

3 razões para assinar revistas ABRIL!

3. Oferta Surpresa!
50% de desconto na 2ª assinatura.



ACESSE O PORTAL
SUPER SURF

vocêS/A

MEU DINHEIRO

VOCÊ BEM INFORMADO

VOCÊ EM AÇÃO

VOCÊ EM EVOLUÇÃO

VOCÊ EM EQUILÍBRIO

18/8/2006



Assine VOCÊ S/A

BUSCA AVANÇADA

VOCÊ NA REDE

COLUMNISTAS

EVENTOS

TESTES

NEWSLETTER

QUEM SOMOS

FALE CONOSCO

ANUNCIE

PAINEL EXECUTIVO

assine **vocêS/A**



Quer enriquecer? Pergunte-me como

Como os vendedores da Herbalife fazem carreira e fortuna oferecendo shakes e tabletes para emagrecer

Por Rosa Symanski

Perder peso rapidamente com saúde e sem sofrimento. Esse é o sonho da maioria das pessoas que vive com uns quilinhos a mais, brigando com a balança. Muitas pagariam qualquer preço para encontrar a fórmula mágica do corpo perfeito. A Herbalife, uma das líderes da indústria de redução de peso e nutrição, não ignorou esse desejo. Transformou essa busca num negócio pra lá de milionário. Para isso, montou um exército de supervendedores e distribuidores altamente treinados e persuasivos em todo o mundo. Você já deve ter visto um deles por aí. Geralmente eles usam um botton preso à camisa com os dizeres "Quer perder peso? Pergunte-me como", quando não espalham adesivos com os dizeres nos vidros do carro. Se você tiver mesmo essa curiosidade e perguntar, se prepare: o vendedor vai agendar uma visita e lhe apresentar um arsenal de shakes, tabletes e bebidas que prometem acabar de vez com os pneuzinhos, a barriga e a celulite. É difícil resistir às habilidades do vendedor, que raramente perde uma venda. E, enquanto você emagrece, ele engorda a conta corrente. Há casos de profissionais da Herbalife ganhando 100 000 reais por mês -- mais do que muito presidente de grande empresa por aí.



Fábio Sasaki Fujihara, que mora em Londrina (PR): quatro carros importados na garagem e patrimônio de um milhão de reais

Envie este artigo

A venda de porta em porta, além de ser o alicerce do negócio da Herbalife, tem sido o caminho para a independência financeira de inúmeros de seus profissionais. É o caso, por exemplo, do administrador de empresas paulistano Fábio Sasaki Fujihara, de 36 anos. Ele, que começou nesta carreira há nove anos vendendo um shake emagrecedor para os amigos mais próximos, já conquistou o patrimônio de um milhão de reais. "Comecei a ganhar mais de 100.000 reais por mês no ano passado", afirma.

Fujihara tinha uma empresa de equipamentos médicos em sociedade com o irmão e aproveitava o pouco tempo que sobrava para vender os produtos da Herbalife. As vendas começaram a crescer e ele decidiu se dedicar integralmente à carreira de vendedor. Outro fator também o impulsionou para essa virada: ele perdeu 7,5 quilos com os shakes e tabletes e acredita na proposta com conhecimento de causa. A princípio, a opção de Fujihara pelas vendas foi vista com reserva pelos familiares e amigos, que desconfiavam da atividade. "Para evitar maiores constrangimentos, eu me passava por intermediário e inventava que um amigo era o vendedor", conta. "As pessoas se impressionavam quando viam o quanto eu tinha emagrecido e queriam saber mais detalhes. Aí eu falava do shake." O valor do kit varia de acordo com os produtos adquiridos, mas a média que o cliente desembolsa é de 200 reais por compra.

Hoje, Fujihara mostra com orgulho os carros que têm em sua garagem:

SHOPPING

Shopping Abril



Arranjos de Flores
A partir de R\$21,85

Shopping Abril



Celular
A partir de R\$89,00

Shopping Abril



PC
A partir de R\$999,00

Shopping Abril



Discman / CD Player
A partir de R\$79,99

Shopping Abril



DVD Player
A partir de R\$239,99

Shopping Abril



Fogão
A partir de R\$29,58



uma Mercedes, uma BMW, um Volvo e um Audi, frota que seria praticamente impossível de ser montada se tivesse continuado com o negócio de equipamentos médicos. Ele mora em Londrina, no Paraná, e já desfruta de uma vida digna dos "bem-aventurados". Viaja cerca de quatro vezes por ano ao exterior, sempre de primeira classe e acompanhado da esposa. Seu patrimônio inclui uma casa de 400 metros quadrados em Campos do Jordão e um sítio próximo a São Paulo, com direito a muito conforto. Trabalha em casa cerca de oito horas por dia e tem toda a flexibilidade do mundo. Seu próximo passo será a construção de outra casa, só que dessa vez de 1.000 metros quadrados - na Califórnia, Estados Unidos. "Tenho uma equipe de vendedores por lá e quero fortalecer meus negócios na região", justifica.

Receita do sucesso

A receita para se chegar ao patamar no qual se encontra Fujihara é simples. A Herbalife recorre ao denominado marketing de rede, cuja estratégia principal para expandir as vendas está baseada na recomendação boca a boca entre os usuários e vendedores. A empresa incentiva o distribuidor (vendedor de produtos) a formar uma equipe de vendas, que fica sendo sua subordinada. Ele passa, a partir daí, a ganhar comissão de 5% sobre as vendas dos outros. Como cada membro da equipe também é estimulado a criar o seu time, agregando novos vendedores, o negócio cresce em progressão geométrica. O time de Fujihara, por exemplo, tem mais de 3 000 pessoas espalhadas por 12 países. Esse sistema segue o modelo consagrado pela norte-americana Amway para ganhar o mercado brasileiro nos anos 80.

A Herbalife também recorre a expedientes como reuniões para arregimentar novos vendedores. Nesses encontros são utilizadas técnicas agressivas de motivação, com depoimentos de pessoas que ganharam verdadeiras fortunas. As platéias entram em euforia lembrando, muitas vezes, o clima de um culto religioso. A diferença é que as reverências vão para os negócios e para os vendedores. Alguns deles chegam até a distribuir autógrafos, como se fossem astros pop.

O sucesso parece brindar aqueles que se dedicam arduamente ao negócio, como é o caso do professor de caratê israelense Eli Elimelech, de 41 anos. Ele chegou ao Brasil em 1997 decidido a investir na Herbalife. "Comecei a fazer clientes na primeira semana, apesar da barreira da língua. A minha dedicação era em tempo integral", lembra. Atualmente, a equipe dele tem 250 membros e atende a uma clientela de cerca de 3 000 pessoas. Os rendimentos médios de Elimelech variam entre 80 000 e 100 000 reais por mês. Além de atuar em cinco Estados brasileiros, a amplitude da rede formada por ele já fez suas vendas atravessarem as fronteiras de países como Argentina e Estados Unidos. "Se continuar neste patamar, estarei milionário até o final do ano", comemora. Com a vida ganha, Elimelech, que diz manter seu peso consumindo os produtos da Herbalife, já realizou junto com sua família o sonho de viajar pelo mundo. "Conhecemos uns 20 países. Somente neste ano fomos quatro vezes para o exterior", conta.

Terreno fértil

Dados divulgados pela Herbalife demonstram que, no acumulado do ano, a companhia já distribuiu mais de 120 milhões reais em lucros sobre a revenda de produtos, bônus e comissões aos seus distribuidores no Brasil. Para a diretora-geral da Herbalife, Eneida Bini, a transformação da vida financeira dos vendedores é uma característica inerente ao negócio. "Há casos em que as pessoas não tinham sequer emprego e conseguiram qualidade e melhora em suas expectativas", diz. Egressa da Avon, onde se tornou a primeira mulher a comandar a empresa no Brasil, Eneida acredita que o marketing de rede é uma tendência mundial. "Houve um grande crescimento pela procura de emprego e as pessoas estão buscando novas oportunidades de negócios", justifica. O terreno para o crescimento da Herbalife no Brasil tem se mostrado fértil. Entre 2002 e 2003, a companhia, que não divulga seu faturamento, obteve um crescimento de 50%. A empresa tem atualmente 90 000 distribuidores no país. De acordo com Eneida, um levantamento feito em junho deste ano demonstrou que 0,5% dos distribuidores tem ganhos acima de 8 000 reais por mês, e somente 1% ganha acima de 20 salários mensais. A média geral é de cinco salários mínimos mensais. "Houve um grande aumento de consciência

Busca Produtos
Procurar Produto

Buscar em

Powered by BuscaPó

sobre a saúde e o bem-estar", diz a executiva. "E isso tem feito bem aos nossos negócios."

Henrique M. Filho, de 35 anos, pegou carona no crescimento dessa tendência. Formado em administração pela Fundação Getúlio Vargas, ele decidiu há dez anos deixar para trás o emprego de supervisor na DPaschoal para apostar na carreira de vendedor de produtos da Herbalife. O objetivo inicial era ter mais tempo livre para surfar, uma de suas paixões. Três meses depois, no entanto, já estava se dedicando ao novo trabalho em período integral. Sua retirada mensal gira em torno de 100 000 reais. Atualmente, ele está construindo uma casa de 500 metros quadrados com piscina, churrasqueira, sauna e home theater. Seu patrimônio é formado ainda por uma residência de 300 metros quadrados na praia de Ubatuba, litoral de São Paulo, e dois escritórios. "Tiro dois meses de férias por ano, mas chego a trabalhar dez dias sem trégua quando há necessidade", revela.

E, então, qual é o seu sonho? Se for perder peso, a Herbalife garante que pode atender. Se for ganhar muito dinheiro, também. Os vendedores da empresa não têm dúvida disso, a ponto de encarar o ritual de vendas quase como uma religião. A questão é: você está disposto a rezar por essa cartilha?

O vendedor Herbalife

Conheça o perfil dos vendedores da multinacional americana:

1. É comunicativo e desinibido
2. É persistente
3. Não tem necessariamente uma formação acadêmica
4. Tem espírito empreendedor e uma boa rede de contatos
5. Sabe como manter e motivar sua equipe
6. Usou os produtos Herbalife e perdeu alguns quilos -- é a prova de que os produtos funcionam

Culto ao produto

Para chamar a atenção dos consumidores, a Herbalife orienta seus vendedores e supervisores a utilizar três ferramentas básicas. A primeira são os famosos bottons com o slogan "Quer perder peso? Pergunte-me como". Eles chamam a atenção e servem de ponto de partida para a conversa. Os profissionais mais agressivos chegam até a pintar o carro com as cores e o logo da Herbalife para uma divulgação maior. A segunda é o próprio corpo dos vendedores. Como a maioria deles foi ou é usuária dos produtos, é comum, por exemplo, eles próprios exibirem suas fotos para convencer o cliente no momento da venda. Ali, instantaneamente, o futuro comprador tem uma idéia do antes e do depois do tratamento. A terceira arma é o discurso articulado. A empresa orienta seu pessoal a manter uma postura positiva enquanto negocia. Para driblar eventuais recusas, a ordem é demonstrar empatia em relação aos argumentos do interlocutor, para, em seguida, mostrar outros aspectos e benefícios dos produtos. Todas essas técnicas são ensinadas nos eventos da Herbalife, geralmente comandados pelos supervisores. É uma grande festa, quase sempre embalada por músicas estridentes dos anos 80 e 90. O encontro começa com a exibição de um vídeo em que aparece o fundador da companhia, o americano Mark Hughes. É a primeira injeção de motivação. Hughes fala, entre outras coisas, do preconceito de muitas pessoas que, no passado, não consideravam a venda de produtos Herbalife um trabalho decente. Na seqüência, o vídeo fala dos consumidores ávidos por produtos da indústria do bem-estar. É quando os supervisores presentes sobem ao palco para contar suas experiências. Há casos de profissionais que abandonaram carreiras sólidas, faculdade e até MBAs para se tornar vendedores da Herbalife. Após cada relato, a música invade o salão com toda força. "Cada distribuidor organiza seu próprio evento, mas as músicas devem ser motivacionais e mexer com a energia da platéia", afirma Eneida Bini. Ela discorda, no entanto, que a fórmula da empresa lembre o modelo dos cultos religiosos. "A base não é essa. As pessoas que fazem as vendas acabam se entusiasmando, o que gera uma vibração positiva. Elas realmente acreditam no que estão fazendo."