

Moacir Wilson Ferreira

OS 9 PASSOS DE UMA ESTAMPARIA DE SUCESSO

Descubra neste guia os passos dos maiores empresários
de sucesso do ramo serigráfico.



SEJA BEM-VINDO!

Você encontrará neste eBook os passos essenciais e definitivos para a concepção de uma estampa de sucesso.

As idéias contidas nesse pequeno guia não refletem por si só a minha opinião, mas sim as reflexões e mentes dos maiores empresários do ramo serigráfico que tive a oportunidade de ter contato, na sua maioria alunos de nossos cursos ou clientes de nossas consultorias. Eu tive o cuidado de avaliar apenas aqueles que saíram do zero e hoje desfrutam de empresas saudáveis e que empregam centenas de pessoas.

Eu não medi esforços e nem tempo para elencar tudo o que você precisa fazer para começar da maneira certa a sua estampa. Ou ajustar e criar um novo começo ao seu empreendimento.

Meu objetivo é desmistificar as diversas lendas e crenças que muitas vezes limitam você como empreendedor a progredir e alcançar o sucesso. E ainda dar uma visão objetiva de uma estampa de sucesso e de que forma seus empreendedores se posicionaram no mercado para obter resultados fantásticos.

Ao longo dos últimos 9 anos eu tive contato, entrevistei, treinei e compartilhei informações com milhares de empreendedores do ramo serigráfico. Digo milhares mesmo, pois só em nossos cursos presenciais já foram quase 500 empreendedores, além das palestras, consultorias e visitas comerciais que realizei. Percebemos que alguns poucos possuem extremo sucesso, vários nem tanto e que na grande maioria dos empreendimentos a experiência é um total desastre. Desastre de cunho empresarial, desastre de cunho pessoal e desastre financeiro.

Mas por que a grande maioria dos empreendedores não deslancham no mercado serigráfico e ficam anos e anos se sentindo marginalizados em espaços produtivos arcaicos? Vivendo somente dos “restos” que sobram no caixa da empresa no fim do mês?

Quais são os passos que mais afetam a serigrafia como empreendimento? Como se comportam os empresários de sucesso desse mercado? Como tomar as melhores e mais corretas decisões para se tornar um empreendedor de sucesso?



Neste guia eu vou te apresentar a mente do empreendedor da Estamparia de Sucesso. Quais são os passos que todos empreendedores de sucesso no ramo serigráfico dos quais eu tive contato me indicaram como o segredo do sucesso.

Desde 2007 eu atuo no ramo de serigrafia, mas não se iluda, antes de entrar para o negócio que iria mudar a minha vida e a da minha família, eu trabalhei em indústrias químicas, entre elas uma multinacional e uma empresa familiar de aproximadamente 50 anos. Em 1999, com a veia empreendedora pulsante dentro do meu peito, eu montei minha primeira empresa formal, uma fábrica e distribuidora de produtos químicos. Mas minha primeira experiência como empreendedor se deu muito antes, quando com apenas 12 anos de idade montei uma pequena produção e venda de batatas fritas.

Desde criança eu sonhava em ser empresário, e esse sonho me motivou e me impulsionou, me deu gás. Mas também fez com que eu cometesse uma série de erros que além de me frustrar, impactou negativamente em toda minha família. Foram anos e anos de trabalho que na maioria das vezes não surtia o efeito que eu desejava, nem empresarialmente nem financeiramente.

O que eu finalmente descobri, graças ao trabalho que desenvolvo em uma grande empresa de tintas serigráficas a Gênesis Tintas, é que os empresários de sucesso, de um modo geral, possuem os mesmos comportamentos e estratégias, quer seja no ramo serigráfico, no ramo de confecção ou no ramo de comunicação visual.

Então se acomode em sua cadeira, respire fundo e vamos para o sucesso!

APRESENTO AGORA OS 9 SEGREDOS DAS ESTAMPARIAS DE SUCESSO:

01.

CUIDADO COM A MARÉ

Se você está começando um negócio ou está dando vida nova ao seu antigo negócio, preste muita atenção a esta dica.

Estude nichos de mercado e cuidado com a maré. Um monte de empresas fazendo a mesma coisa tende a derrubar muito o preço, o que torna a operação praticamente inviável. Nos últimos anos vi centenas de empresas investindo em tecnologia digital sublimática e depois de 1 ou 2 anos as máquinas todas paradas e encostadas por falta de recursos do empresário em dar as manutenções necessárias. Neste caso é claro que dois pontos fundamentais foram deixados de lado.

Primeiro: Será que essa tecnologia era a adequada ao meu nicho de mercado?

Segundo: Eu sabia dos custos envolvidos x preço de venda deste tipo de artigo?

Com certeza a resposta é não.

Acompanhei de perto um cliente que tinha como nicho uniformes escolares. Ele substituiu a antiga tecnologia serigráfica, os tecidos de algodão e P.V. por novos materiais de confecção, como tecido de malha P.P. (poliéster puro).

O resultado foi que, em menos de um ano, aproximadamente 60% de sua clientela migrou para o concorrente, pois embora a impressão sublimática confira imagens com qualidade fotográfica, os tecidos nos quais foram feitas as camisetas eram extremamente incômodos, quentes e apertadas ao seu público-alvo. Nesse caso, fica claro que o benefício da imagem fotográfica era de menor percepção ao público-alvo e o investimento em tecnologia não foi percebido. Sempre que oferecer algo “novo” faça testes de validação junto aos seus clientes. E antes de investir em tecnologia, terceirize e experimente essa nova tecnologia. (Mesmo que a margem de lucro seja mínima na terceirização, ela é uma opção muito melhor do que o investimento total).

Todos os empresários de sucesso que entrevistei testaram as novas técnicas diretamente junto ao seu público-alvo antes de gastar qualquer centavo em tecnologia a respeito!

Pense e faça isso!

“

O resultado foi que,
em menos de um ano,
aproximadamente 60% de
sua clientela migrou para o
concorrente...

02.

OLHO NO RELÓGIO



Você já sabe o que vai fazer amanhã? Todos os empresários de sucesso com quem converso sabem exatamente o que tem que ser feito, e o principal: sabem em qual prazo. Organização, visão clara dos seus objetivos e foco são as características mais marcantes dos empresários de sucesso na serigrafia.

Hoje é muito comum nós nos dispersarmos e fugirmos dos nossos objetivos. Milhares e milhares de empreendedores perdem muito tempo em redes sociais, whatsapp e ficam com aquela sensação de que estão trabalhando. Cuidado! Realmente a internet e as redes sociais são um ótimo meio de divulgar seus negócios, fonte de referências e estudo, mas ela suga o seu tempo! Você sabia que o princípio da internet é a conexão? A idéia de hyperlink é que você seja conduzido de um assunto a outro e depois a outro e a outro e assim pode se passar horas e você nem percebeu. Não, eu não estou dizendo para você sair das redes sociais, mas estou dizendo que você deve determinar um horário e um período específico para fazer isto.

Foque em suas vendas! Esse é seu maior objetivo.

Planeje tudo o que você vai fazer no dia seguinte! Mas e os imprevistos? Planeje também um período para lidar e resolver os imprevistos. Um amigo, que foi diretor durante muitos anos de uma multinacional que fornecia sopradores para o mercado serigráfico, me disse que certa vez ao visitar uma nova fábrica em Pitesti no interior da Romênia ele se indignou com a secretária. Ela tinha agendado a sua reunião com o presidente da empresa no mesmo dia e horário que ele tinha uma viagem de ônibus para Bucareste, de onde pegaria um voo para a matriz da empresa na Alemanha. Ao questionar sobre o suposto erro, a secretária lhe informou que o presidente da empresa, que também estaria no mesmo ônibus, tinha solicitado para comprar as passagens lado a lado e a reunião aconteceria ali, naqueles 45 minutos, pois ele fazia questão de conversar com os 180 colaboradores de todo o mundo que estavam ali para aquela visita. Ao sentar ao lado do CEO da empresa ele lhe disse: Diga! Você tem 45 minutos! Esse diretor é o Luciano Oliveira e a empresa é a Steinel Comala.

Essa é a visão clara de quem tem planejamento e o sentimento da importância do tempo. Um erro comum entre os empresários do ramo serigráfico é querer verticalizar* a empresa, ou seja fazer tudo internamente. Tinta, emulsão, esticagem, fabricação de equipamentos :(

O que esses empreendedores não percebem é que esses desenvolvimentos podem levar meses ou anos! E se a mesma energia gasta for direcionada à venda, os resultados serão surpreendentes. O empresário de alto desempenho no ramo serigráfico sabe a que veio e pra que veio!

Otimize seu tempo e não perca tempo com atividades que não condizem com seus objetivos.

“

Um erro comum entre os empresários do ramo serigráfico é querer verticalizar* a empresa...

(*) Verticalização é a estratégia que prevê que a empresa produzirá internamente tudo o que puder, ou pelo menos tentará produzir. Horizontalização consiste na estratégia de comprar de terceiros o máximo possível dos itens que compõem o produto final ou os serviços de que necessita.

03.

BEBA DA FONTE



O que você me diria se eu te oferecesse anos de experiência em metalurgia, engenharia elétrica, químicos renomados e a mais alta tecnologia em produtos para que você deixe a disposição na sua estamparia? Pois é, você já tem tudo isso ao seu dispor e não sabe. Faça os seus fornecedores trabalharem pra você.

A esmagadora maioria dos empresários de sucesso em serigrafia possuem uma relação direta e íntima com os seus fornecedores. Esses empresários usam ao seu favor tudo o que as empresas fornecedoras têm de melhor, desde desenvolvimento a assistência técnica. Esses empresários utilizam os fornecedores inclusive para treinar os seus próprios colaboradores. É evidente que para um fornecedor de tecido, equipamento ou tinta o seu SUCESSO é fundamental para o bom desempenho de suas vendas, então ele está muito disposto a te ajudar. Mas é claro que talvez o fornecedor não consiga atender todos os clientes da mesma forma, aí vem o segredo, use a sua empatia e crie um vínculo com seu fornecedor. Mais de uma vez eu vi pequenas empresas recebendo consultorias completas e gratuitas devido ao bom relacionamento de seus empresários com os seus fornecedores. E acredite, mesmo as grandes empresas são formadas por pessoas e é com elas que você tem que se relacionar. Todos os grandes empresários do ramo que eu conheço tem em suas agendas os telefones pessoais dos gerentes e diretores das suas empresas fornecedoras. E muito mais do que isso, possuem um ótimo relacionamento!

Isso se aplica também aos seus clientes, eles são os melhores e mais indicados termômetros para aperfeiçoar seus produtos.

Mantenha-os junto a você, escute sempre o que eles têm a dizer.

04.

ESTUDE TUDO A RESPEITO DO SEU NICHU DE MERCADO

Quem são seus clientes?
O que eles pensam?
Como se comportam?

Nos últimos anos o conceito de público-alvo mudou, antigamente determinávamos o público-alvo somente como sexo, idade, onde mora. Hoje o conceito mudou para o conceito de PERSONA, que nada mais é do que o arquétipo do comprador, ou seja, quais são os comportamentos do seu consumidor, seus desejos, aspirações, problemas, etc.

Os maiores empresários do ramo serigráfico conhecem profundamente suas PERSONAS, isso mesmo no plural, uma empresa tem mais de uma PERSONA.



Agora se você é pequeno e não tem informações exatas sobre suas PERSONAS eu vou te ajudar com um pequeno passo-a-passo. Vamos determinar de 3 a 5 personas diferentes para o seu negócio, olhe sempre os usuários finais dos seus produtos ou seus clientes de serviço:

- Realize pesquisas e entrevistas com os novos clientes
- Se você possui clientes fiéis e isso é o foco da sua empresa, faça uma pesquisa com esses clientes
- Envolver-se com líderes e comunidades do setor para captar necessidades
- Analise os cadastros que tiver
- Avalie o posicionamento da sua empresa em relação ao seu público-alvo

Quanto mais informações tiver, mais fácil será para definir os produtos e qual a qualidade percebida pelos seus clientes.

Comece se perguntando: quem é o seu cliente? Quem é o seu potencial cliente? Preencha uma ficha sobre cada persona. Comece com sexo, idade, região geográfica e vá detalhando: área de trabalho, cargo e faixa de renda, Quais assuntos são de seu interesse? Quais veículos de comunicação costuma consultar? Trabalha diretamente com que? Tarefas diárias, responsabilidades, prazeres/desprazeres no emprego, frustrações, pontos de dor, necessidades, objetivos, papel no processo de compra, quem influencia diretamente suas decisões?

Com base nessas informações pense no que pode ser uma barreira para esse cliente comprar o seu produto. Como questionamentos com relação ao seu produto ou serviço, credibilidade, experiências anteriores, etc.

Trabalhe seu produto ou serviço com foco em resolver os problemas do seu cliente.

05.

PREPARE-SE PARA A GUERRA



O livro “A Arte da Guerra” foi escrito por Sun Tzu cerca de 500 anos antes de Cristo, mas ainda hoje causa impacto em vários empresários. E imagina o que eu descobri? Isso mesmo, esse é o livro de cabeceira de 100 entre 100 empreendedores bem sucedidos no ramo serigráfico. No mercado atual a maior preocupação das estamparias tem sido a concorrência, cada vez mais acirrada, e repleta de pessoas despreparadas. O que geralmente “prostitui” o mercado. É certo que o mundo serigráfico é um campo de batalha, e o livro de Sun Tzu sai do contexto militar e oferece alternativas eficientes para os empresários. Segundo Sun Tzu, a derrota é consequência da falta de planejamento.

Planejando antecipadamente, podemos antever a vitória ou a derrota.

Mas para planejar é preciso ter conhecimento das variáveis técnicas de produção, gestão eficiente e vendas arrasadoras. Eu disse conhecimento, pois nem tudo você precisa fazer sozinho, mas conhecer as variáveis é fundamental para formar seu senso crítico.

Portanto comece hoje a estudar!

Recentemente me surpreendi com a presença do diretor financeiro de uma grande indústria têxtil que estava participando de um dos nossos cursos básicos de serigrafia. Mais tarde, naquele mesmo dia perguntei a ele, de forma particular, por que o interesse em um curso básico, visto que era nítido que sua intenção era jamais “puxar um rodo”. Ele me disse que se sentia incomodado ao realizar os orçamentos e previsões financeiras do ano seguinte e não entender nada sobre o que estava orçando e planejando. Alguns dias mais tarde ele me informou, em uma das várias ligações de feedback que faço com meus alunos, que estava implantando uma das técnicas de organização de laboratório de revelação de matrizes que aprendeu no curso. Com isso ele economizaria aproximadamente R\$ 45.000,00 entre mão de obra e materiais no ano seguinte.

Então coloque na sua agenda como objetivo fazer um excelente curso de gestão e um curso técnico. ESTUDE AS TÉCNICAS, ESTUDE TUDO A RESPEITO DO SEU RAMO DE ATUAÇÃO!

Obs: Só tome cuidado com a montanha de informações imprecisas de internet. Esse meio de comunicação é muito democrático e com isso uma enxurrada de informações inverídicas, imprecisas e falhas estão lá à disposição. Para não errar, volte a para o Passo 3 e planeje já sua visita aos seus fornecedores.

“

Com isso, ele economizaria aproximadamente R\$ 45 mil entre mão de obra e materiais no ano seguinte.

06.

O PODER DO GRUPO



Ao realizar recentemente um curso online de um especialista em cursos, o Bruno Ávila, ele abordou de forma contundente a questão das parcerias estratégicas. E fazendo uma análise aprofundada sobre os maiores empresários do ramo serigráfico que eu tenho contato, percebi que eles também agem assim!

Vamos direto ao ponto.

Por que produzir tudo o que minha PERSONA deseja, se existem empresas extremamente especializadas nestes itens? Então significa que vou abandoná-los aos concorrentes porque não possuo a técnica?

NÃO, definitivamente NÃO!

Imagine que você atenda um nicho específico e uma das suas PERSONAS são alunos secundaristas de escolas particulares, e você sabe que em determinado momento do ano, estes alunos se reúnem em festas comemorativas de fim de ano. Você é produtor de camisetas, mas estes clientes especificamente nesta época do ano consomem copos longdrink personalizados.

Será que compensa investir nisso? Comprar máquina cilíndrica, emulsão resistente a solvente, treinar seu estampador com tintas vinílicas, encontrar os melhores fornecedores de copo, negociar preços, etc. Na opinião dos maiores empreendedores do ramo serigráfico a resposta é não. Mas isto não significa que ele não atenderá seu cliente. Nessa hora entra a parceria estratégica, faça alianças com fornecedores de produtos satélites do seu mercado. E se, no futuro, os volumes e custos valerem a pena considere a opção de produzir. Na grande maioria dos casos que estudei, essa etapa nunca chegou, embora as vendas muitas vezes sejam vultosas. Para os maiores empresários do ramo serigráfico o foco dele é na venda e é com isso que ele dedica seu tempo.

A idéia da força do grupo também funciona para seus funcionários, colaboradores, parceiros e clientes. Se você é daquele empresário carrancudo, mal humorado, e que não tem paciência com seus funcionários e clientes, muito cuidado! Você está perdendo uma excelente força de ajuda. No livro “Como fazer amigos e influenciar pessoas” de Dale Carnegie, ele mostra como um empresário de sucesso passa de 300 inimigos (que eram seus funcionários) para 300 amigos com simples técnicas de persuasão e simpatia, como por exemplo um elogio bem encaixado ou um sorriso.

Pense comigo, se você é simpático e solícito com 200 pessoas a ponto de essas 200 pessoas te considerarem como amigo, quando você solicitar a ajuda destas pessoas para o seu negócio, você terá 200 bocas para te divulgar!

A maior característica das empresas mais bem sucedidas do ramo serigráfico que visitei, é que seus gerentes e colaboradores agiam como se fossem os donos. Isso demonstra que esses empresários não possuem funcionários, eles possuem uma legião de seguidores. Se liga nisso!

“

Se você é daquele empresário carrancudo, mal humorado, e que não tem paciência com seus funcionários e clientes, muito cuidado!

07. DE OLHO NO CLIENTE



Você tem que estar com seus olhos sempre fixados em seu cliente! Esse foi o mantra que ouvi da boca de praticamente todos os empresários serigráficos de sucesso que entrevistei.

Foco no cliente!

O que ele quer?

Como estão as tendências?

Mas o que vejo na maioria das empresas que não conseguem um alto desempenho, é seus empresários orgulhosos com suas estampas indexadas impecáveis, sua reveladora construída com suas próprias mãos, o prédio que foi construído com seu próprio suor. Mas nada de venda.

É muito comum vermos empresas onde os seus proprietários e seus colaboradores são extremamente técnicos, mas o negócio “não vai”.

Já vi empresário ficar mais de dois anos desenvolvendo um produto e embalagem que iria “revolucionar” o mercado, sendo que seus clientes queriam o básico. Mas ele não se conformava em entregar o básico, ele queria mais!

Acompanhei a inauguração de uma loja de confecção onde a veia do perfeccionismo do empreendedor falava mais alto em todas as ações. Não abriu a porta do seu comércio enquanto tudo não estivesse do jeito que ele sonhava, papel de parede, pintura, detalhes de decoração. Realmente o projeto era maravilhoso, mas você sabe o que aconteceu? O dinheiro e os sonhos acabaram antes de começar.

Depois de perder muitos meses em atividades que não tinham foco direto no cliente, foi feita a inauguração, mas os recursos já tinham acabado. Então após seis meses a empresa fechou. Os clientes não percebiam qual a vantagem de toda aquela decoração, os clientes se preocupavam em resolver os seus problemas! Ou seja, no meio do caminho o empreendedor perdeu o foco, focou no seu próprio ego e se distanciou do verdadeiro objetivo de uma empresa.

Você sabe quem era esse empresário? Isso mesmo, EU.

Muitos dos empresários medianos, e a maioria esmagadora de empresas que não possuem alto desempenho amargam essa veia do perfeccionismo exacerbado, muitas vezes para mostrar às pessoas de seu convívio social que é empresário ou está fazendo algo grandioso.

Comece a partir de agora a fazer o “básico”. Eu não estou pedindo para você ser medíocre, estou propondo que você seja básico. Lembre-se que você está em uma guerra e não é com efeitos pirotécnicos que você vai ganhar essa guerra. A maioria das empresas de alto desempenho, as maiores estamparias de sucesso que eu conheço, adivinhem... fazem o básico.

Outro dia, discutíamos em uma rede social qual é a melhor taxa de reticulação para fazer uma cromia têxtil de qualidade. Alguns diziam 65 lpi, outros 45 lpi, agora me respondam: pergunte ao seu cliente o que é “lpi”, ele sabe do que se trata? É claro que a resposta é não. Ele sabe o que é uma peça harmônica aos olhos, isso na distância de vitrine, que é na média 1,5 a 2 metros. Se você fizer uma cromia e respeitar muito bem os encaixes, perceberá que acima de 40 lpi todas ficam muito parecidas. Então faça a que for mais fácil pra você na questão produtiva e desligue sua veia perfeccionista.

Foque também no seu cliente interno, que é o seu time! Eles serão o que você for!

Para você verificar em que ponto está, me responda 3 simples perguntas:

- O que os clientes acham da sua empresa?
- Você entrega produto ou serviço conforme foi a expectativa do cliente?
- Como a sua equipe se comporta quando você não está por perto?

08.

CORRA DOS PENSAMENTOS E ATITUDES NEGATIVAS

O mais interessante de conversar com os maiores empresários do ramo serigráfico é que o assunto nunca é “crise”. Preste muita atenção no que vem abaixo, pois essa mudança de hábito, junto com o Passo 9 que vem a seguir, são as verdadeiras chaves para o seu SUCESSO.

Todos os empresários de sucesso e acredito que você também, sabe que o Brasil sempre esteve em “crise”, foram várias ao longo dos anos. Mesmo assim empresários de sucesso cresceram e construíram impérios em meio a tudo isso. Como? São imunes à crise?



Sim, são imunes. Mas essa imunidade está dentro de suas ações e pensamentos. Eu serei rápido e pragmático e direi exatamente o que você deva fazer agora! Entre na timeline do seu facebook e pare de seguir todos aqueles seus amigos que postam crianças em hospitais, cenas de violência e morte, fofocas sensacionalistas. Você não precisa deixar de ser amigo dessas pessoas, é somente parar de segui-lo que essas mensagens não aparecerão mais na sua timeline. Então faça isso agora, eu espero.

Pronto, foi rápido. Agora pare de assistir ao noticiário policial. Eu não estou querendo que você fique alienado nem nada disso, mas esse tipo de programa te arrasta para baixo e te cria crenças limitantes. Não se iluda, o mundo não está mais violento! Não concorda, vá até o museu do crime em São Paulo e veja o que acontecia em 1930, 1940.

Pronto, agora só falta mais um passo. Evite as pessoas negativas, aquele seu amigo ou parente que reclama o tempo todo, infelizmente ele não é boa companhia pra você. Mas se é parente e não tem como evitar, deixe ele falar, mas não “ouça o que ele diz”.

Já na sua empresa, aquele colaborador que é muito técnico mas só reclama, cuidado. Ele pode contaminar todo o time. Livre-se deste também. Saiba que o nosso pensamento é o grande responsável pelas coisas boas ou ruins que acontecem em nossa empresa. E todos os empresários que evoluíram de forma fantástica no mercado serigráfico que eu tive contato, agem de forma positiva.

Mas você deve estar dizendo, é fácil para fulano ser positivo quando o dinheiro está entrando e tudo funciona bem. Engano seu, estes empresários agiam assim desde o começo. Tire o pensamento de que estamparia é uma técnica arcaica e o mercado é composto definitivamente por pessoas despreparadas, coloque-se ao lado dos grandes.

Para que você se inspire, leia “Oportunidades disfarçadas: Histórias reais de empresas que transformaram problemas em grandes oportunidades” de Carlos Domingos. Nesse livro ele conta as histórias totalmente controversas de centenas de empresários que souberam lidar com muito otimismo os maiores reveses de suas vidas e criaram empresas fantásticas. Dentre essas histórias, cito duas na página seguinte:

“

No início do século XX, os produtores de açúcar de São Paulo entraram numa guerra de preços quase suicida. Prevendo o fim trágico, um dos refinadores resolveu procurar os concorrentes e propor uma trégua. Do encontro entre eles, surgiu uma idéia ainda melhor: unir os pequenos fabricantes e criar uma empresa maior, mais sólida e forte, capaz de competir em outros mercados e representar o setor perante o governo. Não por acaso, a nova companhia recebeu o nome de... União.

“

Todas as grandes empresas foram um dia pequenas e sem recursos. Por exemplo: o Bradesco, um dos maiores bancos privados brasileiros, é hoje uma sólida instituição que emprega mais de 80 mil pessoas, avaliada em R\$ 100 bilhões. Mas houve um tempo em que foi um negócio insignificante e sem crédito. Nos anos 1940, o próprio fundador, Amador Aguiar, se divertia com isso. Para quem perguntava qual o significado do nome Bradesco, ele respondia: “Banco Brasileiro dos Dez Contos, se há” e soltava uma gargalhada.

09.

ACREDITE



Todos os empresários de sucesso na ramo serigráfico acreditavam desde o começo que conseguiriam, e isto não tem nada a ver com arrogância ou prepotência, e sim com um sentimento de missão muito bem definido e foco muito claro.

Então siga os passos abaixo e ande na direção correta:

Mude os seus sentimentos.

Veja-se como um vencedor, você sabe que o caminho é longo, mas daqui a um ano você gostará muito de ter começado hoje! Pense e sinta-se como os empresários de sucesso que citei por todo esse E-Book.

Liberte-se das amarras.

Essa história de que você está velho demais ou não teve estudo suficiente para aprender um novo jeito de fazer é uma crença limitante que te impede de crescer e ir em frente. Analise a frase a seguir: “Eu não consigo guardar dinheiro, é muito difícil para mim! Principalmente nessa época de crise.” Ao proferir ou pensar nessa frase você inconscientemente cria uma série de ações para validar o seu pensamento, fazendo com que você gaste mais do que deve por exemplo.

Determine quais são todas as suas crenças limitantes e substitua-as por crenças fortalecedoras!

Por exemplo: “Minha estamparia não tinha sucesso, mas depois de ler o E-Book - Os 9 passos dos empresários das Estamparias de Sucesso - eu aprendi como pensam os grandes empresários do meu ramo e eu e minha empresa caminhamos a todo vapor para o SUCESSO.”

Aceite-se.

Encare a suas limitações de frente e trabalhe já para mudar. Se a limitação é técnica ou de gestão, prepare-se. Faça um bom curso. E para isto eu posso de ajudar! Fique também de olho nas parcerias como descrito no passo 06.

Para ilustrar: O executivo entra na sala do diretor e diz: – Chefe, temos um problema. – Que bom. Sente aqui e me conte tudo. Parece exagero, mas é assim que pensa o pessoal da Toyota. A companhia japonesa tem uma maneira única de encarar os problemas: para eles, é uma oportunidade de melhorar o processo.

Pense no futuro mas esteja no presente.

Pense onde você quer estar daqui a 1 ou 2 anos, mas aja agora. Se você quer ter um carrossel automático daqui um ano, saiba que você tem que ir realizando as vendas e fechando negócios hoje.



**Você sabe que o caminho
é longo, mas daqui a um
ano você gostará muito ter
começado hoje!**

CONCLUSÃO

Esses foram os principais hábitos e pensamentos dos maiores empresários de serigrafia que conheci.

Este E-Book não é uma obra acabada, ele estará em constante aperfeiçoamento pois tudo na vida é dinâmico. Embora muitos dos conceitos apresentados também foram utilizados desde a revolução industrial pelos grandes empresários do mundo todo, de forma alguma podemos garantir que somente seguir os passos acima te levará ao sucesso. Você deverá colocar o seu “tempero” e adaptar esses hábitos para a sua realidade. Essa experiência é pessoal e você, somente você poderá fazê-la dar certo.

Você deverá de fato dialogar com sua mente e mudar tudo aquilo que te limita ou te impede de crescer. Não existe fórmula mágica, esses comportamentos descritos acima são validados e fortificados pelo hábito. O hábito é a mais importante ferramenta que você tem à sua disposição. Pratique essas idéias dia-a-dia.

Para reforçar, indico como leitura o livro “O Poder do Hábito - Por que fazemos o que fazemos na vida e nos negócios” de Charles Duhig.

Para encerrar eu gostaria que você me acompanhasse nas redes sociais e se cadastrasse na minha lista de Whatsapp, para discutirmos esses e outros assuntos de maneira mais aprofundada.

Facebook:

<https://www.facebook.com/escola.genesistintas>

Youtube:

<https://www.youtube.com/user/genesistintasvideos>

Website:

www.estampariadesucesso.com.br

Whatsapp:

(16) 98188-6976 - Envie a mensagem “Terça de Sucesso” para entrar na minha lista :)

Um grande abraço e nos vemos por aí...

Moacir Wilson Ferreira



Moacir Wilson Ferreira é formado em Gestão e Monitoramento Ambiental, atua desde 2007 no ramo serigráfico como consultor, palestrante e coordenador da Escola Gênese de cursos serigráficos. Idealizador do projeto “Estamparia de Sucesso”, tem em seu currículo o feito de levar mais de 4.300 serígrafos a suas palestras, treinamentos e workshops realizadas por todo o Brasil. É também o idealizador do projeto “Saiba Mais Arpotex”, uma coleção de cursos em DVD com mais de 2000 unidades vendidas.

OS 9 PASSOS DE UMA ESTAMPARIA DE SUCESSO

www.estampariadesucesso.com.br

