ETARISMO SEM FORÇA

Experiência de comerciárias 50+ faz a diferença

Mesmo diante de barreiras geracionais e do preconceito com a idade, profissionais experientes seguem se atualizando, dominam novas ferramentas e continuam relevantes no setor de vendas

» JÚLIA CHRISTINE*

Marcelo Ferreira/CB/D.A Press

Maria Jurema, vendedora de loja de cosméticos e perfumes, é a prova de que idade não define capacidade

Com mais de 50 anos, mulheres encontram no comércio a realização profissional. Apesar do preconceito que ainda ronda essa faixa etária, algumas empresas perceberam que a experiência, a empatia e a fidelidade dos clientes fazem dessas profissionais verdadeiros trunfos nas vendas. Independentemente dos desafios, elas provam que a idade pode ser sinônimo de vantagem competitiva.

Contraditoriamente, existem corporações que priorizam profissionais mais jovens por acreditarem que são "mais dinâmicas", "modernas" ou "com a cara da marca". O comportamento discriminatório, por sua vez, está enraizado na crença equivocada de que a idade mais avançada limita o ímpeto inovador. É comum que recrutadores tenham em mente que os profissionais com mais experiência seriam, consequentemente, mais limitados e desatualizados frente às novas tendências e tecnologias.

Maria Jurema Sampaio de Araújo Oliveira, 67 anos, prova que a idade não define sua capacidade. Sua postura, comprometimento e vontade de seguir crescendo a tornam uma vendedora exemplar. Há 32 anos na Lord Perfumaria, ela relata que, mesmo com as mudanças do comércio ao longo dos anos e a influência da internet nas vendas, não ficou para trás e está sempre atenta às atualizações da moda.

"Mesmo mais velha, tenho que estar preparada. Se eu ficar para trás, este mundo novo passa por cima de mim. Diariamente, acompanho diversas blogueiras, sei o que elas estão passando no rosto, sei o que estão vestindo e o que estão fazendo. Procuro sempre ficar por dentro de todos os assuntos, para que, assim, consiga atender desde os clientes mais tradicionais até os mais jovens e visionários", conta.

Além do carisma, da proatividade e do conhecimento do produto que está sendo vendido, Jurema aponta que a imagem pessoal conta muito na hora de captar a atenção do cliente. Ademais, estar bem arrumada ajuda a desconstruir a ideia de que mulheres mais velhas são "ultrapassadas" ou "desleixadas". Essa maturidade vira um ativo visível, que inspira admiração e respeito. "Eu tenho 67 anos, não posso deixar as pessoas acharem que eu, por ser mais velha, não me cuido. O cliente se espelha no vendedor", assegura.

A conquista de compradores com idades diversas é uma marca registrada do profissional que tem experiência. Apesar de estar enquadrada na terceira etapa da vida, Maria Jurema declara que exercer um bom atendimento e disparar nas vendas não tem a ver com juventude ou velhice, e sim com a postura profissional e assertiva. "Eu atendo adultos e idosos com a mesma postura com que recebo os adolescentes. Fidelizar o cliente está diretamente relacionado à forma como os tratamos".

Entre colegas de trabalho, ela relata que a convivência com mulheres mais jovens reflete uma troca geracional valiosa. "As mais velhas sempre vão aprender com as mais novas, e as mais novas vão aprender com as mais velhas. Eu, por ter mais experiência, ensino bastante como falar com o cliente, como passar segurança e firmeza. Elas, com paciência, me ensinam sobre os produtos e tendências", finaliza.

Diretor da Lord Perfumaria, Ennius Muniz, 78, destaca que, na instituição, existe uma tradição de priorizar o recrutamento de vendedoras mais experientes. Além disso, devido à qualificação de longo prazo que as profissionais recebem, a permanência delas ao longo dos anos é de extrema importância. "Achamos que a experiência é fundamental no atendimento ao público. Também faz parte da nossa cultura manter a profissional por longos períodos, para que, assim, participem de cursos, viajem e se qualifiquem com excelência", explica.

Quanto às diferenças entre as gerações de vendedoras, Muniz expõe grandes qualidades das mulheres que estão acima dos 50 anos. "Essas mulheres, diferentemente da juventude, são mais focadas e sabem o que querem. Algumas jovens profissionais ainda não estão decididas sobre o rumo que querem seguir na vida, são muito ansiosas e, nem sempre, se dedicam inteiramente".

Maturidade

Com uma grande bagagem na área do varejo, Nancy Bragança foi vendedora durante muito tempo e, hoje, aos 56 anos, é gerente da Agilitá, onde comercializa peças de roupas. Ao longo dos anos, diversos aprendizados e experiências a levaram à maturidade. Todavia, a escuta do cliente foi fundamental para se destacar na área e chegar ao cargo atual.

"Com anos de experiência, aprendi muitas coisas, e uma das mais importantes foi ouvir o cliente. No geral, o cliente quer ser ouvido. As pessoas compram