



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

Se você pensa que basta ter um excelente escritório, ter feito dezenas de cursos, possuir um excelente site e uma boa estrutura de marketing, tudo isso para conquistar cada vez mais clientes para seu negócio, é melhor repensar seu planejamento. Você pode estar esquecendo um componente fundamental nesta equação: SEU SUCESSO DEPENDE DO CLIENTE LHE ACEITAR.

Você pode estar achando isso difícil de aceitar esse argumento. Afinal, você tem orgulho das suas credenciais, dos seus diplomas, dos cursos que fez, da sua experiência, E VOCÊ DEVE TER MESMO. Porém, sob a perspectiva dos negócios, essas coisas são BEM INSIGNIFICANTES. Calma, não é bem isso que você está pensando. Me deixe continuar com meus argumentos. E o que você pode fazer para conquistar esse cliente?

Se você for como a maioria dos profissionais, isso é difícil de aceitar e engolir. Mas fica mais fácil quando você "abre as cortinas" e enxerga o processo psicológico pelo qual cada cliente (lembre-se que VOCÊ também é um cliente) passa quando ele entra em contato com a mensagem de SUA MARCA, seu negócio. Lembre-se que esse processo é válido tanto quando estamos falando da procura por um ASSESSOR DE EVENTOS, da contratação de alguém para limpar a sua casa ou da compra um sistema de fogão novo. Entenda que TODOS que procuram seus serviços passam por quatro passos:

RECONHECIMENTO – É aqui que os seus clientes em potencial entram em contato com a sua marca e a sua mensagem. Até este momento, eles não fazem ideia de que você existe. Não sabem quem você é, nem o que você representa. Por isso, o primeiro papel de qualquer marca e de qualquer campanha é o de atrair a atenção dos seus clientes em potencial e dizer QUEM VOCÊ É E O QUE VOCÊ FAZ. As pessoas precisam saber que você está no mercado e que está em busca de fazer negócios ativamente.

AFINIDADE – Se você criou a sua marca corretamente, após serem expostos à sua mensagem e imagem pública repetidamente (mídias sociais, folders, publicidade), os clientes começarão a ter um sentimento positivo em relação a você, mesmo que não saibam muito sobre o que você faz. É aqui que a sua marca cria a sensação de que "ESTA PESSOA É PARECIDA COMIGO". Criar essa afinidade leva tempo, o que explica a necessidade de que você seja persistente no seu marketing, mesmo sem enxergar nenhum resultado a curto prazo. Você não sabe onde ou quando a afinidade está aumentando dentro do seu mercado, pois ela é silenciosa.

ENTENDIMENTO – Em algum momento, a afinidade fará com que as pessoas procurem saber mais sobre você. Quando isso acontece, há duas possibilidades: ou os clientes em potencial já desenvolveram um sentimento suficientemente positivo em relação a você para anular a resistência natural que possuem, ou alguma necessidade urgente forçou-os a tomar uma decisão. Nesse momento, eles começam a pesquisar sobre você – visitando o seu site, olhando suas postagens nas mídias sociais (já escrevi sobre ter o cuidado com que escreve, pois isso impacta para o bem ou para o mal em sua IMAGEM E MARCA PESSOAL), ligando para receber folders ou outros materiais publicitários, ou marcando uma reunião. É nesse estágio que as informações sobre a sua formação e experiência podem ser muito úteis. Agora você está atraindo os clientes através do seu intelecto assim como das emoções, dando aos interessados as informações necessárias para saberem que você é o MELHOR PRESTADOR DE SERVIÇOS PARA AS SUAS

NECESSIDADES.

TOMADA DE DECISÃO – Se tudo der certo, o seu cliente em potencial terá informações relevantes e sentimentos positivos suficientes em relação a você para dar um passo à frente, escolhendo-o como ASSESSOR DE EVENTOS, RECEPCIONISTA ou MESTRE DE CERIMÔNIAS. Ele terá formado uma opinião e atribuído um conjunto de qualidades permanentes a você. Essa é a parte boa, onde você ganha o cliente.

Mas, antes de mais nada, por que passar por todo esse processo de desenvolvimento de sua marca? Você não poderia sair por aí, vendendo sua imagem diretamente e trazendo os clientes até seu escritório? Claro, contanto que tenha todo o TEMPO do mundo, o que você não tem. Existe um bom motivo para a criação de marcas ter se tornado o padrão ouro para o desenvolvimento de negócios pessoais e práticas profissionais: ELA SUPERA A PROMOÇÃO DE VENDAS E O MARKETING DE FORMA UNIVERSAL.

Você merece aproveitar o seu trabalho e o estilo de vida que ele proporciona, ao invés de gastar todo o seu TEMPO CAÇANDO NOVOS CLIENTES. Você deveria estar atraindo clientes que compartilham do seu entusiasmo pelo seu trabalho – pessoas que apreciam não somente o fato de você ser um dos MELHORES PROFISSIONAIS DA ÁREA, mas também o fato de VOCÊ AMAR O QUE FAZ.

QUANDO VOCÊ SENTE TANTO PRAZER SEGUINDO UMA CARREIRA, REALMENTE PODE-SE DIZER QUE ALCANÇOU O SUCESSO. ESSA É SUA MARCA.