



A força do

Seus colaboradores trabalham desmotivados, cansados, sem energia? Os trabalhos estão cada vez piores, cheios de erros? Já faltam desculpas para dar aos clientes? Para dar uma chacoalhada no pessoal, muitas empresas optam por procurar palestrantes para eventos motivacionais. Mas é praticamente impossível solucionar problemas de anos com uma hora e meia de conferência. Segundo especialistas, a palestra não pode ser vista como um fim, mas como um meio. Na verdade, deve ser vista como mais um instrumento para atingir determinado objetivo, como parte de um programa maior.

"É preciso estar vindo de algum lugar e estar indo para outro e inserir a conferência no meio desse caminho", aconselha Denise Restlife, sócia da ATA - Banco de Palestrantes, uma agência que tem a missão de orientar e indicar palestrantes para empresas. "Vamos conversando e sentindo a necessidade do cliente, se necessário conversamos com outras pessoas da equipe. De acordo com o problema, podemos sugerir o apoio de alguma consultoria".

Para Denise, é preciso em pri-

meiro lugar ter um programa de treinamento, e só então pontuar com algumas conferências para que se possa obter o máximo de aproveitamento do conhecimento do conferencista. "A palestra bem utilizada é um grande instrumento, principalmente quando vem depois da parte técnica", garante.

A agência trabalha com mais de 250 conferencistas e os clientes são multinacionais, grandes empresas nacionais e associações de grande porte. A boa notícia é que o mercado está expandindo. Muitas vezes, a pedido de clientes, a agência chega a localizar palestrantes até no exterior. Em outras vezes, acontece o contrário: empresas que têm sede no exterior, mas com brasileiros em seus quadros, entram em contato para levar um conferencista brasileiro para lá.

Outra curiosidade é que as empresas também têm promovido eventos para presentear clientes. Pode ser um café da manhã ou um coquetel. Nessas ocasiões, costumam estar presentes cerca de 100 a 150 convidados. A idéia é oferecer um presente ao cliente, com vistas a fidelizá-lo.

O tema motivação já não é mais

uma unanimidade, apesar de ainda ser o assunto campeão das preferências. "Motivação ainda preocupa, mas eu percebo que as pessoas pedem outros temas, ainda que com um quê de motivação", observa Denise.

Há as empresas que chamam palestrantes para ajudar a administrar conflitos, nos trabalhos de integração, para diminuir a concorrência interna ou em casos de fusão e alinhamento de culturas. Os clientes da agência têm procurado mais conteúdos técnicos, com temas que vão de economia à marketing. "Um tipo de tema que há um ano e meio tem sido muito solicitado, com crescimento assombroso, é "responsabilidade social", diz Denise.

Outra novidade é que contratar palestrantes não é mais tarefa exclusiva da área de Recursos Humanos. Tem muita gente de marketing também envolvida nessa empreitada. "Hoje eu falo com pessoas de todos os departamentos, de vários níveis", diz a sócia da ATA. Quando todos participam, é possível ter mais envolvimento. No entanto, o pessoal de RH ainda é quem mais contrata.



Planejando a conferência

Quem quer fazer eventos para o segundo semestre tem que começar a se organizar agora, já que a demanda por palestrantes aumenta muito no fim do ano, principalmente a dos consagrados. Além disso, é preciso levar em conta que muitos deles tiram algumas semanas de férias exatamente para se reciclar. Muitos vão para cursos no exterior, vão viajar na busca por novas idéias. Os melhores estão sempre estudando. O ideal é contratar com dois meses de antecedência. Isto é bom tanto para a própria equipe da empresa amadurecer a idéia —organizar o evento e selecionar os convidados— como para o palestrante, que poderá analisar o “briefing” passado pela empresa e se preparar para a apresentação, sobretudo no caso de palestras customizadas. Aliás, os bons conferencistas normalmente adaptam as palestras para as necessidades dos clientes. Eles pedem material da empresa e contextualizam a palestra. A reunião de “briefing” —momento em que são passados os propósitos do evento— pode até ser realizada por telefone, mas é importantíssima para o su-

cesso do evento.

O quanto cada palestrante customiza a sua apresentação é algo que depende de cada um. Há palestrantes que fazem palestras específicas para cada cliente. Outros, como o jornalista Joelmir Betting, especializado em economia, pesquisam totalmente o segmento, já que cada setor sofre de maneira diferente os abalos diante das mudanças alucinantes do mundo de hoje. De acordo com Denise, é muito difícil os clientes pedirem palestras totalmente customizadas. Normalmente, quem chama um conferencista é porque já viu alguma palestra, já gostou e quer aquilo mesmo. “Geralmente, quando a palestra é 100% customizada, o trabalho é de consultoria, na forma de um evento mais pontual e maior, o que torna o trabalho mais caro”, explica.

Propaganda boca-a-boca

Apesar de parecer um pouco provinciano, o que funciona muito nas empresas é a indicação: o famoso boca-a-boca. Antes de contratar um nome não muito conhecido, as empresas costumam pedir referências de outros clientes para me-

Guia Guru

Para você consultar, avaliar e, se for o caso, contratar, selecionamos alguns dos melhores palestrantes do mercado. Nesta lista faltam nomes importantes, que, procurados por nossa reportagem, preferiram não se apresentar. Vale lembrar que Luis Almeida Marins, um dos mais famosos palestrantes do Brasil, nos pediu que não fosse apresentado como palestrante, mas como consultor empresarial, daí sua ausência nesta lista.

ÉTICA



Palestrante
Mario Sergio Cortella
Tempo no mercado de palestras

Docente e palestrante há 28 anos, mas nos últimos dez anos vem recebendo uma intensificação da procura por reflexões filosóficas e, portanto, uma ascensão veloz do palestrante nesse circuito

Formação
Filósofo, com mestrado e doutorado em Educação pela

PUC-SP na qual é professor do Departamento de Teologia e Ciências da Religião e da Pós-Graduação em Educação

Idade
48 anos

Tema(s) da(s) palestra(s)

Fala sobre quatro temas: ética, educação corporativa, gestão do conhecimento e cenários de antropodiversidade

Já experimentou o próprio remédio?

“Sigo o que disse São Beda (anglo-saxão do século VII): ‘Há três caminhos para a infelicidade: não ensinar o que se sabe, não praticar o que se ensina, não perguntar o que se ignora’”

Honorários

Depende da organização, local, distância, tempo de duração; sob consulta.

Contato

Por e-mail, no endereço cortella@uol.com.br

LIDERANÇA



Palestrante
J.C. Bemvenuti
Tempo no mercado de palestras

20 anos

Formação

Formado em Economia pela Universidade Federal do Paraná, onde também cursou Engenharia

Idade

54 anos

Tema(s) da(s) palestra(s)

Especialista no fator humano

das empresas, com ênfase em liderança, criatividade, mudanças, cultura, valores, comunicação, treinamento, o lado humano das vendas, qualidade e fusões.

Já experimentou o próprio remédio?

“Sim. Aplico isso todos os dias a toda hora. É uma doutrina para mim”

Honorários

De R\$ 11 900 a R\$ 31 800.

Contato

ATA - Banco de Palestrantes, rios telefonés (11) 3071-4130 e (61) 345-0148, ou por e-mail, palestrante@uol.com.br

dir o nível de satisfação com determinado conferencista.

Embora haja divergência nos números, estima-se que o Brasil hoje tenha mais de cinco mil palestrantes profissionais. Aqui estão incluídos consultores, performances e outros tipos que atendem a empresas das mais variadas formas. Denise afirma que há pelo menos 5 que são tidos como os mais cotados, além de outros 15 considerados de primeira linha. Os mais bem cotados possuem, em comum, algumas habilidades e competências como carisma, conteúdo consistente, bom humor, poder de comunicação acima da média, clareza na explanação e charme no atendimento ao cliente. Portanto, se você pensa em contratar um palestrante, pesquise. Os próprios palestrantes podem indicar empresas onde fizeram palestras, como referências.

Seja qual for a sua escolha, o mais importante é não ter medo de ousar. Na Redecard, por exemplo,

o resultado da palestra de Clóvis Tavares foi considerado surpreendente, apesar de no início ter havido certa restrição à apresentação de um mágico. "De modo inusitado, divertido e nada cansativo, foram passados importantes conceitos, questionadas várias atividades rotineiras dos vendedores, que, se não realizadas a contento, impactam no resultado e na satisfação do cliente", conta a gerente de Recursos Humanos Martha Campos da Redecard. A equipe de mais de 300 pessoas teve a oportunidade de repensar e reavaliar suas posturas e condutas, de modo construtivo e sem constrangimentos, segundo a gerente. "O resultado da apresentação foi excepcional e refletiu diretamente na atitude dos colaboradores e nos números da empresa", completa.

MOTIVAÇÃO



Palestrante
Leila Navarro
Tempo no mercado de palestras: 4 anos

Formação
Fisioterapeuta formada pela Universidade de São Paulo (USP) e pós-graduada em Filosofia da Homeopatia Holística. No início deste ano fez o Training Course on Solving Human & Organizational Problems for Brazil, pela The

Association for Overseas Technical Scholarship (AOTS), no Japão, e ingressou no curso de pós-graduação de Medicina Comportamental, na Faculdade de Medicina de São Paulo.

Idade: 49 anos
Tema(s) da(s) palestra(s)
O norte do trabalho é a motivação e o diferencial está na irreverência, na capacidade criativa e no humor com que aguçamos a platéia. Usa diversos recursos para mostrar ao participante as reais competências do profissional frente às exigências do terceiro milênio.

Já experimentou o próprio remédio?
"Experimento diariamente. Quando digo nas minhas palestras sobre a importância do sorriso, do 'bom dia', do cumprimento olho no olho, do abraço e dos aplausos é porque tenho isso como absolutamente natural, verdadeiro e imprescindível para alcançar o meu próprio equilíbrio".

Honorários: R\$ 9 000 (para palestras de duas horas)
Contato: www.leilanavarro.com.br. Por e-mail: palestras@leilanavarro.com.br, ou, por telefone, no (11) 4791-1346, com Ana Claudia.

MOTIVAÇÃO



Palestrante
Suzy Fleury
Tempo no mercado de palestras: 18 anos

Formação
Formada em psicologia pelo Instituto Unificado Paulista, pós-graduada pela ESPM e mestrando na Universidade Autónoma de Madrid

Idade: 42 anos
Tema(s) da(s) palestra(s)
Motivação, sendo que o tema

mais utilizado é "Competência Emocional - O Caminho da Vitória para Equipes Empresariais". O diferencial é a utilização da teoria da inteligência emocional aplicada na experiência da área esportiva como metáfora para a atividade profissional e para a vida.

Já experimentou o próprio remédio?
"Tenho aplicado sempre, em diversos momentos, tanto para equipes empresariais como para equipes esportivas. O meu maior exemplo prático é o vivido junto ao Atlético Paranaense, que se tornou Campeão Paranaense e Brasileiro em 2001".

Honorários: R\$ 5 000
Contato: ATA - Banco de Palestrantes, nos telefones (11) 3071-4130 e (61) 345-0148, ou por e-mail: palestrante@uol.com.br.

QUALIDADE DE VIDA



Palestrante
Prof. Gretz
Tempo no mercado de palestras: 16 anos

Formação
Administração de Empresas e História

Idade: 53 anos
Tema(s) da(s) palestra(s)
Qualidade de vida, motivação e gente (capital humano da empresa)

Já experimentou o próprio

remédio?
"Até 1995, pesava 110 kg. Decidi mudar radicalmente o meu estilo de vida e hoje tenho 80 kg. Alguns de meus 'novos' hábitos de saúde: com chuva ou sol caminho todos os dias durante uma hora, sou vegetariano convicto, pratico condicionamento físico três vezes por semana em academia, evito doces, gorduras e frituras. Atualmente, tenho mais energia do que aos 30 anos".

Honorários: R\$ 8 300
Contato: www.gretz.com.br. Para contratar, escreva para talento@gretz.com.br

MARKETING E VENDAS



Palestrante
Clóvis Tavares
Tempo no mercado de palestras: 14 anos no Brasil e 5 anos no exterior

Formação
Propaganda e Publicidade, com especialização em "Advanced Marketing" pela State University of New York. Mágico há 29 anos, é autor de três livros

Idade: 38 anos

Tema(s) da(s) palestra(s)
As palestras são desenvolvidas após um detalhado briefing. Os temas podem ser focados em marketing e vendas, excelência no atendimento, formação de líderes, gestão no trabalho de equipe, desenvolvimento de pessoas e suas competências, voluntariado e ação social, motivação e valorização do ser humano, programas de qualidade, fusões empresariais, lançamentos de produtos/serviços e/ou campanhas de incentivos.

Já experimentou o próprio remédio?
"Uso mágicas, humor, música e interatividade com o público para transmitir e fixar as mensagens, por isso fui premiado com o Top de Marketing pela ADVB. Quando criei o conceito de Palestra-Show, os clientes temiam que esta nova técnica tivesse pouco conteúdo. Provei que o conteúdo era sério e focado na necessidade da empresa".

Honorários: Sob consulta
Contato: www.clovistavares.com. Para contratar, ATA - Banco de Palestrantes, nos telefones (11) 3071-4130 e (61) 345-0148, ou por e-mail: palestrante@uol.com.br

GESTÃO



Palestrante
Carlos Alberto Júlio
Tempo no mercado de palestras: Professor há 22 anos e palestrante há 10 anos

Formação
Administrador de Empresas com mestrado nos Estados Unidos e especialização na Harvard Business School, IMD-Lausanne-Suíça e na London Business School. Também é doutorando em Comunicações Sociais na

Universidade de São Paulo

Idade: 44 anos

Tema(s) da(s) palestra(s)
Sempre ligados à gestão, Marketing, vendas, mudanças, modelos de gestão e, ultimamente, sobre reinvenção de empresas e carreiras.

Já experimentou o próprio remédio?
"Minhas palestras são amplamente baseadas em casos vividos em minha vida executiva e lastreadas com conceitos de minha experiência docente".

Honorários: R\$ 9 000, dependendo do local, tempo de palestra e número de participantes
Contato: www.cajulio.com.br. Para contratar, telefone (11) 5081-3512, com Lilian Chein. Por e-mail: cajulio@intertmanagers.com.br