

**Ernesto Izoton
&
Lucas Izoton**

Atendimento 100% nas Montanhas Capixabas

**100 dicas para satisfazer, encantar
e surpreender o turista**

**Pequeno “manual” de atendimento e vendas
para o Trade Turístico das Montanhas Capixabas**

Atendimento 100% nas Montanhas Capixabas

Ernesto Izoton & Lucas Izoton

PESQUISA

Ernesto Izoton & Lucas Izoton

PROJETO GRÁFICO, CAPA E EDITORAÇÃO

Eduardo Moura e Roberta Simões

FOTOS

Acervo da ATPA - Associação Turística de Pedra Azul e
MCCVB - Montanhas Capixabas Convention & Visitors
Bureau

© 2019, Ernesto Izoton & Lucas Izoton

Todos os direitos desta edição estão reservados aos autores.

É permitida a reprodução parcial, desde que citada a fonte.

A edição eletrônica pode ser obtida com download grátis nos endereços

www.lucasizoton.com.br, www.agrotures.com.br, www.pedraazul.com.br,

www.montanhascapixabas.com.br

“A Mão de Deus já abençoou
as Montanhas Capixabas
com belezas naturais
indescritíveis; precisamos
agora que a Mão do Homem
faça a sua parte,”

Ernesto Izoton

“Vender é construir
relacionamentos e satisfazer
as necessidades dos clientes,”

Lucas Izoton

Sumário

Agradecimento	12
Introdução	13
Um pouco da minha vida “atendendo” clientes	16
Prefácio	18
O Desenvolvimento dos Negócios de Turismo das Montanhas Capixabas	20
O Desenvolvimento do Agroturismo	22
O Trade Turístico de Pedra Azul	24
Dica 01	27
Você gosta de Vender?	
Dica 02	28
Você é otimista?	
Dica 03	29
Você é autoconfiante?	
Dica 04	30
Você transforma seus sonhos em metas?	
Dica 05	31
Você tem medo da rejeição?	
Dica 06	33
Você é persistente?	
Dica 07	34
Você tem iniciativa?	
Dica 08	35
Você possui automotivação para atingir seus resultados?	

Dica 09	36
Você colabora com a equipe?	
Dica 10	37
Você define metas pessoais de vendas?	
Dica 11	39
Que tal se comportar como se fosse o dono do negócio?	
Dica 12	40
Você conhece as regras do seu negócio?	
Dica 13	41
Você conhece bem os seus produtos e serviços?	
Dica 14	42
Você participa de treinamentos?	
Dica 15	43
Você aprende com colegas mais experientes?	
Dica 16	45
Você cuida da sua higiene e aparência?	
Dica 17	46
Você consegue vender produtos mais “caros”?	
Dica 18	47
Você tem bons argumentos de venda?	
Dica 19	48
Você ouve muito e fala pouco?	
Dica 20	49
Você adota técnicas de negociação?	
Dica 21	51
Você lê para manter-se bem informado?	
Dica 22	52
Você treina a sua apresentação ao turista?	

Dica 23	53
Você tem uma boa história para contar?	
Dica 24	54
Você ajuda na limpeza e organização?	
Dica 25	55
Você administra bem o seu tempo?	
Dica 26	57
Você tem informações detalhadas do seu cliente?	
Dica 27	58
Você se preocupa em reduzir despesas do negócio?	
Dica 28	59
Você participa de reuniões do trabalho?	
Dica 29	60
Você participa de eventos de Atendimento e Vendas?	
Dica 30	61
Você fala com o cliente como se ele fosse um amigo?	
Dica 31	63
Você se comunica bem com seus clientes?	
Dica 32	64
Você atende os turistas com entusiasmo?	
Dica 33	65
Você tem foco e atenção verdadeira no turista?	
Dica 34	66
Você surpreende o turista?	
Dica 35	67
Você é paciente no atendimento aos turistas?	

Dica 36	69
Você sugere produtos adicionais ao turista?	
Dica 37	70
Você olha os turistas nos olhos?	
Dica 38	71
Você sorri para os turistas?	
Dica 39	72
Você mente para o turista?	
Dica 40	73
Você faz sugestões para o turista?	
Dica 41	75
Você mostra interesse pelo turista?	
Dica 42	76
Você parabeniza e agradece ao turista pela compra?	
Dica 43	77
Você aciona seus clientes pelas mídias sociais?	
Dica 44	78
Você se identifica no primeiro contato?	
Dica 45	79
Seus clientes indicam amigos para comprar com você?	
Dica 46	81
Você cumpre o que prometeu ao turista?	
Dica 47	82
Você dá respostas rápidas e objetivas ao turista?	
Dica 48	83
Você faz pós-venda junto aos seus clientes?	

Dica 49	84
Você sabe fechar a venda?	
Dica 50	85
Você é realista nos elogios?	
Dica 51	87
Você sabia que o turista é mais exigente com o atendimento que com o produto?	
Dica 52	88
Você trata bem os turistas que reclamam?	
Dica 53	89
Você transmite alegria para os turistas?	
Dica 54	90
Você aprende com seus concorrentes?	
Dica 55	91
Você aprende com os Vendedores Campeões?	
Dica 56	93
Seu negócio tem um site?	
Dica 57	94
Você estimula sua família a trabalhar no negócio?	
Dica 58	95
Você distribui material turístico?	
Dica 59	96
Vocês usam roupas típicas?	
Dica 60	97
Sua empresa tem visitas pré-agendadas?	
Dica 61	99
Você aceita Cartões de Crédito?	

Dica 62	100
Você conta a história de sua família?	
Dica 63	101
Suas placas de sinalização estão adequadas?	
Dica 64	102
Sua empresa é associada a entidades de classe?	
Dica 65	103
Você já fez o EMPRETEC?	
Dica 66	105
Você faz cursos no SEBRAE?	
Dica 67	106
Você tem termômetro?	
Dica 68	107
Você tem Pórtico de Entrada?	
Dica 69	108
As estradas de acesso são bonitas?	
Dica 70	109
O seu paisagismo encanta os turistas?	
Dica 71	111
Você estimula o contato do turista com a natureza?	
Dica 72	112
Você tem placa de altitude?	
Dica 73	113
Você luta pela duplicação da BR-262?	
Dica 74	114
Você divulga o Polo Gastronômico das Montanhas?	

Dica 75	115
Você faz vitrine dos seus produtos?	
Dica 76	117
Você faz cursos no SENAC?	
Dica 77	118
Você participa de feiras e eventos?	
Dica 78	119
Seu negócio promove degustação?	
Dica 79	120
Você tem lançado novos produtos?	
Dica 80	121
Suas embalagens são atraentes?	
Dica 81	123
A decoração é atrativa e agrega valor?	
Dica 82	124
Você registrou sua marca?	
Dica 83	125
Você pensa em ampliar o seu negócio?	
Dica 84	126
Você faz parcerias com outras empresas?	
Dica 85	127
Seu negocio atende a legislação vigente?	
Dica 86	129
Você faz benchmarking nacional e internacional?	
Dica 87	130
Você tem sinal de Wi-Fi?	
Dica 88	131
Você utiliza consultores para melhorar a gestão?	

Dica 89	132
Você tem vários canais de comercialização?	
Dica 90	133
A arquitetura de sua empresa é europeia?	
Dica 91	135
Você está profissionalizando seu negócio?	
Dica 92	136
Você apoia os eventos que acontecem na região?	
Dica 93	137
O seu material publicitário funciona?	
Dica 94	138
A sua empresa abre todos os dias?	
Dica 95	139
O seu negócio atende o público-alvo familiar?	
Dica 96	141
Você usa equipamentos de aquecimento?	
Dica 97	142
Você presta serviços adicionais?	
Dica 98	143
O seu preço é considerado justo?	
Dica 99	144
Você conhece os principais pontos turísticos da região?	
Dica 100	145
Você já planejou os seus próximos meses?	
Conclusão	146
Sobre os Autores	147
Co-Autores do Livro	150

Agradecimento

Aos empreendedores do Trade Turístico das Montanhas Capixabas pelas informações importantes sobre seus negócios.

Aos profissionais de diversas áreas que atuam nas Montanhas Capixabas que compartilharam suas experiências.

Aos turistas e visitantes que compartilharam seus anseios e desejos.

Aos dirigentes de entidades empresariais como ATPA, AGROTÚRES e Montanhas Capixabas Convention & Visitors Bureau.

Às entidades do Sistema S, principalmente SEBRAE, SENAC, SESC, SENAI e SESI.

Às nossas famílias, pela compreensão e apoio.

A DEUS, pela oportunidade de compartilhar conhecimentos e por tudo que nos tem concedido.

Introdução

Por que escrevi este Livro?

A diretoria e associados do MCC&VB – Montanhas Capixabas Convention & Visitors Bureau, mais conhecido como Convention das Montanhas, está elaborando um Plano de Desenvolvimento do Turismo da região, um importante projeto que está ouvindo os empresários e entidades do setor.

Neste Plano, estamos passando a limpo o Turismo das Montanhas através do olhar de lupa e seguindo as principais recomendações de vários especialistas em Desenvolvimento Regional, que pregam a necessidade de uma gestão bastante profissional desta matéria, com o alvo principal sendo a geração de emprego e renda.

Temos muito trabalho pela frente. Se A Mão de Deus foi extremamente generosa com a região percebemos que, quando a comparamos com outros destinos já consolidados como Gramado e Campos do Jordão, nestes destinos citados A Mão de Deus não foi assim tão generosa mas A Mão do Homem opera milagres diariamente sob todos os ângulos de análise.

A Mão do Homem predominantemente de origem italiana e germânica, da nossa região, precisará também operar muitos milagres. É importante ressaltar que vários negócios já atuam com uma boa dose de profissionalismo mas entendemos ser necessário um engajamento mais coletivo e que seja disseminado para todos os municípios.

A minha decisão de escrever este livro em conjunto com meu irmão Lucas Izoton foi de compartilhar com o trade turístico da região as mesmas teses dos especialistas que nortearam a construção do Plano: gestão profissional com ênfase na criação de lugares agradáveis, encantamento visual deslumbrante via paisagismo e um atendimento 100% ao turista.

O livro é então mais uma etapa do que está sendo previsto no Plano de Desenvolvimento para as Montanhas Capixabas.

Acreditamos que estas 100 dicas, a maioria de conteúdo óbvio e simples, podem estimular a reflexão dos empreendedores e profissionais locais e contribuir para que as centenas de negócios da região possam melhorar a gestão e o atendimento ao turista, gerando melhores resultados para todos.

Ernesto Izoton

Por que escrevi este Livro?

Ao longo da minha vida profissional visitei milhares de negócios e estabelecimentos turísticos e comerciais no Brasil e no exterior, tendo tido contato com empreendedores e suas equipes. Aprendi muito observando as suas técnicas de atendimento e vendas!

O objetivo de escrever Atendimento 100 % com 100 sugestões diversas foi procurar lembrar aos profissionais que, muitas vezes, fazer o óbvio na hora certa e de forma correta pode ser a fórmula para atender bem os clientes e buscar a sua fidelização, garantindo assim melhores resultados para o seu negócio.

Atender bem clientes diferentes bem como vender produtos e serviços é uma arte que pode ser aprendida e aperfeiçoada. Por isso, o conteúdo desta publicação busca, de forma simples, sintética e prática, contribuir para o desenvolvimento e melhoria da performance do Trade Turístico das Montanhas Capixabas. Nossa intenção é estimular a reflexão de proprietários e profissionais que atuam em negócios como agroturismo, restaurantes, *delicatessens*, cafeterias, bares e similares. Muitos conceitos também podem ser utilizados em hotéis, pousadas e outros empreendimentos.

Boa leitura! Ótimas reflexões e muita prática.

Lucas Izoton

Um pouco da minha vida “atendendo” clientes

Desde criança tive contato com “Atendimento e Vendas” já que minha mãe, para complementar o orçamento doméstico, vendia roupas em casa com os estoques sendo guardados no quarto onde eu dormia.

Aos 10 anos de idade vendi refresco em feira livre, aos 14 era revendedor de produtos Avon em sociedade com minha mãe e aos 15 passei a confeccionar e comercializar artesanato de couro para boutiques ou diretamente para consumidores finais.

Durante o meu curso de Engenharia, ainda como estudante, era professor e estagiário mas também vendia telefone e até mesmo veículo. Como engenheiro descobri posteriormente que, na prática, eu era um profissional que buscava soluções técnicas de Engenharia para atender bem os clientes.

Quando iniciei meus negócios na área de moda, antes mesmo de lançar a marca **Cobra D’agua** em nível nacional, eu já era lojista no Rio de Janeiro e no Espírito Santo. A própria marca **Cobra D’agua**, atualmente presente em 12 mil pontos de venda em mais de 2.000 municípios do Brasil, só conseguiu ter essa distribuição nacional devido ao foco de nossa equipe no Atendimento a Clientes.

Na área pública, já fui secretário de Desenvolvimento Econômico do município de Vila Velha - ES, que era responsável pelo turismo da cidade. Também fui

presidente do Espírito Santo Convention & Visitors Bureau. Como dirigente voluntário, lançamos projetos como “Os passos de Anchieta” e “Rota Imperial”.

Nas diversas atividades que exerci, penso que fui um “realizador” de sonhos buscando proporcionar um ótimo atendimento que fidelizasse clientes.

Conheci Pedra Azul aos 10 anos de idade e me apaixonei. Não esperava que um dia eu pudesse ser morador da região e mesmo atuar profissionalmente no local. Confesso que sinto uma enorme admiração pelos empresários e profissionais que atuam nas Montanhas Capixabas e contribuem para divulgar as nossas belezas naturais e culturais, bem como o nosso estado em nível nacional e internacional. A região de Pedra Azul e entorno já é considerada o maior e melhor polo gastronômico do Espírito Santo e demonstra estar em plena expansão com abertura permanente de novos negócios. Também atuo na área de desenvolvimento de empreendimentos imobiliários e hotelaria nesta bela região.

Se você quiser conhecer esse próprio livro na versão digital ou mesmo acessar os demais livros de minha autoria, acesse o site www.lucasizoton.com.br e faça o *download* gratuitamente.

Lucas Izoton

Prefácio

O Agroturismo e a importância do Atendimento

Leandro Carnielli

Turismo é uma grande fábrica de sonhos e fantasias e, para tal, precisa provocar êxtases sensoriais nos visitantes. Pesquisas indicam que as viagens mais marcantes são aquelas nas quais os turistas receberam ótimo atendimento, independente dos atrativos naturais, boa gastronomia, hospitalidade, eventos, estrutura, sinalização e segurança.

O atendimento é mais que um diferencial. É uma necessidade básica em qualquer negócio. Atender bem é ter sensibilidade, entendimento e técnica para impregnar o turista de felicidade.

Segundo pesquisas internacionais especializadas em comportamento de turistas, o fato de 68% deles não retornarem ou deixarem de comprar um dado produto/serviço é motivado principalmente pelo mau atendimento muito mais que pela sua má qualidade.

Outras pesquisas confiáveis também apontam que em torno de 50% dos visitantes entendem mais importante a qualidade dos serviços e produtos do que preços. Portanto, existem pessoas dispostas a pagar um pouco mais por atendimento diferenciado. Estar sempre com o estabelecimento limpo, arrumado, com cuidados paisagísticos, com vitrines encantadoras, ter funcionários qualificados, motivados e treinados, abrir o estabelecimento todos os dias, ter e oferecer diversidade de produ-

tos e conhecê-los em detalhes são alguns cuidados que primam pela satisfação dos turistas e os fazem superar expectativas.

A bibliografia universal sobre Atendimento Turístico e, no Brasil, em especial o SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – atestam a importância vital dos itens acima e também incluem, sem esgotar o tema: ser rápido e solícito se o turista estiver com pressa, ser tolerante se ele estiver moroso, só prometer o que puder cumprir, ser sincero, não cometer erros grosseiros de linguagem, não tirar vantagem na negociação, praticar preços justos, surpreender o turista com pequenas atitudes e mimos, ter um site convidativo e amigável e usar as mídias sociais como informação relevante. Conhecer detalhes da história, hábitos e cultura local e repassá-los aos turistas desperta interesse e percepções positivas.

Com certeza este livro e suas 100 Dicas de Bom Atendimento não só completarão a lista de bons cuidados com o turista como serão de grande valia neste estágio de maior profissionalização do nosso Agroturismo.

Superar as expectativas sempre. Esse é o caminho! Lembrando que turista insatisfeito conta para dez pessoas e os satisfeitos para apenas duas pessoas.

Leandro Carnielli

Empresário do Agroturismo e Presidente do Conselho Curador do MCC&VB.

O Desenvolvimento dos Negócios de Turismo das Montanhas Capixabas

Valdeir Nunes (China), presidente do MCC&VB

Os atores do nosso Trade Turístico estão radiantes.

Enquanto os negócios globais deste segmento experimentaram crescimento de 6% em 2017 e 2018, e os números de crescimento do ES em 2018 registraram 7% no Índice de Atividade Turística (IATUR) sobre 2017, estima-se que as Montanhas Capixabas tenham sido brindadas com índices anuais entre 10% e 12% desde 2012.

O grande desafio do **Montanhas Capixabas Convention & Visitors Bureau – MCC&VB** é manter estas taxas e até aumentá-las, mas de forma ordenada, com preservação máxima dos recursos naturais, de práticas corretas de Sustentabilidade e Associativismo.

Este desafio se estende por 9 municípios – Afonso Cláudio, Brejetuba, Castelo, Conceição do Castelo, Domingos Martins, Laranja da Terra, Marechal Floriano, Vargem Alta e Venda Nova do Imigrante – por uma área de 5.000 km², 200.000 habitantes e milhares de famílias envolvidas na atividade.

O MCC&VB tem por objetivo garantir o desenvolvimento do turismo nas suas diversas modalidades, a defesa e proteção do meio ambiente, do artesanato e do patrimônio cultural artístico, religioso, histórico e do Turismo Rural da Região Turística Montanhas Capixabas bem como a captação e geração de eventos de alcance regional, nacional ou internacional.

Mas, para tal ocorrer, dependemos do apoio financeiro regular das prefeituras envolvidas e da iniciativa privada.

Trata-se de um trabalho hercúleo consubstanciado em 20 finalidades que incluem dotar os 9 Municípios, entidades públicas e privadas envolvidas de ferramentas de planejamento, assessoria na implantação das melhorias estruturantes e permanente acompanhamento.

Estamos avançando a passos largos. Já elaboramos um Plano Master e estamos plenamente capacitados para orientar os municípios que assim desejarem e que também estejam envolvidos no custeio / manutenção da Associação (Convention). Estas atividades estruturantes são necessárias e exigidas pelo Ministério do Turismo tais como implantação de COMTURs atuantes e Planos Municipais de Turismo, dentre outras ações já em andamento.

Se a Mão de Deus foi bastante generosa com as Montanhas Capixabas, agora a Mão do Homem também está fazendo a sua parte.

A profissionalização de nossos hotéis, pousadas, restaurantes, espaços de agroturismo, lazer e serviços aos turistas já é bastante visível e as Montanhas Capixabas agradecem as Prefeituras dos 9 municípios, SETUR, SEBRAE, SENAC, outras entidades parceiras e aos voluntários por estarmos juntos nesta jornada.

Este livro agrega inestimável valor a este esforço de profissionalização.

O Desenvolvimento do Agroturismo

Maurício Magnago

No Brasil, a importância do turismo tem sido cada vez mais evidenciada em âmbito federal, estadual e municipal por ser gerador de postos de trabalho e de renda, sendo uma das atividades com maiores indicadores de crescimento no mundo.

Agroturismo representa esta atividade em espaços rurais, vinculada essencialmente à produção agrícola de pequenas propriedades rurais familiares. Venda Nova do Imigrante foi o destaque inicial condutor desse processo.

O Agroturismo no Espírito Santo tomou impulso a partir dos anos noventa com o apoio do SEBRAE, SEAG, INCAPER, Prefeituras e investidores na rede hoteleira das Montanhas Capixabas, principalmente no entorno da Região de Pedra Azul, integrando a visita aos empreendimentos com os pacotes de venda dos meios de hospedagem.

Os próprios trabalhadores rurais têm resgatado e fortalecido as práticas do trabalho associativo, divulgando não apenas cada um, mas todos os atores do negócio, porque se compreende claramente que o fenômeno do Agroturismo é motivado pela soma de todas as alternativas disponibilizadas para o turista e não de somente uma propriedade.

Antigamente, como as formas de renda de uma comunidade eram restritas, houve a necessidade de se gerar mais renda para atender às necessidades das famílias.

Nos últimos anos, o valor do trabalho feminino, até então restrito ao aconchego do lar, foi exponencializado e despertou muitos talentos adormecidos, transformando as mulheres em grandes empreendedoras.

Compotas de doces, queijos, embutidos, frutas e outras iguarias deixaram de existir para produção de subsistência e passaram a ganhar lugar especial.

Hoje, para valorizar as raízes, há um movimento de resgate dos sabores da infância e dos aromas das cozinhas das nonas, impactando a memória afetiva das pessoas.

Em que pese a grave recessão econômica no Brasil, os empreendedores do Agroturismo estão comemorando o aumento surpreendente dos negócios nos últimos anos e o surgimento de novos empreendimentos todos os meses, com crescimento sólido e certeza de perenidade.

Entretanto, para quem está iniciando a atividade, é preciso lembrar que o turista quer relaxamento, novidades de lazer, produtos diferenciados e tratamento especial.

Esse ciclo de descobrimento do Agroturismo do Espírito Santo é a grande oportunidade de se colocar definitivamente nossa região no circuito mundial do turismo.

Maurício Magnago

Formado em Administração de Empresas, proprietário do Sítio dos Palmitos, ex-presidente da AGROTURES e Diretor Financeiro do MCC&VB.

O Trade Turístico de Pedra Azul

Jorge Uliana

Pedra Azul, seu Parque, Venda Nova do Imigrante e entorno se consolidaram como destinos turísticos a nível nacional e internacional. Suas belezas naturais, fauna e flora são os grandes ícones de divulgação do turismo, atividade recente com pouco mais de 20 anos.

Famílias pioneiras da região foram orientadas sobre agregação de valor e a agricultura, atividade principal, deu espaço a outras alternativas como restauração de casas para transformação em pousadas, café coloniais e restaurantes.

O morango transformou-se em licores, geleias, compotas e vinhos; o leite em queijo artesanal e posteriormente em queijos especiais, ricota, puínas, doces e iogurtes; acrescente-se socol, palmitos e artesanatos e consolidou-se a atividade denominada agroturismo.

A união de projetos de empresários locais e grupos externos conferiu pujança ao setor hoteleiro.

Atualmente a região oferta desde cozinha regional até menus elogiados de cozinha nacional e internacional, com gastronomia mais elaborada.

Os cafés coloniais adicionaram os grãos especiais. A região também tem atraído clientes mais exigentes para degustação de vinhos e cervejas artesanais.

Nos esportes em geral e nos de aventura, muito demandados pelos turistas, destacamos as trilhas no entorno

da Pedra Azul, as cavalgadas ecológicas, caminhadas, enduros, tirolesa, arvorismo, voo livre, tênis e golfe.

Através da iniciativa dos empresários e da união das entidades MCC&VB, ATPA e Agrotures, a região tem recebido diversos eventos, reduzindo a sazonalidade nos setores hoteleiro, gastronômico e agroturismo. Os hotéis já dispõem de estrutura de congressos, festas, convenções e os municípios também disponibilizam bons espaços como Morangão e Polentão.

Pedra Azul e Venda Nova têm sido o epicentro das Montanhas Capixabas e distribuído turistas para os municípios vizinhos.

Com o trabalho constante de melhorias da infraestrutura (acessos, preservação ambiental, paisagismo), capacitação e divulgação, a região tem sido percebida como Capital Nacional do Agroturismo e 3º melhor clima do mundo, sendo cenário de novelas e filmes e presença constante nas mídias nacionais.

Ainda são muitos os desafios: redução do período sazonal, profissionalização maior do atendimento, revitalização da Rota do Lagarto, pavimentação nas demais rotas, duplicação da BR-262 e construção de um Centro de Eventos, que estão sendo paulatinamente vencidos.

Jorge Uliana

Secretário de Cultura, Turismo e Artesanato de Venda Nova do Imigrante; Membro do Conselho Curador do MCC&VB.

Atendimento
100%
Nas Montanhas
Capixabas

100 Dicas Para Satisfazer, Encantar
e Surpreender o Turista

Dica 01

Você gosta de Vender?

Vender é construir relacionamentos, é atender potenciais clientes elevando a sua autoestima através de produtos e serviços. Quem trabalha com turismo e vendas no varejo precisa gostar de pessoas e saber demonstrar isso na prática, no dia a dia, atendendo bem os consumidores finais. Transmita sempre afeto quando você estiver dentro do seu negócio. Um bom relacionamento é essencial para os seus resultados!

“Escolha um trabalho de que gostes e não terás que trabalhar nem um dia na tua vida.”

Confúcio, filósofo chinês

Dica 02

Você é otimista?

Quem trabalha com vendas e atendimento, construindo relacionamentos, precisa ser otimista e procurar sempre ver o lado positivo das coisas, evitando enfatizar os aspectos negativos. Não fale em crise e evite citar problemas de saúde. Tenha sempre um sorriso nos lábios e repasse esse otimismo e alegria para o seu cliente. Nunca fique dentro de uma loja ou em estabelecimento sem um sorriso nos lábios e cumprimente a todos, independente da aparência.

“O mundo pertence aos otimistas.
Os pessimistas são meros espectadores.”

Eisenhower, ex-presidente dos EUA

Dica 03

Você é autoconfiante?

Quem atende clientes precisa ter autoconfiança elevada. Portanto, é necessário que você confie em si mesmo e acredite que pode atingir as metas que foram estipuladas. A realização dos seus sonhos e o atingimento dos seus objetivos dependem de você e das atitudes que adotar. Se você for auto confiante, certamente irá superar, com mais facilidade, os obstáculos que provavelmente irá encontrar na sua vida.

“Todo homem é o arquiteto do seu próprio destino.”

Sallustio, escritor e poeta

Dica 04

Você transforma seus
sonhos em metas?

Não basta somente sonhar, precisamos transformar nossos sonhos pessoais e profissionais em metas claras e específicas. Se possível, compartilhe os seus sonhos e metas com pessoas que você confia. Assim, você se sentirá ainda mais comprometido para atingir a meta. Agora, é fundamental planejar as ações necessárias para alcançar o objetivo proposto. O planejamento é essencial pois só assim você conseguirá realizar verdadeiramente as suas metas e objetivos!

“Se você pode sonhar, pode fazer.”
Walt Disney, cineasta e empreendedor

Dica 05

Você tem medo da rejeição?

É normal o ser humano ter medo da rejeição e esse é um grande obstáculo que os profissionais enfrentam para atingirem os seus objetivos. Receber um “Não”, o que é normal no atendimento, pode gerar a sensação de inferioridade abalando o moral do profissional. É fundamental aceitar com bom humor os sucessos e fracassos, mantendo sempre elevada a sua autoestima e nível de persistência. Não se abale com um “Não”! Continue lutando pelo “Sim”!

“A rejeição e a oposição são necessárias.
Só assim vemos a oportunidade de crescer.”

Breno Botti, escritor



“O vinho alegria o coração do homem e a
alegria é a mãe de todas as virtudes”

Johann Goethe

Dica 06

Você é persistente?

A persistência é fundamental para um profissional obter bons resultados e ter sucesso na carreira. Persistir é acreditar em você e no seu negócio. Persistir é não desistir quando enfrentar obstáculos, é saber lidar com as objeções do consumidor e entender que isso é algo natural no processo de vendas. É buscar novas alternativas e argumentos para concretizar o negócio. Nunca desista diante das dificuldades! Persista!

“A maior parte das coisas importantes no mundo foram realizadas por pessoas que continuaram tentando quando parecia não haver esperança de modo algum.”

Dale Carnegie, escritor norte-americano

Dica 07

Você tem iniciativa?

Iniciativa, segundo o dicionário, é a ação de quem propõe ou faz primeiro alguma coisa. Um profissional precisa ter muita iniciativa para poder atingir seus objetivos. Não adianta ter capacidade técnica, bom relacionamento e conhecer bem o seu negócio se não tiver a iniciativa de por em prática os seus conhecimentos e experiências junto aos clientes. Não espere você ser acionado ou cobrado. Aja!

“Iniciativa é fazermos o que está certo sem ser preciso que alguém nos diga para fazermos tal.”

Victor Hugo, poeta francês

Dica 08

Você possui automotivação para atingir seus resultados?

O profissional, ao desempenhar suas atividades rotineiras, irá encontrar muitos obstáculos e, para isso, é fundamental que ele tenha uma energia extra, ou seja, a automotivação para superar os desafios. Por isso é importante gostar de pessoas, manter o foco nas atividades prioritárias, ter metas bem definidas e investir em desenvolvimento pessoal, principalmente comportamental.

“Um homem é um sucesso se pula da cama de manhã e vai dormir à noite, e nesse meio tempo faz o que gosta.”

Bob Dylan, cantor e compositor

Dica 09

Você colabora com a equipe?

Em qualquer negócio é fundamental que exista um bom ambiente de trabalho e um clima cordial na equipe. Colabore com os seus colegas, procurando ajudar a todos. Esse comportamento estimulará as demais pessoas a fazerem o mesmo. Auxilie todas e quaisquer pessoas que lhe ajudam no desempenho de suas atividades profissionais. Procure dar exemplos. Uma equipe unida consegue melhores resultados.

“Grandes oportunidades para ajudar aos outros raramente aparecem, mas pequenas delas nos cercam todos os dias.”

Sally Koch, ativista voluntária

Dica 10

Você define metas
pessoais de vendas?

Normalmente, todo negócio tem metas de vendas diárias, semanais e mensais para os seus profissionais. Independente disso, é fundamental que você estabeleça metas e objetivos pessoais de atendimento e vendas que sejam ainda mais desafiantes e que tenham um significado especial. Que tal estipular, para você mesmo, metas desafiadoras acima daquelas que lhe deram?

“Um homem sem propósito
é como um navio sem leme.”

Thomas Carlyle, historiador e escritor



O vinho tem uma forte integração com as Montanhas Capixabas, inclusive com a realização do Encontro Internacional do Vinho em Pedra Azul.

Dica 11

Que tal se comportar como se fosse o dono do negócio?

Os profissionais, quando adotam posturas empreendedoras, conseguem mais facilmente atingir suas metas de vendas. Logo, tenha iniciativa, seja persistente, não desista, aceite desafios, comprometa-se a atingir os resultados, relacione-se bem com todos, procure sempre se superar. Comporte-se como se você fosse o único e verdadeiro dono do negócio! Se atuar como se fosse o proprietário, certamente seus resultados serão ainda melhores!

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

Mahatma Gandhi, ativista indiano

Dica 12

Você conhece as regras
do seu negócio?

Um bom profissional precisa conhecer as políticas de atuação bem como os objetivos e regras, escritas ou não, existentes em seu negócio. Se você não receber essas orientações, procure o seu superior e peça para que sejam compartilhadas todas as informações possíveis. É importante que o profissional respeite as regras existentes para que não ocorram incompreensões futuras junto à equipe ou mesmo aos gestores.

“Disciplina é a ponte entre metas e realizações.”

Jim Rohn, empreendedor americano

Dica 13

Você conhece bem os seus produtos e serviços?

Um bom profissional precisa estar preparado para responder, com confiança e precisão, as perguntas que um turista mais exigente certamente lhe fará quando estiver avaliando as diversas opções de produtos e serviços do seu negócio. Portanto, é necessário que você estude as características técnicas de cada produto e as vantagens de cada serviço. Lembre-se que uma boa resposta pode significar melhor atendimento e mais vendas.

“Para aprender qualquer coisa rápida e efetivamente, você deve vê-la, ouvi-la e senti-la.”

Tony Stockwell, escritor britânico

Dica 14

Você participa de treinamentos?

Um profissional que participa de treinamentos torna-se mais capacitado e tem mais possibilidades de obter melhores resultados. Agora, não basta apenas participar, é necessário mudar o comportamento e aplicar, na prática, os conhecimentos adquiridos. Um profissional bem treinado repassa também seus conhecimentos para a equipe e melhora o atendimento aos turistas!

“Quem acha que não precisa de treinamento, precisa de tratamento.”

Robson Dutra, palestrante e consultor

Dica 15

Você aprende com colegas mais experientes?

Um bom profissional sempre se comporta como um eterno aprendiz e procura aprender com a experiência dos outros, principalmente com os mais experientes, sejam eles colegas de trabalho, clientes, concorrentes, fornecedores ou mesmo gestores de outros negócios. É essencial conhecer o modo de atuar dos profissionais campeões que são reconhecidos pela boa performance no atendimento e vendas.

“Mestre não é quem sempre ensina,
mas quem de repente aprende.”

Guimarães Rosa, escritor e diplomata



A Festa da Polenta em Venda Nova do Imigrante
ES atrai turistas de todo o Brasil e do mundo.

Dica 16

Você cuida da sua
higiene e aparência?

Se você produz, coleta, transporta, recebe, prepara e distribui alimentos isto requer cuidados básicos importantes. É necessário manter o uniforme sempre limpo, cabelos sempre cobertos por touca ou rede, evitar falar, tossir ou espirrar sobre os alimentos, unha cortadas e limpas, além de mãos sempre higienizadas. Evite fumar, tocar em dinheiro, enxugar suor com as mãos, coçar ou assoar nariz. Aparência é fundamental no contato com o turista.

“Você não terá uma segunda chance para
causar uma primeira boa impressão.”

Aaron Burns, designer americano

Dica 17

Você consegue vender produtos mais “caros”?

A maior dificuldade que um profissional tem para oferecer marcas, produtos e serviços mais “caros” aos seus clientes é ele próprio. É importante conhecer os benefícios que produtos de maior valor agregado possam trazer para o seu cliente, sabendo expressar com firmeza esses argumentos e não tendo medo de apresentá-los. Existem muitos consumidores que aceitam pagar mais por boas marcas e/ou produtos e/ou serviços diferenciados.

“Muito mais do que expectativas e exigências atendidas, clientes querem excelência no atendimento.”

Guilherme Machado, palestrante

Dica 18

Você tem bons argumentos de venda?

Um profissional experiente e bem sucedido sabe que não pode usar o mesmo argumento para todos os seus clientes. Afinal, pessoas diferentes têm necessidades diferentes e, portanto, é importante ter argumentos diferentes. É necessário ter sensibilidade para identificar o perfil do cliente e adaptar as argumentações para cada tipo de consumidor, estando preparado para as diversas situações do dia a dia.

“Acredite em si próprio e chegará um dia em que os outros não terão outra escolha senão acreditar em você.”

Cynthia Kersey, escritora

Dica 19

Você ouve muito e fala pouco?

Um profissional precisa ouvir o turista para poder conhecer melhor suas expectativas e desejos, tendo assim condições de proporcionar-lhe um bom atendimento, concretizando a venda e buscando a sua fidelização. Lembre-se que as pessoas não falam apenas com palavras mas também com expressões corporais. Ouça primeiro o turista e, depois, fale para apresentar as marcas, produtos e serviços. Assim, você o conquistará!

“Eu gosto de escutar. Eu aprendi muito escutando cuidadosamente. A maioria das pessoas nunca escuta.”

Ernest Hemingway, escritor norte-americano

Dica 20

Você adota técnicas de negociação?

Profissionais bem preparados têm mais chances de realizar boas vendas, dentro do conceito “ganha-ganha”, onde ninguém perde e todos ganham. É importante ouvir o turista, identificar as necessidades, apresentar marcas e produtos que atendam aos seus anseios, ter fortes argumentos de venda, demonstrar que será um bom negócio para o turista e adotar ações para fechar a venda. A partir daí, é hora de parabenizar pela compra e agradecer.

“Não devemos permitir que alguém saia da nossa presença sem se sentir melhor e mais feliz.”

Madre Teresa de Calcutá, missionária indiana



A Festa do Morango é realizada anualmente no mês de Agosto em Pedra Azul. Existe um grande número de produtores de morango na região.

Dica 21

Você lê para manter-se bem informado?

A leitura é fundamental para o desenvolvimento pessoal e profissional. Quem mantém contato com dezenas de pessoas de diversos locais e hábitos diferentes necessita ter conhecimento sobre vários temas, principalmente aqueles ligados diretamente à sua atividade de trabalho. Através da leitura é possível ampliar conhecimentos, o que facilita a comunicação com turistas, familiares e amigos

“Quem lê, conversa com os sábios.”

Francis Bacon, político e filósofo inglês

Dica 22

Você treina a sua
apresentação ao turista?

Um bom profissional se prepara adequadamente para cada contato com os seus clientes, pois consumidores diferentes precisam ser atendidos de formas diferentes. É importante identificar o perfil de cada cliente e treinar os detalhes de sua apresentação que atenda necessidades específicas. Afinal, necessidades diferentes, soluções diferentes! Concorde?

“Quanto mais suor derramado em treinamento,
menos sangue será derramado em batalha.”

Dale Carnegie, escritor norte-americano

Dica 23

Você tem uma boa história para contar?

A arte de contar histórias é ainda a melhor maneira de nos comunicarmos de forma adequada com as pessoas e também com os nossos clientes. Portanto, selecione boas alternativas de histórias rápidas para que você possa usar na sua vida pessoal e profissional, principalmente para iniciar ou mesmo estreitar o relacionamento com os clientes. O Mestre Jesus, dois mil anos atrás, já fazia isso através de suas parábolas para poder levar suas mensagens a todos.

“Contar histórias com um propósito é a melhor maneira de persuadir e convencer pessoas.”

Bill Clinton, ex-presidente dos EUA

Dica 24

Você ajuda na limpeza
e organização?

O local de trabalho precisa estar sempre limpo e organizado e esta é uma tarefa de todos, independente da função que cada um exerce. Mesmo que esta atividade seja de um profissional específico, é fundamental que a equipe colabore na limpeza, organização, reposição dos estoques, acerto dos expositores e vitrines. Todo profissional faz parte de um grupo de trabalho e precisa atuar de forma polivalente para gerar bons resultados.

“O talento vence jogos, mas só o trabalho
em equipe ganha campeonatos.”

Michael Jordan, ex-jogador de basquete

Dica 25

Você administra bem o seu tempo?

Um dos grandes desafios é administrar o tempo pessoal e profissional, de maneira a permitir equacionar as diversas tarefas diárias e os horários de trabalho. Tenha uma boa agenda, anote sempre seus compromissos e as ações a executar, evitando desperdiçadores de tempo. Você pode proporcionar um bom atendimento ao turista, mesmo sendo objetivo. Afinal, quanto mais clientes atender, mais chances de vender e faturar.

“Quem não consegue gerenciar o seu próprio tempo, certamente terá muitas dificuldades para administrar o seu próprio negócio.”

Peter Drucker, escritor e professor



Florada de café em Brejetuba - ES.

Dica 26

Você tem informações detalhadas do seu cliente?

Dependendo do local, tipo de negócio e mesmo do perfil do consumidor, um profissional pode pedir os dados do seu cliente (nome, telefone, e-mail, etc.) para lhe informar sobre a chegada de novos produtos, marcas ou serviços que sejam do seu agrado. É importante registrar suas preferências e outras características. Assim, ajudando-o com informações de interesse dele, você poderá fidelizar o cliente.

“A informação é a matéria prima da gestão.”

Anônimo

Dica 27

Você se preocupa em reduzir despesas do negócio?

O profissional, independente de sua função, deve se preocupar com o resultado final (lucro) do local onde trabalha. Assim, ele tem consciência da necessidade de eliminar desperdícios e reduzir custos fixos e variáveis, efetuando sugestões que permitam diminuir despesas gerais com produtos, energia, embalagens, materiais de expediente, saldos de estoques, eventuais furtos, etc. Todos precisam focar na lucratividade!

“O melhor negócio do mundo é gastar menos do que se ganha.”

Tião Maia, empresário

Dica 28

Você participa de reuniões do trabalho?

Normalmente, toda empresa faz reuniões periódicas que podem ser mensais, semanais ou até diárias, desde que sejam curtas e objetivas. É uma boa oportunidade para o profissional se manifestar, compartilhando informações percebidas junto aos clientes, bem como citando eventuais problemas ou mesmo efetuando sugestões sobre melhorias de produtos e serviços. Reuniões podem servir para se efetuar treinamentos rápidos.

“Quem tem muitas prioridades acaba por ter nenhuma.”

Vicente Falconi, escritor e consultor

Dica 29

Você participa de eventos de Atendimento e Vendas?

Uma atividade importante de desenvolvimento pessoal e profissional é a participação em Convenções e Seminários sobre Melhorias no Atendimento e Vendas bem como outros encontros que visam gerar novos conhecimentos. É necessário se preparar para estes eventos, participando de forma ativa, opinando, questionando e sempre efetuando sugestões de melhorias para a gestão do negócio.

“Não é o mais forte da espécie que sobrevive, nem o mais inteligente. É o que melhor se adapta às mudanças.”

Charles Darwin, naturalista britânico

Dica 30

Você fala com o cliente como se ele fosse um amigo?

Se vender é construir relacionamentos e satisfazer as necessidades dos clientes, é importante que este seja tratado com respeito, mas ao mesmo tempo, como se fosse um grande amigo. Assim, com tom de voz adequado e demonstrando afetividade, o profissional poderá gerar no cliente um bom nível de confiança. Lembre-se sempre que pessoas diferentes necessitam de atendimentos diferentes.

“Os clientes compram pelas razões deles, não pelas suas.”

Orvel Ray Wilson, escritor e professor



As Montanhas Capixabas são reconhecidas
como o maior polo gastronômico do ES.

Dica 31

Você se comunica bem
com seus clientes?

Uma boa comunicação é fundamental para se concretizar vendas. Comece com um “Bom Dia”, seja natural, ouça as pessoas olhando-as nos olhos, fique atento, seja empático, conheça bem os produtos e serviços, fale de forma pausada e segura, evite gesticulações excessivas, comporte-se com humildade, seja bem-humorado e tenha sempre um permanente sorriso nos lábios. Comunicar-se, de forma adequada, é essencial para se obter sucesso nos negócios.

“Comunicação não é o que você diz.
É o que os outros entendem.”

Duda Mendonça, publicitário

Dica 32

Você atende os turistas
com entusiasmo?

A etimologia da palavra entusiasmo (do grego *en* + *theos*, literalmente “em Deus”) significa ter Deus dentro de si. Uma pessoa entusiasmada tem mais disposição para enfrentar desafios, transmite confiança e alegria a quem está à sua volta. Um profissional entusiasmado e sorridente tem mais chances de atender melhor um turista, pois o seu comportamento é contagiante, facilitando a venda. Atenda o turista sempre entusiasmado.

“O entusiasmo é a maior força da alma.
Conserva-o e nunca te faltará poder
para conseguires o que desejas.”
Napoleão Bonaparte, político e militar

Dica 33

Você tem foco e atenção verdadeira no turista?

É fundamental que se tenha foco no turista e se dê a ele verdadeira atenção quando estiver atendendo-o, evitando executar outras atividades simultâneas. O turista precisa perceber que é o centro de suas atenções e que você está buscando a melhor solução para o problema dele. Essa atitude mais profissional e afetuosa o tranquiliza gerando mais possibilidades de compra e ampliando assim o volume de vendas.

“Um cliente pode até não gostar do lugar mas poderá amar o atendimento.”

Paulo Samuel, palestrante

Dica 34

Você surpreende o turista?

Satisfazer um turista é atender suas expectativas. Encantar um turista é superar estas expectativas. Já surpreender um turista é oferecer-lhe algo totalmente inesperado e não previsto. Alguma coisa diferente! Como os clientes são distintos uns dos outros, procure buscar e adotar alternativas de atendimento e serviços que possam realmente surpreendê-los. Reflita: O que você tem feito de especial para os clientes do seu negócio?

“Temos de fazer o melhor que podemos. Esta é a nossa sagrada responsabilidade humana.”

Albert Einstein, físico alemão

Dica 35

Você é paciente no atendimento aos turistas?

Muitas vezes, um profissional atende educadamente o turista e este não compra nada. Também é normal um turista ocupar por muito tempo o atendente e também demonstrar que não gostou de nada. A paciência é uma virtude dos bons profissionais. Logo, trate bem todos os turistas e aceite atender com simpatia aqueles que não decidem com rapidez. Tenha paciência e você será recompensado, no futuro.

“Todas as falhas humanas provêm da impaciência.”

Franz Kafka, escritor tcheco



O turismo de aventura é um grande atrativo da região.

Dica 36

Você sugere produtos adicionais ao turista?

Um dos indicadores de desempenho no varejo é o ticket médio em número de peças vendidas e em valor (R\$). O bom profissional sempre oferece produtos adicionais não se importando com os valores. Quem sabe o limite da compra é o próprio turista e não o vendedor. Se o produto desejado pelo turista não está disponível, mais uma razão para você oferecer outras alternativas, independente do preço.

“Pessoas não gostam que alguém venda para elas, mas amam comprar.”

Jeffrey Gitomer, empresário e escritor

Dica 37

Você olha os turistas nos olhos?

Dizem que, através dos olhos, transmitimos o que está em nossa alma. Logo, o olhar pode e deve ser usado como uma grande ferramenta alavancadora de vendas. Se o profissional estiver sendo verdadeiro, através do seu olhar brilhante, poderá transmitir ao turista a sensação de acolhimento, de interesse em atender as suas necessidades. Portanto, olhe nos olhos quem você estiver atendendo. Um olhar pode dizer muito!

“Você é tão brilhante quanto o brilho
que há em teus olhos.”

Khallyl Rodrigo, poeta

Dica 38

Você sorri para os turistas?

Lembre-se que um turista quer mais do que comprar um produto ou utilizar um serviço. Ele quer uma experiência positiva, algo que proporcione bons momentos e tudo começa com um belo sorriso espontâneo por parte do profissional que lhe atende. Seja simpático, tenha entusiasmo e demonstre alegria durante todo o atendimento. Certamente, você terá mais chances de concretizar um bom negócio. Sorrir não lhe custa nada!

“O sorriso enriquece os recebedores
sem empobrecer os doadores.”

Mário Quintana, poeta e jornalista

Dica 39

Você mente para o turista?

Se vender é construir relacionamentos saudáveis, logo não é possível existir mentiras, pois é melhor perder uma venda do que perder o cliente. Atualmente, o turista percebe fácil e não se ilude mais com argumentos falsos e mesmo frases prontas. É fundamental que o profissional esteja preparado para explicar, de forma clara e correta, os produtos e serviços. Mentir pode gerar perda da credibilidade do profissional e da própria empresa.

“Nenhum homem tem a memória tão boa para se tornar um mentiroso bem sucedido.”

Abraham Lincoln, ex-presidente dos EUA

Dica 40

Você faz sugestões para o turista?

Um bom profissional tem credibilidade perante o turista e por isso este o ouve e confia nos seus argumentos e informações sobre marcas, produtos e serviços que estão sendo apresentados. Após ouvir o turista e descobrir suas reais necessidades, é possível fazer sugestões que atendam aos seus anseios. O turista precisa perceber que o profissional que lhe atende quer realmente ajudá-lo.

“Se não tomares conta do teu cliente, alguém tomará.”

Antônio Cardoso Filho, escritor



Os chefs da região utilizam os produtos do agroturismo local em suas criações gastronômicas.

Dica 41

Você mostra interesse
pelo turista?

O profissional, sempre sorridente, precisa abordar o turista desejando-lhe um “bom dia” e demonstrando interesse verdadeiro na sua satisfação e não somente na venda em si. Converse com o turista como se ele fosse seu amigo, ouça-o, identifique suas necessidades e fale das características dos produtos e serviços que possam ser de seu interesse, despertando a sua curiosidade. A partir daí, a venda é uma consequência!

“Se trabalhar só por dinheiro nunca o vai conseguir, mas se gosta do que faz e coloca os clientes sempre em primeiro lugar, o sucesso será seu.”

Ray Kroc, fundador da McDonald's

Dica 42

Você parabeniza e agradece
ao turista pela compra?

Um turista, após ter fechado uma compra, sente prazer e mesmo necessidade de ter certeza que fez um bom negócio. Logo, quando o profissional que lhe atendeu o parabeniza e também o agradece por ter adquirido seus produtos, ele amplia a sua confiança, sente-se melhor atendido e isso pode gerar mais fidelidade. Parabenizar e agradecer ao turista é uma excelente atitude de pós-venda que precisa ser praticada sempre.

“Faça um cliente, não uma venda.”

Katherine Barchetti, empresária do varejo

Dica 43

Você aciona seus clientes pelas mídias sociais?

As novas tecnologias e alternativas digitais de relacionamento mantêm as pessoas conectadas, o que facilita a abordagem dos atuais e potenciais futuros clientes. O profissional, sempre que possível, e principalmente nos momentos de menor movimento, pode de forma adequada enviar informações que sejam de interesse dos consumidores. Algumas alternativas de mídias são *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook*, *e-mails*, etc.

“As pessoas não compram por razões lógicas, elas compram por razões emocionais.”

Zig Ziglar, escritor e palestrante

Dica 44

Você se identifica no primeiro contato?

É importante que o profissional se identifique e tenha uma abordagem para o cliente que facilite e estimule um diálogo. Pode ser algo do tipo: “Bom Dia! Meu nome é fulano e o seu? Seja bem-vindo! Você já nos conhecia? Terei prazer em lhe apresentar nossos produtos e serviços.” Se vender é construir relacionamentos, saber o nome de quem está conversando conosco é fundamental. Que tal usar também um mini crachá com seu nome?

“Vender é ajudar! Vender é servir!”

José Ricardo Noronha, escritor e consultor

Dica 45

Seus clientes indicam amigos
para comprar com você?

Quando um turista fica muito satisfeito com o atendimento de um determinado profissional, é possível que ele o indique para seu círculo de relacionamento. Assim, é importantíssimo que o cliente saia encantado com o seu atendimento. Se sentir possibilidade, solicite você mesmo indicações ao turista. Lembre-se que a propaganda boca a boca é ainda uma excelente alternativa de divulgação nas Montanhas Capixabas.

“Motivação é a arte de fazer as pessoas fazerem o que você quer que elas façam porque elas o querem fazer.”

Dwight Eisenhower, ex-presidente dos EUA



Existe um grande número de cachoeiras e quedas d'água na região. Por isso as Montanhas Capixabas são um excelente destino também no verão.

Dica 46

Você cumpre o que prometeu ao turista?

O turista precisa ter a máxima confiança no profissional que lhe atende e este precisa adotar atitudes que façam merecer esta confiança. É fundamental que o profissional só prometa aquilo que tenha reais condições de cumprir, registrando todas as suas eventuais “promessas” e executando as ações necessárias para entregar o prometido. Lembre-se que o turista sempre lembrará do profissional que demonstrou ser confiável.

“Devemos ter boa memória para sermos capazes de cumprir as promessas que fazemos.”

Friedrich Nietzsche, filósofo e poeta alemão

Dica 47

Você dá respostas rápidas e objetivas ao turista?

Atualmente o consumidor exige respostas rápidas e os profissionais precisam proporcionar respostas precisas e ágeis sobre as suas solicitações e questionamentos, mostrando assim todo o seu profissionalismo. Muitas vezes o turista tem pouco tempo para aproveitar as atrações da região e deseja ser atendido com mais rapidez. Eventuais problemas também devem ser resolvidos de forma imediata.

“O problema do cliente também é nosso problema.”

Rangel Alves de Souza, palestrante

Dica 48

Você faz pós-venda junto
aos seus clientes?

É importante praticar ações de pós-venda para garantir a fidelidade do cliente visando o seu retorno. Você pode, dependendo do nível de relacionamento, perguntar (via telefone, e-mail, torpedo, WhatsApp, Skype, etc.) se ele ficou satisfeito com o atendimento, agradecer a confiança, checar se está tudo correto e se ele precisa de algo mais. É fundamental que o cliente sinta que você se importa verdadeiramente com ele.

“O pós-venda é um diferencial
competitivo para o vendedor.”

Wanderley Cintra, palestrante e consultor

Dica 49

Você sabe fechar a venda?

Muitas vezes o turista deixa de comprar porque faltou um pequeno incentivo, ou seja, um mínimo “empurrão” final de quem lhe atendeu. Às vezes, o profissional precisa fazer perguntas simples e objetivas do tipo: “Você quer o pacote maior ou menor? Deseja dividir no cartão em quantas vezes?”. Isso pode ser decisivo para a compra ser efetivada. Tenha alternativas de fechamento para cada tipo de situação.

“Trate de vender, não de falar. Sempre que falar muito, você não está vendendo.”

Robert Nadeau, professor e psicoterapeuta

Dica 50

Você é realista nos elogios?

As pessoas gostam de ser elogiadas, mas é fundamental que o elogio seja sincero e verdadeiro. Os turistas sabem identificar quando recebem um elogio padrão, algo já decorado e que serve para tudo e todos. Evite isso! Faça observações delicadas, personalizadas, justas e realistas. Não engane o turista pois mais tarde ele poderá descobrir a realidade e perder a confiança em você, no seu trabalho e em seu próprio estabelecimento.

“A crítica nem sempre constrói,
mas o elogio nunca destrói.”

Wallison Souza, jornalista



A Cavalgada Ecológica, na Rota do Lagarto, atrai turistas que desejam vivenciar experiências diferenciadas, como o passeio pelas florestas nativas e reflorestadas, além de permitir conhecimento do plantio do café orgânico.

Dica 51

Você sabia que o turista é mais exigente com o atendimento que com o produto?

Pesquisas no Brasil mostram que o turista é mais exigente com a qualidade nos serviços (por exemplo, o atendimento) do que propriamente com o produto adquirido. Ele dá grande importância e reclama muito mais do atendimento do que com eventuais falhas nos produtos recebidos. Essa informação é um grande alerta para os negócios da região das Montanhas aperfeiçoarem os seus serviços. Atender com qualidade é fundamental!

“O trabalho sem amor é escravidão.”
Madre Teresa de Calcutá, missionária indiana

Dica 52

Você trata bem os turistas
que reclamam?

Você sabia que os turistas que reclamam ajudam muito a melhorar o negócio? Quando o consumidor mostra que não está satisfeito com o atendimento ou mesmo com o produto, ele está identificando pontos passíveis de melhoria. É importante que se ouça as reclamações, busque conhecer os detalhes de eventuais falhas, peça desculpas, e comece a procurar soluções. Se você resolver o problema, certamente manterá o turista.

“Cliente satisfeito é igual a mais 1, cliente insatisfeito é igual a menos 10.”

Hudson Gomes, consultor

Dica 53

Você transmite alegria
para os turistas?

O atendimento a turistas é baseado em alegria e por isso eles esperam que sejam sempre recebidos com um sorriso espontâneo nos lábios e muita simpatia. Eles não querem apenas comprar um produto ou utilizar um serviço e sim vivenciar uma experiência agradável e prazerosa. Lembre que um bom relacionamento pode começar com um sorriso e um atendimento de ótimo nível.

“Não é o empregador quem paga
os salários, mas o cliente.”

Henry Ford, fundador da Ford

Dica 54

Você aprende com seus concorrentes?

É normal que empreendedores e profissionais de vários negócios, até mesmo concorrentes, conversem entre si e tenham relacionamentos de amizade. Essa convivência pode ser bastante útil para a troca de experiências e aprendizados de novas técnicas de atendimento ao visitante. Muitas vezes, conversas informais com colegas de trabalho podem se constituir em um bom treinamento com resultados vantajosos para todos.

“Fazer benchmarking é criar vantagens competitivas a partir das experiências boas e ruins dos concorrentes.”

Carlos Hilsdorf, palestrante

Dica 55

Você aprende com os Vendedores Campeões?

Vender produtos e serviços exige aprendizado contínuo e melhorias constantes. Uma forma prática, barata e rápida de aumentar os seus conhecimentos e ampliar as suas vendas é observar os comportamentos e atitudes dos colegas que estejam vendendo mais que você. Procure analisar os detalhes do atendimento e não tenha receios de pedir ajuda e orientação aos seus colegas do Trade Turístico. Aplique sempre os conhecimentos adquiridos.

“Para o Campeão de Vendas hoje é sempre o dia mais produtivo da semana.”

Mark Hunter, palestrante sobre Excelência em Vendas



A Igrejinha no km 3 da Rota do Lagarto
é um grande local de visitação.

Dica 56

Seu negócio tem um site?

Ter um site (www.empresa.com) ou uma página na internet é essencial para compartilhar e divulgar as informações do seu negócio, independente das características dos seus produtos ou serviços ou público-alvo. É importante falar a linguagem do turista com explicações claras e objetivas, além de fotos e vídeos. Utilize também e-mail profissional (voce@empresa.com) para aumentar a credibilidade. Procure ajuda de especialistas.

“Ter um site não é mais uma opção, é necessidade.”

Nicolas Muller, especialista em internet comercial

Dica 57

Você estimula sua família a trabalhar no negócio?

A maioria dos negócios nas Montanhas Capixabas são de pequeno porte e tem origem e gestão familiar. Algumas vantagens em trabalhar com parentes são facilidade para começar a operação da empresa, custos iniciais menores, flexibilidade de horários e maior nível de confiança. Existem porém cuidados especiais como colocar o familiar onde ele tem habilidades, definir previamente as obrigações e remuneração, compartilhar informações e separar a vida pessoal da profissional.

“O compromisso multiplica por 2 as obrigações familiares.”

Simone de Beauvoir, escritora e filósofa

Dica 58

Você distribui material turístico?

As Montanhas Capixabas possuem centenas de atrativos, sendo importante que todos os estabelecimentos do trade atuem de forma conjunta para divulgar as suas potencialidades. É desejável que os negócios tenham em local visível um bom mapa da região, bem como *folders* e informações que permitam os visitantes conhecerem as alternativas existentes e permanecer mais tempo no local. Os turistas sempre gostam de receber boas indicações de lazer.

“Se eu tivesse um único dólar,
investiria em propaganda.”

Henry Ford, fundador da Ford

Dica 59

Vocês usam roupas típicas?

As nossas montanhas foram colonizadas e desenvolvidas por imigrantes europeus principalmente italianos, alemães, pomeranos, austríacos e portugueses. A história da região e a divulgação destas culturas podem ser contadas através da arquitetura local, paisagismo, gastronomia e principalmente pelas roupas utilizadas pelos imigrantes no século XIX. Que tal usar roupas daquela época para encantar e surpreender os turistas? Pense nisso!

“Roupas típicas transportam nossos sonhos para o outro lado do mundo.”

Jaime Lerner, arquiteto e ex prefeito de Curitiba

Dica 60

Sua empresa tem visitas pré-agendadas?

Para os negócios do agroturismo, as visitas pré-agendadas são uma grande atração, dado que os turistas e seus familiares, principalmente crianças, têm a possibilidade de conhecer os detalhes da fabricação dos produtos e da vida rural. Normalmente tudo isso será novidade para quem vive em centros urbanos. Além da propaganda boca a boca, os visitantes certamente postarão suas fotos e vídeos na rede social, o que divulgará ainda mais o seu negócio.

“Se você criar um caso de amor com seus clientes, eles mesmos farão sua publicidade.”

Philip Kotler, professor e consultor



Os orquidófilos das Montanhas Capixabas são destaque em nível nacional e reconhecimento internacional. A beleza e o número de espécies de orquídeas encantam os especialistas de todo o mundo.

Dica 61

Você aceita Cartões de Crédito?

Atualmente, a maioria dos pagamentos são efetuados com cartões de crédito e débito. O estabelecimento que não os aceitar certamente estará perdendo vendas, além de causar uma má imagem e afugentar o turista. Em regiões turísticas é praticamente uma obrigação aceitar, pois estimula e facilita as compras por impulso. O pagamento eletrônico, em todas as suas modalidades, é uma realidade, além de evitar os tradicionais ca- lotes e problemas com trocos.

“A melhor propaganda é feita
por clientes satisfeitos.”

Philip Kotler, professor e consultor

Dica 62

Você conta a história
de sua família?

A história de uma família, suas origens, desafios, trajetória e o começo de uma atividade empresarial sempre atraem a atenção dos turistas. Se a sua narrativa familiar for interessante é desejável que seja divulgada em local de fácil visibilidade, no seu estabelecimento. Sempre que possível, inclua fotografias antigas e descreva pequenas histórias que possam despertar o interesse dos visitantes. Contar boas histórias agrega valor à sua marca, produtos e serviços.

Sempre dê ao cliente mais do que ele espera.”

Nelson Boswell, escritor e professor

Dica 63

Suas placas de sinalização
estão adequadas?

As placas de sinalização turísticas são fundamentais para gerar informações que facilitem os visitantes se locomoverem e localizarem as atrações de uma região. Além de placas coletivas, são importante as placas individuais do seu negócio, compatíveis com os princípios básicos do Guia Brasileiro de Sinalização Turística e autorização dos órgãos competentes. É essencial manter a sinalização conservada, limpa, visível e bem fixada. Se necessário, utilize iluminação.

“Cliente é o ativo mais importante de qualquer empresa, mesmo que não apareça no balanço.”

Thomas Berry, historiador cultural

Dica 64

Sua empresa é associada
a entidades de classe?

Uma entidade de classe tem o objetivo de ser o elo de integração das empresas associadas com o poder público e dirigentes políticos, defendendo principalmente os interesses dos negócios de micro e pequeno porte já que os empreendedores, normalmente, precisam se dedicar ao seu trabalho tendo pouco tempo para o trabalho institucional. Na região das montanhas, existem boas entidades como o MCC&VB (Convention), AGROTURES e ATPA.

“Resultados são obtidos aproveitando oportunidades e não resolvendo problemas.”
Peter Drucker, especialista em Gestão de Negócios

Dica 65

Você já fez o EMPRETEC?

Os resultados de um negócio, normalmente, são proporcionais à capacidade empreendedora do seu dirigente. No Brasil, o mais conceituado seminário para desenvolver o empreendedorismo é o EMPRETEC, que foi desenvolvido pela ONU – Organização das Nações Unidas – e cuja metodologia é aplicada pelo SEBRAE. Mais de 90% dos participantes informaram que ocorreu aumento dos lucros após a conclusão do seminário. E aí? Vamos fazer o EMPRETEC?

“Um desempenho superior necessita de um treinamento superior.”

João Favareto, professor



A fauna é um grande atrativo. O turista se encanta com este contato tão próximo com a natureza.

Dica 66

Você faz cursos no SEBRAE?

O SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – é uma entidade privada, cujo foco é o fortalecimento do empreendedorismo e a gestão dos pequenos negócios. Oferece centenas de cursos e seminários de capacitação, orienta sobre o acesso ao crédito, estimula o associativismo, apoia participações em feiras, além de consultorias especializadas para cada tipo de empresa. Busque mais informações numa agência mais próxima do SEBRAE.

“Gerenciar não é mais a direção da coisa mas sim o aperfeiçoamento das pessoas.”

Alvin Toffler, escritor e futurista

Dica 67

Você tem termômetro?

O inverno é considerado por boa parte da população como a estação mais charmosa do ano e muitas pessoas, que moram em locais mais quentes, desejam visitar cidades turísticas localizadas em montanhas onde possam curtir um “friozinho”. Fazer vídeos e fotografias de termômetros apresentando baixas temperaturas e postar na rede social é bastante usual. Que tal ter um *point* de fotografias, com termômetro grande e sua imagem publicitária ao redor?

“A indústria é um processo de satisfazer clientes, não um processo de produzir bens.”

Theodore Levitt, economista e professor

Dica 68

Você tem Pórtico de Entrada?

Os pórticos ou portais apareceram na Grécia antiga, influenciaram diversas culturas e destacam a entrada de um determinado local que seja importante. Normalmente são constituídos de colunas e uma pequena cobertura podendo ser construídos com diversos tipos de materiais, principalmente madeira. Seu objetivo é impactar visualmente o turista, comunicar sua marca e transmitir o conceito do seu negócio, contando um pouco de sua história.

“A empresa deve ter o foco no cliente não apenas em sua missão mas no dia a dia.”

Marcos Morita, professor da Universidade Mackenzie

Dica 69

As estradas de acesso são bonitas?

É importante que toda atração turística tenha estradas de acesso adequadas e seguras, principalmente em épocas de chuvas. Além das rodovias federais e estaduais, é essencial que as vias de acesso, muitas vezes estradas vicinais, estejam em boas condições de tráfego, sejam bem sinalizadas e possuam um bom projeto paisagístico. Infraestrutura básica é uma exigência para se desenvolver o turismo em uma região e atrair visitantes com alto poder aquisitivo.

“As pessoas esperam um bom atendimento, mas poucos estão dispostos a dá-lo.”

Robert Gately, presidente e CEO

Dica 70

O seu paisagismo encanta os turistas?

Os turistas que frequentam as Montanhas Capixabas esperam ter um contato maior com a natureza. Assim, um bom projeto paisagístico é fundamental para reconstituir a paisagem natural que foi impactada pela mão do homem através de construções, estradas e diversos tipos de ações. O paisagismo deve ser harmônico com os elementos arquitetônicos já construídos, sendo que a cor verde, em suas diversas tonalidades, deve se misturar ao colorido de flores e frutas.

“A Natureza é grande nas coisas grandes
e grandíssima nas pequeninas.”

Saint Pierre, escritor e botânico francês



O ES possui 35% de todas as espécies do Brasil.
Esta modalidade de turismo de observação de
pássaros é denominada *bird watching*.

Dica 71

Você estimula o contato do turista com a natureza?

A proximidade com a natureza é um grande atrativo para turistas, principalmente aqueles que moram em centros urbanos e que desejam vivenciar experiências que possam alterar e melhorar o seu estado psicológico e sensorial. Contemplar um nascer ou pôr do sol, caminhar por trilhas e campos, admirar árvores, flores, frutos e animais geram uma bela sensação de bem estar físico e mental. A integração com a natureza aumenta a permanência do turista na região.

“A natureza nunca nos engana. Somos sempre nós que nos enganamos.”

Jean Jacques Rousseau, filósofo e escritor

Dica 72

Você tem placa de altitude?

Altitude é a distância vertical entre um determinado ponto e o nível médio do mar, sendo normalmente medido em metros. Alguns exemplos: Pedra Azul (1.822m), Pedra das Flores (1.909m), Pico do Forno Grande (2.039m). Quando a altitude aumenta, a temperatura diminui e por isso as montanhas são locais mais frios. Informações como temperatura (°C) e altitude (m) sempre interessam aos turistas e são *points* de fotografias. Já fez a sua placa personalizada?

“O importante não é convencer com grandes palavras. É surpreender com grandes atitudes.”

Autor desconhecido

Dica 73

Você luta pela duplicação da BR-262?

A rodovia federal BR-262 que liga o Espírito Santo a Minas Gerais é a principal via de acesso às Montanhas Capixabas, sendo fundamental a sua duplicação. É importante que os empresários, dirigentes e profissionais do *trade* turístico acionem as lideranças políticas estaduais e nacionais para agilizarem as obras de manutenção e duplicação que são de responsabilidade do Governo Federal, via DNIT. O desenvolvimento turístico exige acesso por rodovias seguras.

“A duplicação da BR 262 será a maior alavanca para o Turismo das Montanhas Capixabas que se tem conhecimento.”

Paulo Hartung, governador do Estado do Espírito Santo

Dica 74

Você divulga o Polo Gastronômico das Montanhas?

As Montanhas Capixabas, principalmente a localidade de Pedra Azul e o distrito de Aracê, já são consideradas o maior e melhor polo gastronômico capixaba e atraem turistas de alto poder aquisitivo de todo o país e mesmo do exterior. É importante que todo o *trade* turístico da região divulgue com intensidade as boas opções existentes. Atualmente existem mais de uma centena de restaurantes, cafeterias, *delicatessens*, bares e propriedades de agroturismo na região.

“Você não pode manter um bom cliente sem uma boa propaganda.”

Leo Burnett, executivo e publicitário

Dica 75

Você faz vitrine dos seus produtos?

Uma boa vitrine aumenta a exposição dos produtos e conseqüentemente as vendas. A sugestão é você se colocar no lugar do turista que está olhando para ela. Pense em algo que o surpreenda. Use cores bonitas, deixe-a sempre limpa e não use muitos produtos para que o cliente não fique confuso. Exponha os principais produtos e os de promoção. Se necessário, ilumine-os. Quando necessário, mude a vitrine.

“Nada seduz mais para atrair o olhar e o desejo do consumidor que uma bela vitrine.”

Pollyana Oliveira, consultora.



A Festa de Corpus Christi de Castelo - ES é considerada uma das dez maiores manifestações religiosas do Brasil.

Dica 76

Você faz cursos no SENAC?

O SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – é uma instituição que investe seus recursos na qualificação e formação profissional nas áreas de comércio, turismo e serviços, possuindo muitas escolas com ótimos cursos e baratos. Você pode aprender melhores técnicas de gestão e atendimento. Procure o SENAC. Saiba quais são os cursos e matricule toda a equipe, inclusive você.

“As raízes dos estudos são amargas,
mas seus frutos são doces.”

Aristóteles, filósofo grego

Dica 77

Você participa de feiras e eventos?

Para sua empresa crescer, é importante expor a sua marca, buscar novos contatos, além de ficar de olho na concorrência. As feiras e eventos são excelentes oportunidades para que mais empresas e pessoas conheçam o seu negócio. Com um estande apropriado e atrativo, os visitantes conhecerão seus produtos e serviços, o que irá aumentar sua rede de contatos junto a potenciais parceiros e clientes

“Quer criar uma conexão emocional com os novos clientes? Frequentar feiras e eventos.”

Surama Jordi, palestrante

Dica 78

Seu negócio promove degustação?

A degustação aumenta efetivamente as vendas e é por esta razão que muitas empresas a realizam. Como 80% das compras efetuadas pelos consumidores são definidas no Ponto de Venda, a degustação é uma excelente alternativa pois alcança o olfato, o paladar, o tato, além do visual, é claro. Escolha seus produtos com maior estoque e maior margem de lucro. Treine sua equipe para apresentar as vantagens de cada um dos produtos expostos

“Todos comem e bebem; são poucos os que sabem distinguir os sabores.”

Confúcio, pensador e filósofo chinês

Dica 79

Você tem lançado novos produtos?

Os visitantes das Montanhas Capixabas esperam sempre encontrar produtos novos e diferenciados. Evite comercializar itens baratos e fáceis de serem encontrados nos supermercados. A tendência atual é para alimentos orgânicos, com redução de gorduras, livres de agrotóxicos, hormônios e aditivos químicos artificiais. Procure lançar no mercado produtos com novos aromas, sabores e formatos

“As inovações aumentam a identificação com sua marca e diferenciam seu produto.”

Michael Porter, professor de Harvard

Dica 80

Suas embalagens são atraentes?

Uma embalagem atraente apaixona os turistas, aumenta as vendas e fortalece sua marca. Turistas aceitam pagar mais caro por produtos em embalagens diferenciadas, com cores bonitas, que os conquistam pelo olhar, mexendo com seus sentimentos e os convencendo a comprar. Não coloque muita informação na embalagem para não atrapalhar a leitura e cumpra sempre a legislação em vigor.

“Uma embalagem atraente causa amor à primeira vista e cria boa expectativa sobre o produto.”

Marcos Quintarelli, consultor de varejo



A predominância alemã no entorno da Sede de Domingos Martins ES brinda os turistas com excelentes espetáculos de dança e coral.

Dica 81

A decoração é atrativa
e agrega valor?

O visitante das Montanhas normalmente está a passeio, quer ter boas sensações e vivenciar boas experiências. Assim, o visual do seu estabelecimento, tanto da parte externa como no interior, precisa mexer com os sentimentos dele. O visual está atraindo fotografias? Dentro da loja, a temperatura e o aroma estão agradáveis? Os produtos estão visualmente organizados? Decoração atrativa multiplica as vendas.

“A boa decoração sempre possui algo
que nos faz feliz e comprar mais.”

Martha Medeiros, jornalista e escritora

Dica 82

Você registrou sua marca?

A marca do seu negócio é patrimônio seu e de sua família. Você precisa registrá-la no INPI para ter exclusividade de uso em todo o Brasil e impedir que outros também a usem, até cobrando indenização por uso indevido. Com o registro você também fica protegido da possibilidade de ser obrigado a mudá-la ou suspender sua utilização porque alguém a registrou antes de você. É simples e barato. Consulte um contador.

“Marca é um sinal distintivo que confere identidade aos seus produtos e serviços.”

Margareth Wolfson, especialista em marcas

Dica 83

Você pensa em ampliar
o seu negócio?

Os empreendedores normalmente começam um negócio pequeno e se o mesmo for bem-sucedido, com o passar do tempo, existe o desejo de ampliá-lo. Assim, é importante elaborar um plano de negócios, analisando o potencial do mercado, necessidade de novos produtos e serviços a serem oferecidos, seus custos e principalmente o volume de capital para investimento e giro. Toda expansão precisa ser bem estudada para evitar problemas futuros.

“Se você não está disposto a arriscar,
esteja disposto a uma vida comum.”

Jim Rohn, empreendedor

Dica 84

Você faz parcerias com outras empresas?

No mundo atual, é importante que os empreendedores e seus negócios tenham um bom relacionamento com o mercado em geral, principalmente com clientes e fornecedores e até mesmo concorrentes. Existem muitas oportunidades de parcerias estratégicas e operacionais com outras empresas para conquistar e atender potenciais clientes, resolver problemas de logística ou mesmo lançar novos produtos e serviços, com custos reduzidos e maiores chances de sucesso.

“Um dos maiores desafios dos empreendedores é saber estabelecer parcerias estratégicas com outras empresas, pessoas e colaboradores.”

Carlos Miranda, fundador da BR Opportunities

Dica 85

Seu negocio atende a
legislação vigente?

Todo negócio, independente de suas características, precisa atender de maneira completa a legislação vigente para poder funcionar e não sofrer multas ou mesmo eventuais interdições e descontinuidades. Um negócio formal e estruturado permite expansão assim como atende clientes exigentes e de maior porte. Consulte seu contador a respeito das exigências trabalhistas, tributárias e principalmente vigilância sanitária.

“A administração é a arte de aplicar
as leis sem lesar os interesses.”

Honoré de Balzac, escritor francês



Em Venda Nova do Imigrante - ES, com predominância italiana, acontecem eventos culturais como a festa “Serenata Italiana” que homenageia os imigrantes.

Dica 86

Você faz benchmarking nacional e internacional?

O conceito de *benchmarking* é simples, basicamente é aprender com os acertos e erros dos outros. É importante que você conheça as experiências positivas e negativas de negócios similares aos seus na sua região, dentro do Espírito Santo, em outros estados e até mesmo no exterior. Procure conhecer os acertos, adequá-los à sua realidade e implantá-los na sua empresa. Quanto aos erros, analise as causas e procure evitá-los. É um aprendizado barato.

“Todos os pensamentos inteligentes já foram pensados; é preciso apenas tentar repensá-los.”

Johann Goethe, autor e estadista alemão

Dica 87

Você tem sinal de Wi-Fi?

Todos hoje precisam da internet, inclusive você, sua equipe e seus familiares. Nas Montanhas, onde o sinal ainda tem deficiências, você introduzirá um elemento de muita diferenciação para o seu negócio se tiver sinal de Wi-Fi que também estará disponibilizado para os seus clientes. Eles serão gratos a você por esta diferenciação e comprarão mais. São dezenas de planos baratos e algumas operadoras já oferecem até grátis. Informe-se.

“Ter conexão Wi-Fi disponível com velocidade suficiente para fazer absolutamente tudo é tudo.”

Alexandre Vasconcelos, espec. em TI do SENAC - RJ

Dica 88

Você utiliza consultores para melhorar a gestão?

Contratar consultores especializados multiplica os resultados do negócio porque muitas vezes, o empreendedor fica imerso no seu trabalho e não consegue enxergar novas possibilidades de melhorias. Eles conhecem práticas e experiências de outras empresas e proporcionam a você uma visão mais ampla, novos conhecimentos e informações para tomar melhores decisões. Consulte o SEBRAE.

“Contratar consultores lhe permite olhar de fora sobre os problemas do seu negócio.”

Mantra dos Consultores SEBRAE Brasil.

Dica 89

Você tem vários canais
de comercialização?

Seu estabelecimento atual é um canal de vendas, mas existem outras possibilidades que podem multiplicar os seus resultados. Por exemplo, um agroturismo pode comercializar seus produtos em outras lojas, *delicatessens*, bares, restaurantes e pequenos comércios da região ou mesmo em nível estadual e nacional. Grandes supermercados e mesmo a internet podem ser boas opções.

“Via vários canais, você acessa o mercado com os produtos e serviços, rápida e eficientemente.”

Marco Botelho, espec. em Canais de Distribuição.

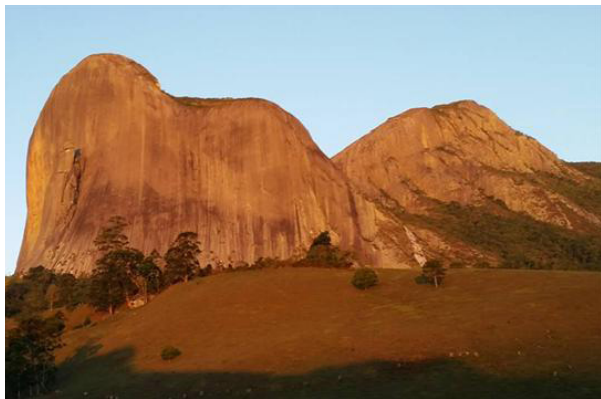
Dica 90

A arquitetura de sua empresa é europeia?

As Montanhas Capixabas foram colonizadas por imigrantes europeus e os turistas brasileiros adoram se sentir na Europa ou mesmo visitar locais que possam lembrar países como Itália, Alemanha, Portugal e outros. A arquitetura do seu negócio precisa contar a história da sua família, pois pequenos elementos construtivos atraem as atenções, geram fotografias, posts nas mídias sociais e muitas boas lembranças.

“Detalhes arquitetônicos europeus nos fazem felizes e pensarmos que estamos em algum cantinho bucólico da Europa, sem sair do Brasil.”

Heliomar Venâncio, arquiteto



A Pedra Azul, ao longo do dia, chega a mudar de cor até 36 vezes. No entardecer existe o predomínio da cor vermelha.

Dica 91

Você está profissionalizando
seu negócio?

O mundo está mudando de forma rápida, os consumidores estão mais exigentes e desejam melhores produtos e serviços com preços mais justos. Portanto, cada vez mais o seu negócio precisa se profissionalizar e adotar novas técnicas de gestão e comercialização para atender estas necessidades. Converse com outros empresários, peça ajuda a consultores, repense suas atitudes do passado, treine sua equipe e tenha como meta encantar seus clientes.

“Os melhores negócios nunca são feitos por uma pessoa e sim por uma equipe.”

Steve Jobs, fundador da Apple

Dica 92

Você apoia os eventos que acontecem na região?

As Montanhas Capixabas apresentam centenas de eventos anualmente e muitos deles ampliam significativamente o fluxo de potenciais clientes em seu negócio, aumentando vendas e lucros. É importante que todo o Trade Turístico e inclusive seu estabelecimento apoie as entidades promotoras destes eventos, contribuindo para o seu sucesso, o que irá gerar bons resultados para todos, principalmente você.

“Uma coisa é perceber oportunidades atraentes e outra é saber capitalizá-las.”

Philip Kotler, especialista em Marketing

Dica 93

O seu material publicitário funciona?

Se uma boa comunicação é essencial para o sucesso de uma empresa, que tal conferir o seu negócio? Vamos lá! Você gosta do seu material impresso? As fotos estão bonitas e convidam os turistas para comprar? Seu endereço está claro? Estes materiais estão na Casa do Turista, Postos de Informações, restaurantes e hotéis? Você tem site próprio? E o site da associação? A sinalização é boa? O que pode melhorar?

“Não é o QUE você diz que estimula as pessoas, é COMO você diz.”

Bill Bernbach, publicitário da DDB.

Dica 94

A sua empresa abre todos os dias?

As Montanhas Capixabas são um polo gastronômico e principalmente não possuem mais baixa temporada sendo que os turistas são atraídos por locais que abrem todos os dias. Os negócios que não abrem no meio da semana afugentam os visitantes e perdem faturamento. Que tal fazer uma experiência e começar a abrir em vários dias nem que seja em sistema de rodízio com outros negócios? Tente e avalie!

“Faça do cliente o herói da sua história.”

Ann Handley, Diretora de Conteúdo

Dica 95

O seu negócio atende o público-alvo familiar?

As pesquisas demonstram que as famílias constituem um bom público-alvo para a região das montanhas, o que significa que temos muitos visitantes constituídos por “avós, pais e netos” com bom poder aquisitivo. Este núcleo familiar merece uma análise especial. O seu negócio está preparado para receber visitantes da terceira idade? E crianças? Como atendê-los bem e melhorar os seus resultados?

“Ninguém nunca terá sucesso
sem ajudar aos outros.”

Jay Abraham, fundador e CEO da Abraham Group



A sede de Domingos Martins ES, sua arquitetura germânica e suas praças floridas já lhe creditaram o título de “cidade mais romântica do Brasil”.

Dica 96

Você usa equipamentos de aquecimento?

As baixas temperaturas são um grande atrativo das Montanhas mas é importante lembrar que muitas pessoas sentem frio e preferem ficar em locais que possuam equipamentos de aquecimento. Um aquecedor não é para ficar ligado todos os dias do ano mas apenas nos dias mais frios e naqueles períodos da tarde que começa a esfriar muito. Existem muitos modelos de equipamentos no mercado, com bom custo/benefício. Seus clientes irão adorar!

“Sempre aja correto. Isto irá agradar algumas pessoas e surpreender o resto.”

Mark Twain, escritor

Dica 97

Você presta serviços adicionais?

Um turista adora ser surpreendido com pequenos serviços adicionais que muitas vezes custam muito pouco ou quase nada à empresa. A maioria dos encantamentos provém de detalhes de atendimento e muita gentileza. Independente das características do seu negócio, o que você pode fazer de diferente e que seja fácil e barato? Que tal perguntar isso aos próprios turistas? A surpresa pode ser sua!

“Sempre dê ao cliente mais do que ele espera.”

Nelson Boswell, escritor

Dica 98

O seu preço é considerado justo?

Os produtos e serviços artesanais normalmente são mais caros que os industrializados, fabricados em grandes volumes. Porém, em ambas as situações, é fundamental a busca pela redução de custos e os preços cobrados precisam ser considerados justos pelos turistas. O consumidor necessita perceber valor agregado, qualidades, vantagens e reconhecer que vale a pena comprar o seu produto.

“As coisas valem pelas ideias que nos sugerem.”

Machado de Assis, escritor

Dica 99

Você conhece os principais pontos turísticos da região?

A maioria dos turistas das Montanhas conhece pouco a região e sempre faz muitas perguntas para saber quais são os pontos turísticos, como se chega, se estão abertos, se cobram ingressos ou mesmo se oferecem algum serviço. Você e sua equipe possuem estas informações? Você tem listas de todos os pontos turísticos e principais comércios? Que tal você também conhecê-los para melhorar o nível da informação?

“Uma informação pode mudar sua vida... a falta dela também!”

André Amaro, executivo

Dica 100

Você já planejou os seus próximos meses?

Quer fazer um plano básico e simples? Eis uma sugestão:

- 01)** Escreva o que deu errado nos últimos meses;
- 02)** Liste o que deu muito certo;
- 03)** Relacione tudo que você nunca fez mas acha que pode dar certo;
- 04)** Descreva tudo que precisa ser melhorado.

Agora, discuta cada item com sua equipe, evitando repetir erros, mantendo os acertos, iniciando coisas novas e fazendo as melhorias. Coloque prazos e responsáveis.

“A maioria das pessoas não planeja fracassar, fracassa por não planejar.”

John L. Beckley, espec. em campanhas políticas americanas.

Conclusão

Esperamos que este pequeno Livreto, elaborado de forma sintética e objetiva, possa ajudar de forma prática o Trade Turístico das Montanhas Capixabas no dia a dia de suas atividades.

A nossa intenção foi contribuir para que os diversos estabelecimentos possam melhorar suas performances de atendimento e vendas e, como empreendedores que são, consigam alcançar uma melhor lucratividade e proporcionar a eles próprios e suas famílias uma melhor qualidade de vida.

É fundamental que os assuntos aqui abordados estimulem o leitor a reavaliar os seus hábitos e procedimentos profissionais pois, muitas vezes, o que deu certo no passado não necessariamente se adequará ao presente e mesmo ao futuro.

O mundo e principalmente o turismo brasileiro e o atendimento aos clientes estão em permanente mudança, exigindo de todos nós ações mais inovadoras e rápidas. O profissional precisa evoluir e estar preparado para estes novos tempos.

E, finalmente, lembre-se da frase que diz: “Sucesso só vem antes do Trabalho no dicionário!”.

Que DEUS abençoe você e sua família! Sucesso!

Sobre os Autores



Lucas Izoton

É engenheiro, empresário, dirigente voluntário, com vários cursos de aperfeiçoamento no Brasil e no exterior, fundador e presidente da marca de moda jovem **Cobra D'agua**, também atuando nos segmentos Imobiliário e de Hotelaria. Consultor e instrutor credenciado pela Organização das Nações Unidas (ONU) e do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (SEBRAE) para o Programa de Empreendedores (EMPRETEC), já realizou mais de mil palestras em nível nacional e internacional.

Foi presidente da Federação das Indústrias do Espírito Santo (FINDES) e também presidiu entidades como o SEBRAE-ES, SENAI-ES, SESI-ES, IEL, IDEIES, CINDES, AJA e outras. Foi vice-presidente da CNI – Confederação Nacional da Indústria e também presidente do seu Conselho da Micro e Pequena Empresa.

Fundador e dirigente voluntário de organizações não-governamentais nas áreas de desenvolvimento empresarial, turismo, filantropia e assistência social.

Autor dos livros “O Voo da Cobra”, “O Caminho Mágico”, “Você pode ajudar a salvar o Planeta Terra”, “Gerenciando e Lucrando no Varejo”, “Seja um Cobra nas Vendas” e “Os Passos do Mestre”. Publicou também o álbum fotográfico “A Paz no Mundo começa dentro de Nós”.



Ernesto Izoton

É Economista e Mestre em Administração de Empresas com especialização em Finanças e Marketing pela COPEAD / UFRJ.

Foi Professor Universitário e Analista Financeiro da COBEC, Trading Company do Banco do Brasil.

Na CSN – Companhia Siderúrgica Nacional, fez carreira como Analista de Preços, Gerente de Preços, Gerente de Mercado e Superintendente de Mercado, fazendo parte do grupo que reestruturou financeiramente a empresa e a preparou para privatização.

Representante do Governo Brasileiro em Ações de Dumping de Siderurgia movidas pelo Governo Americano contra o aço brasileiro.

Consultor do ex Bank of London Brasil para elaboração de Planos de Negócios e análises envolvendo operações bancárias e operações de M & A.

Atuou também como Diretor de Negócios da marca de moda COBRA D'AGUA, Diretor de Negócios da MRB, empresa especializada em Projetos Marítimos e Dragagem e Diretor de Estruturação de Negócios da Viverbem Negócios Imobiliários S/A.

É Consultor de Estruturação de Negócios Imobiliários, Multipropriedades, Voluntário do MCC&VB - Convention Montanhas Capixabas e ATPA – Associação Turística de Pedra Azul e Região.

Co-Autores do Livro

Para redigir este Livro, os autores tiveram a colaboração de vários empreendedores, dirigentes e profissionais do Trade Turístico das Montanhas Capixabas, além de técnicos de várias partes do Brasil que compartilharam suas experiências, sugestões e dicas.

Também foram consultados dezenas de livros, artigos e informações que estão disponíveis no mundo digital.

