



**SUPER
NORTE**

2 PARÁ - AMAPÁ - ROERAMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro - Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

Comunicação empresarial como ferramenta de qualidade de vida do profissional no atual mundo dos negócios

Professor Simão Hernan Bendayan

**Graduado em Administração de empresas,
Contabilidade e Graduando em Serviço Social**

**Mestre em Políticas Públicas e Doutorando em Gestão
Empresarial**

simaobendayan@ig.com.br

Cel: (91) 8226-1010



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

- ❑ **Curso: Comunicação empresarial como ferramenta de qualidade de vida do profissional no atual mundo dos negócios.**
- ❑ **Objetivo:** proporcionar ao empreendedor moderno ferramentas para potencializar a comunicação desses profissionais e junto melhorar a qualidade de vida de todo o corpo social de uma organização. Considerando que a empresa cria laços fortes com os seus clientes, laços estes que ficam fortalecidos conforme a forma que a empresa utiliza para comunicar com este. A imagem dos seus gestores/corpo social é o seu maior patrimônio e isso se reproduz na imagem da empresa que se quer no atual mundo dos negócios.



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

Agressividade competitiva do mundo moderno e seu modelo de sociedade.

- ❑ Vivemos num mundo extremamente competitivo. Tanto em aspectos visuais, de comunicação, de conhecimento, etc.
- ❑ Pequenas diferenças podem levar você ao sucesso ou fracasso.
- ❑ Competências e habilidades é fundamental para o sucesso profissional e pessoal.
- ❑ A pergunta é: porque fulano de tal, sendo menos preparado, menos hábil, menos esforçado e experiente, obteve mais sucesso pessoal e profissional do que eu?
- ❑ **A globalização o desenvolvimento tecnológico e o mundo que conhecemos hoje faz parte deste processo.**



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1
PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

Qualidade de vida

- ❑ Que é um método usado para medir as condições de vida de um ser humano . Envolve o bem físico, mental, psicológico e emocional, além de relacionamentos sociais, como família e amigos e também a saúde, educação, poder de compra e outras circunstâncias da vida.
- ❑ Não confundir com **padrão de vida**, que é uma medida que quantifica a qualidade e quantidade de bens e serviços disponíveis.
- ❑ Qualidade de Vida é estar de bem com você mesmo, com a vida, com as pessoas queridas, enfim, estar em equilíbrio.

Isso pressupõe muitas coisas; hábitos saudáveis, cuidados com o corpo, qualidade no relacionamento, balanço entre vida pessoal e profissional, tempo para lazer, saúde espiritual etc.

Comunicação empresarial

- ❑ A Comunicação Empresarial (Organizacional, Corporativa ou Institucional)
- ❑ É uma atividade estratégica. Ela engloba, a supervisão da assessoria de imprensa, o planejamento, interpessoal e condução das ações de comunicação interna — o que envolve o público interno (seus funcionários) e o público externo (suas relações fora da empresa).
- ❑ Ela cuida da imagem da empresa.
- ❑ A preocupação maior é a boa relação da empresa com seus funcionários, sociedade e seus interlocutores.
- ❑ Este relacionamento não tem um olhar apenas como clientes, fornecedores, parceiros, mas principalmente como formadores de opinião e membros de uma sociedade, que podem auxiliar na preservação da imagem da empresa.





SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1
PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

Marketing Pessoal, auto-estima e qualidade de vida do profissional

- ❑ Marketing Pessoal pode ser definido como uma estratégia individual para atrair e desenvolver contatos e relacionamentos interessantes do ponto de vista pessoal e profissional, bem como para dar visibilidade a características, habilidades e competências
- ❑ relevantes na perspectiva da aceitação e do reconhecimento por parte de outros.



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1
PARÁ - AMAPÁ - ROYANIA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

-
- ❑ Os elementos da fundamentais da prática do marketing pessoal.

 - ❑ - A qualidade do posicionamento emocional para com os outros
 - ❑ - A comunicação interpessoal
 - ❑ - A montagem de uma rede relacionamentos
 - ❑ - O correto posicionamento da imagem
 - ❑ - A prática de ações de apoio, ajuda e incentivo para com os demais



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

- ❑ **O primeiro passo é construir uma auto-imagem positiva e otimista.**
- ❑ **As pessoas esquivam-se daqueles que estão sempre mal humorados ou torcendo para tudo dar errado.**
- ❑ Todo produto necessita de uma boa embalagem. Portanto, cuide da sua comunicação e apresentação pessoal, pois isso é seu cartão de visitas.
- ❑ Demonstre iniciativa, persistência e motivação em tudo que faz. Isto chama a atenção das pessoas e elas identificam você como uma pessoa interessante e interessado.
- ❑ Fique atento ao *Feedback*. *Saber o que as pessoas pensam a seu respeito. isso pode ajudar você* mudar pequenos hábitos e costumes, se necessário.
- ❑ Pessoas humildes, como: geralmente são valorizadas, como o porteiro, a faxineira, o guarda, o manobrista, etc. Um simples "bom dia" é o suficiente para tocarmos o coração das pessoas e cativá-las para sempre. Lembre-se: todos são importantes e assim devemos nos sentir!



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1
PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

- ❑ Outra estratégia interessante para o aprimoramento diário é utilizar a técnica do *benchmark*. Normalmente utilizado pelas empresas, podemos adaptá-la, fazendo o *benchmark* de pessoas que admiramos, ou seja, aprender com elas como desenvolver as características que as tornam tão especiais.
- ❑ Seja justo e pontual com seus compromissos.
- ❑ Atenda as pessoas rapidamente, se não for possível pessoalmente, escreva, telefone, mas responda as chamadas depressa!
- ❑ Saiba atender um pedido, auxilie, preste ajuda. Muitas vezes uma ajuda desinteressada pode transformar-se em uma grande amizade ou a conquista da admiração pelas demais pessoas.
- ❑ Tenha prazer no que faz e faça com prazer.
- ❑ Tente sinceramente não dizer nada negativo ou de julgamento sobre outra pessoa durante todo um dia. Se você conseguir, tente outro dia. A disciplina verbal pode se tornar um hábito e vale a pena.



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

- ❑ Qual seria a imagem ideal?

- ❑ A imagem ideal é aquela que se adéqua ao meio em que você vive, nunca deixando
- ❑ porém, de corresponder à verdade. Entretanto, se uma pessoa não elaborar sua imagem partindo de sua verdadeira essência, será fatalmente infeliz e ineficaz nos seus objetivo.

- ❑ A cada momento, em cada situação, em cada ambiente, criamos e esperamos
- ❑ imagens pré-estabelecidas. Do professor espera-se austeridade, responsabilidade e domínio de conhecimentos, além da gentileza para com os alunos.

- ❑ Nossa imagem é construída por vários aspectos, entre ele:
- ❑ Credibilidade; Conhecimento de si mesma; Auto-estima; Comunicação eficiente
- ❑ Ética; Postura profissional; Preocupação com a apresentação pessoal
- ❑ Saber manter bons relacionamentos; Regras de comportamento (etiqueta)



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1
PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

Inteligência Emocional

- ❑ Segundo Goleman , o sucesso de uma pessoa depende de seu QE, ou quociente emocional, e não de seu QI, quociente de inteligência.
- ❑ Porque o QE se traduz em atributos como: confiança; auto-motivação; empatia, capacidade de aprender sozinho e relacionamento interpessoal.
- ❑ A inteligência emocional é que determina quem vai conseguir as promoções e quem vai ficar para trás dentro das organizações.
- ❑ Segundo especialistas em recursos humanos, as três competências básicas que as empresas mais procuram em seus funcionários são:
 - ❑ habilidade de comunicação;
 - ❑ relacionamento interpessoal;
 - ❑ iniciativa.
- ❑ Todas elas são elementos da inteligência emocional .
- ❑ **Fazendo uma ligação do marketing pessoal com a inteligência emocional, percebemos claramente que, para obtermos sucesso na carreira, precisamos estar constantemente desenvolvendo a inteligência emocional.**



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - ROYANIA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

-
- ❑ Fazer marketing pessoal é uma obrigação humana nos dias de hoje.
 - ❑ Temos a obrigação de dizermos quem somos e do que somos capazes.
 - ❑ Se não nos mostrarmos, as empresas não vão solicitar nossos serviços.



**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

Para realizarmos um marketing pessoal eficiente, devemos atentar a alguns pontos:

- ❑ **Empatia – coloque-se no lugar do outro.**
- ❑ Tentemos nos imaginar como seria enfrentar os desafios de um cargo como o do nosso chefe ou subordinado, atender ao público como um caixa de banco, fazer faxina no escritório... Após este exercício devemos passar a agir como gostaríamos de ser tratados em cada uma dessas situações.

- ❑ **Simpatia – Uso das “palavras mágicas”**
- ❑ As pessoas em geral, gostam de ser bem tratadas. Ser cordial, afetuoso, entusiasmado e educado é fundamental para garantir uma imagem positiva entre as pessoas de nosso relacionamento.
- ❑ Ações simples como um cumprimento, um sorriso, um abraço ou um olhar garantem inúmeros pontos positivos para o nosso marketing pessoal.
- ❑ Aja com simpatia e lembre-se sempre das palavras mágicas: Bom dia!, Obrigado!, Por Favor, Queira desculpar-me! Etc.

- ❑ **Comunicação – ferramenta essencial no relacionamento**
- ❑ Falar corretamente e vencer as barreiras da timidez e do orgulho são fundamentais
- ❑ na construção de nossa imagem.
- ❑ É também importante termos a capacidade de adequarmos nossa linguagem a cada
- ❑ situação vivenciada. Não usamos a mesma linguagem com nossos filhos, namorado(a),
- ❑ executivo, não é mesmo?
- ❑ Atenção: é preciso sensibilidade. Palavras mal escolhidas, usadas num tom errado, numa hora inoportuna podem fazer estragos enormes.



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

❑ **Ter conteúdo – consistência de idéias e posicionamentos**

- ❑ A verdade é que as pessoas se lembram daqueles que transmitem segurança, que consolidam sua imagem, sua presença através de opiniões claras, inteligentes e firmes.
- ❑ Para se ter conteúdo, é essencial aprimorar o hábito da leitura, diversificar o acesso a informações, ampliar o contato com diversas formas de cultura, participar de eventos em nossa área de interesse, viajar e frequentar grupos diferentes.

❑ **Apresentação Pessoal**

- ❑ Devemos também cuidar da aparência, mas nenhuma roupa de grife será suficiente para sustentar uma boa imagem sem bom senso.
- ❑ Vestir-se é também usar a roupa adequada para cada ocasião.
- ❑ Nossa imagem é a expressão física do personagem que criamos para nós e tal personagem deve ser coerente com nossas atitudes, gestos, postura, cultura etc.

❑ **Etiqueta**

- ❑ Você se sente absolutamente à vontade em almoço de negócios, feiras e seminários, ao receber executivos e até em reuniões sociais? Caso a resposta seja afirmativa... parabéns!
- ❑ Porém, sempre haverá uma situação em que teremos dúvida em como nos portar, o que dizer, como se movimentar...
- ❑ No mundo dos negócios um deslize pode causar prejuízos enormes. Temos que estar atentos às regras de etiqueta, que nada mais são do que regras para melhor portar-se diante do outro, respeitando seu tempo, espaço e condição emocional.
- ❑ Se verificarmos todas as regras de etiqueta, poderemos observar que elas existem para preservar o outro e dar-lhe a devida importância. Se todos agissem em conformidade com tais normas (que tem por base a educação), viveríamos na mais perfeita harmonia. É de fundamental importância conhecer algumas regras, que nada tem de difíceis ou inatingíveis. Elas servem apenas como referencial para saber o momento certo para falar, calar, propor uma ação ou até mesmo "tirar o time de campo".



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

Apresentações

- ❑ A apresentação é de muita importância na etiqueta.
- ❑ Requer naturalidade, desenvoltura, memória e facilidade em estabelecer pontos de interesse entre as pessoas para se iniciar um diálogo.
- ❑ Chame pelo nome as pessoas...
- ❑ Caso esqueça no nome das pessoas que esteja conversando, usa-se uma técnica, por exemplo, para ajudá-lo: "Os senhores já se conhecem, sem dúvida" ou coisa semelhante.
- ❑ Caso as pessoas não estejam recordando de onde se conhecem, para se apresentar, vale citar um acontecimento anterior, recordando com naturalidade, para despertar a memória dos apresentadores. Nunca use a pergunta "Não está me reconhecendo?". Isto mostrando falta de tato.
- ❑ Em reuniões com muita gente, o aceno de cabeça acompanhado por palavras gentis substitui o aperto de mão.
- ❑ Observe a hierarquia dos cargos.
- ❑ Jamais use o prefixo "ex" ao apresentar alguém: "Apresento-lhe o ex-diretor Sr. Fernando".
- ❑ Quando apresentamos um parente próximo a alguém, basta dizermos o primeiro nome: "Seu marido, Carlos", "Meu irmão, Marcos". O parente próximo é sempre o primeiro a ser nomeado nas apresentações.
- ❑ Não é necessário citar os nomes de seus pais, quando apresentamos a eles os amigos. Basta dizer: "Minha mãe, está é minha amiga Renata", "Meu pai, este é meu amigo Luís".



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1
PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

- ❑ Não há preferências quando as pessoas apresentadas são do mesmo nível, por isso não se incomode em dizer qualquer nome em primeiro lugar.
- ❑ Os títulos devem ser respeitados sempre, tais como: presidente, ministro, embaixador e postos das Forças Armadas, exemplo: "Apresento-lhe o Tenente Coronel Felipe".
- ❑ Não use expressões como: alta sociedade, bem de vida, amigo pessoal, resultados finais, o povo lá do bairro.
- ❑ **Em síntese:**
- ❑ Sempre a pessoa menos importante será apresentada à mais importante. Por exemplo: um atendente é apresentado ao presidente;
- ❑ O mais jovem é apresentado ao mais velho;
- ❑ O homem é apresentado à mulher, e
- ❑ A mulher solteira é apresentada à casada.



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1
PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

❑ **Cumprimentos:**

- ❑ O aperto de mãos é um cumprimento geralmente muito usado em nossas vidas. O primeiro contato físico que temos com pessoas serve como demonstração de estima e de confiança, devendo por essa razão partir da pessoa mais qualificada, mais idosa ou de maior cerimônia. Este gesto merece cuidado especial: uma mão frouxa pode demonstrar pouco interesse, mas não tão forte que provoque desconforto em quem recebe.
- ❑ **Não inverta essas regras.**
- ❑ É a mulher que determina como será o cumprimento. Se quiser um beijo, deve estender o rosto; se não, estende a mão.
- ❑ O brasileiro tem o hábito de dar tapinhas nas costas, o que não modifica a beleza do cumprimento, só acrescenta calor, amizade. É muito comum entre políticos em fase
- ❑ Eleitoral, um artista em ato público, escritores em noites de autógrafos, em
- ❑ academias em dia de posse e etc.



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - ROYAMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

❑ ***Dicas de cumprimentos:***

- ❑ Nos recintos públicos, à mesa, é de total desrespeito o aperto de mãos e demora na
- ❑ Conversa.
- ❑ É de bom tom um passar rápido na mesa dos conhecidos, sem euforia nos cumprimentos. Diríamos apenas: "Como vão todos?" e as conversações ficariam para o final das refeições.
- ❑ Caso não conheça uma pessoa ou fique em dúvida seja ao cruzar uma rua, seja num
- ❑ local fechado, mas público ou mesmo em casa de amigos, jamais deixe de cumprimentar, pois vale mais gesto amável do que um procedimento grosseiro.
- ❑ Em uma mesa de restaurante, os homens se levantam na aproximação de duas ou
- ❑ mais mulheres.



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

- ❑ **Comunicando- se corretamente / Fale corretamente**
- ❑ Sua imagem, pode ser seriamente comprometida pela forma como você fala.
- ❑ Falar com educação apenas não é o suficiente. É importante falar de forma correta, utilizando inflexões de voz adequadas ao contexto.
- ❑ Erros básicos ferindo regras básicas gramaticais são imperdoáveis. Exemplos: A eliminação do plural: "Nós vamo"... "Os carro"... Ou ainda frases do tipo: "Para mim consertar".
- ❑ Ajuste o volume e o tom de sua voz ao local e ao número de pessoas, procurando falar de forma clara e eloquente.
- ❑ **VIVA SUAS PALAVRAS:** Coloque vida e emoção no que está dizendo. Agindo assim, você desperta a atenção das pessoas e suas chances de êxito são bem maiores. Use adequadamente as pausas, o ritmo e, principalmente, a ênfase para colocar entusiasmo em sua performance verbal.
- ❑ Uma solução simples e interessante para falar melhor, é criar o hábito de ler mais.
- ❑ Esse hábito, além de aumentar a correção e a fluência, enriquece o vocabulário e os conhecimentos.



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

- ❑ **TELEFONE CELULAR: Embora seja um acessório indispensável ao mundo dos**
- ❑ negócios, o telefone celular, deve ser utilizado com discrição. A seguir alguns lugares e
- ❑ situações onde é recomendável desligá-lo: Cinemas; Discursos; Teatros; Reuniões; Igrejas; Refeições formais; Cursos; Palestras.
- ❑ **SAIBA OUVIR**
- ❑ Muitas pessoas falam demais e se comunicam de menos. Não é o ideal para uma boa comunicação.
- ❑ O diálogo é a comunicação entre duas ou mais pessoas. Já o monólogo, é quando apenas uma fala.
- ❑ Algumas pessoas não diferenciam uma situação da outra e acabam falando demais.
- ❑ Por uma série de fatores, é importante que você seja um bom ouvinte:
- ❑ 1- As pessoas gostam de ser ouvidas e se sentirão prestigiadas por você.
- ❑ 2- Você captará melhor toda e exposição do outro.
- ❑ 3- As idéias do outro podem ser importantes ao desenvolvimento daquilo que será dito por você em seguida.
- ❑ 4- Pessoas que falam demais são muitas vezes consideradas como chatas.



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

❑ **DICAS PARA FALAR MELHOR**

- ❑ **1) Seja você mesmo - Essa é a primeira e maior "dica" de como falar melhor: a naturalidade acima de tudo.** Nenhuma técnica poderá ser mais importante que a sua naturalidade. Aprenda, aperfeiçoe, progrida, mas ao falar, seja sempre natural.
- ❑ **2) Pronuncie bem as palavras - Pronuncie completamente as palavras.** Principalmente não omita a pronúncia dos "s" e "r" finais e dos "i" intermediários. Por exemplo: janero, tercero, precisá, traze, levamo.
- ❑ **3) Fale com boa intensidade - Se falar muito baixo, as pessoas que estiverem distantes não entenderão suas palavras e deixarão de prestar atenção.** Também não deverá falar muito alto porque, além de se cansar rapidamente, poderá irritar os ouvintes. Fale numa altura adequada para cada ambiente. Nunca deixe, entretanto, de falar com entusiasmo e vibração. Se não demonstrar interesse por aquilo que transmite, não conseguirá interessar sua platéia.
- ❑ **4) Fale com boa velocidade - Não fale rápido demais. Se a sua dicção, for deficiente será ainda mais grave, já que dificilmente alguém conseguira entendê-lo.**
- ❑ Também não fale muito lentamente, com pausas prolongadas, para não entediar os ouvintes. Use um aparelho gravador para conhecer melhor a velocidade da sua fala e decidir-se pelo melhor estilo.
- ❑ **5) Fale com bom ritmo - Alterne a altura e a velocidade da fala para construir**
- ❑ um ritmo agradável de comunicação. Quem se expressa com velocidade e altura constantes acaba por desinteressar os ouvintes, não pela falta de conteúdo, mas pela maneira "descolorida" como se apresenta.



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

- ❑ **6) Tenha um vocabulário adequado - Um bom vocabulário tem de estar** isento de excesso de termos pobres e vulgares, como palavrões e gírias. Por outro lado, não se recomenda um vocabulário repleto de palavras difíceis e quase sempre incompreensíveis. Evite também o vocabulário específico da sua profissão.
- ❑ Evitando o vocabulário pobre e vulgar, não tendo a preocupação de se expressar com palavras difíceis, e reservando o vocabulário profissional apenas para aqueles que atuam dentro da mesma área, você estará desenvolvendo um vocabulário simples, objetivo, e suficiente para identificar
- ❑ idéias e pensamentos.
- ❑ **7) Cuide da gramática - Um erro gramatical, dependendo da sua gravidade, poderá** atrapalhar a apresentação e até mesmo destruir sua imagem. Toda a gramática precisa ser correta.
- ❑ A leitura é uma das melhores fontes de aprendizado.
- ❑ **8) Tenha postura correta - Fique sempre bem posicionado. Ao falar procure** não colocar as mãos nos bolsos, nas costas, cruzar os braços, nem se debruce sobre a
- ❑ mesa, cadeira ou tribuna. Deixe os braços naturalmente ao longo do corpo ou acima da linha da cintura e gesticule com moderação. O excesso da gesticulação é mais prejudicial que a fala. Distribua o peso do corpo sobre as duas pernas, evitando apoio ora sobre uma perna, ora sobre a outra. Essa atitude torna a postura deselegante. Também não fique se movimentando desordenadamente de um lado para outro e quando estiver parado não abra demasiadamente as pernas. só se movimente se pretender aproximar dos ouvintes, ou dar ênfase a determinada informação. Não relaxe a postura do tronco com os ombros caídos. Poderá passar uma imagem negligente, ou de excesso de humildade. Cuidado também para não agir de forma contrária não
- ❑ levantando demasiadamente a cabeça nem mantendo rígida a posição do tórax. Poderá passar uma imagem arrogante e prepotente. Deixe o semblante sempre descontraído, sendo possível, sorridente. Não fale em alegria com a fisionomia fechada nem em tristeza com a face alegre. Lembre-se sempre que é preciso existir coerência entre o que falamos e o que demonstramos na fisionomia.



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - ROYANIA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

-
- ❑ **9) Tenha início, meio e fim - Toda fala seja simples conversa ou numa** apresentação para uma grande platéia, precisa ter início, meio e fim. Parece óbvio, mas não é. Planejar como será o início, meio e fim é fundamental antes de uma apresentação em público.
 - ❑ **10) Fale com entusiasmo, vibre com sua mensagem, demonstre emoção e** interesse nas suas palavras e ações. Assim, terá autoridade para interessar e envolver seus ouvintes.



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

□ **Networking**

- É a união dos termos em inglês "Net", que significa "REDE"; e "Working", que é "Trabalho". Significa que quanto maior for a rede de contatos de uma pessoa, maior será a possibilidade de essa pessoa conseguir uma boa colocação profissional. É o conjunto de contatos que um profissional tem e deseja manter atualizados
- Sabemos que é impossível trabalhar isolado. Conversar, ir à festas, passeios, *shows*, *coquetéis*, *eventos em geral também* é trabalho. E, muitas vezes, pode ser tão importante quanto as horas passadas na empresa ou em intermináveis reuniões de negócios.
- Não se trata de uma questão de gostar ou não de compromissos sociais: é mais que
- isso: na verdade, a maioria dos profissionais precisa fazer essa parte do "trabalho". Há
- quem não goste muito ou não saiba como se comportar em determinados tipos de situações.
- No entanto, é possível se preparar para isso. O mais importante é saber transitar com desenvoltura em qualquer que seja o ambiente ou ocasião: um churrasco na casa do chefe ou uma badalada noite de estréia de um espetáculo.
- Devemos ter em mente que é nesses ambientes - que vão além do círculo de trabalho - que temos a possibilidade de manter contatos valiosos, falar sobre nossas conquistas e, desta forma, nos promovermos para possíveis novas oportunidades de crescimento.
- **O networking nos faz sermos conhecidos num âmbito maior, que vai além dos corredores da empresa onde atuamos.**
- Se o mercado de trabalho se conduz desta forma, cabe a nós aumentarmos nosso
- *networking, conhecendo pessoas, trocando cartões de visita (se ainda não tem cartões de*
- *visita, providencie)* e se mantendo numa postura positiva e condizente com as exigências do
- mercado, para assim chamarmos a atenção de pessoas que possam operar mudanças em
- nossas vidas profissionais.



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1
PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

O seu Visual

- ❑ Se você é uma daquelas pessoas preocupado com seu visual, parabéns!
- ❑ Preocupar-se é positivo, mas não é tudo.
- ❑ O ato de vestir, por si só, já é uma ação de comunicação. Porém, algumas pessoas, mesmo com esforço, erram na escolha da roupa.
- ❑ Você já deve ter ouvido falar na expressão: "Roupa certa para a ocasião certa" Pois bem, a idéia é que devemos estar sempre preocupados, não apenas com a primeira impressão, mas com a segunda, a terceira... Por isso as roupas e acessórios devem estar em harmonia com uma série de fatores que comporão a sua imagem profissional. E como fazer isto? Agindo com bom senso na hora da escolha. Desta forma você estará apto para enfrentar qualquer situação, sentindo-se elegantemente à vontade. A seguir alguns fatores que você deve considerar na hora de escolher a roupa ideal:
- ❑ - Tipo de evento ou compromisso; Horário; Tons, cores, padrões e texturas (adequação de peças);
- ❑ - Clima; Idade; Tipo físico.
- ❑ Vestir determinado tipo de roupa apenas porque está na moda pode não ser o ideal. O importante é que você fique bem e acima de tudo, que se sinta psicológica e fisicamente bem ao usá-la.



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1
PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

ELEGÂNCIA

- ❑ **"A elegância é a arte de se fazer notado, sem querer aparecer".**
- ❑ De fato, o vestuário é apenas a base, que em conjunto com outros fatores como personalidade, estilo, postura e comportamento, vão traduzir por completo o real sentido da elegância pessoal de cada um.
- ❑ Para completar, é fundamental levar em consideração a qualidade da expressão verbal. Ou seja, a verbalização e idéias e pensamentos, devem acompanhar todo o conjunto.
- ❑ A forma de falar, de andar, de sentar, de dirigir-se às pessoas, de se expressar e até mesmo de estar parado, enfim... Em todas estas situações, pode-se ser uma pessoa elegante.



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1
PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

- ❑ Poder é uma das molas propulsoras da humanidade. O homem busca o poder incessantemente. Poder da influência, poder do dinheiro, poder da sedução, poder da amizade, poder do amor, poder da cura, poder pessoal, etc.
- ❑ Quando tratamos de poder pessoal é preciso traçar um paralelo com valor pessoal. Um não acontece sem o outro. Vamos por partes:
 - ❑ a) Poder pessoal é a força interna para realizar tudo aquilo que se pretende, de mobilizar forças favoráveis para si mesmo;
 - ❑ b) Valor pessoal é o quanto você vale, baseado no seu poder pessoal;
 - ❑ c) Imagem pessoal é a marca que você deixa nas pessoas, é como será lembrado – positiva ou negativamente.
- ❑ Com estas breves definições podemos avançar na idéia de que no mundo moderno
- ❑ os profissionais bem sucedidos são aqueles que mantêm uma imagem pessoal positiva. Para
- ❑ tanto usam seu poder pessoal para conquistar seus objetivos, superar os obstáculos, vencer
- ❑ as barreiras e dificuldades do dia-a-dia. Constroem uma base de valor pessoal sólida.
- ❑ Sabem “quanto vale o seu passe”.

❑ **Como Fazer?**



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1

PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

- ❑ Como Fazer?
- ❑ Como o poder pessoal está vinculado à capacidade de se auto-motivar, o primeiro passo é encontrar o que o motiva na vida. Faça uma lista. Relacione desde pessoas e objetos até coisas intangíveis. Com esta lista de motivos em mãos, o próximo passo é traçar metas reais e estimulantes, que o façam sentir cada vez mais forte na realização de cada uma delas. Cito o exemplo dos atletas de alta-performance: quanto mais vencem, mais se sentem motivados para alcançar metas maiores. A questão é que, na maioria das vezes, eles começam por torneios menores e à medida que vencem, vão aumentando o desafio.
- ❑ Pense e tenha atitudes semelhantes com suas metas pessoais e profissionais.
- ❑ Comece pelos desafios mais concretos e possíveis de realizar. Depois vá aumentando gradativamente os desafios. Certamente você se sentirá motivado com as conquistas, e não se deixará abater pelas pequenas decepções que possivelmente ocorrerão.
- ❑ Quanto ao seu valor pessoal a estratégia inicial é fazer outra lista. Desta vez com suas qualidades, virtudes, competências e também os defeitos. De posse desta nova relação de características pessoais, reflita sobre como elas são utilizadas para fortalecer ou prejudicar sua imagem pessoal. De que forma você explora alguma qualidade pessoal? O que faz para diminuir ou administrar as deficiências?
- ❑ É comum ouvir pessoas reclamando que o chefe não as valoriza, que a empresa não
- ❑ as reconhece, que os amigos não as convidam para alguma festa e assim por diante. O fato
- ❑ é que estas atitudes revelam uma postura reativa. O pior é que elas não levam a lugar algum.



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1
PARÁ - AMAPÁ - RORAIMA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

Marketing pessoal e Marketing profissional

- ❑ **Marketing pessoal**, está, intimamente, ligado ao marketing profissional. Haja vista, a impossibilidade de determinado profissional, ter sucesso em sua imagem profissional, sem expressar-se corretamente.
- ❑ A maioria dos nossos julgamentos é baseada em impressões; se causamos uma boa impressão, conquistamos algo, adquirimos, agregamos. O investimento de agregar saberes, cultura e formação é altamente lucrativo, principalmente na área profissional.
- ❑ Quando trabalhamos em uma empresa possuidora de um grupo seletivo e desejamos promoções e determinados cargos, devemos demonstrar nossa qualificação e competência para aquela posição. Ora, é incontroverso que para exercer tal posição necessitamos de qualidades diferenciadas e postura profissional. Destas qualidades, a habilidade de se comunicar é um fator crucial.
- ❑ Em cargos de liderança, não se pode imaginar na qualidade de líder uma pessoa desprovida destes elementos, pois como disse Reinaldo Passadori:
- ❑ “Conhecemos muitas pessoas com grande capacidade de comunicação, mas não são líderes, todavia não conhecemos líderes que não saibam se comunicar”.



SUPERMERCADO RESPONSÁVEL
COMPROMISSO COM A QUALIDADE DE VIDA

**SUPER
NORTE**

2 0 1 1
PARÁ - AMAPÁ - ROYANIA - AMAZONAS - MARANHÃO

10 a 12 de outubro • Belém-Pará
Hangar Centro de Convenções e Feiras da Amazônia

-
- Como cuidar da imagem da empresa e prezar a qualidade de vida do corpo social
 - Relacionamento, com qualidade de vida, com o cliente, fornecedores, parceiros e principalmente com formadores de opinião, que podem auxiliar ou não na preservação da imagem da empresa.