

O segredo do sucesso

Claudio Diogo – Bacharel em Administração, pós-graduado em Marketing e Propaganda, especialista em consumo

A preocupação essencial de minhas palestras é instigar os empreendedores das mais diversas áreas a pensar o que realmente forma um profissional de sucesso. Apresentarei, aqui, as conclusões de uma pesquisa realizada durante três anos, em todo o Brasil, com 200 profissionais comerciais de sucesso de diferentes ramos e atividades. Apesar das diferenças, dada a singularidade de cada setor, observamos que essas pessoas e empresas têm características que as tornam muito parecidas, ou seja, a fórmula do sucesso desses profissionais é muito semelhante. E tais elementos acabam “desequilibrando” em seu favor.

Considero que o segredo do sucesso consista na mais eficiente prática do que chamo de “4 Vs” do empreendedorismo: visionar, vender, valorar e vislumbrar. Essas quatro atitudes combinadas e constantemente reelaboradas podem proporcionar resultados excepcionais no mundo dos negócios e transformar uma empresa num exemplo de sucesso duradouro. A aplicação do conceito de *visionar* significa observar o mercado sob um prisma estratégico e amplo. No que diz respeito ao mercado brasileiro, trata-se de conhecer as diferentes maneiras de antever as potencialidades de um determinado segmento e colocar em ação as estratégias necessárias para a melhor inserção do produto ou serviço oferecido.

A prática do *vender* está diretamente ligada ao esforço de conhecer uma nova postura profissional e conceitual. Nesse particular, o conceito mais importante a ser trabalhado é o de que vender significa ajudar o cliente a tomar a melhor decisão para ele. Utilizando uma frase espirituosa muito empregada no mundo de marketing e vendas, eu diria que o bom vendedor é aquele que vende geladeira para esquimó. O sentido desse conceito reside na atitude de integrar criatividade com ação, isto é, identificar uma necessidade do mercado através das informações fornecidas pelos hábitos dos consumidores e suprir essa exigência com estratégias e técnicas eficazes.

O profissional de vendas é o único capaz de transformar preço em valor. Em pesquisa que realizamos com 300 clientes instalados em shopping centers de três capitais brasileiras em dezembro de 2005, 86% dos entrevistados disseram que um bom vendedor pode influenciar em sua decisão de compra. Mais de 70% dessas pessoas não comparam preços e nem buscam os produtos mais baratos quando entram numa loja. Observamos, também, que 66% não procuram preço quando o produto é para elas mesmas, e 72% consideram que a qualidade representa o item prioritário quando se trata de comprar um presente para seus familiares. Os gestores em educação precisam compreender essa relação entre o valor do serviço oferecido e o preço estabelecido por isso, sobretudo no âmbito de um mercado supercompetitivo.

A atitude de *vislumbrar* está associada diretamente à postura de liderança. Gerenciar é insuficiente, o que importa é liderar. Torna-se fundamental o entendimento acerca do que motiva o empreendedor e o vendedor. Realizei uma sondagem de dois anos em 40 empresas, envolvendo 300 profissionais, e constatei que 25% das equipes se sentiam motivadas quando recebiam desafios e responsabilidades. O apoio do líder foi citado por 20% e o apoio da família, por 14% dos entrevistados. Outros fatores citados como

capazes de suscitar motivação das equipes de vendas foram: a busca por objetivos pessoais (12%), receber treinamento (11%), acreditar nos produtos que vendiam (9%) e receber aumento salarial (9%). Cabe ao empreendedor educacional identificar quais as diferentes formas de liderar o mercado, motivando, conseqüentemente, as equipes sob seu comando a produzir estratégias mais eficazes no segmento em que atua.

O segredo do sucesso reside, sobretudo, na implementação mais eficiente de estratégias que potencializem a inserção da empresa no mercado, através da venda de produtos ou serviços. Para isso, faz-se necessário a motivação do empresário e de sua equipe, buscando integrar criatividade com ação. As estratégias comerciais de sucesso e a trajetória dos empresários bem-sucedidos nos diversos segmentos precisam ser compreendidas e adaptadas a cada campo específico de atividade de cada empreendedor. Aquelas experiências serão úteis no sentido de observar como produzir e vender mais e melhor, especialmente num cenário de rígida competição. Mesmo que sua escola, seu negócio não seja grande, é importante tomar conhecimento das chamadas “estratégicas” aplicadas por companhias de ponta na economia brasileira. Assim, pode-se conhecer um pouco do segredo do sucesso dos executivos campeões.