



Sinopse das Palestras

Metodologia: Aprendizado e Motivação através de Sensações

*Uma mensagem, quando transmitida em meio a **sensações de prazer**, tende a permanecer de maneira mais intensa e definitiva na memória do público*

A possibilidade do público transformar os conceitos apresentados **em ação** é efetivamente maior. Esta é a base desta metodologia: evitar o tom formal e trabalhar visando **criar sensações**. O conteúdo se apresenta em profundidade, seguindo uma estruturada mescla de idéias clássicas e conceitos modernos ligados à cultura empresarial.

O Conteúdo em profundidade:

Nossa proposta tem sido oferecer ao mercado um projeto motivacional com um conteúdo programático de fato aprofundado. Sabe-se que para motivar é preciso argumentação convincente, não basta apenas “o show”. E é exatamente esta a proposta deste trabalho: treinar e motivar com base em conceitos amplamente pesquisados em obras de grandes especialistas do gênero.

Variação de Linguagem de acordo com o perfil do público:

“A Linguagem ideal é aquela que melhor se adéqua ao interlocutor” (Bento Espinosa – 1632-1677)

Apontamos para este fundamental detalhe: a linguagem para a condução da palestra é sempre adaptável ao perfil do público presente. Uma palestra apresentada à alta gerência da empresa não deve ser conduzida com a mesma linguagem de um trabalho apresentado para a equipe operacional da corporação. Por esta razão ligada à ciência da comunicação, a linguagem é sempre variável de acordo com cada ocasião.

Duplo Foco:

Informar e Divertir: o entretenimento de um espetáculo de ilusionismo e humor e o efetivo treinamento empresarial de uma palestra direcionada sob-medida a cada cliente. Os resultados são de fato surpreendentes!

Temas:

As palestras são sempre apresentadas de maneira direcionada ao perfil de cada público. Segue abaixo o leque de opções de nossos temas:

- “**Artistas Corporativos**” *Mensagens de Motivação e Qualidade para todos na empresa*
- “**A Mágica da Venda**” *Profissionais de vendas atuando como artistas (Ver abaixo o Conteúdo Programático)*
- “**Liderar Pessoas**” *Conceitos atuais de liderança servidora*
- “**Criatividade e Inovação**” *A chave para o destaque*
- “**Stress versus Qualidade de Vida**” *Um embate mágico*
- “**Motivação e Treinamento para Professores e Educadores**” *Educar, um relacionamento de emoções*

Estes temas são sempre desenvolvidos em meio a informações particulares da empresa contratante, customizando ao máximo as apresentações.

Temas filosóficos são sistematicamente abordados em meio à explanação: através de ampla pesquisa por autores clássicos e contemporâneos, a filosofia é abordada de maneira prática, e é apresentada diretamente para ser aplicada ao cotidiano de todos. Temas como **Superação de Limites, Disciplina e Ação, Vencendo o “Impossível”, Realização de Sonhos Pessoais e Nossa Relação com a Felicidade e o Sucesso** são colocados em meio às palestras de maneira agradável, compreensível e absolutamente motivadora.

Conteúdo Programático

Observe abaixo os conceitos apresentados no caso da palestra “**A Mágica da Venda**” *Profissionais de vendas atuando como artistas*:

- O fim da “era do produto” e o início da “**era do cliente**”

- Não vendemos o produto, mas **o que ele proporciona**
- Vender: relacionamento de **necessidades / emoções**
- Devemos crer que “*Comprar de nós é o melhor que o cliente pode fazer **por ele!***”
- Cliente **não** quer só preço!
- Preço x valor
- Extinção à idéia de “empurroterapia”: vender é ajudar pessoas. (binômio: **ganha/ganha**)
- Estudo de **objeções**: objeção é sinal de interesse!
- **Fator prazer**: o cliente sentindo-se bem no relacionamento com nossa empresa
- Criando o **desejo de compra**
- “*Desejando*” o produto para melhor vendê-lo
- Teoria do “amor pelo cliente”: o **prazer em servir**
- Objetivando “**fazer clientes**” e não apenas “efetuar vendas”
- **Mensagem final**: a importância fundamental do elemento humano no universo corporativo

Outros conceitos podem ser apresentados, de acordo com sugestões em briefing.