meus pais, aliás, têm duas faculdades. Ou seja, eu era obrigada a fazer uma também. Cheguei até a falar para eles que não iria fazer, e foi uma loucura em casa. Resultado: fiz, passei dois anos em um curso e ambiente de que não gostava e larguei, porque não entendia e não me interessava. Se você me perguntasse o que era um tipo de assassinato, eu não saberia.

Confesso que, da minha turma, não era só eu não. Na minha sala, havia cerca de 50 alunos, e acho que uns 30 não sabiam nem o que estavam fazendo ali. Certamente, vejo a maioria hoje fazendo outras coisas da vida, alguns, aliás, numa trajetória ascendente em segmentos diversos. Porque a maioria dos adolescentes entra numa faculdade por obrigação da escola. Você é preparada durante anos, na escola, para passar no vestibular. As escolas estão mais

interessadas no ranking que vão apresentar todos os anos: “Ah, o meu aluno passou em primeiro e segundo lugar em medicina”.

Gente, defendo totalmente a educação. Mas uma coisa importante só é aprendida fora dos portões escolares – que é a arte de vender, fundamental para qualquer profissão. Se você é médica, tem de aprender a falar bem do seu ofício e da sua cirurgia. Se é nutricionista, tem de vender a sua consulta. Se é psicóloga, tem de vender a sua sessão. A maior parte não sabe vender, porque não tem a prática. Vejo muitos talentos em diversas áreas que não saem do lugar porque não entendem essa prática.

Larguei a faculdade de direito porque sempre gostei de vendas. Não me sentia realizada fazendo o que não queria. Decidi abandonar para correr atrás do meu sonho.

Decidi escrever este livro para mostrar que, independentemente da sua área e idade, você realmente pode mudar a sua vida. Não sou diferente de você. Alterei meu destino aos 22 anos, sem formação, com todos os perrengues por que passei. A única diferença foram as pessoas que estavam comigo e as ações que desenvolvi durante o caminho. Não quero aqui dar a receita do bolo, porque ela não existe, mas falar sobre a receita que deu certo comigo.

Faculdade é muito importante, mas não é o único ponto que leva você a realizar seu sonho. Estudo sempre agrega, mas depende mais de você.

QUEM AQUI JÁ FRACASSOU?

Quando faço essa pergunta, a maioria das pessoas levanta a mão e confirma o autfracasso.

Para essa turma que levantou a mão, continuo:

O que você fez desse fracasso?

DESISTIU OU PERSISTIU?

De dez pessoas, apenas duas falam que persistiram.

Assustador, não?

Caito Maia, presidente e fundador da Chilli Beans

O que admiro nele é a insistência. Maia quebrou algumas vezes e focou o que queria. A história dele pode ser resumida em garra e marketing.

Caito sempre me despertou curiosidade. Eu ficava pensando: "Há tantas lojas da Chilli Beans espalhadas em todo lugar, no metrô, no aeroporto. Será que vende tudo isso?". Não é possível que venda tantos óculos dessa marca, porque não são baratinhos. São caros. Daí, eu fui um pouco atrás de sua história.

Tempos atrás, fui a uma palestra dele em São Paulo, na qual Maia contou que quebrou três lojas de óculos. TRÊS!

Gente, se você quebrasse uma loja de óculos, abriria a segunda?

Não mudaria o ramo? "Não deu certo, vou fazer outra coisa."

Aí, ele abre a segunda. E quebra de novo.

Se quebrasse duas academias, eu não abriria outra. Eu teria trauma talvez.

E o cara não, ele abre a terceira, e é esse estouro de marca e franquias.

O que acho mais interessante nele é o treinamento que faz com os vendedores pelo país. Não é papo dele. Eu achava que ele falava da boca para fora que ia aos quiosques, mas fui às lojas da Chilli Beans para perguntar – todos o conheciam: "Foi ele quem treinou a equipe daqui".

Outro ponto que me inspiro nele: o jeito como valoriza o próprio marketing. Maia sempre pega figuras de destaque nacional para fazer propaganda. Ele acredita muito no marketing. Esse é um ponto um tanto fora da curva. Muitas empresas são conhecidas por, em tempos de vacas magras, cortarem primeiro sempre no marketing. Caiu o faturamento, vamos cortar vaga do marketing. Ele não. O cruzeiro que ele organiza é disputadíssimo.

Seja na vida ou na construção da marca, Caito tem três inspirações: o cineasta David Lynch, o músico David Bowie e a empresa brasileira O Boticário.

A verdade é que a maioria desiste no primeiro fracasso. Para quem começa a desenvolver um negócio, então, parece que a mesma frase vem à cabeça: "Olha aí, mais uma vez a vida me falando não nasci para empreender".

Eu fui roubada no meu primeiro mês de academia.

Abri no dia 4 de setembro, e, no dia 12 de outubro, os ladrões entraram. Levaram quatro notebooks, dois celulares, cabeamento da academia toda, o som da sala de treino, meu cofre com cheque de pagamento. Levaram quase tudo, um prejuízo terrível para mim.

Eu poderia pensar assim: “A vida não gosta de mim”, “Deus não gosta de mim”. Mas havia algo mais forte dentro de mim que disse:

“Se é isso que a vida quer me ensinar, é isso que vou aprender. Se ela fez isso comigo, é porque sou capaz de reverter”.

Não queria ser vítima. Sempre detestei quem se faz de vítima, de simplesmente falar que não consegue por algum motivo, que não vai para frente, por isso eu peguei essa lição não como um fracasso, mas como um novo início.

**Se eu já trabalhava 12 horas por dia, agora trabalharia 14.
Se a minha meta era fazer 100, agora minha meta será
fazer mil.**

Essa questão da necessidade foi algo que me ajudou, me deu um empurrão. Tive de pegar um financiamento no banco para pagar os novos maquinários, comprar tudo novamente, para sanar o prejuízo que eu tinha tido, para poder me reerguer. Tinha uma funcionária e mandei-a embora, porque eu não tinha dinheiro para manter a academia. Literalmente me virei em 800 para poder me reerguer.

Comecei a fazer ações diferentes para envolver mais pessoas, e há sempre elementos, em quase todo lugar do mundo, que ajudam as pessoas a se conectar. Cachorro é um exemplo. Tatuagem é outro. Quem tem cachorro sempre conversa com quem tem cachorro. São as chamadas tribos. Era ali que precisava atacar.

Eu fazia treinos com cachorros aos sábados. Calma, gente. Minha academia não virou uma pet trainnig (rs). Mas a pessoa podia levar o cachorro para poder treinar e teria uma cuidadora. Outra ação foi incentivar matrículas com tatuagem de graça feita na hora. Sempre busco parcerias, principalmente com jovens empreendedoras mulheres. Nessa época, a tatuadora era mulher, a dona do pet era mulher, e uma menina preparava os shakes no dia do shake.

Foram mais ações inéditas na minha cidade. Nenhuma academia fazia treino pet. Em nenhuma academia, a pessoa fazia a matrícula e ganhava uma tatuagem na hora. Comecei a somar valores diferentes para a academia.

Foi um novo início. No meu primeiro mês, perdi, mas renasci. Minha mãe, no dia em que roubaram toda academia, me ligou e

falou: “Eu falei para você não inventar isso”. Não dei ouvidos e insisti. Com a academia, diferentemente de outras áreas, decidi não desistir.

**NÃO TENHA
MEDO DE
VENTOS FORTES,
A VENTANIA SÓ
LEVARÁ O QUE
ESTIVER PODRE.**

Anônimo

NÃO TENHA MEDO DE LARGAR O QUE NÃO FAZ VOCÊ FELIZ

Dormir cinco horas por dia e acordar às 4 horas não é sacrifício para quem está feliz com o que faz. É natural. Você está tão focada, tão feliz e tão realizada, que não é problema, é algo que vai fazer parte da sua vida. Quando encontra o seu propósito, você realmente tem de levar adiante, não pode desistir no primeiro fracasso, porque fracassos virão. Até agradeça alguns fracassos, porque é por meio deles que você cresce e renasce.

Pare de se lamentar!

Quem você gostaria de mudar para que sua vida fosse mais fácil?

Em geral, quando faço essa pergunta, as pessoas pensam imediatamente em três pessoas.

Pois é, chefe, desafetos e até pai, mãe, marido e filho. Mas o que tenho para dizer é: a velha máxima dos “incomodados que se retirem” não existe. Não há como você mudar ninguém. Quando você se casa com uma pessoa e fala que ela vai mudar, já casou errado. Porque ninguém muda por ninguém. Você tem que mudar para se adaptar aos outros, e, se não está disposta a mudar, a enxergar a vida de uma forma diferente, já está vivendo o fracasso.

Escrevo isso porque não sou adepta do vitimismo. Acho que, quando você enxerga o erro em si mesma, é mais fácil mudar seu entorno, sua vida e até a sociedade.

Reparou que, quando você faz uma ação diferente para melhor, as coisas começam a mudar? Exemplo pessoal: eu era a rainha do trânsito, adorava buzinar, A-DO-RA-VA. Mas quando buzina, eu descontava minha raiva em alguém. E, na maior parte das vezes, esse alguém também buzina e desconta a raiva dele em mim. As pessoas também têm problemas no dia a dia delas, não é só a gente. Então, temos de parar um pouco de nos colocarmos no papel de

vítima, porque somos nós que estamos nos odiando, não é ninguém além de nós mesmos.

Quando começa a se amar, você começa a ver que tudo que a outra pessoa faz não afeta você, porque você está em um lugar diferente dela. Comecei a levar isso para minha vida. Acho bom quando paramos e vemos que não estamos agindo adequadamente com os outros e com nós mesmos. No trânsito, por exemplo, coloquei um X no meu volante para me lembrar de não buzinar quando algo que acho errado acontecer. A gente vive no automático, e, qualquer coisinha sem motivo, é BÉÉÉÉH. Fiz um acerto comigo de ficar um ano sem buzinar. Gosto de me desafiar. E toda vez que alguém buzina pra mim, eu parava do lado da pessoa e abria o vidro. O motorista nem olhava para mim. Porque todo mundo tem medo. E sabe o que eu fazia? Dava uma buzinação só para a pessoa olhar e pedia desculpas.

“Moça, desculpe-me, eu errei”.

Façam um teste uma vez: as pessoas se desarmam tanto que acabam se desculpando também.

O mundo muda quando paramos de fazer o que fazemos de errado. Você é responsável por mudar a vida das pessoas ao seu redor.

Pare de querer mudar os outros e mude você.

Se o seu marido não lava a louça, experimente lavar e deixe um bilhete para ele: “Lavei a louça hoje. Você pode lavar amanhã?”.

Mude a estratégia. Isso é fundamental!

Se o seu pai não fala que ama você, se você vive reclamando disso, já falou “eu te amo” para ele? É simples. Comece a fazer com o outro o que gostaria que fizessem com você. Se você não se sente apoiada, quero que se lembre da última vez em que apoiou alguém.

Se você tem um funcionário que não se entrega, não entrega serviço, só reclama, comece a mostrar-lhe o que é que gostaria que ele entregasse.

Comece a se colocar no lugar das pessoas e pergunte o que está acontecendo.

Torne-se mais humana. Pare de esperar muito dos outros e comece a fazer. Quantas vezes ficamos orgulhosas em nossas casas esperando o outro tomar a iniciativa? “Não, não vou mandar

mensagem primeiro. Vou esperar a pessoa mandar.” A pessoa não vai mandar mensagem, porque ela também espera a mesma ação de você.

Hoje é difícil a gente se entregar.

Hoje todo mundo é muito eu, eu, eu.

E o “eu, eu, eu” vira uma enorme carência. A pessoa não se entrega com medo de se machucar. Não é porque ela não gosta de você. É porque todo mundo é tão ferido hoje que já anda armado e blindado.

Esquecer o vitimismo nos ajuda a chegar aos nossos objetivos. Sabe por quê? Porque paramos de achar culpados: “Por que não tive o mesmo desempenho legal da fulana de tal?”. Mas já se perguntou se você se entregou como a fulana se entrega? Algumas chegam para mim e falam: “Nada do que faço dá certo”. Mas, às vezes, você não se entrega nem metade do que um vencedor se entregou. Mas precisa achar um culpado.

O tempo que você perde reclamando é o tempo que poderia estar tentando

O tempo que perde reclamando ou criando problemas na sua cabeça é o mesmo tempo que você poderia usar para gerar ações.

Como você cria ações? Se você tem um plano, não reclame que não tem dinheiro ou tempo. Tente!

Escuto de muitos: “Ah, já tentei de tudo”. Mas aí questiono um pouco e vejo que não tentou mesmo, não deu o seu máximo, porque pessoas que dão de tudo, em geral, chegam lá.

Troque a reclamação pela criação de metas. Tem um objetivo? Crie minitarefa para alcançar. “Quero abrir um negócio X”: qual deve ser o primeiro passo, o que fazer na segunda-feira, na terça e assim por diante?

Tente ao máximo não falar dos seus problemas para os outros

As pessoas costumam usar isso para superar os problemas delas e automaticamente você fica fragilizada. Portanto, tenha muito cuidado com quem fala de sua vida: não seja aquele tipo de pessoa

que você encontra, o outro pergunta se está tudo bem, e a pessoa responde: “Ah, tô indo...”. As pessoas sugam muito a energia! Às vezes, a pessoa que se dispõe a ouvir você pode estar mal-intencionada, querendo apenas obter informações.

Se você está bem, se comeu, se tem casa, você está ótima. Repita que hoje vai ser um dia incrível. Quando você se levanta e fala isso, o seu dia realmente muda. Agora, se levanta e já fala que nem devia ter levantado, de mau humor, p***, seu dia tem enormes chances de ser ruim, porque seu esforço vai ser ruim. Não seja o tipo de pessoa com quem você vai conversar em 2030 e vai reclamar dos mesmos problemas que tinha em 2019.

Feche o olho e idealize como quer estar daqui a dez anos

Crie objetivos, crie metas, planos de ações, não pense simplesmente que vai fazer isso daqui a dez anos.

Mas tem que ter um foco, né? Sei que algumas das melhores coisas da vida não são planejadas; elas simplesmente acontecem, mas acontecem por quê? Porque você está preparada. Porque, se não estiver, a oportunidade passa.

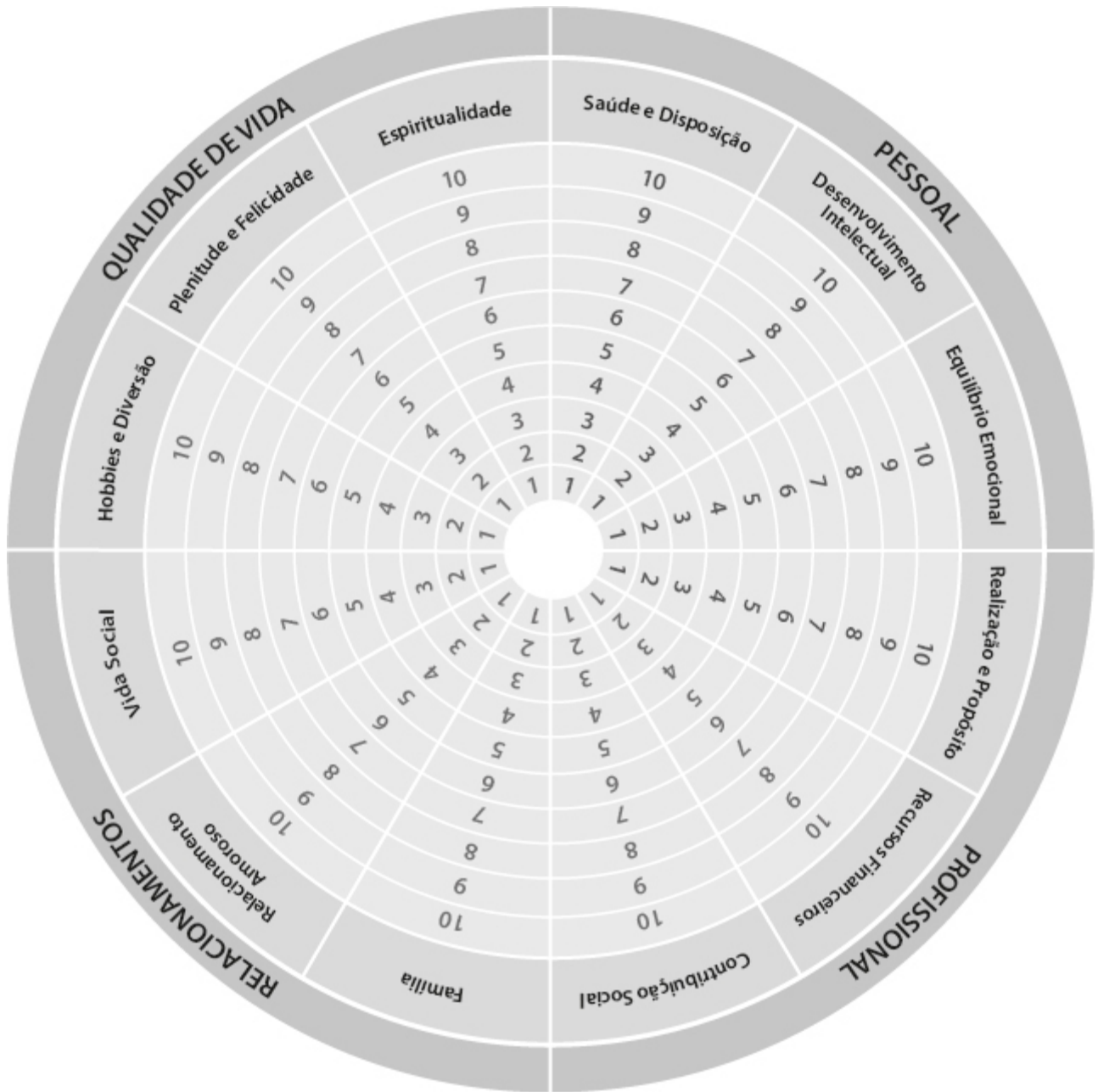
Responda aqui para mim:

A criança que você foi se orgulharia do adulto que você se tornou?

Entre sim e não...

Comece onde você está,
use o que você tem,
faça o que você pode,
mas FAÇA!

Este é um teste de autoconhecimento que pode ser útil na sua vida pessoal ou profissional.



Primeiro passo:

Dê uma nota de 1 a 10 para cada área da sua vida.

Exemplo: ÁREA FAMÍLIA: Como você está, de 1 a 10, com seus familiares?

ÁREA HOBBIES E DIVERSÃO: O tempo que você gasta com atividades prazerosas na sua vida é suficiente?

Segundo passo:

Após marcar todas as áreas da roda, ligue os pontos e confira o resultado final. Que figura é essa? O ideal é a formação de um círculo ou o mais próximo disso. Do contrário, sua vida não está em equilíbrio.

Já viu um pneu triangular? Imagine-se fazendo uma viagem num carro com esse pneu. Seria um trajeto cheio de sobe e desce, com muito mais dificuldade, diferentemente de um pneu convencional que faz um trajeto em perfeita estabilidade, sem você perceber a movimentação do carro.

Quero que avalie o resultado da sua roda e perceba qual área impede você de possuir uma movimentação perfeita e estável.

Feita essa avaliação, responda às seguintes questões:

Como você avaliou o resultado?

Em qual área você crê que, se colocar foco, vai melhorar o resultado final – a criação de uma roda perfeita?

O que você gostaria de desenvolver nessa área escolhida?

Por que essa área escolhida é importante para você?

**NÃO DESISTA,
ALGUÉM ESTÁ
SE INSPIRANDO
EM VOCÊ.**

Anônimo

INSPIRAÇÃO

Toda pessoa tem uma inspiração. Vou dar uma pausa aqui para revelar a minha maior inspiração no mundo dos negócios:



Luiza Helena Trajano, presidente do Conselho de Administração do Magazine Luiza.

Ela está à frente do seu tempo.

Definitivamente. Se hoje, em 2019, tenho 23 anos, posso dizer que ela está à frente de toda minha geração. Ela tem 67 anos. As coisas estão mudando, mas muita gente nessa idade já está aposentada, sem preocupações com o trabalho. A minha avó, por exemplo, tem a idade dela e não entende um terço das palavras que ela fala (te amo muito, vó!).

Luiza é extremamente conectada. É o que chamo de não parar no tempo. Ela é capaz de saber mais coisas online do que eu. Ela se

reinventa e, quando você pensa que ela parou, inova mais uma vez. O sucesso do Magazine Luiza deve-se muito às relações que a empresa construiu com clientes, fornecedores e funcionários. Com seu jeito maternal, despachado e acolhedor, Luiza Helena Trajano criou um senso de comunidade que serve de combustível para a motivação de seus funcionários.

Vamos começar por uma de suas grandes inovações: ela criou a primeira blogueira digital do Brasil, um personagem que vende os produtos como se estivesse na loja física. As pessoas acreditam que a Lu, como ela se chama, é real. A Lu surgiu para humanizar a ajuda aos consumidores por meio do SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor) e terminou sendo promovida a garota-propaganda da rede. Hoje, ela tem uma participação impressionante no marketing da empresa: tem quase dois milhões de seguidores no Instagram abastecidos diariamente por novidades dos produtos, vídeos interativos onde explica mais detalhes da mercadoria, além de sanar as dúvidas dos clientes como a quantidade de BTUs necessários para um ar-condicionado, por exemplo. São dezenas de profissionais contratados para produzir o conteúdo que a Lu faz diariamente, porque ela se comunica, liga, fala, é humana. Ela conta a vida, se envolve, fala até de séries, como “Game of Thrones”. Ou seja, ela pega temas da atualidade, todos no mundo virtual, e se comunica com o público. Ela não está ali para agradar a ninguém. Está para vender mesmo. É pura venda.

Em abril de 2019, tive a oportunidade de ouvir uma palestra da Luiza. Foi incrível. Ela contou toda a história do marketing. Desde o início de sua gestão à frente da empresa, ela focou o marketing, investindo em muita propaganda de TV, principalmente em merchandisings nos programas de domingo de Gugu Liberato (no SBT) e do Faustão (na Globo). Juro que, quando criança, ouvia o Faustão falar tanto do Magazine Luiza na TV que eu achava que ele era dono da rede de lojas. Vocês já pensaram nisso algum dia? Eu já. Nesse-meio tempo, ela começou a fazer rádio também. Só mudou quando seu negócio começou a dar uma estagnada. Foi aí que nasceu a blogueira.

O interessante é que a Lu nasceu antes de 2009, quando não existia o Instagram e o YouTube não tinha ainda produzido seus

fenômenos de celebridades digitais. Havia apenas um blog que se chamava “Blog da Tia Lu”. O povo ficou louco com ela.

O interesse de Luiza Helena em internet começou aos poucos. Ela não acreditava que um site teria o que chama de “calor humano”, nem acreditava nas vendas online, principalmente porque ela tinha medo de perder o contato direto com o cliente. Quando criou a Lu, foi para aproximar o cliente de uma figura, para as pessoas saberem com quem estavam falando. Não simplesmente com uma ligação fria de um call center. “Eu não vendo móveis, eu vendo um propósito, um conceito”, disse em sua palestra. Ela tinha receio, enfim, de perder a interação.

O marketing no Magazine Luiza zela muito pelo regional. Cada loja no Brasil tem as suas próprias diretrizes e os funcionários são incentivados a gravar vídeos com sua câmera para divulgar novidades e produtos. Uma loja na Bahia, por exemplo, tem seus vendedores fazendo do jeitinho que eles venderiam para seus clientes. O Brasil é gigante demais, e cada região tem seu jeitinho de consumir e também de vender. Eles não contratam modelos, nem maquiadores, nem figurante, nem produtores. Você pode fazer o vídeo que quiser na sua rede que poderá ser postado nas redes oficiais – passa antes por uma aprovação da sede. Essa iniciativa foi instituída na empresa em algo chamado internamente de “liberdade acompanhada”. Os gerentes têm autonomia para definir preço, aprovar crédito e criar propagandas e campanhas para suas lojas. Além da página oficial da rede no Facebook, há várias lojas com “fan pages” próprias para fazer promoções e atrair clientes. Há anos, Luiza afirma que é preciso criar uma cultura digital entre todos os funcionários, pois muitos vendedores e gerentes não estão familiarizados com as ferramentas da internet. Antes de 2016, a empresa lançou um movimento chamado #abraceonovo para marcar esse esforço para inclusão digital.

Essa iniciativa humaniza a relação da rede de varejo com seus clientes. No site oficial, Luiza escreve uma carta de apresentação da empresa e disponibiliza seu e-mail corporativo direto para qualquer um entrar em contato. Essa humanização se passa também dentro da relação com os funcionários. O rito de comunhão é um dos instrumentos criados por Luiza Helena para aproximar e motivar a equipe. Em geral, toda segunda-feira as pessoas se reúnem na sede

em Franca, no interior de São Paulo, ou nos CDs (centros de distribuição) ou em uma das lojas da rede no país para cantar o hino do Magazine Luiza:

“O prazer de fazer é tão grande,
que o medo de errar se esvanece,
e a cada conquista se cresce um pouco mais”

Esse é um dos trechos da canção.

Todos os funcionários têm o celular pessoal dela. Ela diz que dá o telefone pessoal sem pestanejar. Por quê? Justifica dizendo que precisa motivar o funcionário a querer trabalhar com ela e incentivar a ter um desempenho melhor, para que ninguém ache que ela, por ser presidente do Conselho de Administração, seja uma pessoa inacessível. Quando há reclamações em seu e-mail, é ela quem liga eventualmente, e não sua equipe. Luiza contou que, certa vez, precisou ligar diretamente para um funcionário a fim de checar algumas coisas: “Oi, aqui é a Luiza Helena”. “Como assim é você?”. “Sou eu, afinal você é quem paga o meu salário. A minha obrigação é te ligar”. Luiza sai do pedestal que costumamos ver entre os executivos de empresas.

Saber dessa relação direta com o funcionário me impactou e me fez tirar uma crença que tinha e que muitos me falam:

“Não dê seu telefone para todo mundo, você precisa estar na frente do seu cliente, na frente da sua equipe”.

Gente, não é bem assim. Quem paga suas contas é o seu cliente. De forma moderada, é importante às vezes passar seu contato direto. Revi isso com as declarações de Luiza. Fiz um teste imediatamente após deixar a palestra: falei para galera nos Stories que criaria um grupo no WhatsApp. Criei, e, em questão de minutos, tivemos dezenas de interessados, porque gerou um vínculo.

E quando há vínculo, é o que Luiza diz e eu confirmo, gera o calor humano.

A história do Magazine Luiza começou há mais de 60 anos, como uma pequena loja de presentes chamada A Cristaleira, em Franca, no interior paulista. Os fundadores, o casal Luiza Trajano Donato e Pelegrino José Donato, eram tios de Luiza Helena. Hoje, ela preside o Conselho de Administração da empresa. Quem comanda a

presidência é Frederico Trajano, seu filho. Luiza se dedica a inúmeros projetos, como o Mulheres do Brasil. Um dos principais motes desse grupo é incentivar a ascensão feminina a cargos de liderança nas empresas.

De Luiza tiro várias lições, mas talvez a maior delas seja:

Cuidado com o pedestal em que se coloca, porque você não é melhor que ninguém.

**QUEM FAZ TUDO,
NÃO FAZ NADA.
CONCENTRE-SE
NO QUE VOCÊ
É BOM E DELEGUE
O RESTO.**

Anônimo

A ERA DO COACH

Não posso deixar de escrever que, mesmo correndo atrás dos nossos ideais, podemos sofrer com eles.

Eu sofri.

Quando você precisa focar alguma coisa, não pode estar ao redor de pessoas que não têm a mesma vontade, o mesmo domínio, o mesmo interesse que você. Em algumas situações, quando não encontramos parceiros no meio do caminho, o resultado é que você pode ficar muito sozinha, porque precisa colocar suas ideias no lugar até encontrar alguém que ande no seu ritmo. Quando passei por isso, pensei no seguinte:

a solidão não é um problema, às vezes.

Pelo contrário. A solidão pode ser incrível, porque você conversa consigo, entende seus problemas, suas necessidades. Quando conversa consigo, você mais escuta do que pensa. É por isso que acho incrível a questão do voto de silêncio, porque nosso cérebro é muito doido.

Voto de silêncio é um voto religioso de silêncio, geralmente feito por monges que chegam a ficar anos sem conversar, sem falar nada, só pensando. Quando voltam, voltam mais sábios. Quando você expõe a sua raiva, muitas vezes nem pensa no que fala. É incrível quando a gente pensa e conversa com o nosso interior.

Faço esse preâmbulo porque há pessoas que hoje pagam consultorias caríssimas com coaches de tudo para eles simplesmente tirarem o que está dentro delas. Tudo isso porque dependemos de algo ou alguém. Não sabemos nos aproveitar. Porque a gente, no dia a dia, não pensa, não conversa, não se justifica, não se questiona.

O que estou fazendo com isso?

Por que estou aqui?

Por que preciso fazer isso?

O que preciso fazer para chegar lá? Como fazer?

As perguntas que, em geral, boa parte dos coaches fazem para seus clientes têm de ser feitas por você diariamente.

As respostas estão dentro de nós.

Muitas das vezes, não nos comunicamos com nós mesmos. É nesse ponto que reforço a importância, em alguns momentos da vida, da reflexão, do recolhimento e da solidão (palavra que afugenta muita gente, mas não é para ter medo, não).

Vivemos uma era desse medo da solidão, mesmo com tanta informação e tanto acesso ao próximo por meio das redes sociais. Essa explosão muito recente dos coaches deve-se a isso. Uma explosão, ao mesmo tempo, de pessoas ansiosas e até depressivas. Às vezes, você pergunta para alguém: “O que você quer?”. Ela responde:

“Não sei”.

Os bons coaches têm a noção de tirar o seu melhor. Eles falam: “Acredite no seu potencial”, “Vamos”, “Faça”, “Corra”. Pode parecer óbvio o que eles falam. Comparo um coach a um personal trainer, inclusive o nome diz isso, um treinador. Muitas pessoas estão acomodadas e precisam de alguém para que possam falar. Em vez de elas mesmo falarem, precisam de alguém que fale: “Faça”.

A causa disso é a sociedade em que vivemos atualmente. Ela é rápida demais. Chamo de sociedade “go go go” (“vai vai vai”): hoje, você está aqui, amanhã já está em outro lugar. É a era do miojo, tudo resolvido em três minutos. Caso contrário, você se frustra. É tudo muito fácil, rápido. A pessoa diz: “Não tenho tempo de treinar”, mas está lá, duas horas do dia, vendo a foto dos outros no Instagram, acomodada, e o mundo acontecendo lá fora. As oportunidades abrindo e fechando na mesma velocidade.

Sinto que hoje as pessoas têm preguiça de esperar o processo da conquista de um ideal. E esperar o processo é uma das melhores formas, faz parte. As pessoas, em geral, são muito frustradas, porque criam um programa hoje e, se amanhã não der certo, se frustram e precisam de alguém para motivar. É aí que entra a figura do coach.

Mas é sempre importante dar um alerta. Assim como é notório o aumento de pessoas ansiosas, há o aumento dos profissionais que sanam seus dilemas – os coaches. Com isso, aparecem picaretas de tudo que é tipo no mercado. Esses dias, vi que um rapaz se

autopromoveu como “coach oncológico”. É sério! Faço uma pergunta a você que está lendo: a pessoa que está com câncer, seja lá onde for, vai procurar um coach? O que o coach pode falar a ela? “Confie no seu potencial”, “Você vai curar sua ferida”? É preciso ter limites, minha gente! E não é brincadeira, porque, nesses extremos, há gente capaz de parar de tomar o remédio, de diminuir a confiança no médico, porque acredita fielmente no seu “coach oncológico”.

Outro exemplo: como um coach business vai falar de empresa se ele não tem empresa? A maior parte não tem experiência. Ele vai falar: “Não, você tem de fazer isso”. Mas como ele pode falar isso para você se nunca tentou, não tem nem portfólio? Hoje, a geração está tão preguiçosa que as pessoas são formadas em um curso de final de semana e já querem sair dando pitaco na vida dos outros.

Fiz todo tipo de coaching que você possa imaginar: Business Coach, Life Coach, Self Coach, Analist Coach. Porque eu queria realmente entender o que era um coach. Sempre achei que, antes de julgar, a gente tem de conhecer, e eu achava muito estranho as pessoas não serem formadas em nutrição e serem coaches de emagrecimento, passarem dietas e falarem para as pessoas acreditarem no potencial delas. Calma lá. A pessoa precisa de um profissional estudado e treinado para isso. Vai que o sujeito tem um problema hormonal, e a questão não é somente alimentação. Nesse caso, ele precisa de um acompanhamento médico. Sou contra “profissionais” que surgem no meio e, como vivemos na era do “miojo”, fazem um curso rápido de final de semana e se sentem aptos para ganhar dinheiro em cima dos outros. E sempre em cima da dor e do dilema dos outros. O coach é um treinador, não vamos esquecer. Ele quer e precisa tirar o seu melhor, seu potencial. Só que a maioria não está capacitada.

No entanto, vejo com bons olhos um médico querer ser coach para poder atuar na profissão dele como coach e médico. Isso, para mim, é um coach. Uma nutricionista que faz um coach para ser coach de emagrecimento. Aí sim. Mas não simplesmente uma pessoa que não tem uma formação, faz um curso de final de semana e sai por aí dando pitaco.

Nunca me considere um coach. Se pegar, por definição, a palavra, posso até ser, mas não curto. Prefiro me definir como “self

coach”.

Sou o coach de mim mesma. Por que quem melhor do que eu para tirar o melhor de mim?

**SE VOCÊ QUER
VENCER, NÃO
FIQUE OLHANDO A
ESCADA. COMECE
A SUBIR, DEGRAU
POR DEGRAU,
ATÉ CHEGAR
AO TOPO.**

Anônimo

Foco, Foco, Foco!

Suponha que você esteja numa plateia, e, do nada, um holofote jogue luz em alguém. Você olha para a pessoa ao seu lado ou para pessoa que está no holofote?

Essa é uma teoria simples do holofote que nos ensina basicamente a ter foco.

Quem tem foco na vida é notado.

Uma pessoa que quer abraçar o mundo, tem pouca coisa, para não dizer nada. Ora, é uma pessoa sem foco.

Ter foco é se entregar 100% àquilo que você está fazendo. Não é você estar trabalhando e falar assim: “Ai, eu queria tanto estar na praia”. Chega à praia, no começo de um feriado, e pensa: “Nossa, deixei relatórios para entregar. Estou ferrada. Eu devia é estar trabalhando!”. Resultado: você não se entrega a nada.

A mesma coisa acontece quando você está em um curso ou uma palestra e pega o celular para dar uma olhada nas redes sociais: você não está se dedicando 100%, está mais ligada com as coisas externas em vez de estar presente no que será apresentado. Conhecimento nunca é demais. Se, por acaso, não está gostando muito do curso ou da palestra, pois está tudo muito chato, pense que de dez coisas a serem ditas ali uma servirá para você. A partir do momento em que há foco, você obtém resultados melhores.

Fica aqui uma lição para as novas empreendedoras: segmentar o negócio é uma boa forma. Quando se segmenta, é mais fácil criar ações para o seu produto. Por exemplo, na academia, não falo que o aluno vira body building ou marombeiro. Falo que ele emagrece. Você ganha a pessoa com essa palavrinha. Costumo segmentar: quem vai à minha academia emagrece. Nas minhas palestras,

costumo falar com mulheres. Ou seja, não espere que eu vá falar de astrologia. Quando se restringe o público, a pessoa já espera o produto certo.

Você é a média das cinco pessoas com que convive

É muito importante se cercar de pessoas que façam você desenvolver o seu lado criativo.

Você passa por um perrengue, chama a amiga – aquela que você espera sempre que lhe dê um norte, um conselho bom – para conversar, fala de sua angústia e seu problema, e ela responde assim:

“Xiii... você nem sabe o que aconteceu lá em casa ontem”, e começa a falar o problema dela. Ou seja, você foi para ser ajudada, mas quem acaba precisando de ajuda é a outra pessoa. As pessoas andam carentes. Passei por essa situação muitas vezes: queria desabafar, mas quem precisou escutar fui eu.

Nunca esqueça:

**Pessoas de sucesso falam de projetos.
Pessoas fracassadas falam de pessoas.**

Se você está em uma reunião de amigos cujo assunto central é falar mal da vizinha, da sogra, da amiga. Atenção! Tenho fugido disso e me cercado de gente que troca experiências, ideias, nem que seja sobre viagens, restaurantes, coisas interessantes, novas, até temperos de comida. Qualquer assunto que lhe agregue alguma coisa. Tente se cercar de gente que agregue e não que sugue.

Temos de andar com pessoas que acrescentem algo à nossa vida, tanto em palavras, quanto em rotina. É muito bom quando você se senta a uma mesa com pessoas que acabaram de fechar um negócio, que falam de coisas boas. E, de repente, você pensa: “Meu Deus, preciso fazer urgentemente alguma coisa”. Converso com amigos da faculdade, e parece que não aconteceu nada na vida deles desde então. Você está com a cabeça em 2019, 2020, e eles parados em 2005. Penso: “Gente, não cresceram nada mentalmente, não evoluíram nada”.

O meio externo nos atinge, e muito. Então, se você quer ser um profissional ou empresário de sucesso, cerque-se de gente legal, que some na sua vida. Faça seminários, cursos, envolva-se com pessoas que procuram objetivos parecidos com os seus.

**O SEU FRACASSO
É APENAS UMA
OPORTUNIDADE
PARA RECOMEÇAR
DE UM NOVO
JEITO MAIS
INTELIGENTE.**

Anônimo

MUDE SEUS HÁBITOS

Mude seus hábitos para obter resultados

Como você muda seus hábitos?

A nossa qualidade de vida é baseada na qualidade de nossos hábitos.

Se você está no seu momento de lazer, opte por filmes ou séries ou programas que vão agregar: não produções a que simplesmente você assiste por assistir, mas aquilo que tenha a ver com o seu conteúdo, algo que possa desenvolver o seu emocional, seu potencial de acelerar e criar mais ideias.

Assisto ao programa “Shark Tank”, assisto à série “Suits” e a documentários. Tento ver coisas que realmente vão mexer e inovar o meu lado criativo. Faça o mesmo. Não sente simplesmente na frente da televisão para assistir a uma coisa que não tem nada a ver com você, só para você passar o tempo.

Hoje, tempo é um luxo. Se você perde duas horas assistindo a algo na televisão que não vai agregar nada, para que assistir?

Outra dica boa: faça esportes. Não adianta nada você treinar a sua mente se não exercitar o corpo. Boa parcela dos empresários de sucesso já correu alguma maratona, fez alguma coisa muito radical como esporte, até para liberar hormônio. Quando você treina o seu corpo, tem mais controle até do seu cérebro. Os exercícios melhoram sua saúde, aumentam sua disposição, a confiança e a sensação de bem-estar.

Mantenha hábitos

Crie hábitos. Durma sempre no mesmo horário. Acorde sempre em horários parecidos durante a semana. Ao manter os hábitos,

você consegue organizar a sua agenda, se planejar, encaixar o que realmente precisa fazer.

A maioria dos milionários acorda quase todos os dias no mesmo horário, bem cedinho. A maior parte está de pé às 6 horas e dorme muito cedo também. Porque dormir cedo e acordar cedo é saudável. E você rende mais.

Conversei com muitas pessoas de sucesso – e também li sobre muitas – que mantinham hábitos em suas vidas. Comecei a seguir e a ter resultados melhores.

Descubra suas potencialidades e seus horários ideais. Como descobrir isso? Mantendo hábitos.

Se um dia acordar às 9 horas, no outro dia às 10 horas ou às 11 horas, você poderá ficar mais cansada.

Determine um horário para as suas atividades

Minha vida é feita de horários. Se saio fora deles, fico p***, nervosa mesmo. Conheço gente que, se a reunião é às 8 horas, a pessoa acorda às 7h50, chegando na hora marcada meia hora depois. Se um cliente chega à minha reunião nesse horário, eu já não o atendo mais. Pode ser chatice minha (creio que não), mas não consigo lidar com pessoas que não têm comprometimento nem com horário.

Faça as tarefas mais difíceis pela manhã

Elaboro minha agenda um dia antes, mas com horários cravados mesmo. Acordo diariamente às 6h17. 6h17! Não é superstição, é porque gosto do 7. Meu número da sorte é o 7. Minutos depois de acordar, medito. Evito pegar no celular nas primeiras horas do dia. Vou abrir o WhatsApp lá pelas 9 horas. Se acordar e ler as mensagens, começo a ficar preocupada ou, para não dizer, estressada. Não posso me estressar pela manhã, porque rendo nessa faixa do dia para as atividades financeiras. Meu lado criativo, porém, acontece à noite.

Se você precisa resolver alguma coisa no mesmo dia, é mais fácil se livrar dela quando começa pela manhã. Vou dar um exemplo burocrático: se uma das etapas da resolução de um problema for

banco ou um documento para o contador que envolve uma instituição financeira, você tem horário-limite e depende dos horários comerciais: banco em todo país fecha às 16 horas, cartório às 17.

Prefiro fazer tudo pela manhã, porque, se algo fugir do controle, terei cinco horas ou mais para tentar resolver. Pela manhã, é sempre bom resolver as coisas mais difíceis ou aquelas de que você tem mais preguiça, porque passa o meio-dia, você almoçou, a comida bateu no seu estômago e você vai trabalhar na marra.

Execute primeiro as tarefas que geram receita

Exemplo: você tem de receber um valor do seu cliente e tem de ser hoje. Não adianta ligar às 16 horas. A primeira coisa que se deve fazer é acordar e cobrar esse cliente.

Não tenha medo de dizer não para coisas que podem atrapalhar seu dia a dia. Exemplo: você tem de ir ao banco e uma amiga está mal e quer tomar um café da manhã com você. Falar com ela vai atrapalhar o funcionamento do seu dia. O que eu faria: juntaria o útil ao agradável. Pegue a amiga e vão juntas ao banco. Faça suas tarefas primeiro antes de ajudar alguém. É claro que em tudo há exceções, mas tento usar isso para otimizar tempo, energia para mim e para todos que se envolvem comigo.

O melhor exemplo é a máscara de avião.

Em todos os voos, sejam nacionais ou internacionais, sempre ouvimos as instruções de segurança:

“Em caso de depressurização da cabine, máscaras de oxigênio cairão automaticamente. Puxe uma das máscaras, coloque-a sobre o nariz e a boca ajustando o elástico em volta da cabeça e respire normalmente. Depois auxilie a criança ao seu lado”.

Achei muito estranho quando escutei esse anúncio pela primeira vez. Como assim? E a criança que pode estar ao meu lado? Preciso protegê-la. Considerava que seria um egoísmo da minha parte colocar a máscara primeiro em mim e deixar uma criança – mais frágil – sem. Mas a verdade é nua e crua: se a cabine de uma aeronave perder a pressurização, em alguns segundos desmaiamos

por falta de oxigênio. As máscaras nos fornecem oxigênio para ficarmos conscientes por mais um tempinho. Muitas crianças não conseguem alcançar as máscaras dos assentos ou não têm habilidade para colocá-las sozinhas. Se os adultos tentarem colocar as máscaras primeiro nas crianças, eles poderão desmaiar antes. Moral da história: só podemos dar aquilo que temos. Primeiro se ajude para depois ajudar os outros. Não é egoísmo.

**O INTELIGENTE
APRENDE ERRANDO
E O SÁBIO
APRENDE COM
O ERRO DOS
OUTROS.**

Anônimo

CASOS DA MENTORIA

São muitos os dilemas que levam minha turma a me procurar via redes sociais. Também são muitas as questões levantadas nas mentorias que faço quinzenalmente.

Sem revelar a identidade, é claro, selecionei alguns casos, porque ou são corriqueiros ou, de alguma forma, podem ser parecidos com algo que você já viveu ou vive.

Não sou dona da verdade, sou uma pessoa imperfeita, mas com minha experiência, por meio de livros, estudo e vivência, tenho direcionado muitos para um caminho e objetivo mais claros.

Caso 1 **Sou nutricionista, tenho muita dificuldade em vender meus serviços e não consigo conquistar pacientes. O que faço?**

Essa é uma dúvida das mais frequentes entre meu público.

“Não consigo vender meus serviços e produtos e, conseqüentemente, não conquisto clientes.”

Nesse caso específico, de uma mentoria online, perguntei se ela tem feito marketing promovendo seus poucos pacientes, preservando a identidade de quem não quer aparecer. Ela disse que sim. Uma de suas táticas, inclusive, era postar fotos do “antes” e “depois”.

Questionei ainda a frequência dessas postagens referentes ao resultado dos pacientes, porque, atualmente, o pessoal gosta de ver o tempo decorrido até chegar lá.

Ela já tinha feito todas as questões que eu levantei referente ao marketing. Quis saber se o atendimento na clínica era bom, se o espaço era higiênico, se a secretária dela tinha um pós-venda, e a resposta vinha sempre positiva.

Esse caso me deixou com o pé atrás. Por que essa mulher não conseguia vender e conquistar pacientes?

Curiosa que sou, comecei a fazer perguntas mais emocionais. Por exemplo, “Você se alimenta direito?”. Como meu atendimento com ela era online, eu não a via pessoalmente. Por videoconferência, a gente não vê a realidade da pessoa. Perguntei muito como era o dia dela, a que horas treinava, a que horas se alimentava, se divulgava a alimentação, porque, quando você veste a sua marca, as pessoas começam a se inspirar em você. Uma nutricionista, afinal, precisa ou deveria mostrar uma rotina saudável. Não estou falando que toda nutricionista precisa ser magra ou que todo personal trainer precisa ser musculoso. Nada disso. Mas é preciso minimamente seguir o que você mesmo diz.

A partir daí, começamos a descobrir os erros: ela não fazia o marketing pessoal. Ela postava comendo sanduíches do McDonald’s, bebendo cerveja ou drinks na balada. Tinha toda a vida pessoal no Instagram profissional. E não tinha um corpo legal.

Bom, por que ela não tinha muitos clientes e perdia para os concorrentes da cidade dela? Porque a concorrência da cidade fazia ações presenciais com as pacientes, treinava junto, mantinha uma rotina saudável e postava o corpo de antes e depois.

Disse a ela o que já aponte neste livro, mas que cabe repetir: a embalagem é importante. Como você vai pregar algo para alguém se você não faz? Nos negócios e nas vendas, a velha frase “Faça o que eu digo, mas não faça o que faço” não existe. É preciso ter credibilidade e manter aquilo que sai das nossas bocas.

Ela não fazia nada do que falava. A partir do momento em que passou a desvincular a imagem dela pessoal com o Instagram profissional e postar ações como uma dieta, treinos, um prato balanceado e basicamente tudo o que falava na consulta e que não era impossível de se fazer, as coisas começaram a mudar. Porque hoje fazer dieta não é uma tarefa simples. Então, se a nutricionista come chocolate, bebe cerveja, eu também posso. Ela não era exemplo para os pacientes.

Quando ela passou a ser exemplo e inspiração, as clientes dobraram.



Caso 2 **Sou dona de uma loja de roupa feminina, vendo muito porta a porta, mas não tenho venda online. Quero vender mais as minhas peças. O que faço?**

Ela basicamente queria aumentar o faturamento e começar a vender online. Novamente, como no caso da nutricionista, pensei: “Será que ela usa as roupas que vende?”.

Sem ela perceber, comecei a seguir de outro perfil para acompanhar a sua rotina. Gosto muito de acompanhar os meus clientes, o que fazem, o que falam, porque isso influencia muito na imagem e no produto deles. Em geral, em muitas áreas, você É o seu produto. Ou... seu produto É você.

Reparei que ela postava marcas concorrentes. Vestia um look e postava que usava roupa de tal marca, em vez de usar da marca dela, de divulgar o produto dela. Pelo contrário. Marcava Riachuelo, Renner, empresas que não eram diretamente concorrentes dela, mas indiretamente eram, porque é mais barato, estão em qualquer cidade. Eram raras às vezes em que ela marcava a loja dela. Ela chegou ao ponto de não marcar mesmo sendo um look da própria loja.

Fui direta e perguntei: “Por que você não veste a camisa da sua marca?”. Ela me respondeu que ninguém vestia no lugar. Respondi que não são as funcionárias que têm que vestir: é você. Porque, se você faz propaganda de outra coisa e não está ganhando em cima disso, para que fazer? Você tem uma loja com várias roupas que precisam ser vendidas. Quando você posta, é diferente de quando uma modelo posta. Modelos e atores vivem postando, mas o mundo sabe que é uma mídia paga. Não tem o peso de você mostrar aquilo que usa, é legal e fica bonito. Ela alegou que não gostava de gravar stories.

Sei que parou de divulgar as outras marcas, começou a usar mais da própria loja, mostrar o que usava durante o dia, o look do dia para uma reunião, em que seu seguidor se encontrava, e, conseqüentemente, começou a vender mais. Foi natural: as pessoas viam pelo Instagram, ela não precisava mais fazer tanto porta a porta e passou a vender online. Hoje, ela tem duas profissionais de

marketing somente para o online e aumentou o ponto em Goiânia; era uma esquina, e aumentou. Criou até uma coleção festa.

Caso 3

Quero mandar minha funcionária embora. Não é redução de custo. Ela mereceu. Mesmo assim, não consigo demitir. Me ajude.

Essa questão é recorrente, por incrível que pareça. Vou contar a melhor história sobre esse assunto: a dona de uma loja de roupas, localizada dentro de um prédio comercial, recrutou uma funcionária para ser a primeira a chegar ao expediente, dar uma geral em tudo antes de abrir e fazer os primeiros atendimentos. Depois de um tempo, a proprietária começou a estranhar que, ao chegar à loja, o lugar estava bagunçado. Quando questionava, a funcionária falava: “Não, é porque teve muita cliente aqui hoje”.

Como era recorrente a falta de cuidado e organização, ela fez uns testes: deixou uma camisa amassada em cima do balcão na noite anterior para ver se a peça continuaria lá. Dito e feito. Pela manhã, continuava lá (a desculpa era que uma cliente havia provado a blusa). Para checar, por fim, a dona da loja falou com o porteiro do edifício para ver se havia o cadastro de quem subia, e ele confirmou que ninguém havia subido.

Até que a minha cliente pôs uma câmera na loja, sem avisar para os funcionários, e detectou tudo o que se passava nas primeiras horas da manhã: a funcionária chegava, trancava a loja, porque era em um prédio comercial, e ...

Dormia no provador até um cliente aparecer.

Foi feito o teste durante três dias com a câmera, e, nesse período, a funcionária fazia a mesma coisa. Esperava alguém interfonar para avisar que estava subindo e acordava. Dormia de manhã e parte do dia. Quando demorava para responder ao WhatsApp, dizia que estava ocupada atendendo algum cliente.

Minha cliente, no entanto, tinha medo de magoar as pessoas, mesmo com os erros imperdoáveis delas. Imagine dormir longas horas durante o trabalho. O dilema dela era como mandar a funcionária embora. Ela dizia que a funcionária precisava do

trabalho, que a mãe estava doente e uma série de desculpas, pesando mais o lado dela do que o da loja.

Argumentei se ela achava que a funcionária pensava no lado dela. Afinal, a loja tinha um custo para se manter, tinha conta de energia todo mês e, sobretudo, o salário mensal dos colaboradores. Ora, se não vendesse uma peça, como ela pagaria? A verdade é que fiquei inconformada com o caso da funcionária que é paga para fazer um serviço, chega e dorme no ambiente de trabalho.

A pedido da minha cliente, conversei com a funcionária. Foi a primeira pessoa e equipe que treinei na minha carreira. Cheguei como uma consultora de equipes, falei que faria um treinamento para equipe, mas tendo como alvo, claro, só uma pessoa.

Perguntei individualmente a ela o que estava acontecendo.

Fiz muitas perguntas: qual a razão de ela dormir no trabalho, por que ela não fazia as ações da loja que eram pedidas, por que aquilo acontecia diariamente, onde ela via que a loja estava errada.

Joguei questões que a minha cliente nunca fez. Ao cutucar com tantas perguntas, a funcionária começou a desabar. Disse que não podia ser mandada embora porque a mãe estava doente, e esse era justamente o motivo de ela dormir na parte da manhã, já que passava a madrugada cuidando dela. “Chego muito cansada e, como a loja não tem muito movimento pela manhã, eu dormia”, ela me contou. Perguntei por que não contou o problema caseiro para a dona da loja. Ela respondeu que tinha medo e não sentia liberdade, nem proximidade com a superior. Falou até que a achava muito arrogante.

Curioso: minha cliente colocava a culpa na vendedora, sabia o que se passava, chegava nervosa e, em vez de chegar e conversar, tratava a funcionária mal. Era um ciclo vicioso: a vendedora, ao perceber que não havia uma proximidade, não sentia vontade de explicar. Houve uma falha de comunicação entre as duas. É importante destacar nessa história que havia outra sócia que nem aparecia na loja. A loja, portanto, estava sem liderança. A funcionária não fazia porque não tinha exemplo, e a líder, como não sabia direito o que fazer, achou melhor mandar embora, em vez de treinar a vendedora.

A solução inicial encontrada nesse caso foi um treinamento com ela. Demos alguns dias de folga para ela descansar, para colocar a cabeça para pensar. A dona da loja chegou com o intuito de mandar a funcionária embora, e eu propus um treinamento, porque era uma pessoa de confiança. Manter um funcionário, muitas vezes, é melhor do que contratar outro.

Assim fizemos durante um mês.

A funcionária não melhorou. Sentamos e conversei com ela novamente, agora com a cliente ao meu lado. Demos um prazo, mas ela voltou a agir da mesma maneira. Não havia outra saída, então, de consciência limpa, demitimos a funcionária.

É o que falo com frequência: não mande direto uma pessoa embora, muito menos tome essa decisão de cabeça quente. Dê uma chance, isso é legal. Primeiro tente, sente, explique e treine.

Caso 4 Tenho uma loja de semijoias e só vendo quando estou no negócio. Se saio, as coisas não andam. Qual é o erro?

Minha cliente da mentoria chegou dizendo que queria dobrar suas vendas no atacado. Ela só tinha uma venda significativa quando estava na loja. Sua funcionária não vendia, nem tinha ações para ajudar a vender. O que fazer?

Fizemos um teste de quatro semanas. Identificamos o perfil da funcionária e percebemos que não era uma pessoa com habilidade de comunicação. Ou seja, não poderia ser uma vendedora qualificada de alta performance. Quando a pessoa é inibida, não fala, não tem perfil para ser vendedora.

Nas mentorias que fecho com donas de loja, vou às lojas e analiso o perfil. Como costumo fazer, vou até o lugar e me apresento como consultora. Eu disse à vendedora que havia muitas reclamações sobre o atendimento – o cliente entrava na loja, olhava, mas não gostava da forma como era atendido.

A vendedora então me afirmou que não se sentia à vontade em vender, que era tímida, tinha vergonha de falar e ser inconveniente na hora da venda.

“Qual é o seu sonho?”, perguntei.

Ela, embora tímida, respondeu sem pensar:

“Meu sonho é ter um salão de beleza”, e comentou que faz aquelas tranças “box dread”.

Sugeri que ela vendesse as tranças no salão. Era uma forma de ver se a vergonha passava quando ela fazia algo de que gostava e no qual acreditava.

“Nossa, não tinha pensado nisso”, disse ela. Afirmou, porém, que tinha vergonha de expor e colocar um preço, de dizer que o produto custa 50 reais. Enfim, tinha vergonha de negociar.

Questionei-a sobre como iria vender as tranças.

Na verdade, ela estava infeliz consigo mesma e com o trabalho, não tinha um plano de ação, queria fazer uma coisa, mas não tinha coragem por medo, sobretudo medo de vender um produto. O custo dela é mínimo. Incentivei a vendedora a colocar em prática o seu lado comunicativo. Todos nós temos – uns mais, outros menos. Em geral, os mais quietinhos no ambiente de trabalho são os mais tagarelas em casa. Sugeri que ela se inspirasse na dona da loja que era extremamente comunicativa.

“Aprenda com ela em vez de considerá-la como sua concorrente”, afirmei. Eu sabia que, quando a dona estava na loja, a vendedora se sentia mais inibida. Ou seja, ela não aprendia e não colocava em prática a questão da comunicação. Quis fazer um teste com ela e quebrar essa crença da vergonha.

Qual foi a primeira ação? Entreguei-lhe uns panfletos para ela começar a treinar a comunicação. Compramos brincos de 80 centavos para ela distribuir nas ruas, junto com um papelzinho no qual estava escrito: “Esse folheto vale mais um brinco”. A ideia era que os clientes visitassem a loja, e ela ganharia 10% em cima da venda de quem comprasse mais. Eu dava umas passadas na loja. Proibi a dona de ir lá por dois dias. No início, a vendedora se sentiu incomodada, pois achava que eu estava vigiando. Mas o impressionante é que ela vendeu três vezes mais por um estímulo, o estímulo dos 10%. Não só isso: era para ela vender o seu produto. Com esse incentivo do “vale-brinco”, ela resolveu fazer um vale de 50% nas tranças para captar também mais clientes. Hoje, ela tem dois trabalhos: um na loja e outro com os dreads. A dona da loja

inclusive comentou que a funcionária se transformou na melhor vendedora do lugar.

**VOCÊ FALHAR
UMA VEZ
NÃO SIGNIFICA
QUE VÁ FALHAR
SEMPRE.**

Marilyn Monroe

“Antes de empreender nos negócios, empreenda na vida” (Lucas Primo)

Não poderia deixar de encerrar este livro que escrevi com tanto carinho sem publicar algumas das minhas frases preferidas da vida. Seguem:

“A realidade é que ‘empreendedor’ não é cargo. É estado mental de alguém que deseja mudar o futuro.” (Guy Kawasaki)

“O tempo que você perde RECLAMANDO é o mesmo tempo que você poderia estar TENTANDO.” (Anônimo)

“É simples: ou você faz ou você assiste outro fazer.” (Samuel Pereira)

“O sucesso consiste em ir de fracasso em fracasso sem perder o entusiasmo.” (Anônimo)

“Milagres acontecem quando a gente vai à luta.” (O Teatro Mágico)

“Você nunca sabe que resultados virão da sua ação. Mas, se você não fizer nada, não existirão resultados.” (Anônimo)

“Não peça a Deus para guiar seus passos se não estiver disposto a mover seus pés.” (Anônimo)

“Evolua tanto que os outros precisarão conhecer você de novo.” (Anônimo)

“Persiga metas. Não pessoas.” (Anônimo)

TRÊS RÁPIDOS PASSOS, antes de terminar esta conversa, para se tornar um mulherão da p*rra.

1. DESCUBRA QUAL FOI O SEU MAIOR TRAUMA.

SIM, você tem um trauma por mais que diga que não. Todos têm algo que já nos magoou profundamente. (E, olha só, dor não é mensurável. Há pessoas cujo maior trauma da vida foi um término de um relacionamento; há outros cujo maior trauma é financeiro. Portanto, não meça sua dor com a de alguém.)

Ao descobrir seu trauma, você listará tudo o que já a magoou, como palavras ou ações, para tirar três coisas boas disso:

Exemplo pessoal: o meu maior trauma foi o divórcio dos meus pais. Eu me senti abandonada por meu pai.

Tirei disso algo bom: descobri que eu me fechava e automaticamente afastava meu pai de mim pela forma como expressava o meu abandono. Nunca sentei e me abri plenamente – sempre me expunha a ele da forma errada, gritando. Disso comecei a pegar essa atitude para mim e comecei a fazer o mesmo com todo mundo: sempre que me chateava, gritava! Vi que o meu trauma gerou uma postura que não é minha e que me prejudicava. Fica a pergunta: o seu trauma prejudica você?

2. BATALHE! Não existe ninguém que tenha ganhado uma guerra sem batalha.

Não desista do seu objetivo.

Um mulherão da p*rra é aquela que sabe o que quer e sabe o que fazer para chegar mais perto do objetivo. Tudo que vem fácil vai fácil. Quando batalhamos, lutamos, temos bem mais condições físicas e emocionais de permanecermos firmes no nosso propósito. Damos mais valor aos detalhes. Persistência é a chave disso tudo.

3 AME-SE! Seja a protagonista da sua vida.

Amor-próprio é o amor que as pessoas têm por si mesmas. Muitas vezes, as pessoas, por causa de fraquezas antigas, de crises mais recentes, não conseguem defender seus interesses para satisfazer suas

necessidades. São aquelas pessoas que dizem vários “sim” para os outros e não para elas mesmas. Lembra-se do que escrevi sobre as instruções de segurança em caso de despressurização em voos? Só podemos dar aquilo que temos. Primeiro ajude você para depois ajudar os outros.

Vamos começar?

Saiba mais sobre a **Editora Novo Conceito** acessando o site:

www.editoranovoconceito.com.br

Não quer perder nenhuma notícia da Editora Novo Conceito?
Visite nossas redes sociais e fique por dentro dos lançamentos e novidades.
Você ainda pode participar de sorteios e fóruns de discussão de livros.

 www.editoranovoconceito.com.br

 Facebook.com/editoranc

 Twitter.com/novo_conceito

 Instagram.com/novo_conceito

 Skoob.com.br/novo_conceito

 Youtube.com/editoranc



Editora Novo Conceito
Rua Dr. Hugo Fortes, 1885 – Pq. Industrial Lagoinha
Ribeirão Preto/SP » Brasil » 14095-260
+55 16 3512.5500
contato@nceditora.com.br



A arte da imperfeição

Brown, Brené
9788581630694
184 páginas

[Compre agora e leia](#)

Este livro é sobre como deixar de se preocupar com "O que os outros vão pensar?" e acreditar que "Eu sou suficiente". A cada dia nos deparamos com uma enxurrada de imagens e mensagens da sociedade e da mídia nos dizendo quem, o que e como

devemos ser. A ideia de que só será feliz quem levar uma vida perfeita e ter um olhar perfeito sobre ela é muito discutida. Assim, acabamos sentindo vergonha de realizar algo no qual podemos fracassar. E se eu não atender às expectativas? O que as pessoas vão pensar se eu falhar ou desistir? Quando posso parar de provar a mim mesmo? Em *A Arte da Imperfeição*, Brené Brown ensina o leitor a lidar com a vergonha, aceitar seus defeitos e ser autêntico quando o assunto é viver bem e ser feliz.

[Compre agora e leia](#)



O mensageiro milionário

Burchard, Brendon

9788581630977

208 páginas

[Compre agora e leia](#)

Nesta obra, que muda as regras do jogo, você constatará que:- Sua história de vida e sua experiência têm importância e valor de mercado maiores do que você sonhou.- Você está aqui para fazer a diferença. O melhor modo de realizar isso é

apresentar convenientemente seus conhecimentos (sobre qualquer tópico, em qualquer setor) para ajudar outras pessoas a obterem sucesso.- Você pode ser remunerado por compartilhar suas informações e recomendações práticas e úteis. No processo, é possível construir um negócio lucrativo e uma vida profundamente significativa.

[Compre agora e leia](#)



Jardim de inverno

Hannah, Kristin

9788581632094

300 páginas

[Compre agora e leia](#)

Meredith e Nina Whiston são tão diferentes quanto duas irmãs podem ser. Uma ficou em casa para cuidar dos filhos e da família. A outra seguiu seus sonhos e viajou o mundo para tornar-se uma fotojornalista famosa. No entanto, com a

doença de seu amado pai, as irmãs encontram-se novamente, agora ao lado de sua fria mãe, Anya, que, mesmo nesta situação, não consegue oferecer qualquer conforto às filhas. A verdade é que Anya tem um motivo muito forte para ser assim distante: uma comovente história de amor que se estende por mais de 65 anos entre a gelada Leningrado da Segunda Guerra e o não menos frio Alasca. Para cumprir uma promessa ao pai em seu leito de morte, as irmãs Whiston deverão se esforçar e fazer com que a mãe lhes conte esta extraordinária história. Meredith e Nina vão, finalmente, conhecer o passado secreto de sua mãe e descobrir uma verdade tão terrível que abalará o alicerce de sua família... E mudará tudo o que elas pensam que são."Difícil não rir um tanto e chorar ainda mais com a história de mãe e filhas que se descobrem no último momento."-- Publishers Weekly

A história que sua mãe conta é como nenhuma outra já ouvida por elas antes — uma história de amor cativante e misteriosa que dura mais de sessenta anos e parte da Leningrad congelada e devastada pela guerra até o Alasca, nos dias atuais. A obsessão de Nina por esconder a verdade as levará a uma inesperada jornada ao passado de sua mãe, onde descobrirão um segredo tão chocante, que abala a estrutura da família e muda quem elas acreditam ser.

[Compre agora e leia](#)



Viva para contar

Gardner, Lisa

9788581631134

480 páginas

[Compre agora e leia](#)

Em uma noite quente de verão, em um bairro de classe média de Boston, um crime inimaginável foi cometido: quatro membros da mesma família foram brutalmente assassinados. O pai — e possível suspeito — agora está internado na UTI de um

hospital, entre a vida e a morte. Seria um caso de assassinato seguido por tentativa de suicídio? Ou algo pior? D. D. Warren, investigadora veterana do departamento de polícia, tem certeza de uma coisa: há mais elementos neste caso do que indica o exame preliminar. Danielle Burton é uma sobrevivente, uma enfermeira dedicada cujo propósito na vida é ajudar crianças internadas na ala psiquiátrica de um hospital. Mas ela ainda é assombrada por uma tragédia familiar que destruiu sua vida no passado. Quase 25 anos depois do ocorrido, quando D. D. Warren e seu parceiro aparecem no hospital, Danielle imediatamente percebe: vai acontecer de novo. Victoria Oliver, uma dedicada mãe de família, tem dificuldades para lembrar exatamente o que é ter uma vida normal. Mas fará qualquer coisa para garantir que seu filho consiga ter uma infância tranquila. Ela o amará, independentemente do que aconteça. Irá protegê-lo e lhe dar carinho. Mesmo que a ameaça venha de dentro da sua própria casa. Na obra de suspense mais emocionante de Lisa Gardner, autora best-seller do The New York Times, a vida dessa três mulheres se desdobra e se conecta de maneiras inesperadas. Pecados do passado são revelados e segredos assustadores mostram a força que os laços de família podem ter. Às vezes, os crimes mais devastadores são aqueles que acontecem mais perto de nós.

[Compre agora e leia](#)



Simplesmente acontece

Ahern, Cecelia

9788581635460

448 páginas

[Compre agora e leia](#)

Da mesma autora dos best-sellers P.S. Eu Te Amo, O Presente, A Vez da Minha Vida e O Livro do Amanhã. # O livro que deu origem ao filme com Lily Collins e Sam Claflin com estreia no Brasil programada para janeiro de 2015. # Considerado

pelos leitores e crítica um dos melhores livros da autora. Você acha que é possível existir amizade verdadeira entre um homem e uma mulher? O que acontece quando duas pessoas que foram feitas uma para a outra simplesmente não conseguem ficar juntas? Desde crianças, Rosie e Alex viviam juntos. Todo mundo achava que eles tinham nascido para ser um casal. Todo mundo menos eles mesmos. Grandes amigos desde criança, eles se separaram na adolescência, quando Alex se mudou com sua família de Dublin para os Estados Unidos. Os dois não conseguiram mais se encontrar, mas, através dos anos, a amizade foi mantida através de e-mails, mensagens de textos, cartas, cartões-postais... Ele se tornou um cirurgião renomado... Ela continua correndo atrás do sonho de trabalhar em um hotel luxuoso. Os desencontros, as circunstâncias e uma absurda falta de sorte os mantiveram longe um do outro – até agora. Mesmo sofrendo com a distância, os dois aprenderam a viver um sem o outro. Só que o destino gosta de se divertir, e já mostrou que a história deles não termina assim, de maneira tão simples. Resta saber se eles vão ter coragem de apostar tudo, inclusive a própria amizade que os une, num amor para a vida inteira. Que tipo de surpresa o destino reserva para eles desta vez? Cecelia Ahern nos presenteia com outra de suas histórias de amor mais do que possíveis, mas não por isso menos mágicas... Os personagens de *Simplesmente Acontece* são cativantes e supercomuns – e é justamente por isso que torcemos tanto para que sejam felizes. As lições deste livro? A vida passa rápido, e alguns erros, mesmo que pareçam bobos, podem carregar você para longe da felicidade.

[Compre agora e leia](#)