



>> e-book

Como vender ideias?



Introdução

Para vender sua ideia, é necessário entender quais são os passos para dar forma ao que é, a princípio, abstrato e intangível. Esse e-book vai descrever algumas técnicas usadas pelos criativos que auxiliam a obter sucesso no processo de venda de uma ideia. Assim, serão descritos cada um dos 4 itens a seguir:

- **O método**
- **Brainstorming**
- **Briefing e Storytelling**
- **Visual Storytelling**

Venda é um processo e, como tal, necessita ser compreendido em cada uma de suas etapas. O processo da venda é dinâmico e requer uma dedicação permanente para entender suas nuances e, principalmente, as mudanças de comportamento do mercado e dos clientes.

O século XXI tem sido particularmente desafiador nesse sentido, pois ao mesmo tempo que há um crescimento exponencial de possibilidades de efetivação de venda de produtos ou serviços, há também uma disputa acirrada pela conquista de clientes que, por sua vez, contam com ofertas de natureza variada de produtos e serviços.

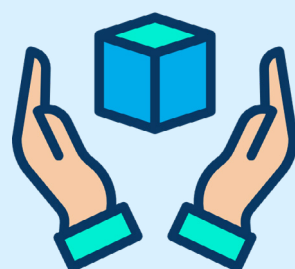
Talvez nunca o cliente estivesse numa posição tão privilegiada quanto agora, podendo escolher entre o tipo de produto, qualidade e preço num universo de opções que se ampliaram em nível mundial. Não existem mais fronteiras para a aquisição de bens e, inclusive, serviços. Basta ver as plataformas como *freelancermap* por meio da qual é possível contratar profissionais em áreas de tecnologia de qualquer lugar do mundo.

Do ponto de vista de estratégias de apresentação e promoção dos produtos ou serviços, houve uma sofisticação muito grande dos formatos. Qualquer pessoa hoje em dia tem acesso a aplicativos ou softwares para apresentar, de maneira profissional, um produto ou serviço, para conquistar o cliente.

A maior parte das áreas compreendidas pelos quatro setores da Economia Criativa já domina essas técnicas de apresentação, pois os criativos já fazem uso, há muito tempo, de recursos como desenho, áudio e vídeo nas suas produções.

Transformar algo intangível, como uma ideia, em algo tangível, como um produto ou serviço requer, antes de mais nada, definir um método e, em seguida, perseguir cada um dos passos definidos até chegar à excelência. Lembre-se de que quanto mais a sua apresentação sensibilizar o cliente, maior a chance de efetivação da venda.

Vamos, então, desmistificar esse processo.





O método

Um método é um meio que se define para fazer alguma coisa a partir de um plano e de um objetivo.

Por exemplo, se o objetivo é um projeto de arquitetura, o método usado pelos arquitetos compreende entender as necessidades do cliente, fazer um estudo preliminar, apresentado em forma de desenho, onde toda a solicitação descrita pelo cliente dá forma à primeira proposta de espaço e, na sequência, elaborar o projeto final com o conjunto de desenhos executivos, onde estarão todas as medidas e especificações técnicas que possibilitarão dar forma, no mundo real, àquela ideia.

Brainstorming

O brainstorming, numa tradução literal, significa tempestade de ideias. É uma técnica que permite discutir ideias destinadas, a partir de um objetivo específico, a solucionar um problema ou conceber um projeto criativo.

Em geral, é uma discussão em equipe que serve para “sair da caixa” e se chegar a uma ideia inovadora, surpreendente. Afinal, é isso que todo empreendedor busca, não é? Nessa fase do método, todas as ideias que surgirem devem ser anotadas, mesmo que, a princípio, não pareçam fazer sentido. E não se preocupe em organizar ou anotar frases estruturadas. Muitas vezes, apenas uma palavra pode servir para inspirar a criação.





Briefing e Storytelling

Essa é a etapa de começar a organizar as ideias. O briefing serve como um resumo estruturado do que surgiu durante o brainstorming. Aqui as primeiras conexões em relação à ideia começam a se delinear e surge, nessa etapa, um documento para orientar a criação do storytelling, que é a história a ser contada, e que servirá para envolver as pessoas em torno da ideia.

É o storytelling que cria envolvimento, emoção, sedução e identificação com a ideia. E é por meio dessa narrativa que a sua ideia conduzirá as pessoas a um contexto de desejo em relação àquilo que está sendo apresentado.



Os elementos para orientar o roteiro de criação do storytelling são: **mensagem, ambiente, personagem e conflito.**

Visual Storytelling

Um termo que define muito bem a etapa de apresentação da ideia é visual storytelling. Isto é, a etapa na qual a narrativa criada adquire um formato visual para ser apresentado.

Essa será a etapa na qual a ideia deve, finalmente, tomar forma, de maneira que possa servir para envolver outras pessoas em relação ao que está sendo proposto. É a construção de uma apresentação visual. Podemos dizer que é a primeira etapa de materialidade da ideia, que sai de uma forma desordenada para uma forma ordenada e transcrita numa apresentação, que é a conexão da ideia com o mundo exterior. Há várias formas de construir uma apresentação para seduzir as pessoas em torno da proposta.

A escolha da linguagem que deve ser usada depende da área na qual se situa a criação. Voltando ao nosso exemplo inicial.



Se a ideia a ser vendida trata-se de um projeto de arquitetura, a apresentação deve compreender slides que contemplem o conceito do projeto e maquetes 3D, geradas em softwares específicos usados pelos arquitetos, para que o cliente não fique só na suposição do que está sendo proposto, mas também possa visualizar os espaços e se imaginar desfrutando da sua ideia, isto é, sinta vontade e desejo de vivenciar aquele espaço.

A apresentação da ideia é a interface entre aquilo que sai da cabeça do criativo e o mundo externo. É o primeiro produto gerado para viabilizar a venda da sua ideia. É importante, também, levar em consideração, no momento de elaborar a apresentação, quem serão os possíveis interessados naquela ideia que podem investir e comprar o que está sendo oferecido.

Se a apresentação se destina a responder a um edital, por exemplo, ela deve considerar o que é solicitado, qual tipo de mídia é aceita para apresentar a ideia e, também, quais os critérios de avaliação. Se atentar a esses critérios pode ser importante para que você tenha um insight sobre algum aspecto que possa fazer a diferença na sua apresentação.

Se o foco é captar recursos para viabilizar a ideia por meio de um crowdfunding, a apresentação pode ser mais livre.

Mas, lembre-se de que a apresentação tem como roteiro a história a ser contada, isto é, o storytelling.

Dicas

Algumas ferramentas ajudam a criar sua narrativa, isto é, seu visual storytelling.

[Canva](#) – ferramenta de design que permite criar apresentações e possui uma grande oferta de templates pré-definidos.

[PicMonkey](#) – ferramenta para edição de imagens.

[Storify](#) – ferramenta que ajuda a contar uma história.

[Thinglink](#) – ferramenta para criar apresentações interativas.

Agora é só dar asas à sua imaginação para fazer com que mais uma ideia criativa gere bons frutos de negócio!

