

O LIVRO SECRETO DAS VENDAS

O Mapa Mental dos Super Comerciais Desvendado

“À minha Mulher Elsa e aos meus Filhos Mariana e Gonçalo.
As verdadeiras inspirações da minha vida.”



Agradecimentos

No espelho da minha casa de banho tenho escrito aquilo a que chamo as minhas power questions, numa tradução livre, as minhas questões poderosas.

Tenho as minhas power questions da manhã e as minhas power questions da noite.

As power questions são questões que coloco a mim mesmo no sentido de orientar a minha atenção para as coisas que considero mais importantes na minha vida.

Quando as faço, logo pela manhã, condiciono a forma como me sinto e também aquilo em que vou estar focado todo o dia.

Uma das mais importantes questões que coloco a mim mesmo todas as manhãs prende-se exactamente com as coisas pelas quais estou agradecido, o que é que me faz estar agradecido em relação a elas e como é que me sinto em relação a isso. E a lista vai crescendo (felizmente) à medida que o tempo passa e vou percebendo como sou um felizardo por viver nesta parte do mundo, neste exacto ponto do tempo e com todas as condições que tenho à minha volta. São essas condições que fazem depender o meu sucesso única e exclusivamente das minhas decisões e de nada mais do que isso.

Por isso, cada vez é mais fácil para mim fazer agradecimentos. Estou agradecido por muito e a começar pelas coisas mais básicas da vida: o sol, a chuva, a terra e a semente. Tudo o que a natureza deixa à nossa disposição e que nos permite iniciar o processo de criação de valor.

Mas hoje e para este meu primeiro livro, pedem-se agradecimentos mais concretos e, eventualmente, menos filosofia.

Costumo dizer que quando o “porquê” é forte, todos os “comos” aparecem muito facilmente. Os primeiros agradecimentos vão para os meus “porquês”, as pessoas mais importantes da minha vida: a minha mulher Elsa e os meus fi-

lhos Mariana e Gonçalo. Eles são a minha inspiração e a minha razão de a cada dia tentar ser melhor do que no dia anterior. Eles são quem me lembra (sem terem de o dizer nem uma vez) de que não tenho o direito de ser menos do que as minhas capacidades me permitem ser. Quem me lembra de que não tenho o direito de ser, para si, menos do que um exemplo brilhante. Mas mais do que isso são também a minha rocha, o meu porto seguro, quem está sempre lá para mim aconteça o que acontecer e por isso é onde vou buscar forças sempre que delas necessito.

Depois para os meus pais Ramires e Any e para o meu irmão João. O ambiente de amor e grande intensidade emocional em que vivi na minha infância teve um peso significativo no indivíduo que sou hoje.

Ao Luís Marques, mais do que um sócio, um grande amigo. O Luís acreditou em mim na altura em que eu mais necessitava e em que muitas portas se estavam a fechar e ajudou-me a dar o pontapé de saída na minha actividade empresarial. Luís, para ti, um obrigado muito especial!

Aos meus colaboradores nas minhas empresas. A lista é demasiado extensa para vos mencionar individualmente, mas cada um de vós está no meu coração e nunca vos poderei agradecer o suficiente o esforço que emprestam diariamente aos meus projectos. Um beijinho muito especial para a Ana Sofia Profeta, que tem sido a minha assistente pessoal nos últimos 4 anos e é um exemplo de dedicação, amizade e profissionalismo. Sem ela tudo seria mais difícil.

Aos meus mentores. Muito deles nem sequer me conhecem, mas ensinaram-me através da sua obra grande parte do que sei hoje enquanto me ajudavam a moldar a minha atitude. Warren Buffet, Jim Rohn, Tony Robbins, Brian Tracy, Denis Waitley, Zig Ziglar e Keith Cuningham, para citar apenas os mais relevantes. De entre os meus mentores, um abraço muito particular para o meu bom amigo Brad Sugars. Se não fosse por ele, pelo seu conhecimento e inspiração e pela magnífica empresa que criou, a ActionCOACH, encontrar o meu caminho teria tardado muito mais. Nunca poderei agradecer-lhe o suficiente o impacto que teve na minha vida.

Por último, mas seguramente não menos importante, ao meu editor Fernando Silva, CEO da SmartBook. O Fernando assumiu o desafio de publicar a minha obra sem sequer a ter visto. Essa sua confiança criou a pressão positiva que faltava para que eu me pusesse ao trabalho e finalmente organizasse as minhas ideias num livro. Fernando, um grande abraço para ti e obrigado por tudo o que tens feito por mim neste processo. Tens sido incrível!

Índice

Prefácio	XV
Capítulo 1: A Psicologia do Sucesso	1
1.1 O que é o sucesso?	1
1.2 Os fundamentais do sucesso	3
1.3 Atitude e filosofia	8
1.4 Valores e convicções	11
1.5 O sistema de activação reticular	15
1.6 Decisões e acções	17
1.7 Recursos	19
1.8 O medo	22
Capítulo 2: Planeamento Estratégico	27
2.1 Visão	32
2.2 Missão	34
2.3 Objectivos	35
2.4 Análise da situação e pensamento de base zero	40
2.5 O plano de acção	42
2.6 Estratégia vs. tática	48
2.7 Causa e efeito	49
2.8 O plano de desenvolvimento	53

Capítulo 3: Análise Processual e o Funil de Vendas	57
3.1 Fases do processo comercial e respectivos factores críticos de sucesso	62
3.2 Tipos de prospectos	68
3.3 A estratégia de prospecção	71
3.4 Fontes de prospectos	75
3.5 O tempo de decisão	79
3.6 Contas grandes	80
3.7 Telefone	82
Capítulo 4: Gestão do Tempo	91
4.1 O meu organigrama pessoal	91
4.2 O planeamento	93
4.3 Priorizar	97
4.4 Execução	102
4.5 Recursos pessoais	106
Capítulo 5: A Psicologia das Vendas	115
5.1 A vantagem dos vencedores	115
5.2 Autoconceito	119
5.3 Controlo dos resultados	125
5.4 Obstáculos ao processo de vendas (medo)	127
5.5 Atitude	132
5.6 Objectivos	135
5.7 O condicionamento do subconsciente	138
5.8 Superconsciente	141
5.9 Performance quântica	143
Capítulo 6: A Dinâmica das Vendas	147
6.1 Porque compram as pessoas?	147
6.2 Motivadores	149
6.3 Erro vs. rejeição	153

6.4 Alternativas do comprador	158
6.5 Modelo tradicional e modelo moderno	160
6.6 Construir confiança	162
6.7 Mais sobre a forma de construir confiança	167
6.8 Vendas B2B	170
Capítulo 7: O Processo de Influência	175
7.1 Princípios básicos do relacionamento entre as pessoas	175
7.2 Como envolver e ajudar as pessoas a mudar de opinião	178
7.3 Níveis avançados de influência	181
7.4 O perfil comportamental	190
Capítulo 8: As Esferas da Influência	201
8.1 O princípio da dor e do prazer	201
8.2 <i>Rapport</i>	205
8.3 Metaprogramas	211
8.4 Contraste	214
8.5 As armas da influência	216
Capítulo 9: A Reunião de Vendas	235
9.1 Abertura	237
9.2 Diagnóstico	241
9.3 Apresentação	248
9.4 Fecho	251
9.5 Venda repetida e referências	269
Conclusão	273



Prefácio

Quando abro os meus *workshops* de vendas, faço-o sempre contando uma anedota que me acompanhou durante a minha juventude. A anedota do melhor vendedor do mundo! Sempre que necessitava de contar uma anedota que me garantisse gargalhadas na audiência, a anedota do melhor vendedor do mundo era a escolha acertada.

Conta a anedota, que um homem se apresenta nuns armazéns, tipo El Corte Inglés, dizendo-se o melhor vendedor do mundo e pedindo um emprego. Como não havia vagas na empresa, o director que o recebe recusa amavelmente os seus préstimos, mas o homem insiste incrédulo: “Não me diga que não precisa do melhor vendedor do mundo.” Perante a relutância do director, o homem usa, aquilo que aprendi mais tarde, uma das mais clássicas técnicas de fecho de vendas do mundo e que analisaremos mais à frente neste livro: o fecho do animal de estimação, também conhecido por fecho do cachorrinho. “Sr. director, deixe-me propor-lhe o seguinte: Trabalharei uma semana sem qualquer remuneração. Se no final da semana não estiverem absolutamente deliciados com a minha performance, vou-me embora. Caso contrário, e se depois de conhecerem o meu trabalho vos parecer que me posso integrar na vossa equipa, aceitarei uma proposta.” Nessa situação, o director fica sem argumentos e resolve dar uma oportunidade ao vendedor. Passada uma semana, e ao analisar os resultados com o director-geral, reparam que o departamento onde o vendedor havia sido colocado registava vendas que ultrapassavam todos os recordes. Conforme combinado, dirigem-se ao departamento para lhe darem os parabéns e com a intenção de lhe formalizarem uma proposta. Quando lá chegam, surpreendem-no a meio da venda de uma cana de pesca. Explicava o vendedor todos os detalhes técnicos da cana até que às tantas sugere a colocação do carroto. Nessa altura, o cliente responde que não possui carroto. “Não

tem problema. Aqui nos armazéns temos de tudo!” Enquanto passava a explicar todas as características do carro, até ao ponto em que sugere que tendo a cana e o carro, era só meter-se no barco para uma ótima tarde de pesca, aí foi novamente interrompido pelo cliente que lhe lembrou de que não possuía nenhum barco. Mais uma vez o vendedor retorquiu “Não tem problema. Aqui nos armazéns temos de tudo!”. E passou a apresentar um pequeno barco, cujas características se aproximariam do que o seu cliente precisaria. Na altura em que acabava de explicar de que forma o barco poderia ser aproveitado, o vendedor mencionou que, assim que tivesse acoplado o motor nada o afastaria de um fenomenal fim-de-semana. Espantado mais uma vez, o cliente exclamou “Motor? Mas eu não tenho motor!...” “Não há problema! Aqui nos armazéns temos de tudo.” Respondeu o vendedor enquanto começava a explicação do melhor motor dadas as características do barco e as necessidades do seu cliente. Mais uma vez, e após terminar a apresentação do motor, o vendedor explicou que, para se dirigir ao local onde se realizaria a pescaria, bastaria colocar o barco em cima de um atrelado... Mais uma vez, e tal como antes o cliente lamentou-se: “Mas eu não tenho atrelado...” e mais uma vez o vendedor disse: “Não há problema! Aqui nos armazéns temos de tudo.” E de imediato declarou que a escolha acertada seria um determinado atrelado que, estando preso ao carro... Ao que o cliente voltou a deixar escapar que não possuía tal veículo.

“Não há problema! Aqui nos Armazéns temos de tudo.” E falou de um ótimo veículo que serviria exactamente os propósitos do cliente em causa. E assim se fechou a venda. Os directores aproximavam-se enquanto o cliente passava um gordo cheque e assim que o cliente saiu mostraram-se verdadeiramente impressionados com o fantástico trabalho do vendedor. “Como é que é possível?!...” Comentava incrédulo o director-geral. Enquanto isso, adiantava o director: “Então o homem vem aqui comprar uma cana de pesca e o meu amigo vende-lhe um barco e um carro e mais uma série de outras coisas?!”. “Está enganado, Sr. Director!”, respondeu rapidamente o melhor vendedor do mundo: “Este Senhor veio aqui comprar uma caixa de pensos higiénicos. Mas eu disse-lhe que ele já tinha o fim-de-semana lixado e que o melhor seria que se dedicasse à pesca.”

A anedota, ainda que não reflecta o que defendo que se passe numa reunião de vendas, serve como ilustração de que o processo de influência e persuasão estão na base do processo de vendas. Para além disso, ajuda-me a quebrar o gelo e a agarrar a atenção da audiência.

PREFÁCIO

Em rigor, o processo de venda é acima de tudo um processo de influência... Essa é, eventualmente, uma das explicações para que grande parte dos CEO das empresas listadas na *Fortune 1000* sejam originários da área comercial e/ou de marketing. Essas posições de liderança conquistam-se, mais do que por qualquer outra razão pela capacidade que esses indivíduos demonstram em poder influenciar os outros. Pela capacidade de poder aglutinar os outros em torno dos seus projectos e/ou ideias. Pela capacidade de inspirar os outros a agir. Ou seja, e dito por outras palavras, pela capacidade de liderar os outros. Sim! As vendas são, provavelmente, uma das maiores escolas de liderança que podemos ter.

Pouco acontece na vida sem que haja alguma forma de venda. Pouco acontece na vida sem que antes alguém influencie outra pessoa a um determinado comportamento. Muitas vezes entrevisto pessoas que me dizem que nunca venderam... Que não têm experiência de vendas... Normalmente pergunto-lhes se é o seu primeiro emprego... Porque se não, já antes convenceram alguém antes de que valia a pena dar-lhes uma oportunidade. Pergunto-lhes se são casados ou, pelo menos, se já tiveram algum(a) namorado(a), porque para isso também é necessário influenciar alguém... E em pequenos... Pediram aos pais alguma bicicleta ou qualquer outro brinquedo, ou até antes persuadiram alguém a trocar-lhes a fralda...? Tudo isso foram vendas! Tudo isso foram processos em que influenciámos alguém a comportar-se da forma que nós pretendíamos.

Brian Tracy, naquele que julgo ser o programa de vendas mais vendido em todo o mundo, o fantástico áudio “The Psychology of Selling” diz que as vendas são a mais antiga profissão do mundo. Algumas pessoas julgam que é outra coisa, mas, no fundo, isso não passa de um ramo da área das vendas.

Não é também por acaso que grande parte daqueles que hoje consideramos os grandes gurus do desenvolvimento pessoal, dão, ou deram, em alguma fase da sua vida, treino de vendas. Nomes como Anthony Robbins, Jim Rohn, Brian Tracy, Zig Ziglar, entre outros, têm alguns dos melhores programas de vendas que podemos usar. Isto acontece, na minha opinião, porque as características e os padrões de comportamento, de que necessitamos para ser bem sucedidos na vida, são as mesmas de que necessitamos para ser bem sucedidos nas vendas. Nas vendas, os factores críticos de sucesso são em tudo semelhantes àqueles que têm sido identificados como sendo padrão, nos indivíduos mais bem sucedidos, ao longo dos tempos e em todas as áreas de actividade.

A experiência de vendas forja o nosso carácter. A função comercial é dura. Nas vendas somos confrontados com as nossas maiores limitações pessoais. E

tal como as maiores e mais robustas árvores só se desenvolvem em ambiente adverso, assim como o coral só floresce em águas agitadas, também a nossa personalidade só se molda passando por dificuldades, enfrentando desafios... E a função de vendas proporciona-nos tudo isso diariamente.

Sem reconhecimento não há sucesso. Ou melhor, sem reconhecimento não há sequer a oportunidade de ser bem sucedido. Todo o sucesso começa quando persuadimos alguém a dar-nos uma oportunidade. Ainda que alguns (poucos) de entre nós nasçam com qualidades físicas fantásticas, que se mostram um bom atalho para o sucesso, sem que alguém seja persuadido a dar-lhes uma oportunidade, não vingam. Mas acima de tudo, para todos os outros que não nascem com esses atributos, o sucesso continua a ter um caminho bem definido. E os primeiros passos são sempre persuadir alguém a dar-nos uma oportunidade e depois trabalhar arduamente, nunca desistir para estar à altura das suas expectativas, ou seja, uma venda.

Desde sempre que recordo de o meu pai me dizer que as minhas competências persuasivas eram elevadas e que, como tal, deveria estudar direito e o meu futuro deveria ser na advocacia. Não sei se, de facto, na minha infância já seria detectável alguma inclinação para o processo de influência. O que tenho como certo é que tudo aquilo que hoje sei sobre este processo foi aprendido e como tal também o pode ser por qualquer outra pessoa. Foi fruto de muito trabalho, muitas experiências e, acima de tudo, muitos erros. Quanto mais estudo vendas, mais percebo que devo ter feito todos os erros e mais alguns. Mas estou convencido de que aprendi com a maior parte deles. Por outro lado, embora em mais de 15 anos de experiência comercial tenha tido normalmente resultados muito bons, a minha história não é a do comercial prodígio que bateu todos os recordes em todas as empresas por onde passou. Antes pelo contrário. Conheci todos os revezes e passei todos os maus bocados que um comercial pode passar. Fui mais e menos bem sucedido e lidei muito com a frustração. E mais uma vez, sublinho que tudo o que sei foi aprendido. Talvez por isso sinta legitimidade para escrever este livro. Um livro para todos os que um dia decidem tentar a apaixonante carreira comercial. Um livro que mostra que o caminho do sucesso em vendas (tal como na vida, acredito eu) está bem definido. E que todos aqueles que não são bem sucedidos em vendas, não o são simplesmente porque falham em aprender e aplicar aquilo que antes se provou resultar, por milhares de outros comerciais.

Nunca terá passado pela cabeça do meu pai, creio eu, que o filho pudesse um dia fazer uma carreira ligada às vendas. Confesso que, até um dia perceber

PREFÁCIO

que estava em vendas, a mim também nunca me tinha passado. Ser advogado teria tido outro *glamour*, eventualmente. Mas pobre do advogado que não souber vender!...

Os filhos não servem para seguir as ideias e/ou os ideais dos pais. Cada um deve trilhar o seu próprio caminho. Mas se os meus filhos aceitarem um dia uma sugestão do seu pai, deverão iniciar a sua carreira exactamente pelas vendas. Esta experiência dar-lhes-á, acredito eu, a fundação para serem bem sucedidos no que quiserem por toda a sua vida.

De facto, acredito que as vendas nos podem servir para forjar o nosso carácter. Da mesma forma que a boa madeira só se fortalece em condições adversas, também nós podemos beneficiar da dureza das vendas para nos tornarmos mais fortes e capazes.

Paulo de Vilhena



Capítulo 1

A Psicologia do Sucesso

1.1 O QUE É O SUCESSO?

Este é um livro sobre sucesso. Sucesso em vendas, está claro. Mas será que aquilo que é fundamental para termos sucesso em vendas é assim tão diferente do que necessitamos para ter sucesso na vida? Na minha perspectiva não. Aquilo de que necessitamos para ter sucesso em vendas é sensivelmente a mesma coisa de que necessitamos para ter sucesso em qualquer outra área da nossa vida.

Aliás, da forma como vejo as coisas, só temos sucesso de longo prazo na actividade comercial quando conseguimos alinhar as nossas características principais como indivíduos, com alguns princípios básicos desta actividade e com alguns princípios mentais da natureza. Quando conseguimos que o que somos esteja alinhado com estes princípios, então sim, temos condições para ver materializado o sucesso que tanto procuramos. Para termos sucesso nesta actividade, temos antes de nos tornar no tipo de pessoa que tem sucesso nela.

E aquilo que nos dispomos a discutir neste livro é exactamente que tipo de pessoa é que os comerciais de primeira linha são, de que forma é que isso está alinhado com os princípios que antes referimos e como se processa então a concretização dos resultados na carreira comercial.

Partindo desse princípio, fará sentido definir o que na minha perspectiva significa sucesso.

Ouvi, há muito tempo, uma definição curiosa de sucesso que o identificava como a possibilidade de ter todas as coisas que o dinheiro pode comprar, sem abdicar das que não pode. Resolvi, desde aí, reflectir um pouco mais e apurar as minhas convicções sobre este assunto.

Da forma como o vejo, sucesso significa a obtenção de níveis elevados de satisfação e realização em sete áreas essenciais da nossa vida.

A primeira área engloba a **saúde, a forma física e a energia**. Para que nos sintamos e pareçamos bem será fundamental assegurar este pilar. Para sentirmos a vitalidade que nos permite perseguir os nossos objectivos e sentirmos a alegria de estarmos vivos. Como é que isto se consegue? Acho que, no fundo, todos nós sabemos... Exercício físico, tranquilidade e uma alimentação cuidada, são seguramente os caminhos para este objectivo.

O segundo destes pilares será o estabelecimento de **relacionamentos emocionais gratificantes**. Um dos investimentos mais importantes das nossas vidas e de que, por vezes, nos esquecemos. As relações medem o nosso nível de sucesso enquanto seres humanos, uma vez que são a explicação para grande parte das sensações que experienciamos, nomeadamente as de felicidade e infelicidade.

Aliás, alguns estudos confirmam que a nossa capacidade de nos relacionarmos com outras pessoas e a gratificação que tiramos desses relacionamentos pesa cerca de 85% no que normalmente identificamos como o nosso bem-estar e felicidade.

Sugiro que comecemos por nos dedicarmos às pessoas que nos são mais próximas, como o nosso círculo familiar, passemos depois a um segundo nível onde estarão as nossas amigas e a partir daí alargando a área de influência desse anel a novas pessoas.

A terceira área será a **independência financeira**. Ter o suficiente para que não tenhamos de nos preocupar com dinheiro o tempo todo. Não é o dinheiro que é a origem de todos os males, mas sim a falta dele! Mas o que é a independência financeira? Será a nossa capacidade de viver, confortavelmente, dos rendimentos gerados pelos activos que detemos. Ou seja, nem precisarmos de trabalhar para viver, nem estarmos a consumir a riqueza que antes criámos. Grande parte do *stress*, ansiedade e preocupações que experimentamos nos dias de hoje são causados pela falta de dinheiro. Dessa forma, sem dinheiro não temos paz de espírito, boas relações e nem sequer saúde.

O quarto aspecto do sucesso será termos **valores, ideais e objectivos válidos**. A vida não vale a pena se não tivermos uma direcção. Se não tivermos algo porque lutar, algo que defender, algo que passar aos outros. Um legado. O que é que dá sentido às nossas vidas? O que é que nos faz felizes? Algo que seja maior do que nós próprios.

Em quinto, a **realização pessoal**. E este é mais um conceito que, normalmente, temos dificuldade em definir. Muitas vezes cruço-me com pessoas que

dizem que o seu objectivo na vida é realizarem-se pessoalmente, mas quando lhes pergunto o que é para elas a realização, apresentam quase sempre dificuldades em descrever este conceito. Para mim, realização pessoal é a convicção de que somos a melhor pessoa que podemos ser. De que estamos a aproveitar ao máximo o nosso potencial. Acima de tudo, de que, a cada dia, somos melhores do que no dia anterior.

Paz de espírito será o sexto aspecto a ter em conta. A possibilidade de viver de uma forma perfeitamente equilibrada e em harmonia com os nossos valores e convicções mais profundas. Livre de todos os medos. Livre de todas as angústias. Eliminando das nossas vidas tudo aquilo que nos causa algum tipo de *stress* ou más sensações.

O último e sétimo aspecto que entendo considerar é o da **contribuição**. Contribuir é, segundo Anthony Robbins, uma das seis necessidades do ser humano. Para mim é, claramente, uma prioridade. Se vivesse sozinho neste mundo, seria um eremita ou qualquer outra coisa parecida. Como vivo em sociedade, posso beneficiar de muitas coisas que me são proporcionadas pelos outros, pela comunidade. Tenho escolas, estradas e hospitais que não construí. Posso entrar num avião com que nunca me preocupei e viajar para qualquer parte do mundo.

Como para além disso tive a felicidade de nascer nesta parte do globo e neste período de tempo, tenho conseqüentemente a sorte de viver numa prosperidade sem igual na História.

Pessoalmente, e uma vez que usufruo de toda esta abundância, que me foi proporcionada por uma série de indivíduos que antes de mim saíram das suas zonas de conforto e deram à sociedade mais do que aquilo que deles se esperava, sinto que não tenho o direito de não contribuir, de modo a deixar as coisas melhor do que estavam quando as encontrei. Retribuir o mais que puder das minhas capacidades parece-me um bom princípio de vida e uma boa reputação para ambicionar: Deixar as coisas sempre melhores do que as encontramos.

1.2 OS FUNDAMENTAIS DO SUCESSO

Quais serão, então, os fundamentais do sucesso? Muitos milhões têm sido investidos ao longo dos anos a investigar os padrões básicos do sucesso. Aqueles que, sendo seguidos, teriam o potencial de trazer a qualquer um de nós tu-

do aquilo que desejamos. O que é fantástico é que praticamente todos estes estudos apontam para uma série de padrões comuns. Mais fantástico ainda é que não falta hoje em dia literatura de enorme qualidade sobre o sucesso.

Podemos levantar então a questão... Se qualquer um de nós pode ir a uma livraria e comprar, por cerca de 15 euros, um livro que nos ensina a ser bem sucedidos na vida em geral e/ou em qualquer área específica que queiramos abordar, por que é que a maior parte de nós não o faz? Este é mais um dos mistérios insondáveis do nosso planeta.

Entendemos aqui apontar algumas das principais ideias recolhidas por estes estudos e que, teoricamente, nos ajudarão a definir que tipo de padrões devemos seguir para nos tornarmos bem sucedidos no que quer que seja.

O primeiro aspecto que gostaria de identificar seria o **optimismo**. Praticamente todos os trabalhos e estudos que li sobre sucesso, apontam o optimismo como uma das principais características dos indivíduos bem sucedidos. E optimismo não no sentido de esperar que as coisas lhes corram bem independentemente daquilo que fazem, ou de manter esperanças de que a sorte os bafeje e os seus desafios acabem por se ver resolvidos, mas sim de esperar bons resultados da sua acção deliberada.

O optimismo passa pela compreensão de que a vida é uma autoprofecia. Aquilo que esperamos, com convicção, é aquilo que acabamos por ter. E isto não acontece por nenhuma razão esotérica, mas porque o nosso subconsciente acaba por encontrar na realidade forma de as nossas expectativas se realizarem.

O optimismo passa pela compreensão de que a vida é uma autoprofecia. Aquilo que esperamos, com convicção, é aquilo que acabamos por ter. E isto não acontece por nenhuma razão esotérica, mas porque o nosso subconsciente acaba por encontrar na realidade forma de as nossas expectativas se realizarem.

As expectativas que temos sobre a nossa própria vida são reforçadas pelas expectativas que os outros também têm sobre nós próprios. Desta forma, os

nossos resultados, sejam eles quais forem, são, em grande parte, originados pelas expectativas que nós e os nossos pares têm sobre esses mesmos resultados, através do condicionamento mental que dessas expectativas é originado.

Mesmo as questões de saúde são em grande parte originadas pela forma como nós reagimos à vida muito mais do que aos germes. Vários estudos apontam hoje para que entre 60% a 80% de todas as doenças tenham origem psicossomática. A nossa mente e a forma como nós a usamos, tem o potencial de limitar algumas funções do corpo, o que pode conduzir a doenças e até acidentes.

Por outro lado, as pessoas bem sucedidas são naturalmente motivadas. A **motivação** é a energia que coloca o nosso optimismo em acção e nos permite assumir o controlo do estado mental que nos conduz à acção. Os vencedores são guiados pelo desejo.

Nós tornamo-nos naquilo em que pensamos a maior parte do tempo e somos motivados sobretudo pelos nossos pensamentos constantes.

Positiva ou negativamente, todos nós somos motivados. Até uma decisão de não fazer nada é originada por algum tipo de motivação. A motivação é a força interior que nos impele a agir e que nos move em direcção a algo ou, pelo contrário, no afastamento em relação a alguma coisa.

A motivação é a energia que coloca o nosso optimismo em acção e nos permite assumir o controlo do estado mental que nos conduz à acção.

A motivação não é um processo exterior a cada um de nós. Ainda que determinadas situações, histórias ou discursos nos possam trazer inspiração, para que a mudança seja de longo prazo e a motivação constante, temos de querer, aceitar e interiorizar esses sentimentos.

Existem, essencialmente, duas emoções ligadas ao nosso processo de motivação: o medo e o desejo. O medo tem ligação directa a uma das nossas maiores motivações na vida que é a de evitar a dor, enquanto o desejo se liga à segunda motivação principal que todos temos e que é a de nos aproximarmos do prazer.

Tudo o que fazemos na vida, absolutamente tudo, visa afastar-nos da dor e/ou aproximar-nos do prazer.

O medo é uma emoção normalmente destrutiva. O medo é a repetição mental das memórias de más experiências e tende a estar focalizado no nosso passado.

Já o desejo olha ao futuro e apela às memórias de sucessos passados que queremos repetir. É por isso que as pessoas de sucesso se focam normalmente nas recompensas enquanto a maior parte de nós se foca nas penalizações do fracasso.

Por isso o sucesso não está reservado para os que são naturalmente talentosos, mais inteligentes ou que nasceram numa família mais abastada. O sucesso depende da nossa capacidade de nos automotivarmos a agir. Então o sucesso é um hábito tal como o fracasso.

Outra das características fundamentais dos vencedores é a sua obsessão por **objectivos**. Os objectivos são a origem do plano de acção que torna a nossa imaginação em realidade. São o nosso plano para a vida e a forma de sabermos, a cada ponto no tempo, como nos estão a correr as coisas. Ou seja, a existência de objectivos é o que nos permite monitorizar os nossos progressos.

*Outra das características fundamentais dos vencedores
é a sua obsessão por objectivos. Os objectivos são a
origem do plano de acção que torna a nossa
imaginação em realidade.*

A nossa mente tem um mecanismo de ajustamento natural, através do *feedback* que vai recebendo da realidade, e que nos garante a aproximação constante em relação aos nossos objectivos. Exactamente da mesma forma que um míssil é teleguiado a partir do momento em que fixa o seu alvo.

O trabalho de PhD Viktor Frankl, psiquiatra austríaco que esteve preso nos campos de concentração alemães, veio confirmar que uma das forças mais poderosas do ser humano é exactamente a força do propósito. Este cientista testemunhou, em primeira-mão, a forma como as pessoas com objectivos claros na vida reagem àquilo que se passava nos campos, por comparação àqueles que

se limitavam a tentar sobreviver. A taxa de sobrevivência dos primeiros não só era muitíssimo superior, como mantinham um nível de sanidade mental mais elevado que os outros sobreviventes.

Quando não temos clareza sobre para onde vamos, facilmente terminamos na estrada para lado nenhum. Quando os nossos objectivos não são claros, tornamo-nos alvos fáceis para sermos influenciados pelo sistema de convicções dos outros.

As pessoas bem sucedidas têm, não só objectivos de vida em que lhes está claro aquilo que defendem e por que se batem, mas também objectivos de curto prazo que os ajudam a definir as suas prioridades no dia-a-dia. Mais do que estarem ocupados em preencher blocos de tempo disponíveis e em aliviar a tensão do dia-a-dia, estão focados nas actividades que lhes permitem aproximarem-se do que procuram na vida.

A quarta característica que gostava de aqui partilhar é o sentido de **ecologia**. Os indivíduos bem sucedidos tendem a procurar por um sentido na vida que os ultrapasse a eles próprios. Os vencedores criam outros vencedores. Os verdadeiros vencedores ajudam os outros a ser, também eles, bem sucedidos.

Pessoas com uma baixa auto-estima, muitas vezes, adoptam comportamentos perniciosos em que procuram as suas vitórias à custa da derrota dos outros. Procuram fazer aos outros, antes que os outros lhes façam a si e vivem a vida de uma forma patética não deixando saudades a ninguém.

O sentido de ecologia é a preocupação de estar em harmonia com a ordem que desenha o próprio universo.

Os indivíduos bem sucedidos tendem a procurar por um sentido na vida que os ultrapasse a eles próprios. Os vencedores criam outros vencedores. Os verdadeiros vencedores ajudam os outros a ser, também eles, bem sucedidos.

A **responsabilidade** é a quinta característica identificada. A responsabilidade por gerar as causas que originam os efeitos que desejamos. Fazer acontecer em vez de deixar acontecer.

Aceitar esta responsabilidade é receber a chave das nossas decisões. Se queremos vencer, temos de aceitar que temos o controlo do que necessitamos para isso acontecer.

As pessoas de sucesso tendem a aceitar a total responsabilidade pelas suas próprias vidas. Acreditam na causalidade.

Pelo contrário, outros preferem acreditar e/ou resignar-se à aleatoriedade, sorte e destino, acreditando que os seus resultados têm origem naquilo que lhes acontece. Nós não somos responsáveis por uma parte daquilo que nos acontece, mas somos sempre responsáveis pela forma como respondemos.

Aceitar esta responsabilidade é receber a chave das nossas decisões. Se queremos vencer, temos de aceitar que temos o controlo do que necessitamos para isso acontecer.

A última característica a que nos vamos referir, e porque outras ficarão claras no resto do livro, é a **autodisciplina**. A autodisciplina é o preço do sucesso. Todas as outras características são absolutamente inúteis sem a autodisciplina. A autodisciplina começa quando acabam os discursos e as discussões. A autodisciplina começa quando acaba a garganta.

A autodisciplina é a nossa capacidade de sairmos todos os dias de casa, sabendo o que deve ser feito no sentido de nos aproximarmos do que desejamos. É a nossa disciplina de tomar acção constante em direcção aos nossos objectivos. É a nossa capacidade de visualizar os resultados pretendidos enquanto não passam ainda de ideias. A persistência de praticar e treinar até termos desenvolvido as competências necessárias.

A nossa autodisciplina tem impacto directo na nossa auto-estima, que por sua vez influencia a nossa autoconfiança que é a mãe dos nossos resultados.

1.3 ATITUDE E FILOSOFIA

Grande parte da explicação do nosso sucesso vem da atitude que temos na vida e face à vida que por sua vez tem origem na nossa filosofia. Em rigor,