



RETORNO ÀS ATIVIDADES



TEMA
**MARKETING
PESSOAL**

50+50



ORÇAMENTO

Muito se diz sobre a importância de ter uma boa marca e de comunicação profissional para conquistar a confiança e o respeito dos clientes. As empresas de sucesso costumam investir bastante em comunicação da sua marca e de seus produtos. Mas e quando não temos recurso suficientes para investir nesse tipo de comunicação?

Há uma grande oportunidade para donos de micro ou pequenas empresas que as grandes corporações dificilmente vão ter: tornar a sua própria imagem a “marca” da empresa. Mas para fazer isso acontecer de verdade, não basta contar com a sorte. É preciso muito conhecimento e dedicação.

Confira algumas dicas que o Sebrae preparou para adotar o marketing pessoal de maneira eficiente.

1 AVALIE O QUANTO VOCÊ É RELEVANTE PARA A PERCEPÇÃO DOS SEUS CLIENTES

Tente identificar se você ou alguém que esteja atuando no seu negócio se conectam diretamente com a “história” da empresa. É muito comum, especialmente no comércio local, identificar uma empresa pelo nome do dono, por exemplo: Peixaria do Arnaldo, Salão de Beleza da Rosa, Padaria do Manuel. Embora haja quem pense que isso não é uma boa ideia, associar a marca da empresa à figura do empreendedor pode ser muito bom, desde que a sua imagem seja positiva e de confiança.



2 PERCEBA COMO ESTÁ A SUA POSTURA E APRESENTAÇÃO PROFISSIONAL

Uma forma interessante de fazer um bom marketing pessoal é adotar postura marcante e positiva. Reflita: Como é sua postura profissional? Como é seu comportamento? Como você interage com as pessoas?

A partir dessa reflexão, você pode fazer melhorias, como adoção de novos hábitos ou formas de se comunicar com clientes. Considere que os clientes podem enxergar você como uma “embalagem”, isto é, a percepção em relação à sua parte mais visível: aparência, linguajar, comunicação corporal, entre outros.



3 FIQUE ATENTO À SUA APARÊNCIA VIRTUAL

Mesmo que sua atuação online não seja tão relevante, é na internet que muitos dos consumidores pesquisarão sobre você e sua empresa. Você sabe o que eles encontrarão lá? Capriche nas fotos, na regularidade e, principalmente, na interação com os internautas. Ter bons produtos, serviços, preços e um atendimento de qualidade podem ir por água abaixo se sua “aparência digital” não for coerente. Desatualizações, comentários sem resposta, conteúdo de baixa qualidade e outras ciladas podem prejudicar a percepção de qualidade dos consumidores.



4 POSSUA UM CONJUNTO DE MATERIAIS DE APOIO

O mundo está cada vez mais competitivo e digital. Por isso, a hora de se apresentar de forma profissional e diferenciada é agora mesmo. Tenha marca própria registrada e a utilize em todos os seus materiais de comunicação (embalagens, site, sacolas, uniformes, mobiliário, entre outros). Ofereça cartões de visita. Esteja presente e atuante nas redes sociais, de preferência, oferecendo conteúdo ou promovendo discussões de qualidade. E o principal: identifique como o cliente espera ser atendido e ter seu problema resolvido.



5 NÃO CAIA EM CILADAS

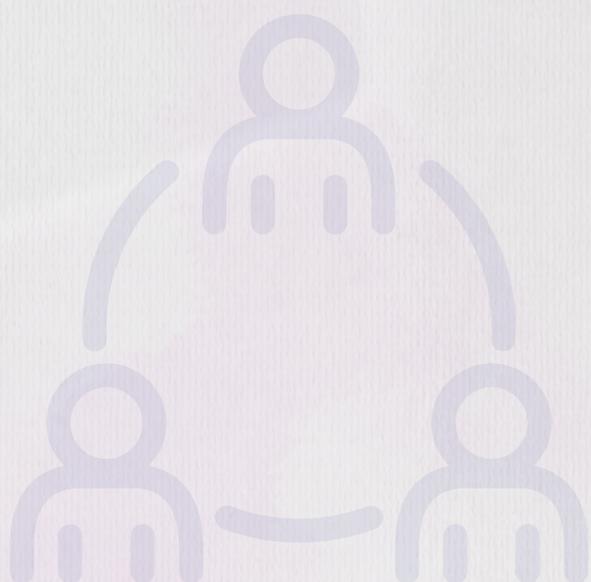
Todo mundo sabe que o seu dia a dia é cheio de imprevistos e problemas para serem resolvidos. Ainda assim, o consumidor não tolera falhas grosseiras. Portanto, evite o uso de expressões chulas, vícios de linguagem, gírias que os clientes não entendem e falar demasiadamente sem dar a chance de o cliente se comunicar antes.



6 INVISTA NOS RELACIONAMENTOS

Hoje em dia há comunidades em redes sociais que aproximam consumidores para discutirem sobre marcas, produtos e serviços. Muitos deles acessam essas comunidades para reclamar, elogiar e/ou indicar empresas fornecedoras.

Por isso, é importante estar onde o cliente está! E ainda mais importante é oferecer conteúdos através dos canais de relacionamento, como as redes sociais. Demonstrar pequenos serviços ligados ao seu negócio ou recomendações práticas podem denotar que o empreendedor realmente sabe o que faz e, conseqüentemente, demonstram segurança ao cliente para fechar a aquisição.





SEBRAE

**RETORNO ÀS
ATIVIDADES**