

VENDAMAIS



Edição do mês

Edições anteriores

Plus

Central do Assinante

Imprimir

[Compartilhar](#)

Entrevistas

José Ricardo B. Noronha

por Raúl Candeloro

03/2012



Confira, a seguir, a entrevista exclusiva com José Ricardo B. Noronha, autor do livro *Vendedores vencedores*.

Vamos começar falando do seu livro *Vendedores vencedores*. Qual é a principal ideia ou conceito que você defende nele? Por que ele é diferente dos outros materiais sobre o mesmo assunto, que já se encontram disponíveis no mercado?

A principal ideia é a de compartilhar com vendedores e profissionais das mais diversas áreas, dicas e experiências práticas deste vendedor que tem por sonho e missão transformar a carreira e a vida de milhares de profissionais por meio de lições, experiências, dicas e da própria história de grande superação pessoal. Aliás, é por isso, e pelo desejo de devolver ao mundo uma pequena fração de tudo o que já recebi de Deus, que decidi disponibilizar o livro gratuitamente em minha página no Facebook:

www.facebook.com/josericarbonoronha

Penso que a maioria dos livros sobre vendas que estão disponíveis no mercado, ou carecem do conhecimento prático da função de vendedor ou são excessivamente técnicos com fórmulas herméticas que são muito difíceis de serem colocadas em prática. Meu livro não tem a menor pretensão de trazer metodologias científicas, ele tem por objetivo compartilhar experiências práticas, muitas delas fortemente embasadas em *best-sellers*, não exclusivamente da área de vendas, mas de áreas de crucial importância, como comportamento humano e educação financeira, assuntos tão essenciais para qualquer vendedor de soluções, de produtos, de ideias e de si mesmo.

Quem você acha que deveria ler seu livro? Que tipo de conselhos ou conhecimentos esse leitor estaria procurando?

É um livro para todos, não apenas para vendedores, pois no final do dia somos todos "vendedores de nós mesmos". Infelizmente, a área de vendas ainda é estigmatizada por ser uma área composta por pouquíssimos profissionais realmente brilhantes e outros milhões absolutamente incapazes e infelizes. A ideia é despertar em todos o desejo de buscar e refinar conhecimentos sobre a fascinante arte de vender.

Por outro lado, quem você acha que NÃO deveria ler seu livro? O que as pessoas não irão encontrar nele?

Aqueles que buscam apenas em livros a resposta para todas as deficiências e expectativas profissionais, ou fórmulas prontas de sucesso. Como disse antes, o livro não tem a pretensão de ensinar ninguém a fazer nada. O grande objetivo é despertar em todos o desejo e a clara percepção da busca de mais e mais conhecimento (factual e empírico) para se tornar um "vendedor vencedor".

Título

Edição do mês



Edição de Março

CAPA

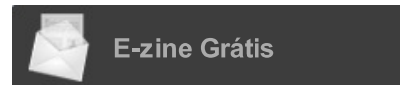
Onde está o dinheiro

Onde está o dinheiro? Se vender para um Brasil fe Lages, Port...

Conheça

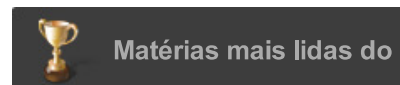
sai

Assine



Cadastre-se agora na e-zine VendaMais e semanalmente, em seu e-mail, informações valiosas para que você venda mais a cada

[Ver ezines anteriores](#) | [Alterar cada](#)



- 1 **Estou só olhando. Vou dar uma**
- 2 **Você é ou está vendedor?**
- 3 **Onde está o dinheiro?**
- 4 **Dinâmicas de vendas**
- 5 **7 dicas para se tornar um apaixon**

E-VendaMais

Por que os clientes não são fiéis?

Gilberto Wiesel

O segredo pode estar na frequência de co

Assim que uma pessoa termina de ler seu livro, qual deve ser a primeira coisa a fazer ou colocar em prática?

Vendedores vencedores deve ser apenas o ponto de partida de uma nova fase de aquisição de novos conhecimentos. Portanto, espero que, ao chegar ao final do livro, o leitor se interesse em aprofundar seus conhecimentos sobre vendas e assuntos correlatos com os quase 50 livros que compõem a "Recomendação de leitura".

Além do seu próprio site, que endereços você recomenda para quem quer saber mais sobre esses assuntos?

O site da revista **VendaMais** (www.vendamais.com.br) é, sem sombra de dúvidas, um dos meus preferidos. A McKinsey tem um conteúdo riquíssimo na sua McKinsey Quarterly (www.mckinseyquarterly.com), que agora tem acesso 100% gratuito. A Harvard Business School tem blogs fantásticos e a "Dica de Gerenciamento do Dia" ("Management Tip of the Day"), os quais são gratuitos e devem fazer parte da lista de leitura não apenas de vendedores, mas de qualquer profissional. E a HSM (www.hsm.com.br) sempre traz artigos fantásticos.

Quais são seus livros ou autores preferidos na área de negócios?

Puxa, são muitos! *Empresas feitas para vencer*, *Feitas para Durar*, *Como as gigantes caem*, de Jim Collins; *A estratégia do Oceano Azul*, de W. Chan Kim e Reneé Mauborgne; *Faça como Steve Jobs*, de Carmine Gallo; *Metacompetência*, de Eugenio Mussak; *Solution selling*, de Michael Bosworth; *O poder da confiança*, de Stephen M.R. Covey; *O sucesso está no equilíbrio*, de Robert Wong; *O homem que inventou a administração*, de Peter Drucker; *O mundo é plano*, de Thomas Friedman e *Inteligência emocional*, de Daniel Goleman.

Como começou sua carreira em vendas?

Trabalhei durante mais de oito anos em uma empresa que faliu e ficou marcada negativamente no mercado em virtude do envolvimento dos seus sócios com um grande escândalo público. Quando sai de lá, estava literalmente quebrado e sem perspectivas profissionais. Diante disso, acabei me "tornando" vendedor.

Portanto, como muitos vendedores e leitores da **VendaMais**, comecei na profissão por acaso e motivado muito mais pela necessidade do que pela oportunidade de desenvolver conscientemente uma carreira em vendas. Para resumir o restante da história: apaixonei-me pela área de vendas, estou e ficarei "casado" com ela pelo resto da minha vida!

Como foi o seu momento profissional mais memorável, o que mais lhe marcou?

Foi a primeira venda que fiz para um dos maiores bancos do Brasil, pois eu já os prospectava e desenvolvia um relacionamento sólido com eles há mais de seis anos. Lembro-me do momento que fui informado da assinatura do contrato. Chorei copiosamente e comecei a gritar feito um louco no escritório. Foi muito marcante!

E o pior momento?

Foi quando, depois de fechar uma grande venda para o maior grupo educacional do País, fui "informado" pelo responsável das operações da empresa que representava no Brasil, que minha comissão seria reduzida à metade por uma decisão unilateral e desprovida de qualquer fundamento jurídico.

E qual foi o momento mais cômico?

Em uma reunião com um cliente multinacional, fui questionado duramente sobre como eu havia conseguido tantas "informações confidenciais", as quais eles mesmos desconheciam. Na verdade, eu tinha lido os relatórios disponíveis no site de Relações com Investidores para entender a realidade e as necessidades deles. Durante alguns minutos, a tensão foi grande, até eu conseguir explicar a situação. Foi muito engraçado!

Qual conselho você daria para alguém que está começando na área de vendas?

Se me permitir, vou dar dois grandes conselhos: estude muito (não leia somente livros de vendas, mas também livros sobre relações humanas, pois, no final do dia, gente compra de gente!) e invista em seus pontos fortes, pois eles o farão se diferenciar e o transformarão em um vendedor vencedor.

E quais conselhos você daria para um veterano da área?

Vou abusar e dar dois grandes conselhos. O primeiro é: continue estudando, pois as vendas estão se tornando cada vez mais complexas, o que exige do profissional novos conhecimentos, novas técnicas e uma visão cada vez mais abrangente que outrora não era requerida pelo mercado. E o segundo, tomando emprestados os ensinamentos do meu autor e “guru” favorito, Jim Collins: deixe de lado tudo aquilo que você faz “bem” (saiba dizer “não”), mas onde nunca poderá ser o melhor, e foque todos os seus esforços naquilo em que efetivamente possa ser o melhor do mundo (tenha foco).

Qual é o erro mais comum cometido por vendedores? Que sugestões você daria para que eles melhorassem?

A maioria dos vendedores ainda coloca os seus desejos, suas necessidades e suas expectativas acima das opiniões do cliente. Vender é solucionar o problema do cliente. Vender é realizar o sonho do cliente. Vender é fomentar um relacionamento duradouro e vitorioso (“win win”) sempre. Dessa forma, o foco deve ser sempre “no” cliente e “do” cliente. Vender é servir!

E sobre os gestores ou líderes, o que você acha que eles deveriam PARAR de fazer?

Micromanagement, o que corresponde àquele estilo antigo de gerenciamento em que o “líder” (o mais correto nesses casos é chamá-lo de “chefe”) não apenas monitora, mas interfere em cada passo dos profissionais sob sua supervisão. O verdadeiro líder é aquele que oferece à sua equipe um grande propósito (uma grande missão), é quem os mantém sempre motivados, com treinamentos constantes e ferramentas adequadas para a boa performance, e é quem monitora e premia a boa execução que nunca pode ser somente traduzida apenas por números (muitos vendedores ainda atingem seus resultados aniquilando as margens de lucro da empresa ou recorrendo a técnicas de vendas pouco ortodoxas, para não dizer sem ética alguma). Recorro a Jim Collins novamente para dizer que o melhor líder (que ele chama de “Nível 5”) é aquele que quando tudo dá certo atribui o sucesso ao seu time, e quando tudo dá errado ele assume integralmente a culpa. Humildade e responsabilidade são essenciais para todo bom profissional e são ainda mais fundamentais para os líderes.

Ainda sobre liderança: o que você acha que os gerentes fazem pouco e que deveriam fazer mais?

Penso que o problema do gerente (que na maioria das vezes já foi vendedor) é o mesmo do vendedor. Em grande parte, ele coloca os seus desejos, suas necessidades e suas expectativas à frente dos da sua equipe e dos seus liderados. Ser gerente é ser líder. E ser líder é ser alguém que motiva a equipe o tempo todo, ciente de que o sucesso da equipe resultará no seu próprio sucesso pessoal. Dessa forma, o sucesso do liderado deve ser sempre o primeiro objetivo do bom líder.

Qual foi o melhor conselho sobre vendas que você já recebeu?

Quer ser um vendedor excepcional? Coloque sempre os desejos, as expectativas e as necessidades da empresa à frente dos seus e tenha o desejo real e genuíno de servir ao próximo.

Por outro lado, qual dica sobre venda você vê com frequência e acha estar errada – ou seja, coisas que os outros dizem e com as quais você não concorda?

Ainda me espanto com muita gente que confunde aquele profissional que fala sem parar com alguém que tem um “talento” ou um “dom nato” para a área de vendas. A “arte de vender” pressupõe o pleno entendimento das necessidades, dos desejos, dos sonhos, das expectativas e dos problemas do cliente, algo que só se consegue com ouvidos 100% atentos e com boas habilidades de comunicação oral, entre outros fatores tão fundamentais quanto. No entanto, penso ser mais importante “saber ouvir” do que “saber falar”.

Há algum comentário final que gostaria de deixar para nossos leitores?

Todos nós somos vendedores! No mundo cada vez mais globalizado, profissional e recheado de grandes

oportunidades em que vivemos, o bom vendedor será cada vez mais importante para o sucesso de qualquer organização. Não podemos negligenciar a busca constante de novos conhecimentos e novas competências que nos permitam fazer a diferença na vida dos nossos clientes, das nossas empresas e de nós mesmos! Conto com o prestígio da sua leitura do meu primeiro livro, “*Vendedores vencedores*”, disponível para download gratuito em www.facebook.com/josericarbonoronha. Muito obrigado, do fundo do coração!



José Ricardo B. Noronha é vendedor (com enorme orgulho!), palestrante, escritor e um sujeito apaixonado pelo mundo das vendas. Diretor de vendas e líder da GlobalEnglish (www.globalenglish.com) no Brasil, é bacharel em direito pela PUC/SP e MBA executivo internacional pela FIA/USP. José Ricardo tem especialização em marketing, em empreendedorismo, em empreendedorismo social e em vendas pela Vanderbilt University (Owen Graduate School of Management).

Contato para palestras: ricardonoronha@uol.com.br

Autor(a):



Raúl Candeloro é palestrante e editor das revistas **VendaMais** e *Liderança*. Autor de vários livros, é também mestre em empreendedorismo pelo Babson College.

E-mail: raul@vendamais.com.br

ÁREA DO ASSINANTE

Edição do mês
Edições Anteriores
Plus
Glossário de estrangeirismo
Multimídia
Quiz VendaMais
Central do Assinante

SERVIÇOS

Palestrantes
VendaMais In Company
Consultoria
Assine a VendaMais

INSTITUCIONAL

Quem somos
Anuncie
Fale conosco
Trabalhe conosco
Sugira uma matéria
Ajuda

E-ZINE GRÁTIS

E-zines anteriores
Cadastro

NA REDE