

FACULDADE SANTA RITA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

**A INTELIGÊNCIA EMOCIONAL E A
PROGRAMAÇÃO NEOLINGUÍSTICA COMO
ESTRATÉGIAS EFICAZES PARA AS VENDAS.**

JOÃO PEDRO BARRICHELLO BENTO
MATHEUS HENRIQUE PEREIRA

NOVO HORIZONTE / SP

2017

FACULDADE SANTA RITA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

JOÃO PEDRO BARRICHELO BENTO
MATHEUS HENRIQUE PEREIRA

**A INTELIGÊNCIA EMOCIONAL E A
PROGRAMAÇÃO NEOLINGUÍSTICA COMO
ESTRATÉGIAS EFICAZES PARA AS VENDAS.**

Trabalho desenvolvido como requisito
parcial para aprovação na disciplina TIC
sob orientação da Profª Ma Karla
Goncalves Macedo

NOVO HORIZONTE / SP

2017

A INTELIGÊNCIA EMOCIONAL E A PROGRAMAÇÃO NEOLINGUÍSTICA COMO ESTRATÉGIAS EFICAZES PARA AS VENDAS.

João Pedro Barrichello Bento¹
Matheus Henrique Pereira²
Karla Gonçalves Macedo³

RESUMO

O objetivo do artigo é analisar inteligência emocional e a programação neolinguística como ferramentas eficazes para alavancar os resultados das vendas nas empresas utilizando uma revisão da literatura. Os estudos demonstram diversos avanços e estratégias das referidas temáticas direcionadas para as vendas e ainda que muitas equipes de trabalho atualmente utilizam essas estratégias como diferencial. A utilização da inteligência emocional e a programação neolinguística possibilitam aos profissionais efetivas soluções avançadas nas relações interpessoais nos ambientes pessoal e profissional, direcionada para as vendas esses conhecimentos, habilidades e atitudes subsidiam a flexibilidade, percepção, empatia, controle e percepção emocional, identificação dos clientes e mercados, automotivação dentre outras habilidades essenciais para o sucesso dos profissionais de vendas e conseqüentemente das organizações de diversos segmentos e localidades.

Palavras-chave: Programação Neurolinguística, Inteligência Emocional e Quociente Emocional.

ABSTRACT

The objective of the article is to analyze emotional intelligence and the programming neolinguística as effective tools for alavancar the results of the sales in the companies using a revision of the literature. The studies demonstrates several progress and strategies of the referred themes addressed for the sales and although many work teams now use those strategies as differential. The use of the emotional intelligence and the programming neolinguística make possible the professionals effective solutions moved forward in the relationships in the atmospheres personnel and professional, addressed for the sales those knowledge, abilities and attitudes subsidize the flexibility, perception, empathy, control and

¹Aluno do 8º termo do Curso de Administração da Faculdade Santa Rita-SP, FASAR, endereço eletrônico joaopedro.bento94@gmail.com.

²Aluno do 8º termo do Curso de Administração da Faculdade Santa Rita-SP, FASAR, endereço eletrônico mathenpereira@hotmail.com.

³Mestra em Tecnologia ambiental, Professor do Curso de Administração da Faculdade Santa Rita-SP, FASAR, endereço eletrônico karlamcarvalho@terra.com.br.

emotional perception, the customers' identification and markets, automotivação among other essential abilities for the professionals' of sales success and consequently of the organizations of several segments and places.

Keywords: quociente emocional/ emotional intelligence/ programming neolinguística/

INTRODUÇÃO

Profissionais de diversas áreas em algum momento precisarão influenciar outros profissionais e ou clientes, independente do objetivo individual dos envolvidos, técnicas de persuasão são ferramentas essenciais para estreitar vínculos e gerar confiança nos processos de vendas e negociação. A arte de influenciar outras pessoas é extremamente complexa, para alguns, influenciar é algo extremamente simples e acontece naturalmente, já para outras pessoas é um ato extremamente desafiador. Para influenciar é fundamental gerar confiança, para iniciar esse processo o autor seis portas de entrada para a aplicação da persuasão: reciprocidade, comprovação social, consistência, afeição, autoridade, escassez. A inteligência emocional e a programação possibilitam técnicas e ferramentas para a eficácia na persuasão que são fatores importantíssimos para o sucesso nas vendas. (MARK TWAIN 2016)

Podemos elencar outras características nesse processo como a empatia e a flexibilidade, características essas que podem perfeitamente ser desenvolvidas, o artigo apresentará as ferramentas e estratégias da inteligência emocional e uma análise da programação neolinguística, características e técnicas como diferenciais no processo da eficácia das vendas, por meio, de uma pesquisa bibliográfica.

Cury (2008) relata que a inteligência emocional está relacionada com as qualidades pessoais, segundo o autor é a arte da excelência que imprime a personalidade e as realizações. Considerada uma ciência, pois, utiliza métodos e processos específicos utilizados que pessoas utilizam para obter eficácia e sucesso em suas vidas profissionais e pessoais, este processo denomina-se modelagem. Para profissionais que atuam com vendas essas estratégias subsidiam diferenciais competitivos extremamente importantes para o alcance dos objetivos e metas em um mercado altamente competitivo. (CONNOR; JOHN SEYMOUR, 1995, pág. 19).

Sobre a inteligência um dos fatores que temos que considerar é a herança genética que nos proporciona uma série de referências que determinam nosso temperamento. Infância e adolescência são os momentos que nos direcionam. Se vamos permitir ser o que a genética nos propicia a ser ou se seguiremos ou outro caminho preferido por nós mesmos. (GOLEMAN, 2005)

Direcionando para a inteligência emocional que pode ser definida como a capacidade de perceber emoções, ter acesso a emoções e gerá-las, para doutrinar o pensamento a compreender as emoções e o conhecimento emocional e a controlar as emoções de maneira reflexiva para promover o crescimento emocional e intelectual tanto o seu quanto do próximo. (SALOVEY, 1999. p 17)

Programação neolinguística (PNL) apresenta conhecimentos importantes para a eficácia, pois, é uma abordagem de comunicação, desenvolvimento pessoal e psicoterapia criada por Richard Bandler e John Grinder na Califórnia, Estados Unidos na década de 1970.

Os criadores da PNL afirmam que existe uma conexão entre os processos neurológicos ("neuro-"), a linguagem (linguística) e os padrões comportamentais aprendidos através da experiência (programação), e que estes podem ser alterados para alcançar informações específicas e metas na vida. Os autores discorrem que a metodologia de PNL pode "modelar" as habilidades de pessoas excepcionais, permitindo que outros possam adquirir essas habilidades.

Profissionais bem sucedidos, projetos de sucesso, empresas competitivas, muitos tem curiosidade para compreender as metodologias para alcance de objetivos, a modelagem citada no paragrafo anterior surgiu em uma universidade da Califórnia (EUA) com o objetivo de identificar os comportamentos e padrões linguísticos utilizados por profissionais de sucesso. Após a referida identificação as características foram testadas para analisar os níveis de eficácia, e posteriormente foi desenvolvido um método de conjunto de tarefas técnicas e princípios que deram o nome da Programação Neolinguística.

1. INTELIGÊNCIA EMOCIONAL

Rodrigues et al. (2012) discorrem que ter uma atitude em relação a algo, só é possível quando se tem uma representação cognitiva do mesmo. E esta representação possui uma carga afetiva pró ou contra o objeto definido. Sendo assim, pode-se dizer que quem não gosta das pessoas por sua origem, por exemplo, os vê como inferiores, feios, menos inteligentes etc. E aqueles que gostam de música clássica tendem a considerá-la culta, criada por pessoas dotadas de inteligência etc. As representações cognitivas podem ser erradas e infundadas e daí surge o preconceito e até a discriminação. Ao se relacionar com outras pessoas o ser humano inevitavelmente faz uso desses conceitos e representações que possui a cerca das situações e do mundo, e se relacionar com pessoas que está caracterizada de forma negativa é algo extremamente desafiador. Ser inteligente emocionalmente não significa ser isento de sentimentos e emoções, mas sim, que esse indivíduo subordina suas emoções à sua razão, tendo suas atitudes baseadas na racionalidade.

Para Goleman, (2012) é de suma importância que o indivíduo seja capaz de se automotivas, ter resiliência para alcançar os objetivos e metas pessoais e profissionais, ainda que encontre dificuldades para o alcance destes. O controle dos impulsos, a paciência para alcançar os objetivos, ânimo agradável, empatia, autoconfiança, controle da ansiedade e a

resiliência são algumas características do indivíduo que possui inteligência emocional e que possibilitam à ascensão profissional.

Goleman (2012) relata que o ser humano possui duas mentes; uma que é racional, capaz de avaliar uma situação antes de tomar uma decisão e da qual se tem consciência e outra que é a mente emocional sendo esta impulsiva, a qual trabalha de forma associativa fazendo que com que meios simbólicos de uma realidade ou que lembrem essa realidade se tornem reais para o sujeito. Para o autor, ao ser tomado pelas emoções um indivíduo apresenta uma série de reações fisiológicas, como palidez na face e maior concentração de sangue nos músculos no caso do medo para facilitar a fuga. Estas respostas fisiológicas a emoção são apontadas como parte do processo de evolução da espécie humana, que em épocas distantes tinha a necessidade de dar respostas rápidas a ameaças constantes.

Salovey et. al (2000) definiram quatro campos de domínios utilizados na inteligência emocional, analisados no quadro abaixo:

Quadro 1 – Domínios da inteligência emocional

Quatro campos de domínios na inteligência emocional
Percepção das emoções - inclui habilidades envolvidas na identificação de sentimentos por estímulos, como a voz ou a expressão facial.
Uso das emoções – implica na capacidade de empregar as informações emocionais para facilitar o pensamento e o raciocínio
Entender emoções - é a habilidade de captar variações emocionais nem sempre evidentes
Controle (e transformação) da emoção - constitui o aspecto mais facilmente reconhecido da inteligência emocional – é a aptidão para lidar com os próprios sentimentos

Fonte: (SALOVEY ET. AL 2000)

1.1 INTELIGÊNCIA EMOCIONAL DIRECIONADA A VENDA

Goleman (2012) discorre que a Inteligência Emocional direcionada a venda consiste em fortalecer o clima favorável para uma negociação bem sucedida. Administrar o ritmo de uma negociação não permitindo que o equilíbrio das partes envolvidas seja excedido independentemente do motivo. Após estudos realizados, destacamos que são necessárias algumas habilidades para utilização desse método para a obtenção do êxito.

- Autoconhecimento emocional
- Auto motivação emocional

- Controle emocional
- Reconhecimento de emoções em outras pessoas
- Habilidades em relacionamentos interpessoais

Carnegie (1997) afirma que a venda é uma maneira de fazer com que você se conecte com outra pessoa. Atualmente alguns macetes, atalhos e ou técnicas defasadas que os profissionais terão êxito nesse processo. A venda é um procedimento complexo e desafiador que exige um comportamento assertivo e uma comunicação eficaz para gerar um vínculo de confiança e credibilidade nos clientes. A oferta do mercado supera a demanda em diversos segmentos, além da tecnologia da informação que possibilitou uma revolução mercadológica e nos padrões de consumo. Atrair e fidelizar clientes são processos que necessitam de uma busca por melhoria contínua e investimento em estratégias e tecnologias, salientando que o processo de venda está em todo e qualquer relacionamento humano. Todos estão vendendo algo mesmo sem ter consciência do referido processo, através obviamente da venda de um produto, um serviço, a sua própria imagem, uma ideia, a simpatia, enfim, o processo acontece em diversas circunstâncias e momentos.

O sucesso nas vendas está relacionado com a percepção que o cliente consegue compreender dos produtos e serviços comercializados, os diferenciais são essenciais nesse processo, sendo eles: um profissional de vendas carismático, inteligente e compreensivo, que saiba cativar o cliente, estimular o entendimento alinhado ao pensamento em comprar e ainda convencer a pagar pelo produto no preço que ele sugere sem reclamar disso. Portanto, existe um diferencial enorme nesse aspecto, tudo isso só se consegue angariando conhecimento e compreendendo diversas situações existentes em inúmeras oportunidades. Esses diferenciais competitivos são algumas características que um vendedor utiliza a inteligência emocional como ferramenta de trabalho possui. (CARNEGIE (1997))

1.1.1 Características da inteligência emocional aplicada na venda

Rez (2015) discorre sobre o poder da persuasão para potencializar suas vendas, o autor relata que para o alcance de resultados expressivos nas vendas a comunicação eficaz é

essencial, para tanto, existe uma técnica denominada “espelho” que leva em consideração a ideia de que o vendedor deverá agir da mesma maneira que o cliente (postura e vestuário são alguns exemplos) criando um vínculo e uma identidade. Conexão é uma estratégia chave nesse método, pois, mesmo não usando as mesmas vestimentas e postura o vendedor poderá utilizar algo para conexão, como a linguagem, local ou gosto peculiar para a obtenção do vínculo.

Outra característica importante da inteligência emocional é a empatia que basicamente é a capacidade de você se colocar no lugar do outro e a flexibilidade que é a capacidade emocional que o ser humano tem de se adaptar. O mesmo está programado a se adaptar em qualquer lugar do mundo e em qualquer situação. Em qualquer ambiente a empatia e a flexibilidade são essenciais. No caso da empatia quando um profissional de vendas precisa se colocarem no lugar do cliente, visando entender suas problemáticas, anseios, necessidades, desejos e demandas para buscar soluções adequadas e oferecer produtos e serviços atendendo essas informações e surpreendendo positivamente o cliente. Dessa maneira o profissional de vendas cria um relacionamento com os clientes, possibilidade uma relação comercial de longo prazo gerando a sonhada fidelização de clientes. (REZ, 2015).

A flexibilidade também citada no paragrafo anterior é outro fator determinante para que o êxito no processo adequado para a aplicação de técnicas e ferramentas existentes da inteligência emocional. A adaptação característica da flexibilidade é fator determinante, podendo estar relacionado ao ambiente, situações, tecnologias, pessoas, adversidades, ferramentas, estratégias, enfim, são diversas as situações que a adaptação nos oferece subsídios para sobrevivência e crescimento no mercado de trabalho. Após a adaptação o profissional de vendas poderá ter a oportunidade de utilizar suas técnicas para influenciar pessoas em busca do alcance dos objetivos organizacionais por exemplo. (REZ, 2015)

Rez (2015) discorre que para adaptação é essencial que existe identificação para que os profissionais possam diferenciar emoções e sentimentos esse é um processo delicado e desafiador, o autor discorre que ser flexível está vinculado a compreensão das virtudes e defeitos das pessoas e que todos acertam e erram, e como cada pessoa tem características específicas o respeito respeitar e a ação flexível para exista uma adequação de postura para a obtenção do êxito nas ações.

A sociedade Brasileira de inteligência emocional (SBIE) define a inteligência emocional é uma demonstração de oportunidades para alcançar objetivos individuais e profissionais a partir do controle das próprias emoções. Um vendedor que com baixa inteligência emocional enfrenta problemas em suas relações que afetam diretamente no desenvolvimento de sua vida no aspecto geral e certamente nos resultados organizacionais. O lado emocional é priorizado por muitos em todos os aspectos da vida.

A inteligência emocional prioriza a ideia de que terá êxito o profissional que conhecer e souber utilizar esse recurso que permite controlar os sentimentos para que a ação seja de maneira racional. Os benefícios de se possuir uma inteligência emocional desenvolvida adequadamente estão relacionados ao “quociente emocional (QE)”. CHIAVENATO afirma que os líderes são capazes de influenciar as pessoas para o alcance de um objetivo. E essa capacidade de influenciar é muito importante, pois permitirá o desenvolvimento pessoal/profissional tanto do líder quanto do liderado, possibilitando uma interação saudável, e sem dúvidas, alcançar os objetivos propostos.

Para COOPER (1997, pág. 15) nos últimos anos, o QE tornou-se amplamente aceito como o registro sucinto da inteligência emocional equivalente ao QI. Pesquisas afirmam que o executivo ou profissional tecnicamente capaz com um alto QE é quem capta – de forma mais total, hábil e rápida que os outros – os crescentes conflitos que exigem solução, os pontos fracos da equipe e da empresa que precisam ser corrigidos, as lacunas a serem identificadas ou preenchidas, as conexões ocultas que dão acesso à oportunidade e as obscuras e misteriosas interações que parecem mais indicadas – e mais lucrativas.

Conforme Martin (1999), o termo QI foi criado pelo psicólogo e estudioso Willian Stern que em 1912 apresentou os termos idade mental e idade cronológica e propôs que a determinação do QI viesse da razão da divisão destas duas situações.

Martin (1999) mostra que Terman, com o objetivo de eliminar as casas decimais no cálculo do QI e assim facilitar seu entendimento, sugeriu multiplicar o 14 resultado do teste por 100, nascia assim à fórmula exata do QI que está representada abaixo:

Quociente de Inteligência = Idade Mentalidade Cronológica x 100
Conforme Melão Júnior (2004), Terman, embasado em seus estudos, propôs a seguinte classificação que foi adotada por décadas e ainda é usada por algumas pessoas até hoje:

QI acima de 140 = Genialidade

- 121 – 140 = Inteligência muito acima da média
- 110 – 120 = Inteligência acima da média
- 90 – 109 = Inteligência normal (ou média)
- 80 – 89 = Embotamento
- 70 – 79 = Limítrofe
- 50 – 69 = Raciocínio lento

As pessoas com prática emocional bem desenvolvida têm mais probabilidade de se sentirem satisfeitas e de serem eficientes em suas vidas pessoais e profissionais e quando os mesmos atuam setores de vendas é fator determinante para o alcance dos objetivos, dominando os hábitos mentais que fomentam sua produtividade em cima das que não conseguem exercer nenhum controle sobre questões emocionais e sabota inconscientemente a capacidade de concentração no trabalho, lucidez de pensamento além do foco nos resultados. (GOLEMAN, 2001, PÁG. 49)

E ainda segundo Goleman (1999), a inteligência emocional não que dizer liberar sentimentos, diferentemente, significa administrar sentimentos de forma a expressá-los apropriada e efetivamente, permitindo aos profissionais trabalharem em equipe, com tranquilidade, maturidade, profissionalismo que possibilita um ambiente organizacional propício ao alcance das metas e objetivos comuns. Curiosamente muitas já se indagaram porque por vezes não são os melhores da sala que ocupam altos cargos profissionais, ou ainda por que é que por vezes pessoas com notas normais e “qi’s” normais alcançam altos cargos em grandes empresas, a maioria dessas pessoas possui a capacidade de automotivação que é uma característica de uma pessoa claramente provida de IE e com grandes chances de ter resultados expressivos na carreira, exceder as metas, dentre outras possibilidade além de mesclar essa habilidade com algumas outras, como a empatia, comunicação, compreensão, flexibilidade, atitude, compreensão que são ferramentas que possibilitam que o relacionamento interpessoal se eficiente, habilidades essas essenciais para resultados expressivos nas vendas.

Armstrong (2011) aborda de maneira objetiva e sucinta as qualificações necessárias para a eficácia de resultados que os gerentes e conseqüentemente os líderes de vendas necessitam para terem êxito nos objetivos organizacionais, qualificações essas que exigem inteligência emocional dos profissionais, relacionadas no quadro 2 abaixo:

Quadro 2 – Qualificações necessárias para um líder assertivo

Qualificações necessárias para a eficácia de líderes e gestores de vendas		
Resultados contínuos	Progredir	Comprometimento
Gerenciar seu tempo	Negociar	Fazer apresentações eficazes
Saber delegar	Ser entrevistado	Gerenciar conflitos
Coordenação	Saber lidar com pessoas difíceis	Gerenciar desempenho
Criatividade	Influenciar pessoas	Gerenciar estrategicamente
Inteligência emocional	Gerenciar seu chefe	Gerenciar mudanças
Ser decidido	Entrevistar	Gerenciar o estresse
Controle	Lidar com comportamento negativo	Gerenciar projetos
Melhoria contínua	Desenvolver pessoas	Gerenciar uma crise
Resolver problemas	Redigir relatórios	Pensar com clareza
Motivar pessoas	Organizar	Planejar
Avaliação de desempenho	Assertividade	Ser confiável
Gerenciar pessoas de baixo desempenho	Estabelecer uma rede	Ser poderoso
Conduzir e participar de reuniões eficazes	Fixar objetivos	Ser político
Fixar prioridades	Dar feedback	Ser um líder de equipe eficaz
Avaliar pessoas	Comunicação	Treinamento

FONTE: (ARMSTRONG, 2011).

As características do líder assertivo acima relacionado por Armstrong (2011) são essenciais para líderes de vendas como também para profissionais de vendas que buscam apresentar alto desempenho, pois, as características em questão estão alinhadas ao perfil do profissional que atua com inteligência emocional.

1.1.2 Importância da inteligência emocional aplicada na venda

Segundo Antunes (2002) a palavra inteligência tem sua origem na junção de duas palavras em latim, inter=entre e eligere=escolher. Portanto significa que inteligência é capacidade cerebral pela qual conseguimos penetrar na compreensão dos fatos e escolher, formando ideias, os juízos e raciocínios.

Para Chung (2002, p 89) “Dentre as capacidades da inteligência está à capacidade de correlacionar fatos e eventos, mesmo que aparentem diferenças, e então, gerar soluções criativas como resultado”. O ser humano é possuidor de um cérebro que o conduz à percepção da obtenção de inteligências. E segundo Chung (2002) a inteligência é o meio onde seres vivos aprendem suas experiências e o grau de flexibilidade com que a utilizam para mudanças e ajustes de seus comportamentos conforme os desafios e as exigências do meio ambiente.

Conforme Gardner (1998), uma inteligência é um termo para organizar e descrever capacidades humanas, e não uma referência a um produto que existe dentro da cabeça, é um potencial, a presença do qual permite a um indivíduo ter acesso a formas de pensamentos apropriadas a tipos específicos de conteúdos.

De acordo com Gardner (1998), a inteligência é a capacidade de resolver problemas ou criar produtos que são importantes num determinado ambiente cultural ou comunidade, e defende a ideia de varias inteligências relativamente autônomas. O ponto essencial é que não existe apenas uma capacidade mental subjacente. Mas que a teoria das múltiplas inteligências explicaria as diversas capacidades intelectuais humanas. O êxito na solução dessas questões para os especialistas dessa ferramenta é extremamente positivo. A inteligência emocional possibilita autoestima e equilíbrio e uma compreensão individual e do outro e dessas relações como os outros ambientes e com o mercado de trabalho.

Goleman (2007) discorre sobre as áreas de habilidade da inteligência emocional essenciais para os profissionais de todas as áreas e relacionado ao artigo e pesquisa inter-relacionado com a eficácia dos profissionais de vendas, discriminadas no quadro abaixo:

Quadro 3 – Áreas de habilidades da inteligência emocional

Habilidades da inteligência emocional
Autoconhecimento Emocional – Reconhecimento dos sentimentos enquanto ele ocorre é a chave da inteligência emocional.
Controle Emocional – A habilidade em lidar com seus próprios sentimentos, adequando-os para uma determinada situação.
Automotivação – Dirigir emoções a serviços de um objetivo é essencial para manutenção na busca da automotivação além de manter a mente criativa na busca de soluções
Empatia – É o reconhecimento de emoções em outras pessoas.
Habilidades em relacionamentos interpessoais – A palavra chave é relacionamento sendo a habilidade de gerenciar sentimentos.

Fonte: (GOLEMAN, 2007)

2. PROGRAMAÇÃO NEOLINGUÍSTICA.

A programação neolinguística (PNL) é conhecida como “A arte da excelência humana” pelo fato de permitir que o ser humano possa alcançar qualquer objetivo, tornando possível a ideia de chegada ao sucesso em alguma área desejada. Tendo assim ligação direta com a busca pela excelência do comportamento humano. A PNL enfatiza a ideia de que o corpo humano funciona como um computador, onde o mesmo é programado para agir da maneira correta. No caso do ser humano é ele quem se programa e age conforme os seus pensamentos programados a partir de um autocontrole elevado. (CORSETTY E PEARSON, 1999). Sobre as áreas que são foco da PNL, são relatadas abaixo:

A PNL abrange três áreas: “*Neuro* refere-se à nossa neurologia, nossos processos mentais. *Linguística* é a linguagem, como a utilizamos e como somos influenciados por ela. *Programação* refere-se aos padrões do nosso comportamento e os objetivos que estabelecemos (O” CONNOR e SEYMOUR, 1996, p. 37).

2.1 DEFINIÇÕES DO QUE É PNL APLICADA EM VENDAS

Corsetty e Pearson (1999) discorreram sobre a temática que abundância é uma crença otimista de que as nossas necessidades e desejos irão ser satisfeitos normalmente com gratificação e alegria, exige uma atitude otimista e positiva da realidade. Os autores acrescentaram "A mágica para a realização dos seus objetivos é desenvolver uma estratégia que lhe permita ver além das necessidades diárias de sobrevivência.” (CORSETTY E PEARSON, 1999 PÁG. 128)

Point (1998) relata que se os profissionais estimulassem o otimismo às realizações seriam mais eficazes. Atitudes positivas, visão assertiva, busca da melhoria contínua, métodos cada vez mais eficazes os resultados certamente seriam diferenciados.

Gitomer (1998) discorre que as empresas fornecem produtos e serviços e são responsáveis pela qualidade dos mesmos, quando os profissionais utilizam o otimismo e a

positividade os resultados são diferenciados e os clientes conseqüentemente respondem positivamente. Criando assim uma corrente de boa vontade, da fidelidade do cliente, de pessoas contentes em fazer negócios com você, de experiências memoráveis que serão contadas de outra forma como marketing gratuito e publicidade para o profissional de vendas e conseqüentemente para a empresa.

Corsetty e Pearson 1999 discorrem sobre a competitividade e que sobreviverão no mercado as empresas e profissionais que prestam os serviços de maneira amistosa, oferecendo soluções avançadas, de maneira atenciosa visando à satisfação das necessidades dos clientes. Nas vendas, podemos conseguir resultados avançados que facilitam as negociações, através da compreensão, relacionamento interpessoal direcionado para soluções avançadas, conhecimento das equipes na busca da qualidade para alcance dos objetivos. Estreitar relações no processo de negociação direcionado para vendas aproxima os clientes, oportunizando o estreitar das relações. Essa habilidade de compreensão e análise do ambiente é uma das técnicas mais importantes em uma venda, a PNL possibilita um entendimento e possíveis correções do comportamento aplicadas para venda, pois, entender o próximo é muito mais pertinente que o contrário.

2.2 PNL no marketing pessoal – quais os seus efeitos na comunicação interpessoal

KOTLER (2005) discorre que os profissionais da área de marketing e vendas recorrem à PNL, pois, é um método eficaz de comunicação, aprendizado, reconhecimento à programação de forma positiva, a escutar o seu interlocutor, compreendê-lo e adaptar-se a ele na criação de uma relação construtiva, estabelecendo uma percepção eficaz dos clientes possibilitando uma gerência eficaz. Nesse contexto a surge a PNL, que é uma teoria originada nos Estados Unidos criada pelo analista de sistemas Bandler e pelo linguista Grinder os autores preconizavam a possibilidade de promover rápidas e positivas mudanças de comportamento por meio da utilização de padrões linguísticos. BANDLER, 1976.

O Marketing de relacionamento, tem crescido junto com a disponibilização de conhecimento e informações sobre o cliente e mercado que são pertinentes para a tomada de decisão e elaboração de estratégias em conjunto com a PNL. Essa junção pode impactar diretamente na produção e resultados da organização, otimizando o caminho para o sistema de

informação de marketing de um cliente. O fato de a empresa utilizar essas ferramentas e possibilita no estreitar do relacionamento entre empresa/cliente/mercado consequentemente, fazer com que o interesse pelos produtos ou serviços aumente significativamente. (KOTLER, 2003)

2.3 Importância da PNL no âmbito comercial

Silveira (2008) relata que resultados expressivos estão relacionados à aceitação do produto e o fato da empresa superar as expectativas dos clientes. Os clientes esperam que o vendedor solucione os problemas, satisfaça as necessidades relacionadas à utilização do produto e ou serviço e ainda tenha atitudes assertivas, humildade, coerência, tolerância, competência e profissionalismo. A compreensão, conhecimento e ética nas relações também são estratégias da PNL, compreensão essa de si mesmo, dos clientes, do mercado e do ambiente em que se está inserido, o conhecimento e as informações devem ser usados com responsabilidade e ética. Os profissionais que possuem autocontrole, autoconhecimento e conseguem exercer a modelagem baseados em padrões de desempenho avançados conseguem geralmente conseguir resultados expressivos, outros comportamentos eficazes são a gentileza, saber separar os relacionamentos sociais dos comerciais.

As adversidades, negativas e problema são grandes fontes de aprendizados para o vendedor profissional, pois, são possibilidades de aprendizado e conhecimento. Gradativamente com a maturidade profissional os mesmos vão se antecedendo a essas situações e conseguem perscrutar as tendências, através da busca por conhecimentos, habilidades e atitudes visando a soluções dos problemas antes que eles aconteçam, surpreendendo positivamente os clientes e a organização. (SILVEIRA, 2008)

Quando o profissional consegue colocar em prática os conhecimentos sobre a PNL, os relacionamentos interpessoais tornam-se mais profícuos. A partir do momento que o conhecimento se torna um costume, ser empático, paciente, ser positivo, por exemplo, se torna natural. Por isso, podemos idealizar o fato de que o êxito na venda, ainda que inserindo a PNL na mesma, vem apenas com o exercício praticado da maneira adequada. Inúmeros vendedores agem de forma desesperada e impaciente, sem ao menos imaginar que boa parte dos não é, sobretudo, algo muito positivo. A PNL enfatiza a importância do comprometimento em todas as áreas de nossas vidas, compromisso esse com a simpatia,

otimismo, assertividade, resiliência, dentre outros. Essa compreensão acontece primeiramente no próprio indivíduo através do autoconhecimento, identificando nossos pontos fortes e fracos para então buscar a melhoria contínua. (SILVEIRA, 2008)

A programação neolinguística apresenta resultados expressivos na gestão. A análise de estudos e situações que necessitam de melhorias concomitantemente a identificação de características das equipes de trabalho, alinhados aos objetivos organizacionais e expectativas de práticas favoráveis ao bom atendimento ao cliente. (AZEVEDO, 2017)

Azevedo (2017) discorre sobre a importância da PNL no processo de treinamento da equipe de vendas, visando à melhoria do desempenho, a empresa deve ter a percepção da necessidade dos vendedores em comum e individual, pois pessoas reagem de formas diferentes pelas mesmas circunstâncias, a contribuição da PNL é através da contribuição do gestor na avaliação nos métodos a serem aplicados alinhados ao perfil da equipe em questão, bem como nos treinamentos para desenvolver os conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias para a função. Serviços prestados com excelência geram autoconfiança e conseqüentemente a confiança dos clientes e do mercado como um todo, além de ter a consciência de que é imprescindível que essa confiança está diretamente relacionada com a confiança que o vendedor possui nos produtos e serviços que o mesmo comercializa essas relações estão diretamente interligadas a prática da PNL.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tivemos o prazer de produzir esse trabalho e, principalmente, de termos sido felizes na escolha do nosso tema. As duas áreas nas quais dissertamos nos angariaram a certeza de que a prática e a teoria caminham de mãos dadas. Compreender o próximo é uma tarefa tecnicamente fácil e agradável quando se possui conhecimento e um entendimento dos sinais emitidos pelas pessoas que nos relacionamos. A questão é que antes de obtermos conhecimento para compreender o próximo, temos de obter o conhecimento e o controle para nos compreendermos. Quando nós nos conhecemos, nós conseqüentemente nos programamos e gerenciamos tudo ao nosso redor. Isso acontece em nossa casa, no trabalho, nas amizades, na vida financeira, na vida amorosa, em cada uma de nossas atitudes existirá uma programação inteligente que fará com que as mesmas sejam tomadas de forma adequada.

No aspecto sentimental, é primordial conhecer-se por inteiro. A inteligência emocional permite que nós possamos nos antecipar aos nossos sentimentos, não permitindo que situações adversas possam nos deprimir, entristecer ou de alguma maneira nos prejudicar por conta da falta de controle existente e cada um de nós. Aprendemos aqui, que nós podemos sim programar a nossa mente de maneira que consigamos extrair o nosso melhor e o melhor do próximo ou de cada pessoa que nos relacionamos em nosso dia a dia e tudo isso de maneira confortável. A Inteligência emocional e a programação neolinguística nos apresentam um

mundo onde o risco que corremos é de produzir em nós recursos que podem e vão nos auxiliar nos relacionamentos interpessoais que enfrentamos no dia a dia seja com os filhos, esposa, cliente, funcionários e etc. Elas nos direcionam a extrair mais de nós da maneira correta, tornando caminhos mais curtos e simplificando a nossa maneira de nos relacionar.

ARMSTRONG, M. Gerente eficaz. São Paulo: Clio Editora, 2011.

AZEVEDO, L.M., et al. Programação neolinguística (PNL) como forma de identificação da aprendizagem e elaboração do roteiro de treinamento na panificadora Saint Georges. Cadernos da Escola de Negócios | Curitiba | Vol.15 | Nº. 1 | Ano 2017 | 89-126 | p. 124

GOLEMAN, D., ph.D. Inteligência emocional: a teoria revolucionária que define o que é ser inteligente. Rio de Janeiro: Objetiva, 2007.

O'CONNOR, J. e SEYMOUR, J. Treinando com a PNL: recursos para administradores, instrutores e comunicadores. 3ª Ed. São Paulo: Editora Summus, 1996.

SALOVEY, P., WOOLERY, A., & MAYER, J. D.. Inteligência emocional: conceituação e medição. Em G.Fletcher & M. S. Clark (Eds.), The Blackwell manual de psicologia social: Vol. Processos interprofissionais. 2001. (pp. 279-307). Oxford, Reino Unido: Blackwell.

