



## MEMÓRIAS DE UMA MARCA

Você sabia que Nike, Omo, e Coca-Cola são as marcas mais lembradas pelos consumidores? O ranking Top do Top, realizado pelo Instituto de Pesquisa DataFolha, mostra que a empresa de artigos esportivos é lembrada entre os 3% dos entrevistados, enquanto o sabão em pó e o refrigerante somam 6%, o que os coloca em empate técnico. A Nike é novata na premiação, enquanto a Omo já havia estado entre os vencedores em 1993, e a imbatível Coca-Cola só não esteve no topo em 1999, contabilizando, assim, 16 vitórias.

\* PALAVRA DE PRESIDENTE: Chieko Aoki, da Blue Tree Hotels PÁG 14

\* PROCURA-SE LÍDER SERVIDOR. Você conhece? PÁG 20

\* AUMENTE SUA EMPREGABILIDADE PÁG 24

\* VOCÊ É UM E-MALA? DESCUBRA COM CRHISTIAN BARBOSA PÁG 26

# vencedora



Christian Barbosa é especialista em administração de tempo e produtividade, fundador da Triad PS, empresa multinacional especializada em programas e consultoria na área de produtividade, colaboração e administração do tempo. É também autor dos livros *A Triade do Tempo* e *Você, Dona do Seu Tempo, Estou em Reunião* e co-autor do *Mais Tempo, Mais Dinheiro*. [www.triadetempo.com.br](http://www.triadetempo.com.br) e [www.mais tempo.com.br](http://www.mais tempo.com.br)

Foto: Divulgação

## **HIPERLINK** navegue pela revista

Pare de utilizar o tempo de forma incorreta em suas reuniões. Descubra como na pág. 76

# VOCÊ É UM e-m@l@?

**Q**ue o e-mail é um grande problema corporativo ninguém duvida, mas você já parou para observar quantas pessoas no ambiente corporativo têm hábitos nada produtivos com eles (o que faz a situação piorar ainda mais)? Em uma das pesquisas que a minha empresa conduziu, descobrimos que o brasileiro gasta em média três horas por dia para lidar com os seus e-mails, o que pode ser um **tempo mal aproveitado** caso as pessoas não saibam lidar com as mensagens de forma adequada. Mas será que você é a pessoa que tem maus hábitos de e-mail na empresa e acaba gastando desnecessariamente o tempo de seus colegas por causa disso? Se você se encaixar no perfil abaixo, pode se colocar no papel de "E-MALA". Veja abaixo alguns sintomas clássicos:



**Mister Urgência** – Se todos seus e-mails são para ontem, se tudo que você manda é imediato e precisa ser feito na hora, se você liga depois de enviar um e-mail e pergunta se a pessoa viu seu e-mail urgente, existe algo errado com seu planejamento pessoal e sua rotina diária.



**Caixa de Entrada Lotada** – Todo e-mala possui mais de 100 e-mails na Caixa de Entrada. Em geral é a pessoa que vive comentando que não recebe os e-mails dos outros, que pede informações que chegaram no e-mail, mas ele não sabe pois não leu ainda. É comum também demorar um tempão para achar uma mensagem no meio de tantos e-mails não lidos ou mal organizados.



**Copia todos** – É sempre melhor que todos fiquem sabendo do assunto do que apenas um, certo? Talvez lá na escola você adorasse que todo mundo parasse para ouvir suas histórias, não é? Em geral, também gosta muito de responder a todos, pois é o botão maior no Outlook e ele sempre salta no seu clique.



**Assuntos Bizarros** – O conteúdo do seu e-mail fala sobre o resultado da última reunião de diretoria, mas o assunto é algo do tipo: "O gato subiu no telhado" ou qualquer coisa do gênero. Em um e-mail o assunto deve resumir em uma frase o conteúdo do mesmo e não ser uma frase criptografada que até um hacker teria dificuldades em decifrar.



**Correntes** – O e-mala adora mandar correntes com frases bonitas, apresentações divertidas, vídeos engraçados, tem medo que caia sua orelha ou que Deus fique bravo com ele se a mensagem não chegar a 20 pessoas pelo menos.



**E-mails sem ação** – A maioria dos e-mails é composta de informações e ações que devem ser tomadas, mas o e-mala só sabe passar a informação e deixa os próximos passos indefinidos ou ambíguos.



**E-mails longos** – Todo e-mala tem o DNA do mala clássico, que você sempre evita. Adora ficar falando horas sem ter muito o que agregar e que sempre acaba atrapalhando. Isso aplicado no e-mail cria mensagens muito extensas, sem objetividade e chatas de ler. O ideal é manter um e-mail com menos de quatro parágrafos (aproximadamente 1000 caracteres).

Estas são as características mais marcantes do "E-MALA", o que não significa que se você tem apenas uma ou outra característica, não possa se tornar um no futuro. Pense a respeito e evite que isso aconteça. ✨