

Transcrição

Foi-se o tempo em que networking era sinônimo de troca cartões de visita em eventos.

Às vezes, entregamos o nosso cartão de visita, perguntamos o cargo das pessoas, adicionamos algumas delas no LinkedIn e só.

Networking é muito mais que isso. Alguns *networkers* profissionais dizem que o mais importante é fazer conexões de valor, ou seja, cultivar relacionamentos.

- **Ouça ativamente.** Você já foi em um evento e notou que a maioria das pessoas não parava de falar? Às vezes, as pessoas vão para os eventos desejando falar sobre si. É preciso saber se posicionar, mas deixar que as outras pessoas falem também é importante. Se eu chego num evento e começo a gaguejar, "enrolar" para falar o que faço ou o em qual empresa trabalho, a chance das pessoas ficarem desinteressadas no que tenho para dizer são grandes. Não queremos isso... Então, como formular um discurso enxuto e ao mesmo tempo certeiro?

Elevator Pitch

Que tal criar uma abordagem de vendas de alto retorno, que nos permita divulgar em apenas trinta ou sessenta segundos o nosso negócio?

A expressão **elevator pitch** sugere abordagem de vendas no elevador, pois considera que as pequenas conversas que temos em encontros no elevador podem ser aproveitadas para divulgar o nosso negócio, em vez de simplesmente falarmos sobre o clima de hoje. O ideal é termos um discurso na ponta da língua para utilizar - não somente durante as esperas dentro e fora do elevador - em qualquer evento social ou profissional, pois sempre teremos que responder no que trabalhamos. Esta pode ser a nossa primeira (e talvez última) oportunidade de divulgar nossos produtos ou serviços para aquela pessoa.

- Quem é o seu público-alvo?

Pense nas dificuldades dos seus clientes e o que pode motivá-los a estabelecer uma conversa com você. Se a sua empresa vende caminhões para empresas de transporte, seu cliente-alvo não serão os caminhoneiros, mas as empresas em que eles trabalham. No meu negócio, meu público-alvo são profissionais e empresas que desejam estabelecer presença no ambiente digital.

- Quais são as suas qualidades? O que você entrega?

Para ajudar a responder esta questão, utilize as seguintes perguntas: O que você tem a oferecer ao mercado (os serviços ou produtos que são oferecidos)? Quais são os seus pontos-chaves?

- Quais os benefícios do seu serviço/produto?

Que problemas serão resolvidos pelos seus serviços? Que soluções têm funcionado? O que falhou? Se os caminhões produzidos pela sua empresa reduzem o gasto com manutenção por conterem peças feitas com um novo material que diminui o desgaste, este seria um dos primeiros problemas que você e sua empresa resolveriam: diminuir a manutenção das peças. Cite os cliente que tiveram seus problemas solucionados com seus serviços ou pesquisas que embasem isso. Usando o exemplo das empresas de caminhão, apresente também possíveis falhas, como o fato de que a

conservação também dependerá do local onde automóveis ficam estacionados, pois lugares sem coberturas aumentam o desgaste das peças em até 25%. Isto diminuirá a redução de gastos que o seu produto propõe.

Um dos meus principais benefícios é tornar as redes sociais das pessoas ativas, atualizadas de acordo com os seus interesses, mas para isso é necessário que elas saibam quais são as palavras-chaves que definem os seus interesses e o que elas esperam alcançar com sua presença digital. Fortalecer sua autoridade, credibilidade e fortalecer uma comunidade, por exemplo.

- O que você espera com esse discurso?

Você deseja que seu cliente em potencial visite o seu site, agende uma reunião, ligue ou envie um e-mail? Enfim: Que ação você espera do seu cliente em potencial no fim desta conversa? Isto é necessário porque ao final da sua pequena apresentação, você deverá sugerir algo para que o seu cliente continue a conhecer melhor seus serviços ou os produtos da sua empresa. Pode ser um cartão de visitas ou qualquer outra sugestão, mas tem que haver esse “link”. Sempre que acabo de me apresentar, digo que vou adicioná-lo no LinkedIn assim que possível e assim, poderemos nos falar também por Skype.

Junte tudo e forme um belo (e curto) discurso

O Marcelo criou o elevator pitch dele:

Olá, meu nome é Marcelo Ferreira e trabalho como UXer para projetos que almejam criar uma experiência de compra inovadora para seus usuários.

Através de uma análise de presença online, é possível preparar um plano de ação para indicar as melhores estratégias para criar uma presença digital consolidada.

E você, já construiu o seu elevator pitch?