

O prestador de serviços e a valorização de seus serviços.

Luiz Carlos Aceti Júnior<sup>1</sup>

O livro “O Paradoxo da Excelência” escrito por David Mosby e Michael Weissman, traz a seguinte informação:

**“Quanto mais você aumenta a sua performance, mais invisível você fica para o seu cliente”.**

É uma grande verdade!

E aí está o maior paradoxo, pois os profissionais desejam crescer, ser reconhecido e lógico ganhar dinheiro para manter sua família e ter condições de estudar mais, sendo isso um círculo virtuoso.

Mas esse paradoxo quer dizer que, se tudo que você faz sempre dá certo, não mostrando resultados ao cliente, com o tempo, o cliente não percebe mais a sua presença, e muito menos seu valor.

Porém preste muita atenção, pois não deve entender que então você não deve aumentar a sua performance, o que seria um imenso erro de interpretação, sendo inclusive um retrocesso.

E como modificar essa situação? A resposta é simples:

**“Você é o único responsável por demonstrar o valor do seu serviço ao seu cliente”.**

A sua missão é mostrar seus serviços na vida do seu cliente, demonstrando de forma muito clara e constante, a sua crescente performance. Nunca creia que o cliente vai deduzir algo positivo sobre você sozinho!

---

<sup>1</sup> Advogado. Pós-graduado em Direito de Empresas. Especializado em Direito Ambiental, Direito Empresarial Ambiental, Direito Agrário Ambiental, Direito Ambiental do Trabalho, Direito Minerário, Direito Sanitário, Direito de Energia, Direito em Defesa Agropecuária, e respectivas áreas afins. Mestrado em Direito Internacional com ênfase em direito ambiental e direitos humanos. Professor de pós-graduação em direito e legislação ambiental de várias instituições de ensino. Palestrante. Parecerista. Consultor de empresas na área jurídico ambiental. Escritor de livros e artigos jurídicos em direito empresarial e direito ambiental. Consultor de portal [www.mercadoambiental.com.br](http://www.mercadoambiental.com.br). Diretor da Aceti Advocacia [www.aceti.com.br](http://www.aceti.com.br)

Preocupe-se em mostrar e demonstrar sua performance e os lucros que você gera para seu cliente, exemplo: Pesquise no Google por “Paradoxo da Excelência” e ele lhe mostrará, logo antes dos resultados, a seguinte frase:

“33.200 resultados em 0,43 segundos” – o que Google está lhe dizendo, em outras palavras, é o seguinte: nunca se esqueça que eu sou extremamente competente, pois encontrei para você mais de 33 mil respostas em menos de meio segundo!

Voltando para seus serviços: já pensou em mandar uma correspondência física ou eletrônica para os diretores do seu cliente com um relatório de tudo que você fez e deu certo no ano anterior, ou até mesmo nos últimos 5 anos?

Pois então, mostre resultados através de números concretos, mostre que seus serviços dão lucro para o cliente.

E caso o cliente não manifeste interesse, e você continue passando despercebido, então te dou um conselho: **DEMITA SEU CLIENTE!** O problema é ele e não você.