

Arquivo pessoal



Érica Vilela: "Com as vendedoras jovens, ensino, aprendo e me divirto"

por muitos motivos e nem sempre é porque precisam de fato do produto. Aprendi que eu preciso do cliente, e não ele de mim. O comprador sempre será o protagonista", conta.

Mesmo com a maturidade da meia-idade, Nancy pondera que, com as novas gerações, a mão de obra escassa e a concorrência vasta, as vendedoras precisam se reinventar diariamente. "Hoje, o cliente está mais exigente e informado. Com a internet, ele chega na loja já sabendo muito sobre o produto e a marca. Por esse motivo, o vendedor precisa ser mais do que alguém que vende — precisa encantar e criar conexão. Antigamente, bastava ter carisma e conhecer bem o produto", afirma.

Como conselho, Bragança, com sinceridade, faz um apelo contra a vitimização das vendedoras mais velhas: "As limitações de cada uma estão na maneira como cada uma pensa e se comporta. A conquista e o crescimento profissional não têm a ver com a idade, mas com o profissionalismo. Devemos estar sempre abertas e dispostas a aprender e trocar vivências com os mais jovens. Muitos de nós, mais velhos, pecamos quando pensamos que não precisamos mais aprender", termina.

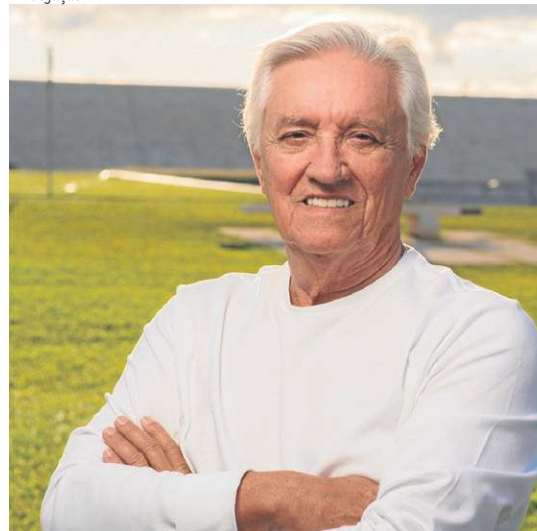
Entre gerações

Érica Vilela Farage Bruno, 52, trabalha na Bali Automóveis, concessionária de veículos, e afirma amar o que faz, além de ter uma jornada de vendas de sucesso. Com uma fácil adaptação no comércio, trabalhar com vendedoras mais novas não foi um desafio com a chegada dos 50 anos. "Com elas, eu aprendo, me divirto e dou conselhos. É uma troca de experiências contínua", compartilha.

A competitividade no mercado de trabalho é comum, principalmente quando empresas precisam bater metas. Quando se trata de uma disputa geracional, Vilela conta algo pouco comentado: a rivalidade entre as mulheres da mesma idade. "É muito raro ter disputa entre as vendedoras mais novas com as mais experientes. Infelizmente, o grande problema é a competitividade entre as mulheres mais velhas. Ciúmes e inveja acabam sendo normais nesse meio", relata.

Giulia Kayane Lopes dos Anjos, 21, também trabalha na Bali Automóveis e tem o privilégio de ter companheiras mais velhas ao seu lado. Ela assegura: "Trabalhar com vendas, especialmente ao lado de mulheres tão fortes, competentes e engajadas, é um privilégio. Elas são referência de determinação e resultados.

Divulgação



Ennius Muniz: "essas mulheres são mais focadas"

Arquivo pessoal

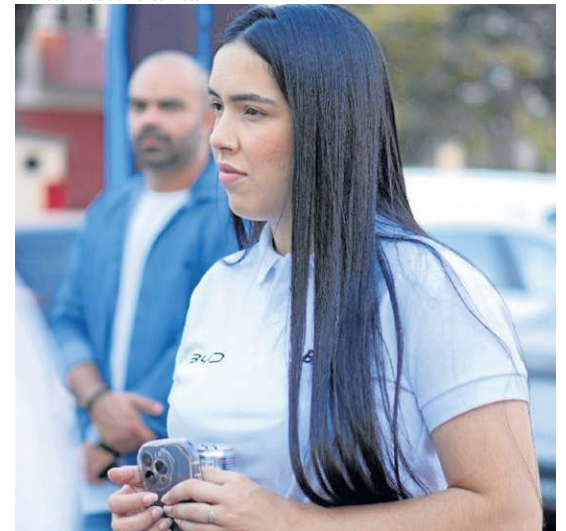


Nancy Bragança: "Aprendi a ouvir o cliente"

Mulheres que não apenas batem metas, mas superam expectativas com excelência. Por ser mais nova, tenho o privilégio de aprender com cada uma delas".

Mesmo sem o desejo de seguir na área, Giulia se inspira e confessa que as colegas mais velhas têm qualidades únicas, provenientes da idade. "Com todos esses anos de experiência, elas sempre estão dispostas a ensinar, aconselhar e nos colocar para cima. Por meio dos conhecimentos delas, aprendi o valor de criar uma clientela fiel e tratar cada cliente com cuidado e respeito", conclui.

Manoel Alves de Abreu Neto



Giulia: "Privilégio em trabalhar com colegas mais velhas"

Divulgação



Bárbara: Experiência de vida é um ativo competitivo

a diferença. Por esse motivo, durante os atendimentos, as mulheres com mais idade se destacam. Nesse cenário, a experiência de vida se transforma em um grande ativo competitivo. "A maturidade traz calma, escuta ativa, bom senso e capacidade de gerar conexão verdadeira com o cliente. Essas mulheres costumam entender melhor as entrelinhas da comunicação, acolher diferentes perfis de consumidores e personalizar a experiência", finaliza.

Estagiária sob a supervisão de Ana Sá

O Valor da diversidade

Atuando há uma década na área de recursos humanos, Bárbara Nogueira, 34, afirma que a diversidade etária gera riqueza de ideias, mais empatia e inovação. "Quando você tem uma equipe multigeracional, há mais troca de perspectivas, o que enriquece a experiência do cliente. Vendedoras maduras, por exemplo, tendem a ouvir mais, entender melhor as entrelinhas e propor soluções mais personalizadas".

Em um tempo em que tudo é automatizado, o toque humano faz