

W E S L E Y Z A P F F

PRINCÍPIO DO

DIA MAN TE



SEGREDOS PARA SER
FORTE E INABALÁVEL



PRINCÍPIO DO DIAMANTE

Copyright 2021 Yesbooks Editora

Categoria: Desenvolvimento

Primeira edição — 2021

Todos os direitos reservados.

É proibida a reprodução total ou parcial sem a permissão escrita dos editores.

Autor: Wesley Zapff Figueiredo

Projeto Gráfico e editorial: Yesbooks Editora

Coordenação editorial: Filipe Mouzinho

A Editora Yesbooks informa que o conteúdo dos textos, incluindo as ideias, opiniões e conceitos publicados, é de inteira responsabilidade de seus autores, não refletindo necessariamente a opinião dos editores.

AGRADECIMENTOS

Agradeço minha esposa e minha filha por todo suporte, amor e por me lapidarem ao longo dos anos. Muito obrigado por tudo sempre.

Agradeço também meu irmão, o "Bigão", minha avó, Dona Nininha, (João 5:28,29), minha mãe e meu pai, todos os familiares, amigos e profissionais que, com seu carinho, amizade e talentos permitiram que não apenas eu escrevesse esse livro, mas, principalmente, que eu aprendesse com suas histórias e com suas transformações.

PREFÁCIO

— Só isso, jovem? Você consegue muito mais do que “só isso”.

Como se fosse hoje, me lembro de uma de nossas conversas, em que Wesley e eu falávamos sobre qual seria minha meta de faturamento do ano seguinte. Eu já acreditava que estivesse sendo muito ousada, e ele me fez acreditar que eu poderia ir mais longe. Esse é Wesley Zapff, uma das peças-chave na mudança de certos padrões de pensamento que eu tinha e, conseqüentemente, do meu trabalho. Sempre sonhei grande, e ser reconhecida por fazer o que faço com qualidade, responsabilidade e com a credibilidade sempre alta, para mim, é ter bom desempenho. A jornada para alcançá-lo exige dedicação e disciplina, e disso ele entende.

Para que eu buscasse alto desempenho, um pagamento grande nunca bastou como motivação. Sem estar alinhada com meu propósito, sem sentir que estava fazendo algo de bom para outras pessoas, eu nem ao menos teria a força de

vontade para realizar meu trabalho e fui compreendendo isso ao longo da nossa jornada de estudos. O olhar e a condução de Wesley Zapff fazem com que cada pessoa tenha a possibilidade de entender a importância de fazer boas escolhas e voltar-se para sua história com o intuito de enxergar com clareza a si mesmo. Hoje, por exemplo, sei ainda mais da importância que minha família teve e continua tendo em cada uma das minhas conquistas.

Sendo atriz e criadora de conteúdo, a disciplina realmente exige foco de mim, que vivo dias praticamente sem rotina desde que me entendo como profissional. A cada dia, o trabalho é diferente e as demandas são distintas. Frequentemente os locais onde estou mudam e os horários não são necessariamente comerciais. Como, então, conseguir o método necessário para transformar minha forma de trabalhar?

Por meio de poucas conversas com **o jovem**, eu já me conhecia melhor; ele entendia tanto da minha forma de agir que cada “lição de casa” e apontamento eram certos. O melhor uso do tempo e a organização são também pontos essenciais para um desempenho acima da média, e tudo isso só passou a fazer parte da minha vida quando aquilo que tenho de melhor para oferecer profissionalmente começou a ser lapidado.

Uma das grandes dificuldades que enfrentei — e que enfrento até hoje — é enxergar o meu valor. Crenças limitantes, que ao longo da vida se entranharam firmemente a mim, fazem com que eu duvide da minha capacidade para alcançar e até mesmo merecer determinados objetivos.

Porém inúmeras são as conversas com Wesley para quebrar, uma a uma, essas barreiras. Esse é um trabalho que exige autoconhecimento e desejo de mudança, além de coragem — muita coragem. Ter alguém ao seu lado para fazer essa jornada de mudanças e lhe mostrar caminhos é uma luz, um acalento nos dias difíceis em que as crenças antigas voltam a nos fazer duvidar.

Destaco aqui alguns comportamentos que se tornaram significativos para meu sucesso e que também podem ser importantes para você ser mais produtivo:

- Estabeleça dias e horários para realizar determinadas tarefas. O cérebro compreende melhor essa rotina e o fluxo de energia passa a ser mais focado.
- Entenda suas prioridades. Muitas vezes o que queremos não se encaixa em nossas prioridades e por isso não conseguimos nos dedicar com afinco ao objetivo. Por vezes desejei funções que me afastariam da minha família, que é minha maior prioridade, e devido a isso acabava não me entregando completamente ao objetivo. A sensação era de que estava “patinando” no mesmo lugar. Entendida a questão, adaptei os objetivos e consegui seguir adiante.
- Não tenha medo de cobrar pelo seu trabalho/serviço. Só você sabe o empenho, a preparação, o estudo e os custos que teve para poder realizar o que faz. Seja justo e firme, não se desvalorize. Se você não se valorizar, o cliente inclusive pode

desconfiar da qualidade do que oferece (e, é claro, ofereça sempre o melhor que puder).

- É nos momentos de baixa que mais devemos buscar a motivação para produzir. Use o tempo (que pode estar sobrando) para se aperfeiçoar e ter cada vez mais excelência no que faz.
- Não se compare. Parece óbvio, mas, em tempos de redes sociais, o gramado do vizinho parece sempre mais vistoso que o nosso. Porém, a história de vida, os obstáculos, a construção, tudo isso é diferente. Você é único, e sua trajetória também será. Foque em si.

Leia atentamente o Princípio do Diamante. Deixe a preguiça de lado e escreva tudo que considerar importante. Sublinhe, faça anotações, marque as páginas. Antes mesmo do final da leitura, você já verá grandes mudanças na sua vida e na sua performance; e, uma vez colocadas em prática, você não mais as esquecerá!

Ah, e lembra-se da meta de faturamento lá do começo? Não só a alcancei, como a superei, naquele e em todos os anos seguintes.

Naiumi Goldoni

@naiumigoldoni

O que você pensa e faz todos os dias define os seus resultados. Desde muito nova, frases como essa ecoavam na minha mente e, por esse motivo, eu sempre busquei fazer mais, não parar e não basear minhas atitudes em um estado perfeito de inspiração. Obviamente, é maravilhoso trabalhar inspirada, principalmente quando seu trabalho é artístico, mas nem sempre isso acontece.

É aí que entram as estratégias para se ter alto desempenho, afinal, mesmo que você precise recalcular a rota no meio do percurso, muitas vezes é melhor ter começado a agir do que ver a vida passar cheio de ideias que não saem do papel. Metas, planos e sonhos o ajudam a criar um possível caminho para a realização, mas somente a constância, a persistência estudada e a intuição crítica lhe permitem alcançar grandes feitos.

É preciso buscar equilíbrio emocional e ter muita coragem para trabalhar em meio às adversidades que surgem pelo caminho. E, querendo ou não, somos todos seres humanos que possuem fragilidades e sonhos a serem realizados, os quais muitas vezes estão adormecidos. Por isso, “O Princípio do Diamante” reúne um conjunto de técnicas e aprendizados adquiridos ao longo de uma vida que vai lhe permitir percorrer um caminho em direção às suas melhores metas. É um convite ao próximo nível.

E aí, você se permite viver essa experiência?

Gabi Luthai
@gabiluthai

Wesley: homem colaborativo, aquele que gosta de ajudar as pessoas.

Eu não precisaria pesquisar por definições para descrever meu amigo JOVEM com essas características.

Wesley é generosidade.

Wesley é doação.

Wesley é parceria.

Wesley é genuinamente bom... e eu não falo bondade de gestos e palavras, digo bom na amplitude do ser humano grandioso que ali habita.

Em 2012 eu iniciava minha carreira, convicta de que alcançaria meus sonhos e certa de que precisaria de ajuda para isso.

Conheci Wesley Zapff não ao acaso, afinal, ele e eu não acreditamos no acaso. Ele sempre calmo, equilibrado, comedido e atento aos detalhes, foi me mostrando em cada aula o quanto o “processo” é importante na construção, me ensinou a pisar em um degrau de cada vez, me fazendo entender que minha avalanche de pensamentos e agilidade de ações não me trariam resultados se não fossem alicerçadas em bases sólidas.

Wesley amplia a mente, o entendimento, traz clareza e discernimento no pensar, no agir e, para mim, no falar.

Wesley tem sabedoria em nos fazer refletir.

Wesley tem dons que despertam nossa melhor versão.

Wesley entrega sempre mais e mais que o combinado, ele não tem limites, ele SE entrega, ele dá de SI não só o

tempo e a bagagem imensa... ele te dá o coração genuíno, eu admiro isso nele.

Wesley supera, surpreende, cativa, energiza.

Wesley alegra... Wesley soma, multiplica.

Meu amigo, jovem... hoje sou melhor porque caminhei ao seu lado, pude te observar, pude te ouvir e aprender com a sua grandeza.

Eu ainda aprendo, mesmo depois de 8 anos de mentoria, você sempre me ensina.

Que todos que acessarem estas páginas se alimentem da sua grandeza e sabedoria.

EU RECOMENDO.

Amo você, meu amigo.

Dra. Juliana Carvalho

@drajulianacarvalho

SUMÁRIO

POR QUE EU PRECISO ME COMUNICAR BEM?	19
OBJETIVO E PROPÓSITO - A IMPORTÂNCIA DE CADA UM	29
CONSTRUINDO UMA MARCA	35
FOCO, DISCIPLINA E CONTINUIDADE.....	41
É DIAMANTE OU CASCALHO?.....	47
NINGUÉM VENCE SOZINHO.....	51
PENSE GRANDE	55
QUALIDADE DO TEMPO	59
COMUNICAÇÃO APAIXONADA	63
CREDIBILIDADE	67
REGRA DO JOGO	71

HUMILDADE SEMPRE	75
SEJA PROATIVO	79
RELAXAR PARA QUÊ?	83
SUPER ESPECIALISTAS	87
CORAGEM, JOVEM!	91
VIVA A SUA MARCA	93
ADMINISTRE SEU NEGÓCIO.....	97
APRENDA A VENDER	101
SAIBA DIZER “NÃO”	103
SABER OUVIR.....	105
EQUILÍBRIO É TUDO	107
IMPACTANDO AS PESSOAS.....	109

INTRODUÇÃO

Sempre gostei de analisar mapas. Quando criança, eu ficava fascinado estudando os detalhes existentes neles. Observava a escala encontrada e normalmente colocava o meu dedinho ali para medir. Dessa forma, eu encontrava a distância provável entre as cidades. Os rios que serpenteavam cada região também prendiam a minha atenção. As fronteiras entre estados e países eram especialmente curiosas para mim.

Outra coisa que sempre gostei de analisar eram as habilidades encontradas nos primeiros jogos de *videogame* que identificavam seus personagens no jogo. Velocidade, habilidade, força, resistência, enfim. Coisas que sempre me levaram a prestar atenção nesses detalhes e como eles poderiam fazer a diferença dentro daquele jogo, sendo uma partida de futebol ou aventura.

É interessante como essas características fizeram com que eu sempre tivesse em mente que as habilidades prin-

cipais para se conquistar meus objetivos poderiam estar ligadas a detalhes. Como se fosse um mapa, se eu soubesse quais habilidades ou competências seguir, provavelmente eu melhoraria meus resultados. Eu sabia que precisaria aprender novos comportamentos.

Muito tempo depois entendi em um dos cursos que fiz que aquilo que eu buscava já tinha sido desenhado por especialistas. Em resumo, se falava que, se eu pudesse replicar os comportamentos e as ações de uma pessoa, provavelmente poderia chegar no mesmo lugar.

E, com o tempo, fui entendendo que isso era de fato uma verdade e quanto mais ‘andarmos na trilha’ dos bons exemplos, mais bem sucedidos seremos. Essa mesma premissa serve para cada um de nós hoje e é a ideia principal desse livro.

Com mais de duas décadas de experiência profissional e com muitos anos dedicados ao desenvolvimento de carreiras especificamente, entendi que eu poderia fazer uma análise criteriosa de todos os profissionais que acompanhei e registrar quais características as pessoas mais bem-sucedidas tinham em comum. E pode acreditar: foi especial para mim também!

E foi assim que surgiu a ideia desse livro, “O princípio do Diamante”, no qual cito algumas características em comum que encontrei nos profissionais de alto desempenho que treinei. Não em todos eles, claro, mas na maioria deles. E esse é exatamente o ponto para você. Essa informação pode ser muito útil por se tratar de uma análise isenta e profissional de alguém que ama desenvolver carreiras.

Essas características, se desenvolvidas, te aproximam do resultado desejado. Isso é fato. É uma realidade. Da mesma forma que, não fazer isso, seria como aceitar que você deseja manter tudo como está.

Primeiros diferenciais

Você já se perguntou o que faz a diferença na sua vida, na sua jornada pessoal e profissional? Ser bom, tecnicamente, é algo que as pessoas esperam de si mesmas, pois sabem que ninguém contratará um profissional nota cinco ou seis na expectativa de que resolva todos os seus problemas. Mas quando alguém decide contratar um prestador de serviços, espera que ele seja um verdadeiro especialista, aponte uma solução e consiga realizá-la.

Com o aumento da concorrência você vai precisar de algo além da parte técnica para se destacar no mercado de trabalho. Você precisará fundamentalmente de uma boa comunicação.

A boa comunicação não é opcional, mas primordial e obrigatória para quem deseja se destacar pessoalmente e profissionalmente. Sabendo disso, há alguns pontos que você precisa considerar para melhorar sua habilidade de comunicação.

Pare por um instante e pense em todas as pessoas de sucesso que você admira. Você perceberá que são excelentes comunicadores, não é verdade? Você verá que, tecnicamente, a pessoa é muito boa e que seu negócio e suas redes sociais contribuem para a construção de uma excelente comunicação. Por que, então, é importante, para você, entender como a comunicação

funciona? Porque ela será um fator determinante para o seu sucesso pessoal e profissional.

Se você se comunica “mais ou menos” e não utiliza todo o seu potencial para construir uma comunicação fluida que leve a mensagem para o seu interlocutor da forma como deveria, você também perde, não apenas a comunicação em si ou o entendimento do interlocutor, mas também, oportunidades! Novamente, para deixar bem claro: quando você se comunica mal, você perde oportunidades.

É muito comum encontrar profissionais dispostos a realizar ações de marketing, mas que não desejam aparecer. Outros ainda querem se comunicar melhor, mas preferem depender de alguém que faça a apresentação para eles. Você entende o quanto isso é significativo para você? Não se trata dos nossos tempos de escola, quando fazíamos um trabalho e outra pessoa apresentava para nós.

Pessoas que se comunicam melhor recebem mais promoções, crescem e se desenvolvem ao longo da vida e, conforme se destacam na carreira, avançam também na vida pessoal. A comunicação é fundamental para que isso ocorra, e se torna um fator de diferenciação e de avaliação que pode contar ao seu favor. Neste livro, você encontrará algumas dicas para melhorar seus atributos, ser lapidado e se transformar em um verdadeiro diamante. Leia-o com uma caneta na mão. Faça suas marcações e anotações, pois tenho certeza de que você conseguirá os resultados que deseja!

Aproveite a leitura!

POR QUE EU PRECISO ME COMUNICAR BEM?

A principal resposta para essa pergunta é porque, se você não fizer isso, seu trabalho ou sua mensagem serão compreendidos pela metade, fazendo com que você gaste mais energia tentando se explicar e se fazer entender. Isso quando você conseguir se fazer entender. Se isso acontecer com você, sua marca pessoal dificilmente agregará valor.

Em um fluxograma da comunicação, existem dois agentes: o emissor, que é a pessoa que fala ou que procura se expressar; o receptor, ou perceptor, que é a pessoa que percebe ou recebe a mensagem que está sendo passada. Entre eles, existem as referências pessoais de quem recebe a mensagem.

A referência pessoal de quem recebe a mensagem influencia na maneira como ela a compreenderá, a partir

de seu próprio conjunto de percepções, tudo aquilo que foi dito. Esse conjunto é lançado em um filtro que envolve alguns pontos que influenciarão na forma como aquela pessoa recebe a mensagem. O primeiro deles é o momento em que ela está conversando com outra pessoa. Digamos que ela queira passar uma mensagem na segunda-feira. Segunda-feira é um bom dia? Provavelmente não, pois a maioria das pessoas não gosta do seu trabalho e, quando chega a segunda-feira, elas se sentem mal-humoradas, resultando em uma rápida mudança de felicidade em estresse.

Durante a semana de trabalho, a pessoa está estressada e o nível de felicidade fica baixo. Por outro lado, quando chega a sexta-feira, o nível de felicidade se eleva no final do dia. O nível de estresse e o cortisol caem, só que, no domingo à noite, isso muda de novo. O cortisol explode e de repente o nível de felicidade cai bastante. Isso acontece quando as pessoas não gostam e nem admiram seus próprios trabalhos. Então, normalmente segunda-feira é um dia tenso para uma reunião, podendo não ser o momento adequado para transmitir sua mensagem.

Muitas pessoas pensam na sexta-feira como um bom dia, só que, às sextas-feiras, a maioria já está pensando no final de semana, então elas terão que encontrar outro dia para uma boa reunião. Alguns especialistas dizem que quinta-feira é um bom dia, mas sabemos que, quando você está em uma situação crítica, o mais importante é agir o quanto antes. Então procure o momento em que as pessoas estejam

abertas para ouvir e marque uma reunião. Certa vez, encontrei uma mensagem curiosa em um rodapé de e-mail: não existe momento ideal para se marcar uma reunião desnecessária. Seja qual for sua reunião, ela precisa ter um motivo, as pessoas precisam se preparar para ela (sempre que possível) e é primordial que seja objetiva.

O segundo ponto são os princípios. Princípios são os valores que cada pessoa carrega. Às vezes, você está pedindo algo para alguém que é contra os princípios dela e, nesse caso, ela realmente não entenderá sua mensagem. Já se ela for a favor e tiver os princípios voltados para aquele entendimento, compreenderá como se vocês estivessem perfeitamente alinhados.

O terceiro ponto é o estado emocional. É muito comum ver as pessoas marcando reuniões quando os envolvidos não estão em um bom momento. Nem sempre é possível, no mercado de trabalho, respeitar todas as condições para ter boas reuniões, por isso que eu prefiro que elas sejam programadas. Você precisa agendá-las com antecedência, avisar os envolvidos sobre o assunto que será tratado e, se possível, cronometrará-las para que aconteçam no tempo determinado. As pessoas não gostam de reuniões improdutivas. Na maioria das vezes, os profissionais passam muito tempo reunidos e nada se resolve. Os principais fatores de acertos e as arestas a serem aparadas devem acontecer nos bastidores, não nas reuniões. Você não resolve um problema na reunião, mas nos bastidores! Essa é uma grande dica para você!

O que aprendemos? Que a pessoa receberá a mensagem da forma que for mais adequada para ela. Em outras palavras, ela entenderá o que preferir entender. Por que saber isso é importante para você?

Quando você entende esse fluxograma da comunicação, passa a perceber alguns detalhes fundamentais. Pessoas que realmente entendem o poder da comunicação e a importância dela em suas vidas são as que se comunicam melhor. Assim, não basta apenas desenvolver a técnica, mas, sim, a comunicação como um todo e, atrelado a isso, aprender sobre estabilidade e inteligência emocional.

O que você precisa fazer para se comunicar melhor? Você precisa prestar atenção em como emite sua mensagem. O que isso significa? Você pode falar um bom dia de forma animada, com sorriso no rosto e um tom bem agradável ou pode falar de forma rude, firme, seca. A frase é a mesma, mas a forma como a mensagem é passada, com sua expressão facial, com tom de voz mais agressivo, muda completamente aquilo que está sendo dito.

Assim, a forma como você transmite a mensagem é mais importante do que o conteúdo que está sendo falado. Não esqueça: você precisa se lembrar de notar se o interlocutor está em um momento receptivo, pois isso também influenciará diretamente na qualidade da mensagem.

Segredo da liderança

Uma característica fundamental de todas as pessoas de sucesso que eu treinei ao longo da vida é saber delegar tarefas. Uma boa forma para você delegar as tarefas é:

- Perceber se a pessoa para a qual você está passando a mensagem, de fato, está em um momento receptivo, ou seja, está em um bom momento;
- Saber se ela possui as características e os recursos necessários para compreender a mensagem e levá-la à ação do início ao fim;
- Certificar-se de que essa pessoa entendeu a mensagem.

Para ter mais certeza de que está no caminho correto, você pode fazer uma pergunta do tipo: “Desculpe, eu **consegui me explicar?**”, ou ainda, “**Por favor, deixe-me explicar melhor.**” É sempre bom explicar o porquê dessa atitude e da responsabilidade de ter emitido corretamente a mensagem. Nunca dê a entender que a pessoa é a culpada pela compreensão da mensagem.

Outra dica é focar no comportamento ou na ação e não na pessoa em si. Separe o profissional de uma atitude negativa isolada. Procure focar na ação e não na pessoa, e isso o ajudará a melhorar os resultados.

Se você tiver muita dificuldade para falar, procure escrever sua mensagem em tópicos e treine na frente do espelho para evitar, por exemplo, alguns vícios de linguagem, ou até mesmo a insegurança. Quanto mais você treinar, mais conseguirá. Se for o caso, grave as mensagens, ou peça para alguém ouvir como você está se expressando. É possível que leve algum tempo, mas você consegue! Se for necessário, leve suas anotações com você. Sempre indico para meus clientes que levem por escrito os três

tópicos principais de uma reunião: coisas que realmente precisam se lembrar, para evitar o risco de esquecer algo importante quando estiverem nervosos ou ansiosos. Você pode falar algo como: “Eu anotei alguns tópicos aqui para lembrar de citar...”. Sempre faça essa afirmação de uma maneira positiva.

Quando você tem uma reunião e quer se comunicar melhor, deseja ter uma conversa mais assertiva, enfim, a dica é ser objetivo. Assim, a situação é amenizada. Por isso, em uma situação crítica é importante evitar os rodeios e falar as palavras de uma maneira bondosa e bem pontuada. Lembre-se sempre: a forma como você transmite a mensagem é mais importante do que aquilo que você fala. Isso fará diferença na sua jornada!

Muitas vezes, as pessoas perguntam: “Será que eu sei vender?”, ou ainda, “Será que eu sou um bom comunicador?”. Adianto que todas as pessoas podem aprender a se comunicar bem, da mesma forma que todas podem aprender a vender. É fato que uma pessoa que já tem uma habilidade maior de comunicação leva uma certa vantagem, porém essa vantagem representa apenas 20% dessa habilidade. A maioria, 80%, tem a ver com quanto a pessoa quer se desenvolver e quanto deseja realmente estudar e colocar isso em prática.

Nunca se esqueça que, para você ser um diamante, o verdadeiro diferencial é a comunicação. Tecnologia e conhecimento técnico podem ser igualadas. A forma como você se comunica será o grande diferencial. Esforce-se,

treine e não coloque empecilhos em sua vida. Tenho certeza de que você conseguirá superar os seus desafios porque, se fizer isso de verdade, se transformará em uma marca cada vez mais poderosa.

A hora do show é agora! Esse é o seu momento! É agora que seu brilho pessoal vai fazer a diferença, então coloque em prática sua capacidade de se comunicar bem. Isso vai gerar a confiança, a credibilidade e o desejo que o seu cliente precisa para comprar o seu serviço ou seu produto.

Você já pode ter lido sobre a fórmula de Mehrabian. Apenas 7% da comunicação é realmente baseada em palavras, 38% têm a ver com seu tom de voz e 55% têm a ver com sua linguagem corporal. O grande diferencial desse estudo é ter chamado atenção para a importância da comunicação não-verbal, criarmos relação e empatia com quem nos ouve e aumentarmos a nossa capacidade de influência. Às vezes, até sabemos as “palavras certas” para dizer, mas nossa linguagem não-verbal nos trai, mostrando que não é naquilo em que acreditamos, reduzindo nossa credibilidade.

Há várias coisas que você pode fazer que estão ao seu alcance para melhorar sua comunicação, para que você consiga se transformar em uma pessoa com muita credibilidade na hora de se comunicar. Você pode treinar em uma aula de teatro, brincadeiras com as crianças ou outras atividades que o ajudem a se soltar mais.

Características essenciais da comunicação.

Ao longo deste livro, você identificará algumas características que eu considero relevantes para pessoas que foram treinadas por mim e outras que observei ao longo da vida. Uma delas é a naturalidade. A técnica nunca a sobrepõe. Ser natural na hora de se comunicar é muito poderoso porque você cria uma forma única, um registro só seu. É a mesma coisa quando você ouve uma banda que você gosta muito e já sabe quem está cantando. Isso acontece porque uma marca já está consolidada.

Ser técnico demais pode destruir a sua espontaneidade, então fale do seu jeito e evite tentar ser outra pessoa. Encontre sua própria forma de se comunicar e, claro, quando for necessário, melhore, se qualifique, mas evite simplesmente fazer algo parecido com outra pessoa. Dessa forma, você evita o risco de alguém olhar para você e enxergar outra pessoa. Seria como usar um terno ou vestido que não serve em você. Encontre sua forma de se comunicar.

Outra característica é a emoção. A comunicação está ligada diretamente com a habilidade de estabelecermos relacionamentos. Partindo dessa afirmação, podemos dizer que os aspectos emocionais também são compartilhados em um processo de comunicação. Portanto, evite falar sempre no mesmo tom ou ritmo, pois isso desconectará a pessoa de você.

As pessoas se conectam com boas histórias. Ao adicionar a dose certa de emoção durante a transmissão de uma mensagem, podemos demonstrar aos receptores níveis de importância diferentes em cada uma das partes

do que está sendo dito. Utilizar tons de voz diferentes, movimentação gestual e expressões corporais podem influenciar na percepção, fazendo com que as pessoas mantenham a atenção e fixem o que é realmente importante na mensagem.

A demonstração de conhecimento é também uma característica relevante para a boa comunicação. Saber expressar o assunto que você domina o ajudará com seu público. Se você falar de uma forma técnica demais, superficial demais, sem respeitar quem está ouvindo, isso pode se tornar um grande problema. Demonstrar conhecimento também precisa ser feito da forma correta, para não gerar antipatia. Sempre leve em consideração o público que o ouve.

Por último, quero citar a coerência. Ela é fundamental para a comunicação. Ser coerente cria uma imagem virtual igual à real, que é a que tem a ver com você. Com isso, você evita aquele cenário no qual as pessoas vão até seu negócio e pensam: “Ué, será que é a mesma pessoa?”, “Parece uma outra pessoa, não era o que eu pensava”.

Tenha muito cuidado para que você não seja esse tipo de profissional. Preocupe-se sempre com a imagem que deseja criar e realmente seja essa pessoa. Quando nós somos coerentes na comunicação geramos mais confiança nas pessoas porque as contradições somem. A coerência também se transmite nas atitudes, o famoso discurso igual à prática.

O que você pode fazer: Para treinar sua habilidade de comunicação, você precisa entender que isso é essencial. Aulas de teatro, por exemplo, são uma ótima maneira de fazer isso. Cursos de oratória são uma excelente dica também.

OBJETIVO E PROPÓSITO - A IMPORTÂNCIA DE CADA UM

Uma das coisas que eu mais ouço dos clientes que procuram a minha consultoria são perguntas relacionadas ao que é preciso fazer para conseguir uma carreira de sucesso. Normalmente, as respostas variam de acordo com a região, com as circunstâncias e com as pessoas, mas existem alguns pontos que fazem total diferença e eu posso comprovar. Independente da área profissional que você atua, é possível conseguir resultados superiores ao observá-los.

Ter um objetivo é um passo essencial. Engraçado como as pessoas querem conquistar coisas, progredir, avançar em busca de uma conquista pessoal, só que não sabem para onde estão indo. Para ilustrar: seria como você comprar uma passagem de avião sem escolher o destino. Sem um objetivo, fica à deriva.

Uma empresa que deseja vender mais, por exemplo, primeiramente precisa estabelecer ‘quanto’ a mais. A de-

terminação dos objetivos e das metas fazem total diferença na execução do projeto, pois será dali que saberemos de onde viemos, onde estamos e aonde chegaremos.

Quando você não tem um objetivo claro, é como se o seu cérebro não tivesse um norte. Sabemos que ele precisa de organização para conseguir resultados superiores, portanto, seja trabalhando mais do que os outros, estudando mais do que outros, ou até mesmo sofrendo mais do que todo mundo, você precisa entender a importância de trabalhar em direção ao seu objetivo final, pois, sem isso, não há como ter objetivos na vida que sejam alcançáveis de verdade. Isso pode parecer óbvio, mas por que será que algumas pessoas conseguem se destacar em suas áreas, enquanto outras parecem patinar em tentativas contínuas sem êxito?

O fato é que o sucesso profissional aparece quando se traçam objetivos, atuando de maneira a alcançá-los. Em outras palavras, o sucesso profissional é basicamente uma consequência de ações em prol dos objetivos traçados. Depois de traçá-los, é importante que eles estejam alinhados aos seus valores pessoais porque os valores norteiam nossos comportamentos. Eles são o alicerce da sua construção, então, se são rasos ou superficiais demais, não conseguem suportar a pressão das decisões, comportamentos ou simplesmente não sustentarão a carreira, a família e tudo mais.

Eu gosto muito de falar que há cinco principais áreas na sua vida que você precisa equilibrar para conseguir um elevado bem-estar. Segundo uma pesquisa do Instituto Gallup (Pesquisa mundial da Gallup 2005 a 2009), você tem o bem-estar profissional; o bem-estar social, que tem a ver com seus relacionamentos durante a sua vida, como o amor,

por exemplo; o bem-estar financeiro; o bem-estar físico e o bem-estar na comunidade, que é o local onde você vive. Esse estudo nos mostra que 76% das pessoas têm sucesso em apenas uma dessas áreas e apenas 7% das pessoas têm conseguido resultados satisfatórios nas cinco áreas.

Por que isso é tão importante? Se você deseja construir uma carreira de alto desempenho, precisará ter êxito em todas as áreas da sua vida. Se você não conseguir prosperar em todas as áreas, acabará se afastando dos resultados que você deseja. São muitos fatores que determinarão aonde você vai chegar, mas alguns deles, sem sombra de dúvidas, farão com que você se aproxime mais do seu objetivo.

Seus valores pessoais são fundamentais para você? Os valores formam a base de nossas vidas. Eles ditam as escolhas que fazemos e determinam nossa direção. Nossos valores influenciam em nossas decisões e relacionamentos, carreira e em qualquer outra atividade que nos envolvemos. Quando seus comportamentos e ações não estão alinhados com seus valores pessoais, as coisas parecem erradas e sem sentido. Essa sensação normalmente é uma fonte de ansiedade na vida.

Por isso, fazer um esforço consciente para identificar seus valores pessoais é fundamental para que você tenha certeza do que realmente é importante na sua vida. Quando você define seus valores pessoais, descobre o que realmente é importante para você, e uma boa maneira de começar a fazer isso é olhar para a sua vida e identificar quando você se sentiu realmente bem e confiante de que estava fazendo boas escolhas.

É interessante perceber que a intenção de atingir um valor é sempre positiva, mas a ação pode ser negativa. Você já teve aquela sensação de trabalhar com pessoas que você não gosta ou se relacionar com pessoas com quem não gostaria de estar? De trabalhar em um ambiente que não favorece seu crescimento? É muito provável que esse local realmente o desfavoreça, que as pessoas tenham valores diferentes dos seus e, conseqüentemente, que aquela sensação estranha de estar em um lugar desconhecido seja real. Seus valores pessoais são uma parte central de quem você é **e de quem deseja ser**. Por isso, se tornar mais consciente desses fatores importantes da sua vida é tão fundamental.

Vamos fazer um exercício. Coloque em uma folha 20 valores que você considera importantes, como por exemplo, paz, amor, fé, alegria, reconhecimento, lealdade, poder, status, humildade, criatividade. Procure selecionar, dentre esses 20, os 6 mais importantes para você, aqueles que realmente fazem a diferença na sua vida. Depois de selecioná-los, coloque-os um contra o outro e vá eliminando para identificar qual é a ordem de importância deles para você.

Valores são alicerces. Quanto mais sólidos e profundos eles forem, melhores serão as suas construções e seus relacionamentos. Você conseguirá contratar as pessoas mais facilmente para sua equipe e assim por diante. Outro detalhe fundamental é contratar ou fazer parcerias com pessoas alinhadas aos seus valores pessoais. Se você contrata ou faz parcerias com pessoas muito diferentes, com valores totalmente desalinhados aos seus, pode ser que isso vire uma grande confusão, acabe minando sua energia e até mesmo o desanimando. Pessoas alinhadas

aos seus valores são mais fáceis de o seguirem quando descobrirem para onde você está indo.

O que é propósito?

Ao longo dos últimos anos, me dediquei a construir carreiras de sucesso, muitas delas na área da saúde, mas trabalhei (e trabalho) também com muitos artistas e profissionais de outros segmentos, e é essa experiência do que eu vi em comum entre todas essas pessoas que apresento na prática.

Se você deseja construir uma carreira de sucesso, vai precisar de um propósito. Eu gosto muito de falar: O que você faria por toda sua vida mesmo se você não recebesse um centavo por isso? Você continuaria fazendo o que você faz hoje? A resposta a essa pergunta pode dizer muito sobre ter ou não um propósito. A grande verdade é que, para você chegar aonde deseja, quanto mais alinhar suas ações a um propósito, mais facilmente você conseguirá as coisas que tem buscado.

Tomar para si a responsabilidade pela própria vida e ter consciência das atitudes e pensamentos que habitam em nossas mentes é o primeiro passo para atingirmos metas e objetivos que nos levarão a ter um propósito. Pergunte-se: “Onde quero estar, especificamente, daqui a seis meses ou um ano?” “Qual legado quero construir?”, “Pelo que estou disposto a me sacrificar nos próximos anos?”. Refletir acerca desses assuntos trará uma boa perspectiva para que você analise como a sua vida está agora, como você deseja que ela esteja e, finalmente, o que você pode — e precisa — fazer para chegar lá.

Outra questão que fará muita diferença também na sua jornada pessoal e profissional é conhecer o seu perfil comportamental. Ele, geralmente, está relacionado às principais características da sua base e do seu comportamento e são uma forma de mapear atitudes humanas predominantes.

Quando você sabe identificar qual é o seu perfil, tem acesso a estratégias de diferenciação. Por exemplo, uma pessoa que é mais voltada para vendas, para a ação, não deve falar apenas de acolhimento. Porque, na verdade, pode parecer um pouco incongruente. A pessoa que tem esse foco no resultado, precisa se preocupar em mostrar que ela realmente dará os resultados que o cliente busca.

O que você pode fazer: Decida descobrir de fato quais são seus valores principais. Anote-os e procure tomar decisões coerentes com eles. Alguns clientes deixam no bloco de notas do celular, por exemplo, e recorrem sempre que necessário. Faça o exercício que citei e sempre que tiver que tomar uma decisão, com sua lista de valores em mãos, se pergunte: essa decisão atende o meu valor “X”? Quando terminar de analisar a lista, verifique quantas respostas afirmativas você teve. Se você tiver mais de duas respostas negativas, essa é uma decisão que requer muitos cuidados ou, até mesmo, é inadequada para você. Melhor agir para minimizar a perda do valor ou simplesmente tomar outra decisão. Por outro lado, quando as respostas forem afirmativas, muito provavelmente essa será uma decisão precisa para você.

CONSTRUINDO UMA MARCA

Uma marca é a mensagem de impacto que você deseja mostrar para as pessoas e para o mercado. Sabe quando você pensa em um produto ou serviço e, imediatamente, uma marca vem à cabeça? Isso é o que podemos chamar de uma marca forte. Quem não gostaria de estabelecer uma marca dessa forma, não é mesmo? Isso não acontece por acaso. Não é uma questão de sorte, mas de trabalho, muito trabalho. Desde a criação do seu negócio, mesmo que seja bem pequeno, você pode planejar como chegar a ter uma marca reconhecida pelos clientes. Qual é a imagem que você deseja passar?

Grandes marcas, como *Apple*, *Google*, *Amazon*, *Microsoft* e *Coca Cola*, consideradas as mais valiosas do mundo, investem muito em posicionamento. Para que você entenda um pouco a importância de uma boa gestão

de marca e o que está envolvido, apresento essas referências inquestionáveis e de muito sucesso para inspiração.

A *Coca Cola*, em suas diversas campanhas, como “Abra a felicidade”, “O lado Coca-Cola da vida” e “Bebendo uma Coca-Cola”, sempre se apoiou em valores como amizade, felicidade, alegria, partilha, união e diversão para se posicionar. Esse posicionamento promove engajamento entre seus consumidores, incentivando-os a compartilhar momentos e experiências.

A *Apple* se posiciona como uma marca que oferece elegância, luxo e exclusividade e isso é percebido em seus produtos, serviços, lojas e site. É a partir desse posicionamento que a empresa cria suas campanhas de marketing.

A *Amazon*, uma das principais empresas de *e-commerce* do mundo, pauta seu posicionamento no relacionamento com o cliente e na experiência de compra como um todo. Além de oferecer vantagens com preço baixo e agilidade nos prazos de entrega, a empresa dá liberdade para seus consumidores dizerem se gostaram ou não do produto adquirido.

Muitas vezes, quando falamos de marca, pensamos no logotipo da empresa e até fazemos julgamentos sobre o negócio só olhando para ele. Claro, ele é importante, mas é apenas um dos aspectos que compõem uma marca, dentre tantos outros. A marca da sua empresa é um conjunto de valores, características que retratam o que ela quer realizar – são as promessas feitas aos clientes. Uma boa marca sempre tem uma história. É construída a partir

da consideração de vários atributos, benefícios, personalidade, cultura e valores.

O que você pode fazer: investir em uma marca pessoal relevante é algo fundamental. Tanto na escolha das cores quanto das formas. Lembre-se: você é a marca. Contrate profissionais capacitados e fuja das armadilhas dos mercados de logos prontas ou coisas do tipo. Você precisa se vestir bem. Invista em uma consultoria de imagem poderosa no estilo *branding* pessoal.

Desenvolvimento pessoal

Quando uma pessoa investe em seu próprio desenvolvimento, com certeza ela se torna mais produtiva e positiva. Contudo, muita gente ainda se pergunta como pode alcançar esse crescimento pessoal.

O desenvolvimento pessoal ocorre quando uma pessoa potencializa suas competências e habilidades para alcançar novas metas. Desta forma, um indivíduo pode criar condições para ter uma vida mais significativa e bem-sucedida em diversas áreas. Além disso, muitos autores afirmam que se trata de um processo para aumentar a disposição e a capacidade de realização. Assim, o indivíduo passa a ser mais responsável pela própria vida e adquire maior controle das situações em que participa. Não só a pessoa se torna mais consciente do seu aprendizado, mas também escolhe por quais meios pode chegar a ele.

Investir no desenvolvimento pessoal resulta em uma mentalidade mais positiva. A mente humana possui uma tendência a ser negativa, criando pensamentos pessimistas e impedimento para o crescimento pessoal. Dessa forma, assim que uma pessoa sai do piloto automático e desfaz essa programação ela se torna capaz de alcançar a própria felicidade.

Esse desenvolvimento permitirá que você mantenha uma postura produtiva em relação à vida. Em vista disso, é possível que você crie propósitos pessoais ao longo do tempo. Além de permanecer motivado por mais tempo, acabará aplicando suas ferramentas em seus projetos até realizá-los.

Sempre faço uma brincadeira com meus clientes, perguntando a eles: “Será que você é um profissional que se depreciou ao longo dos anos?”, porque se você não se atualiza, perde de 4 a 5% de valor de mercado todo ano. Quando você sai da faculdade ou conclui um curso, você está totalmente atualizado, mas, geralmente, quando entra no mercado de trabalho, para de se atualizar, e isso é um erro gravíssimo.

É sabido que, para cada ano de estudo, você aumenta sua renda por volta de 25%. Se passou um ano e você não leu um livro, não fez um curso, não se atualizou de alguma forma, você é simplesmente a mesma pessoa que iniciou o ano, com o mesmo nível de conhecimento e, com isso, você perdeu valor de mercado. Entenda que o desenvolvimento pessoal depende de você! Atualmente, é

muito mais fácil as pessoas conseguirem resultados porque a informação é muito mais acessível e está disponível a um clique.

O tema deste livro tem a ver com sua capacidade de se atualizar constantemente e de maneira equilibrada, para não se transformar em uma pessoa que é refém da armadilha do conhecimento. O que é isso? É tornar-se aquela pessoa que sempre está esperando o próximo curso. Está esperando! “Só mais esse curso aqui e vai dar certo”. Quando ela termina um, começa outro. E qual é o problema com isso? O problema é que ela está sempre presa a uma condição e de repente esse excesso se torna uma defesa ou desculpa, e fica tão pesado que a pessoa não consegue entrar em movimento.

O desenvolvimento pessoal precisa estar atrelado às boas ações, à qualidade delas e a um bom planejamento. Crescer é um processo longo e permeado por desafios, mas você não deve se desmotivar.

O que você pode fazer: Sempre se atualize. Tenha metas pessoais e analise os seus resultados. Faça pesquisas com os clientes para verificar a satisfação com o seu trabalho (e o da sua equipe). Utilize essas avaliações para verificar o quanto você tem desenvolvido nos últimos meses ou anos.

FOCO, DISCIPLINA E CONTINUIDADE

Manter-se focado é algo indispensável para qualquer indivíduo na busca pelo crescimento pessoal. Se uma pessoa mantém sua atenção em seus objetivos de maneira consistente, dificilmente se atrapalha em suas conquistas. Esse tipo de postura ajuda a desenvolver características únicas e benéficas para o aperfeiçoamento pessoal.

Na década de 70, uma pesquisa da Universidade de Harvard revelou que 3% dos alunos anotavam seus planos no papel e que, após a conclusão da pesquisa, eles continham o dobro de renda comparado aos 97% restantes. Por que isso funciona assim? Porque o cérebro tem uma área que basicamente filtra seus objetivos e, quando você se concentra em algo, é como se visse apenas aquilo, até que você consiga concretizá-lo.

Por exemplo, se uma mulher está grávida (ou se você será pai) e sai na rua, que tipo de mulher ela vê? Só mulher grávida. Ela começa a ver carrinho de bebê em todos os lugares e itens relacionadas a crianças, seu cérebro começa a procurar informações no meio das coisas que dizem respeito à maternidade. Que curioso isso! Outro exemplo: você está pensando na contratação de uma enfermeira ou de uma fisioterapeuta para sua clínica e alguém passa e comenta: “Ah, conheço uma fisioterapeuta, uma enfermeira muito boa”, mas você não comentou isso com ninguém e, de repente, você captou aquela informação porque o seu cérebro está concentrado na busca por ela para solucionar seus problemas.

Manter o foco é uma prioridade vital para o sucesso de qualquer profissional, tanto no início quanto ao longo da sua carreira. Eu já comentei anteriormente que, quando você decide fazer uma viagem, precisa ter um destino para depois comprar a passagem. Se isso não acontece, é como se você estivesse à deriva. Como se você fosse um barquinho em alto mar, sem motor, sem pá, sem remo, sem nada. Você está simplesmente parado e à mercê dos ventos, das ondas e vai para qualquer lugar, sendo jogado de um lado para o outro.

Assim, em primeiro lugar, você precisa alinhar a missão, visão e valor do seu negócio. A missão tem mais a ver com o que você vai oferecer para o seu cliente, qual seu diferencial. Visão é onde você quer estar daqui a 20, 30, 40 anos. Você consegue visualizar

essa cena? Você consegue se imaginar com seu negócio, com sua família? E por que isso é importante para você? Bem, dizem que, quando você não consegue visualizar essa cena, provavelmente você ainda não tem as habilidades necessárias, e as competências desejadas para chegar lá ou simplesmente elas estão completamente invisíveis para você, ou seja, você não consegue enxergá-las.

Seria como um motorista dirigindo e com aquele ponto cego no retrovisor. Pode ser que você tenha competências que simplesmente não consiga ver. Isso já aconteceu comigo. Em um certo momento da minha vida, meus amigos me disseram que eu parecia um professor, mas eu não via isso, e o fato de três pessoas falarem para mim ao mesmo tempo que eu tinha essas características fez com que eu parasse para pensar nessa hipótese. “Acho que eu realmente tenho condições de fazer isso”, pensei. Isso ajudou a mudar a minha vida.

Sobre os valores já falamos anteriormente. São aqueles que, realmente, são importantes para você. Aquilo de que você não abre mão.

Lembre-se que atalhos são inúteis quando você está no caminho errado. Você precisará seguir o caminho certo para ter bons atalhos. Não adianta estar no caminho errado e pensar que tem um atalho, pois não terá utilidade se você está no caminho errado. O que você precisa é voltar para o caminho certo, mesmo que, para isso, seja preciso dar meia volta.

A grande verdade é que, para você chegar aonde deseja, hoje, no mercado em que nós vivemos, não basta apenas ser muito bom, você precisa parecer muito bom! Eu tenho certeza de que você conhece muitas pessoas que parecem espetaculares nas redes sociais e, quando têm a oportunidade de conhecer de verdade, não são nada daquilo que imaginou.

Sempre falo que um ótimo ator ou uma ótima atriz sobem no palco na hora do seu trabalho, dão o seu show, mas, no restante do dia, são pessoas comuns e assim também acontece conosco. O nosso trabalho é nosso palco. Você precisa subir ali e fazer o seu melhor. É o momento de brilhar, mas sem **se afastar da sua essência**.

Uma pessoa de sucesso tem uma estratégia alinhada ao seu perfil e sobe no palco diariamente. Ela não tem vergonha de mostrar o quanto é competente, não tem vergonha de vender sua imagem. Podem ligar os holofotes que seus valores e talentos ficarão evidentes e serão reconhecidos por outras pessoas.

Visão de futuro

Uma pesquisa (Estratégias Avançadas de vendas, *Brian Tracy*) realizada com 3.300 líderes mundiais apontou uma única característica em comum entre eles: a visão de futuro. E por que a visão de futuro faz tanta diferença? Na cultura latino-americana, temos o hábito de olhar para trás. Ter visão de futuro não é ficar apenas sonhando com seu sucesso profissional, **é preciso fazer um esforço**.

Isso significa transformar ideias abstratas em algo concreto, em uma vontade de realizar alguma coisa específica. O planejamento é responsável por transformar a visão de futuro em um propósito.

As pessoas com alto desempenho possuem uma visão clara de onde elas chegaram e de onde desejam chegar. Se você deseja alcançar seus objetivos, precisa buscar isso, pois só assim conseguirá viver essa história do princípio do diamante, através da busca pela diferenciação.

A visão do futuro também está alinhada às competências ou habilidades que talvez você não possua. Você consegue imaginar algo que vai fazer e percebe, de maneira bem racional, bem consciente, que lhe falta alguma habilidade? É nesse ponto que você trata aquilo como um objetivo e passa, então, a desenvolvê-lo.

Uma outra pesquisa diz que sua sensação de qualidade de vida será maior e melhor quando você aumentar aquela sensação de controle do seu futuro. O controle do futuro está relacionado com as competências que você deseja adquirir ou que precisa ter para aumentar sua segurança em breve. Por exemplo, você não tem tanto controle sobre as políticas financeiras, nem sobre a passagem do tempo ou sobre algumas outras coisas da vida, mas tem controle, por exemplo, sobre aprender um novo idioma, investir o seu dinheiro em determinado lugar, cuidar dos seus hábitos alimentares, entre outros.

Com a visão de futuro, você consegue olhar sua vida de uma maneira macro. Você tem tomado decisões de

longo prazo com qualidade? Atualmente, você tem tomado boas decisões? Você prefere um hambúrguer delicioso ou um prato bem equilibrado de salada e comida de verdade? Você precisa saber adiar a gratificação imediata e, quanto mais você fizer isso, maior será a sensação de qualidade de vida, pois melhorará sua vida não apenas hoje, mas no futuro também.

O que você pode fazer: Para ter mais foco, é necessário ter um objetivo claro e definido. Se você ainda não escreveu seu objetivo no papel ou não sabe para onde está indo, antes de continuar é melhor fazer isso.

É DIAMANTE OU CASCALHO?

Já aconteceu de você andar na rua e chutar um diamante? Não. Isso não acontece. Agora, com uma pedrinha, um cascalho, isso com certeza já aconteceu. Diamantes são raros, são escassos e o grande segredo é exatamente este: tudo que é raro tem mais valor.

O diamante é o mineral que apresenta maior dureza na escala de Mohs, ou seja, não pode ser riscado por nenhum outro mineral ou substância. Para você se transformar em um diamante, precisará ter características diferentes das comuns e o fato de você ser único trará para si exatamente o diferencial que está buscando, seja o reconhecimento do seu público, o sucesso financeiro ou a forma de você olhar para si mesmo de uma maneira mais generosa.

Você sabe, de verdade, o valor que você tem? Você consegue olhar para si e reconhecer esse valor ou é muito

difícil para você reconhecer o que tem de bom? Percebo que pessoas de alto desempenho conseguem saber quais são as suas principais habilidades e, rapidamente, identificar os seus talentos. Já pessoas que estão perdidas profissionalmente geralmente não possuem essa visão clara.

Ser diamante é uma decisão. É decidir ser diferente, ser único e fazer algo exclusivo como profissional. O diamante é algo lindo, mas também sofre um processo de lapidação e assim também é com você. Você precisará aprender a lidar com a pressão, a se posicionar e a não perder as suas características naturais, ao mesmo tempo em que precisa, também, ter maior resiliência, que é aquela capacidade dos materiais voltarem à sua forma natural após uma certa pressão.

Como você deseja, de fato, se desenvolver? Você quer ser cascalho ou diamante? Lembre-se: cascalhos existem aos montes. Quando você repete a média, as ações médias do mercado, você está repetindo comportamentos. Fico muito indignado quando vejo pessoas querendo se diferenciar, mas fazendo algo que já foi feito. Sabe aquela história de que, para você ser reconhecido, precisa chegar primeiro porque quem chega primeiro bebe água limpa?

Então, a diferenciação está mais em você ser a fonte de água do que beber água da fonte. Você precisa continuar a buscar o conhecimento e colocá-lo em prática para ter a diferenciação que deseja.

Se você sempre vai encaixando coisas na rotina, sua hora vai perdendo o valor. Você precisa agregar valor, fa-

zer com que essa noção do diamante, do escasso, do raro, tenha mais valor. Se sua hora está sempre disponível, sempre livre, não existe valor nela. Por outro lado, aquilo que é concorrido, é valioso. Uma dica de ouro: implemente a concorrência quando oferecer seus horários “Agenda até tal hora, apenas duas vagas”, porque então você terá uma hora mais concorrida, aumentando seu valor.

O que você pode fazer: Invista em você. Seja a marca! Invista em suas principais características e pare de tentar fazer sempre tudo igual aos outros. Fazer isso sempre fará com que você seja a sombra de alguém. Melhor construir sua história sendo você. Isso atrairá pessoas mais identificadas com seu perfil e com seu negócio. Como? Faça cursos em instituições no Brasil e no mundo que o posicionem como referência no mercado. Além disso, esse *networking* será um diferencial.

NINGUÉM VENCE SOZINHO

Pessoas diferenciadas sabem montar equipes de alto desempenho. Essa é uma das coisas que eu mais faço na minha vida: treinar e formar equipes valiosas. Primeiramente, quando você decide treinar sua equipe, está fazendo algo que um número muito pequeno de empresas no Brasil fazem com qualidade. Isso acontece porque os treinamentos precisam ser personalizados. Montar uma equipe de alto desempenho tem a ver com você compreender as individualidades de cada um e incentivá-los.

Como diz o psicólogo alemão Frederick Herzberg, na Teoria dos fatores motivacionais, para manter uma pessoa em uma equipe, você precisa ter a remuneração adequada e o desenvolvimento adequado. Então, não se trata só de valor financeiro. A pessoa percebe se ela está em desenvolvimento ou não. Às vezes, você recebe um bom salário, mas a empresa

não está investindo em seu desenvolvimento. Já abordamos isso em capítulos anteriores. Uma pessoa que não estuda, que não faz um curso, não evolui, perde o valor de mercado. Isso é prejudicial para o profissional e para a empresa.

É muito relevante quando nós entendemos o quão fundamental é saber como montar equipes. Lembra-se da missão, visão e valores? Quando você vai contratar seus funcionários, com base em tudo isso, você consegue nortear as contratações dos profissionais dentro da sua equipe. E como isso é feito? Através de perguntas investigativas referentes à contratação, que são as perguntas técnicas e as comportamentais. As perguntas técnicas normalmente estão relacionadas à realização das tarefas e as comportamentais às características dos profissionais para exercerem a parte técnica.

Então, quando alguém deseja montar uma equipe, precisa saber de duas coisas principais: que precisará investir e que dará trabalho. Montar uma equipe de alto desempenho não está relacionado a promover um treinamento e nunca mais fazer nada. Mesmo treinamentos motivacionais, que possuem duração aproximada de 48 a 72 horas, não são suficientes diante de toda uma trajetória. O que funcionará para você é ter recorrência e, quanto mais isso acontecer, melhores treinamentos você fará. Quando você entender que, para montar uma equipe, precisará investir nisso incessantemente, terá equipes de nível diamante.

Outro detalhe é trabalhar individualmente com cada um. Dá trabalho, mas a individualização faz com que você entre em uma seara e mostre para aquela pessoa que ela é importante para você, que ela é única. Lembre-se: ninguém vence

sozinho. Montar uma equipe e não investir em treinamento é estar fadado ao fracasso. Não é simplesmente um luxo, é obrigatório. Já se foi a época em que cada um buscava o seu conhecimento pessoal. Hoje é essencial você investir no treinamento de sua equipe. Eu fico surpreso quando vejo profissionais investindo milhões em equipamentos, mas não investindo um centavo no treinamento da equipe. O alto desempenho que você deseja está relacionado com saber montar boas equipes e manter o treinamento de alta performance.

Eu gosto muito de falar assim: quem não treina sua equipe pode passar vergonha, perder credibilidade e muito dinheiro. Eu lembro da história de uma cliente que mantinha na recepção do seu negócio uma menina que trabalhava direitinho, cumpria os seus horários, mas, de repente, alguns clientes começaram a reclamar do atendimento. Aquilo acendeu um sinal de alerta e, de repente, descobrimos que a menina não estava fazendo as coisas exatamente como deveria. A profissional foi dispensada e, no primeiro mês após a troca, dobrou o faturamento. No segundo e no terceiro mês, o faturamento continuou aumentando. Portanto, pode ser que a falta de treinamento da equipe esteja minando seus resultados.

O que você pode fazer: Conheça melhor sua equipe. Conheça-os individualmente, suas histórias de vida e como chegaram até ali. O mínimo que um líder deve fazer é conhecer bem sua equipe. Invista urgentemente em capacitação e liderança. Dificilmente, você conseguirá um bom resultado se não formar seus líderes (ou contratá-los – o que sai muito mais caro).

PENSE GRANDE

Certa vez li que a maior descoberta do século 19 estava relacionada ao fato de saber que indivíduos que mudam sua forma de pensar mudam o seu ambiente. Então, pergunto: como anda a qualidade dos seus pensamentos? Ela determinará a qualidade das suas ações e, consequentemente, a qualidade dos seus resultados.

Procure avaliar como você se comunica com você mesmo. Você se coloca para baixo? Você se autossabota ou tem pensamentos bons e que o incentivam à busca dos resultados desejados? A qualidade dos pensamentos está diretamente ligada à qualidade dos seus resultados, então, dificilmente, você conseguirá resultados positivos com pensamentos pessimistas. Assim, mude a qualidade dos seus pensamentos! Treine isso, veja o que você tem

de bom, o que só você sabe fazer para o seu cliente. Mude e equilibre a sua história de vida, sua qualidade de vida.

Um pensamento leva você a sentir e o sentir leva à ação, gerando um comportamento que, uma vez repetido por várias vezes, torna-se um hábito. Ou seja, os hábitos criados, ou não, voluntariamente geram um comportamento e esse comportamento dita o resultado. Nesse contexto, “resultado” ou “resultados” podem significar inúmeras coisas, como um carro melhor, um imóvel novo, ser melhor pai ou mãe, ser leal, ser um profissional respeitado, ter um melhor salário ou qualquer outro desejo.

Eu lhe pergunto: Quais os resultados que você têm em sua vida? E, quanto ao merecimento, você acredita que os merece? Pois bem, dependendo da sua resposta, pode-se saber se tem pensamentos de boa qualidade, considerando que você tenha bons resultados e que se sinta merecedor desses resultados. Porém, caso a sua resposta seja não, isso indica que você deve avaliar a qualidade de seus pensamentos para produzir resultados satisfatórios.

Quando você se preocupa, de fato, com a qualidade dos seus pensamentos, você para de se apaixonar pelas suas desculpas ou de simplesmente preferir ficar vendo o lado negativo das coisas. Aquela história de não ser pessimista e sim realista. Será? Será que esse pensamento te aproximará ou afastará dos seus objetivos?

Eu lembro que, há pouco tempo, uma das grandes mudanças que eu e uma cliente fantástica conseguimos foi exatamente na qualidade dos pensamentos. Todas

as vezes que ela pensava algo negativo, procurávamos anular aquele pensamento com algo positivo ou com uma lição aprendida. Faça esse exercício. Não deixe em sua mente apenas pensamentos negativos, a não ser que você queira perder tudo que construiu até aqui, se você quiser ser cascalho, se quiser ser mais um. Diamantes possuem pensamentos diferenciados, diamantes pensam como diamantes.

Verifique quais áreas dos seus pensamentos você precisa melhorar e procure valorizar suas conquistas, pensando positivamente e imaginando como será o seu resultado e sua visão de futuro. Isso será bom para você.

O que você pode fazer: se os seus objetivos não forem empolgantes, você não irá se esforçar tanto assim. Seus objetivos precisam valer a pena. Não se engane.

QUALIDADE DO TEMPO

Quando você está no trabalho, está sempre olhando para o relógio com a mesma sensação da época de escola quando ansiava para o sinal tocar, pois queria ir embora? Isso pode indicar que você não gosta tanto assim do seu trabalho. E se, ao invés de continuar com essa sensação, você começar a usufruir melhor do seu tempo?

Existe uma característica do ser humano chamada cronotipo. Cronotipos são os nossos perfis de preferência circadiana. Existem pessoas que são mais matutinas, outras intermediárias e até vespertinas. Qual é o período do dia em que você funciona melhor? A qualidade do uso do tempo é saber administrá-lo bem, o que não quer dizer que isso tem que ser perfeito, nem

tem a ver com quantidade. A qualidade do uso do tempo tem a ver com produtividade.

Pense da seguinte forma: Se você deseja ser mais produtivo, determine primeiro qual é a parte do dia em que você rende mais. Nesse período do dia você sabe que tem maior ciclo de concentração, que dura em média uma hora e meia. Você terá dois ciclos de concentração de uma hora e meia no seu melhor período, então procure usar bem esse tempo em que você está mais criativo.

Só por fazer isso, você perceberá um aumento significativo na sua produtividade. Então, se você tem aquele cliente difícil para atender, que tal marcar no horário em que você tem o seu período mais criativo? Você tem uma tarefa muito difícil para realizar? Que tal executá-la nesse período? Esse ciclo de concentração precisa ser usado com sabedoria. Se assim você fizer, aumentará sua produtividade.

Uma outra questão referente à qualidade do uso do tempo é que algumas pessoas se enganam, pensando: “Eu trabalhei muito hoje”, mas será que você trabalhou certo? Você deve sempre avaliar o seu resultado pela sua produtividade e não pela quantidade de tempo trabalhado. Grandes profissionais sabem usar bem o tempo e têm metas claras e definidas.

Uma dica para você que deseja se organizar melhor é utilizar um calendário eletrônico, seja no celular ou por meio de um aplicativo. Comece a colocar cores nos seus compromissos e estabelecer padrões. Você identificará que seu cére-

bro começará a se organizar melhor e isso fará muito sentido para você. Você lembrará de compromissos simplesmente por causa das cores. Foi exatamente assim que eu, que sou naturalmente desorganizado, consegui me organizar a tal ponto de ensinar sobre esse assunto.

Se você tem dificuldade de lembrar das coisas, uma estratégia que funcionou para mim foi fazer anotações em papel e no celular. Hoje, eu só uso o celular, mas é importante que você aprenda a usar essas ferramentas, visto que elas facilitarão muito a sua vida! Procure colocar em prática para se organizar e comece a colher os resultados da qualidade do uso do tempo.

Melhoria contínua

A melhoria contínua é a capacidade do profissional se atualizar constantemente e, óbvio, se transformar em uma pessoa relevante para o mercado no qual atua. E como isso é possível?

A melhoria contínua está relacionada ao fato de a pessoa ser alguém melhor do que ela foi ontem. Você não pode simplesmente ser o mesmo hoje, mas tem que ser uma pessoa diferente. A melhoria contínua é uma capacidade de você melhorar e qualificar habilidades que você já possui.

Quando você faz isso, atrai novos relacionamentos, aumenta e qualifica seus contatos. Você tem uma capacidade única de criar diferenciais e, quando vai se aperfeiçoando, seja nos seus relacionamentos, seja em seus estudos, você

atrai novas pessoas. Atualizar-se também permite que você abra sua mente e amplie sua forma de enxergar a sua carreira, portanto coloque metas realistas para você continuar. Nunca aceite ser a mesma pessoa todos os anos.

Um ponto sobre o qual eu gosto muito de falar, no que diz respeito à melhoria contínua, é o estudo referente ao *flow*. O que é o *flow*? É como as pessoas descrevem seu estado mental quando a consciência está harmoniosamente ordenada e a atividade à qual se entregam é uma recompensa em si mesma. Elas têm os seus cinco sentidos envolvidos em uma atividade e perdem a noção do tempo porque estão muito envolvidas nela.

Essas atividades provavelmente são as que fazem o seu coração bater forte, onde você sente a sua energia. Quando consegue realizá-la mais vezes, ao longo do seu dia, passa a ter dias melhores. Não é realista pensar que você passará o dia inteiro no *flow*. Isso não vai acontecer, não é realista. Planejar a vida a curto, médio e longo prazo é essencial para se manter no *flow*. A melhoria contínua está diretamente relacionada com a sua capacidade de ter uma comunicação apaixonada e é isso que veremos no próximo capítulo.

O que você pode fazer: você precisa testar até encontrar a melhor estratégia de gestão do tempo e produtividade, não tem jeito. Só você vai poder dizer quando testar as ferramentas e fizer a sua parte, claro. Não desista se no início não der certo. Você estará mais próximo da solução.

COMUNICAÇÃO APAIXONADA

Pessoas de alto desempenho são excelentes comunicadoras. Pense nas pessoas que você admira profissionalmente. Você perceberá que elas são grandes profissionais e que se comunicam muito bem. Hoje em dia, a comunicação não é algo opcional. Mas o que **seria** se comunicar bem? Você tem várias formas para se comunicar. A forma como você se veste, sua forma de falar, de se posicionar nas redes sociais, a forma como você se relaciona com as outras pessoas, tudo isso é fundamental. É você fazer algo por alguém antes de precisar **da pessoa**; é, acima de tudo, construir relacionamentos.

Uma comunicação apaixonada representa a sua personalidade e está relacionada, por exemplo, com ter naturalidade. Você não vai se transformar em outra pessoa, mas, ao investir na sua comunicação, terá um aumento

em todas as áreas da vida. Portanto, treine sua comunicação, seja na frente do espelho ou com a ajuda de um gravador. Apresentarei um exemplo simples nessa “história” de comunicação apaixonada.

Digamos que um cliente entra em contato com você e pergunta se você tem horário disponível hoje. Você, ou alguém da sua equipe, responde que sim ou não. A resposta está certa, porém foi objetiva demais. Quando você está em contato com um cliente, você tem uma porta aberta para seu negócio! Mostre mais empatia! Comece desejando um bom dia, tratando a pessoa pelo nome e mostrando interesse em resolver a situação dela. Lembre-se: a comunicação apaixonada passa pela capacidade de você estabelecer uma conexão com seu cliente.

Comunicação não-verbal

Algo que eu gosto muito e indico é a utilização da comunicação não-verbal. Às vezes, nossas expressões faciais, gestos, contato visual, postura e tom de voz podem transmitir uma mensagem melhor do que as próprias palavras. A comunicação não-verbal é um aspecto importante no local de trabalho, pois mostra como você escuta e reage às pessoas. Você pode ser muito bom tecnicamente, ser o melhor profissional do seu segmento, mas se não se comunicar bem, não conseguirá os resultados que deseja. Essa é a grande verdade.

O que você pode fazer: Aprenda a ouvir bem. Boa parte do sucesso em uma boa comunicação está relacionada com fazer boas perguntas e ouvir “com o corpo inteiro”. Essas habilidades constroem relacionamentos sólidos. Como já disse Dale Carnegie, em seu livro “Como fazer amigos e influenciar pessoas”, você precisa procurar algo em comum. Aliás, esse é um dos meus livros de cabeceira. Na minha humilde visão, leitura obrigatória.

CREDIBILIDADE

Credibilidade não se conquista da noite para o dia. Ao contrário da simpatia, que é possível conquistar através de uma conversa, a credibilidade leva tempo. Por isso dizemos que credibilidade se constrói. Quando sua empresa já é conhecida ou o produto já tem uma visibilidade positiva no mercado, fica muito mais fácil vender.

Parece óbvio, mas, para conquistar credibilidade, você precisa demonstrar confiança. E como você faz isso? Em primeiro lugar, sendo ético. Cumprir sua palavra e ser leal é o que fará a diferença. Em segundo lugar, sendo coerente. Se você trabalhar com aquilo em que acredita, não precisará falar muito. Por último, sendo excelente em tudo o que fizer. Empenhe o seu melhor e terá resultados extraordinários.

Todo mundo tem aquele amigo que sempre chega atrasado. Pode ser que ele esteja até mesmo no seu campo de visão agora. Para marcar com ele um determinado horário você diz que o encontro acontecerá duas horas mais cedo. Pode até parecer engraçado, mas quem espera não gosta nada disso.

Esse comportamento destrói a credibilidade de uma pessoa e, se for associada à marca, ou seja, se toda vez que pensarem na pessoa, pensarem também em atraso, que não dá para contar, em falta de profissionalismo ou até compromisso, não existirá credibilidade que sobreviva.

O melhor investimento que você pode fazer está em ser um profissional de palavra. Resolutivo, técnico e, acima de tudo, acolhedor.

Uma boa maneira de desenvolver credibilidade é por entender qual o seu posicionamento estratégico. Interessante isso, porque, mesmo que se fale muito em marketing, mais de 95% não tem um posicionamento assim.

Posicionamento estratégico é construir uma marca e solução para atuar em um determinado nicho, que, de preferência, seja uma grande parte de uma pequena parte do mercado, na qual a concorrência será menor e o seu público específico.

Sempre se lembre: credibilidade está diretamente relacionada com resultados e com cumprir aquilo que se promete. Hoje em dia, superar a expectativa do cliente não é apenas falar de benefício (clichê encontrado em treinamentos de vendas), superar expectativas está dire-

tamente relacionado com criar memórias positivas do seu serviço na vida do cliente. O impacto que seu trabalho tem (teve ou terá) na vida dele. **Não se trata apenas do que ele ganha com isso.** É o que ele “vive” com isso. Quais as memórias, em quais momentos, seu trabalho esteve presente na vida das pessoas?

Credibilidade tem a ver com cumprir sua palavra, entender o problema (ou as dores) do cliente mais do que ele mesmo, ao passo que ele sempre desejará ouvir sua opinião quando um determinado assunto for tratado.

O que você pode fazer: Primeiro, faça uma autoanálise. Sinceramente, você é uma pessoa que cumpre sua palavra? Seja ir à padaria, marcar um horário com os amigos, participar de um evento, quando você diz que fará algo, você realmente faz? Comece a cumprir sua palavra sendo pontual. A vida é muito corrida para a maioria das pessoas, o tempo é escasso e ninguém mais quer perder tempo com atrasos. Isso poderia significar deixar de pegar os filhos na escola, perder um cliente ou receber uma bronca do chefe. Primeiramente, identifique os seus motivos de atraso e procure neutralizá-los. Segundo, se programe para sair sempre mais cedo do que faria normalmente. Faça isso até conseguir cumprir seus horários.

REGRA DO JOGO

Se você vai jogar xadrez, precisa saber como funciona, o que é e como jogar. No mercado de trabalho, as regras são as mesmas. Você precisa saber o que fazer e o que não fazer, resumindo: você precisa saber as regras do jogo. Quando você domina o que vende ou oferece, começa a se posicionar, sabe precisamente quais profissionais precisa contratar, quais serviços são realmente necessários e é aí que estará a sua diferenciação.

A regra do jogo **significa** saber em quais habilidades e comportamentos você terá que investir para conseguir ou não se diferenciar no mercado, pois, se você simplesmente faz o que todo mundo faz, pode estar jogando seu dinheiro fora. Você deve se perguntar: “Qual é a minha estratégia de mercado?”, “Eu sou uma marca?”, “O que só eu faço pelo meu cliente?”. Antes de agir, o profis-

sional precisa entender o comportamento dos consumidores. É assim que irá atraí-los, dentro dos limites das características individuais.

A hora é agora

Minha dica de ouro é: deixe seu cliente melhorar o seu produto. Garanto que você terá muito mais sucesso do que ficar adiando a implementação. Pessoas que agem rápido também erram, mas a diferença é que elas não passam muito tempo remoendo a decisão mal tomada. Elas agem. Quando você erra, mas age com rapidez, consegue melhorar sua performance, seu desempenho. Seria a seguinte fórmula: performance igual a potencial menos interferência.

Quando você conhece o seu potencial, tem condições de saber o que você precisa fazer ou aquilo que pode fazer melhor. A diferença é que você não será remunerado pelo seu potencial, mas pelos seus resultados. Por isso, decida agir!

Interferência é tudo que há no meio ou até mesmo dentro de você, seus próprios pensamentos que criam barreiras para o seu desempenho. Tudo isso pode fazer com que você pare e erre por muito tempo, o que seria algo desastroso. Esses profissionais erram, mas agem rápido, e isso é algo muito positivo. Errou? Parte para outra! Vamos em frente!

O que você pode fazer: Estude sua área de atuação. Faça *benchmarking* (estudo de mercado). Analise as tendências para os próximos anos e mostre para seus clientes que eles são verdadeiramente importantes para você, criando produtos e serviços que atendam uma demanda específica do mercado. Se você conseguir criar essa imagem poderosa de antecipar e criar inovação, algo raro, você encontrará um tipo de diferenciação muito desejada, mas difícil de conseguir: diferenciação através da inovação. Para isso, além de entender muito tecnicamente da sua profissão, você necessitará compreender todo o restante, desde o comportamento do consumidor até as tendências para o seu negócio.

HUMILDADE SEMPRE

Com humildade, é possível desenvolver relações mais sólidas, gerar confiança, estimular a participação, a proatividade e a criatividade dos liderados. Através dessa característica é que se constrói um trabalho em equipe. Você nunca pode olhar para alguém e achar que já sabe tudo. É nobre demonstrar uma fraqueza e admitir que não é dotado de todo conhecimento e que pode, sim, ser útil para os outros, assim como os outros podem ser úteis para si. Humildade é a qualidade de não tentar se projetar sobre os outros e respeitar o espaço, as competências e as particularidades de cada um.

Julgar alguém a partir de suas qualidades ou tratá-lo diferente por causa de alguma peculiaridade que ela tenha já é um ato de falta de humildade, diria até discriminatório. Acreditar que você é melhor que alguém e

agir baseado nessas crenças é algo de extrema soberba. A humildade para aprender sempre o aproximará da pessoa que você deseja ser. Ela cria uma conexão maior com os outros, abre portas que o conhecimento puro, por si só, não poderia. Quando você une humildade ao conhecimento, cria grandes pessoas, grandes valores e marcas valiosas.

Humildade para aprender sempre é algo vital que realmente o aproximará do objetivo desejado. Quais são três fatores fundamentais que você precisa levar em consideração, ao permanecer em humildade para aprender sempre?

Primeiro você precisa se entender e lembrar que, à medida que você cresce, se tornará ainda mais quem você já é, e isso é um fator importante. Você também precisa lembrar que você vai se desenvolver mais nas áreas em que usa seus pontos fortes. Um terceiro ponto que eu gosto muito é que você deve buscar trabalhar com pessoas que tenham pontos fortes diferentes dos seus, porque **seria** como se você montasse uma equipe mais completa. Quando falo de pontos fortes, não estou falando de valores. Lembre-se de que os valores precisam ser similares aos seus para que você monte uma boa equipe.

Eu lembro que, quando fui em algumas multinacionais, os valores das empresas normalmente ficavam nas salas, nas paredes, em vários lugares, para que as pessoas que estivessem ali se identificassem com a organização,

se identificassem com a empresa. Você já percebeu? **Isso serve** para você e para mim. Ter humildade para aprender sempre o aproximará dos resultados que você deseja.

O que você pode fazer: Procure sempre se colocar no lugar do próximo. Esforce-se para ver a situação segundo o ponto de vista da pessoa. Você ganhará muito fazendo isso. Quando fizer o exercício, procure tirar um aprendizado. Pergunte-se: o que estou vendo agora que não via antes? Qual terá sido o real motivo para a pessoa tomar essa decisão? Será que eu poderia decidir de uma forma diferente? O que eu aprendi com esta ocasião? Mas lembre-se: ser humilde é uma coisa, ser omissos é outra. Aprenda a ouvir e a agir.

SEJA PROATIVO

Chamo essa proatividade de inquietude direcionada. Como assim? Pessoas proativas estão sempre querendo fazer algo novo, estão em movimento, criam inovações, dão nomes às suas criações, desenvolvem marcas para cada uma das suas **soluções**. Você quer criar um projeto, um programa de tratamento, um serviço especial? Você precisa transformar esse serviço, esse projeto, em uma marca. Essas pessoas estão sempre olhando para frente. Elas olham para frente, criam esse diferencial. Acho isso tão incrível que, quando eu pensei na minha própria carreira, na minha própria construção pessoal, quis aplicar essa proatividade.

Muitas vezes, você não será proativo. Você precisará aprender a ser. Como você pode fazer isso de uma maneira simples para facilitar o seu dia a dia? Uma dica de ouro: Aprenda a dividir, a fazer listas pequenas. Primeiramente, faça listas de uma a três atividades, depois coloque uma data para cada uma dessas ações. Você só deve partir para a segunda linha quando tiver concluído a primeira ou ela estiver em andamento. Coloque uma data para cada uma delas e você verá que seus resultados serão melhores. Você conseguirá superar as expectativas.

Essa inquietude direcionada tem muito a ver com o quanto você quer isso. Se você quiser só um pouquinho, você só vai se esforçar um pouquinho. Você precisa querer muito! O objetivo precisa ser empolgante para você, precisa ser atraente de fato, porque, senão, você não vai se esforçar como deveria.

A proatividade tem a ver com a qualidade das suas ações. Lembra que falamos da qualidade dos pensamentos? Ela tem a ver com a qualidade das ações, e não basta você ter apenas a intenção certa, mas precisa ter a atitude correta. Essa força, essa inquietude para fazer algo, precisa ser bem direcionada. Se você não fizer isso, poderá ficar confuso, desperdiçar energia, voltar à estaca zero ou até piorar.

O que você pode fazer: use a estratégia de vendas “DHLPR”. Procure desenvolver suas conversas e atividades respondendo as seguintes perguntas: Data, hora, local, pessoa e razão. Se você se acostumar com essas siglas e, naturalmente, implementá-las no seu dia, perceberá que as pessoas sentirão que você tem maior controle do seu tempo e do processo, o que já lhe garante mais credibilidade. Se você estiver vendendo, da mesma forma, mostrar para o cliente e para a equipe que existem prazos e etapas a serem cumpridas aumentará a sensação de controle e eficácia.

RELAXAR PARA QUÊ?

Pessoas de sucesso sabem relaxar. Como assim “sabem relaxar”? Outro dia, falei brincando: “Você precisa ter tempo e, para ter tempo, isso precisa estar na sua agenda”.

Você tem tempo para ficar com a sua família, com seus filhos, tem tempo para relaxar? Ou você é uma pessoa que só prioriza as coisas profissionais? Você cuida da sua saúde? Aliás, o exercício físico é uma característica comum das pessoas de alto desempenho que treinei. Todas elas cuidam da saúde. Todas! Não é opcional.

O equilíbrio é fundamental para que você fique mais próximo dos resultados que deseja. Sem o equilíbrio, você vai sofrer, pode até conseguir todo o dinheiro que **deseja**, mas pode perder coisas que dinheiro nenhum compra.

Para saber relaxar, não basta apenas trabalhar, porque, se você passa toda sua vida apenas trabalhando, se sua agenda é só trabalhar, você terá muito dinheiro. Provavelmente, conseguirá todo dinheiro que **almeja**, mas sinto dizer que a possibilidade de você gastar tudo com remédios será grande, porque já está comprovado que a melhor forma de você usar o seu dinheiro será comprando experiências.

As experiências podem ser revisitadas ou revividas todas as vezes que você pensar nelas. Uma prova disso é que todas as vezes que você se encontra com seus amigos de infância, vocês riem das mesmas coisas, vez após vez, porque aquelas experiências são revividas e sempre trazem aquela sensação boa, aquele sentimento prazeroso de lembrar de algo bom.

Uma boa forma de você usar o seu dinheiro é comprando experiências como as viagens. Também é certo que, quando você faz algo por alguém, a sua qualidade de vida, a famosa sensação de bem-estar, se amplia. Saber relaxar tem a ver com usar bem o tempo. Reserve-o para cuidar da sua saúde, para ficar com sua família, tempo para ter tempo. Quem apenas trabalha não tem tempo para ganhar dinheiro. Você precisa ter tempo para se equilibrar, se renovar. Se você sabe trabalhar, equilibrar as coisas, cuidar da sua saúde, se alimentar bem, você precisará ter tempo para ter tempo.

O que você pode fazer: se tem uma coisa que eu pego no pé dos meus clientes é sobre reservar tempo para as coisas mais importantes. Tempo para a família, tempo para os amigos, tempo para ficar sozinho, tempo para aquela viagem, enfim, tudo isso precisa estar na agenda como um compromisso. Insira primeiro em sua agenda as coisas mais importantes.

SUPER ESPECIALISTAS

Antigamente, era muito fácil identificar um carro na rua. Você olhava de longe e dizia: “Lá vem uma “Brasília”, “Lá vem um Fusca”, “Lá vem um Comodoro”. Você olhava de longe e já sabia que aquele era um carro específico, um carro determinado, você sabia qual era a marca. Com o aumento da tecnologia e com o passar dos anos, tudo foi se transformando e ficando muito parecido com uma *commodity*.

Commodity são aqueles itens da natureza que não tem grande diferenciação e tem um preço tabelado. Por exemplo, o arroz, milho, feijão são *commodities*, têm o preço fixado porque não têm uma grande diferenciação de um produto para o outro. Mas por que isso é importante para você? Justamente por causa do aumento da tecnologia e todo esse equilíbrio, ter diferenciais está diretamente re-

lacionado à sua capacidade de criar grandes transformações para as pessoas e agregar valor na vida delas.

Esse valor está relacionado não apenas com solucionar um problema que o cliente tenha, porque muitas vezes ele nem sabe que tem um problema e um dos trabalhos do marketing hoje é mostrar para o cliente, fazê-lo reconhecer que tem uma questão para ser resolvida. O profissional hoje, o superespecialista, é aquela pessoa que tem solução para o cliente e, além de tudo, cria uma grande experiência para ele, uma experiência completa.

Com certeza, você já ouviu falar da jornada do cliente. O que você pode não saber é que essa jornada não serve apenas para seu cliente, mas para você. Muito tem se investido em máquinas e equipamentos e pouco, de fato, na capacitação das pessoas que criam os diferenciais.

Invista em você, mas, primeiramente, transforme-se em um grande especialista. Onde está o seu ponto forte? Use essa área para fazer suas especializações. Já falamos sobre isso anteriormente. O que você faria o resto da vida se não recebesse um centavo pelo seu trabalho? Bem, é muito provável que você tenha paixão, habilidades e demandas para essa área que você pensou. Aí está o seu tesouro.

Você precisa ter habilidades, paixão por algo, por uma função, por um trabalho. Só que, mesmo que você tenha tudo isso, ainda precisará de mais. Precisar ser um superespecialista. Por isso, se especialize. Profissionais generalistas tendem a perder mercado. Quando

procuramos algum profissional para nossa casa, escolhemos o melhor. Você procura alguém que solucione o seu problema e não que o aumente. Quem dirá no que diz respeito a nossa jornada profissional! Precisamos continuar em busca da nossa excelência!

O superespecialista toma decisões exatas, ele não toma decisões mais ou menos. Isso me lembra uma história que eu conto nas minhas palestras, referente à Apollo 11, na primeira viagem para a lua. O trajeto dessa viagem foi de mais de 1 milhão de quilômetros! Imagine se, para cada quilômetro, a Nasa errasse um metro!

No primeiro quilômetro, talvez ninguém percebesse, porque percorreria 999 metros e viraria um metro para o lado. Até aí, tudo bem. Porém imagine uma decisão errada dessa em mais um milhão de quilômetros! Quando a nave pousasse, estaria muito longe do seu objetivo. Em nossas vidas, nos acostumamos com decisões quase certas. Muitas vezes, tomamos decisões assim e, com o passar do tempo, não reconhecemos mais o lugar no qual estamos.

Superespecialistas são precisos, tomam decisões exatas. Uma coisa que eu também percebo é que eles sabem que é preciso ter indicadores. Os indicadores são essenciais para a gestão da sua vida pessoal e dos seus negócios. Essas informações dão suporte para tomada de decisão. Transformar-se em um especialista em algo tem a ver com você saber gerenciar e ter as informações necessárias para isso.

O que você pode fazer: faça cursos e procure desenvolvimento em áreas que você possua seus pontos fortes. Nestas áreas, você terá mais oportunidades de encontrar sua grande diferenciação.

CORAGEM, JOVEM!

A coragem é autoexplicativa e não é o oposto do medo. O oposto do medo é a covardia. O medo é uma trava que tem uma função psicológica que está relacionada à proteção, para você não se colocar em risco, já percebeu isso? A coragem, porém, tem como seu oposto a covardia. As pessoas corajosas agem, não são irresponsáveis, mas pensam, refletem. Elas entram em ação, colocam em prática e sabem que o risco existe em qualquer momento.

Se você fizer algo, há risco; se não fizer, há risco também. Sempre falo isso para meus clientes e gostaria de compartilhar com vocês. Nesse exato momento, pode ter alguém falando de você, porque você não fez as coisas que deveria fazer e está preocupado: “Vão falar de mim se eu fizer isso ou fizer aquilo”. Mas, se você não fizer, eles

falarão do mesmo jeito, então não fique pensando. Entre em ação e construa com suas próprias mãos o futuro que você deseja porque, se você está pensando muito no que os outros falarão, não está pensando em você.

Pessoas corajosas realmente entram em ação e não ficam pensando muito no que os outros vão pensar ou falar. Elas insistem em se capacitar, em lapidar a si mesmas diariamente, nessa busca constante pela excelência.

O que você pode fazer: normalmente o medo está relacionado com o novo, com o medo do julgamento e da rejeição, com a falta de conhecimento sobre um determinado tema ou até mesmo com crenças limitantes. Seja como for, decida agir. Algo que poderá ser muito útil para você é estudar a fundo um tema que o deixe mais inseguro hoje ou simplesmente se preparar com antecedência para aquela apresentação.

VIVA A SUA MARCA

Ser uma marca é reconhecer que você tem uma função social, que você tem algo para oferecer e saber que você deixará uma marca nas pessoas e na sociedade. Ser uma marca é saber, por exemplo, quais cores combinam mais com sua personalidade, com o seu tom de pele, com o seu negócio. Ser uma marca está relacionado a saber o que você vai fazer para a comunidade, o bem que você pode fazer para os outros e o benefício que seus produtos e serviços levam para as pessoas.

Lembro-me que, há muitos anos, quando eu comecei na área de recursos humanos, uma das coisas que levávamos em conta quando tínhamos que promover alguém dentro da empresa era, por exemplo, como essa pessoa se vestia. Dizem que você tem que se vestir dois níveis acima daquele cargo que está exercendo hoje, porque você passa

a ser visto como alguém pronto e preparado para uma função superior.

Apenas entre 3% e 7% das pessoas experimentarão algum tipo de promoção na vida, e isso faz muito sentido porque a sociedade é, teoricamente, uma pirâmide e a menor parte dela é o topo. Então, como é que você pode pensar que, se não fizer tanto assim, ou se você fizer a média, será promovido? A grande verdade é que a maioria das pessoas nunca **experimentará** nenhum tipo de promoção na vida e isso está relacionado com a regra de Pareto.

A regra de Pareto traz o conceito de 20/80, em que 80% dos seus resultados vêm de 20% das causas. Trazendo para os Recursos Humanos, para a área de desenvolvimento, é possível imaginar que, a cada grupo de 100 alunos, 20% estão acima da média e 80% estão na média. Contudo, se aplicamos a mesma regra aos 20% que estão acima da média, teremos 20% que são espetaculares e 80% que são muito bons, e assim por diante, como uma dízima periódica.

Então, qual é o ponto? O ponto é que, para você chegar aonde deseja, você precisa ser uma marca e ela está diretamente relacionada com o alto desempenho, com a produtividade, com a credibilidade, com a ação, com a boa comunicação e em como você precisar vivê-la. Você tem que desenvolver, todos os dias, uma comunicação, uma postura, algo relacionado com a imagem que deseja passar e com o lugar que deseja estar.

O que você pode fazer: profissionais de alto desempenho que criam marcas valiosas trabalham muito bem sua imagem pessoal e *networking*. Essa imagem pessoal normalmente será desenvolvida através de perfis científicos e não apenas de um *briefing* de questionários. Os arquétipos (criados por Carl G. Jung) são um exemplo de ferramentas utilizadas no marketing na construção da imagem pessoal e do que ela deseja passar para as pessoas. Os arquétipos representam padrões de comportamentos associados a um personagem ou papel social. É algo que você pode ler mais a respeito e será muito interessante, sem dúvida.

ADMINISTRE SEU NEGÓCIO

Pessoas de sucesso são aquelas que não vivem simplesmente delegando atividades, mas procuram interagir com os indicadores. Entender de números não está relacionado apenas com seus valores financeiros, com suas conquistas, mas tem a ver com sua produtividade, desde a gestão do tempo, que passa pelo seu dia a dia, até **a melhora dos seus resultados**. Entender de números está relacionado, por exemplo, sobre quanto cobrar por um determinado serviço e saber encontrar a melhor estratégia para cada profissional, para que ele tenha acesso ao alto desempenho dentro do seu negócio.

Uma dica minha para você: esses números não estão relacionados apenas a sua carreira, ou a seu negócio em si, mas à sua pessoa, você como pessoa física. Você hoje é um profissional atualizado ou perdeu valor de mercado?

Se você não estiver valorizado, tem um problema de diferenciação. Como é que você vai conseguir levar algo para o seu cliente, que mude a vida dele, se você não entender os padrões do negócio? Fidelizar é essencial.

Você precisa entender de números, você precisa, por exemplo, saber que um cliente novo custa até 7 vezes mais caro. Você precisa saber que um cliente fidelizado chega a gastar em média 31% a mais que um novo cliente. Você precisa saber que manter uma base sólida de clientes é vital para momentos de instabilidade e que 50% de clientes fidelizados utilizam novos serviços dentro do seu negócio. Essas informações valem ouro porque quem entende de números toma decisões melhores, mas entender de números também está relacionado a querer muito.

Resiliência

O que você faz quando as coisas não acontecem como você esperava? Você cruza os braços, deixa tudo para lá e começa a falar mal de você mesmo? Ou você decide seguir? A resiliência é importante para que você progrida, mesmo nos momentos mais complicados. Quando você é resiliente, consegue se recuperar rapidamente de uma discussão ou da perda de um cliente, por exemplo. Ou seja, por mais que as situações sejam adversas, você consegue seguir em frente e continuar trabalhando para entregar e até mesmo superar as expectativas do que precisa ser feito.

Generosidade

É muito interessante ver pessoas de alto desempenho que usam boa parte do seu tempo para fazer algo por alguém. Quando seu trabalho não tem significado, talvez você mesmo deixe de entender o que você precisa fazer por você e pelos outros.

O que você pode fazer: aproveitando esse parágrafo da generosidade, quero deixar uma dica interessante para você. Use o gatilho da reciprocidade. O cérebro foi programado para ser generoso. Quando você faz algo por alguém, a tendência é que essa pessoa queira fazer algo por você também. Desde as premissas das páginas de captura na internet, quando você deixa seus dados para baixar um e-book, até oferecer um atendimento impecável, todas essas ações contam com uma reciprocidade. Quanto mais generoso você for com o uso do seu tempo, da estrutura e estratégia dos seus negócios, maiores serão os resultados como indicação dos seus serviços e assimilação de marca (quando parceiros de negócios mencionam você).

APRENDA A VENDER

“Ah, mas eu não sei vender!”. Sabe sim, claro que sabe! Todo mundo sabe vender, porque senão você nem trocaria o seu pijama na hora que saísse da cama! Você penteia seu cabelo, se arruma, porque todo dia está se vendendo de alguma forma.

Todo mundo tem uma imagem a zelar e o vender está normalmente internalizado nas pessoas com o medo da rejeição. Temos mania de achar que, quando as pessoas dizem não, é porque não gostam de nós, e não é isso! Elas só não quiseram comprar nosso produto ou serviço. Eu posso garantir para você que é possível aprender a vender e que, se não aprender, você sempre vai depender de alguém.

Imagina como seria perigoso para você sempre depender de terceiros na sua carreira! Então, decida aprender. Você sabia que apenas 20% da venda está relacionada com uma boa comunicação e com uma característica inata? Apenas

20%! Cerca de 30% estão relacionados com o estudar, com procurar as informações e colocá-las em prática e 50% estão relacionados com o quanto você quer isso. Então, qualquer pessoa que queira aprender e que queira vender conseguirá aprender a vender. Use isso e faça o mesmo.

Atualmente, a venda está diretamente relacionada com entender as necessidades do cliente. Se você não sabe explicar os benefícios do seu serviço e do seu produto, como espera que o seu cliente entenda? Logo, invista o seu tempo aprendendo como responder a essas perguntas.

Existem várias técnicas que podem ajudá-lo a aprender a vender. Por exemplo, a técnica dos 8 segundos. Quando você faz uma pergunta, você nunca a responde. Deixe o seu cliente responder, até para não criar um cansaço mental nele. Deixe que ele responda porque o diálogo vai fluir e, quando você apresentar o preço do seu trabalho para ele, permaneça em silêncio e espere-o falar. É óbvio que você vai falar que o investimento é de “X”. Faça dessa forma e verá que há pequenas técnicas que o ajudarão a vender melhor. Mas lembre-se: as pessoas não querem saber o que mais há para comprar, mas o que mais há para viver. Portanto coloque isso em prática. Não ofereça apenas mais um serviço, mais um produto. Ofereça uma solução, um benefício, e note que, se você sempre depende de alguém para vender para você, sempre dependerá de terceiros, e isso **será** muito limitante.

O que você pode fazer: faça cursos, leia livros e estude muito. Mas estude certo e não apenas para cobrir páginas.

SAIBA DIZER “NÃO”



medo de desagradar alguém, ou simplesmente de perder uma oportunidade, pode fazer com que você mantenha clientes ruins, que não respeitam seus horários, que sempre reclamam do seu **preço**, clientes que ficam mudando a agenda e, definitivamente, isso não é bom para você.

Esse tipo de cliente acaba minando sua autoestima, sua credibilidade, sua consistência e resultados. Você precisa aprender a dizer “não” para seus clientes também. Lembre-se do princípio do diamante: o que é raro, o que é escasso, tem mais valor!

Diga “sim” quando fizer sentido para você. Pare de dizer “sim” para tudo apenas para agradar ou por medo de perder algumas coisas ou desagradar alguém. Tenha uma estratégia, viva essa estratégia e respeite a sua própria

qualidade de vida. Quem diz “sim” para tudo diz “não” para si mesmo.

O que você pode fazer: Pare de querer agradar todo mundo. Toda vez que você faz isso, você se anula. Serei direto com você, até porque eu vejo isso praticamente todo dia da minha vida enquanto desenvolvo carreiras: você não vai chegar a lugar nenhum, absolutamente nenhum, dizendo “sim” para tudo e tentando agradar a todos. Quando faz isso, você se sobrecarrega, fere sua autoestima e pode arranhar sua imagem.

SABER OUVIR

Saber ouvir é uma mágica porque, quando você tem um problema, não procura alguém que fala muito, mas alguém que ouve muito. Uma pessoa que ouve muito é diferente e passa a ser vista como quem está dominando a conversa, embora a maioria das pessoas possa pensar ao contrário. Quem ouve faz boas perguntas, então saber ouvir está relacionado diretamente com saber perguntar.

Em um diálogo, você fala e o outro ouve. Depois, o outro fala e você ouve. Mas tente fazer o seguinte quando ele perguntar algo para você: procure colocá-lo novamente no centro da conversa, ao dizer assim: “Já te conto tudo em detalhes. Agora, eu quero te ouvir com atenção. Quero entender o que está acontecendo: me conte exatamente como...”. Seu interlocutor, então, vai falar sobre ele e você perceberá que isso lhe proporcionará construir relacionamentos melhores.

Saber ouvir sem pré-julgamentos é uma capacidade cada vez mais valorizada em trabalhadores e, principalmente, gestores. Hoje em dia, saber se comunicar bem não quer dizer apenas ter boa oratória ou conseguir persuadir o outro, mas envolve, também, estar apto a acolher sugestões e opiniões de outros. Saber ouvir é uma característica dos excelentes profissionais. Sabem ouvir, sabem valorizar o interlocutor, se colocam à disposição e sabem fazer boas perguntas. Quem não sabe escutar e só fala de si constrói apenas relacionamentos superficiais.

Lute contra a vontade de falar sem parar! Nunca faça assim. Isso distanciará seu cliente de você. Quando alguém estiver falando algo de si, ouça e faça uma outra pergunta para que ele fale mais, porque a primeira resposta é normalmente evasiva, então, no segundo momento da conversa, você pode perguntar assim: “Como exatamente eu posso ver isso?”, “Como posso ajudá-lo?”. Conte-me especificamente como posso ajudar você. O que você quer dizer quando fala...”. Coloque o seu interlocutor no centro da conversa.

O que você pode fazer: Esforce-se para desenvolver sua habilidade de fazer perguntas e se prepare para escutar atentamente o que a outra pessoa falará. Lute contra a tendência de querer falar de si, tentando colocar a si mesmo novamente no centro da conversa. O objetivo aqui é se concentrar na outra pessoa. Treine com seus funcionários e familiares. Você ficará surpreso com as respostas e como essa estratégia criará vínculos mais fortes.

EQUILÍBRIO É TUDO

Todos temos cinco áreas principais da vida e, no mundo inteiro, **como já vimos anteriormente**, apenas 7% das pessoas têm prosperado nelas. Essas áreas são: profissional, social, financeira, bem-estar físico e o bem-estar na sociedade, na comunidade.

Quando você equilibra todas as áreas da sua vida, tem uma sensação de qualidade de vida maior. Lembre-se sempre de que, para você construir um relacionamento positivo, um relacionamento melhor com alguém, precisa valorizar a outra pessoa e ela também precisa valorizá-lo. Caso não haja essa valorização mútua, ao invés de uma comunicação assertiva, é possível que seja gerado um relacionamento baseado em abandono ou submissão. Já, quando você se valoriza muito e não valoriza o outro, esse relacionamento pode se basear em dominação. En-

tão, para construir bons relacionamentos, é preciso valorizar a si mesmo e ao outro.

As pessoas que prosperam em todas as áreas sabem valorizar a si mesmas e as pessoas do seu meio, seja promovendo bonificações, bons salários, criando possibilidades de desenvolvimento ou trazendo para perto de si pessoas que agregam muito valor.

O que você pode fazer: certifique-se que você esteja se empenhando pelos objetivos certos. Aqueles objetivos que valem a pena o esforço e que lhe darão paz mental. Cuidado para não empregar toda sua energia em coisas que apenas parecem importantes, mas que, com o passar do tempo irão afundá-lo em uma zona de conforto e pessimismo. Seja seletivo ao escolher suas amizades e aproveite suas conquistas. Jamais esqueça das pessoas que o apoiaram quando você estava começando e no momento que mais precisou. Não fazer isso tornará a jornada mais árdua e cansativa, para não dizer frustrante.

IMPACTANDO AS PESSOAS

Se toda sua jornada não foi capaz de modificar nada na vida do seu cliente, então você não fez a diferença. Pessoas que causam impacto na vida de outras são as que constroem suas vidas pensando em agregar valor, gerar resultados, transmitir acolhimento, cuidar e servir. Esses profissionais sabem que o trabalho deles causa impacto na vida das pessoas, reconhecem isso, não se desvalorizam e entendem que o trabalho deles promove um benefício. Eles proporcionam uma experiência real.

Um grande problema ocorre quando você não identifica valor em seu trabalho, o que pode indicar que você está no caminho errado, que, possivelmente, precisará de um outro tipo de carreira. Isso acontece, talvez, porque você não se enxerga como diamante, mas como um cascalho.

Qual é o princípio do diamante? Ele está diretamente relacionado com saber que tudo que é raro, tudo que é escasso, tem mais valor. Se você produz algo com valor único, especial, diferenciado, você é um diamante. Se tudo que você faz muda de verdade a vida das pessoas, você é um diamante. Porém, se faz um serviço médio que não tem diferenciação, então você é considerado cascalho.

O diferencial está em causar um verdadeiro impacto, gerar grandes transformações na vida das pessoas. Tenho certeza de que cada um de nós poderá desenvolver as principais características das pessoas de alto desempenho que acompanhei ao longo dos anos, para nos transformarmos em grandes diamantes. Isso só depende de nós. Não será difícil demais se você realmente quiser. Direcionar as ações corretas para os objetivos certos fará com que você não seja apenas mais um.

Um diamante de verdade é lapidado todos os dias. A lapidação não é algo que você faz uma única vez e pronto. Trata-se de um trabalho minucioso. É uma ação contínua que agrega valor, não apenas para você, mas para todas as pessoas que o cercam.

O que você pode fazer: decida se transformar em um diamante por desenvolver suas principais características diariamente, se tornando raro e valioso.

Compartilhe suas
impressões de leitura escrevendo para:
contato@yesbook.com.br

