# AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br (91)9982-8013

www.augustolima.com.br


VISUALIZEM A CENA: um cliente chega em sua empresa de eventos e manifesta o desejo de contratar uma assessoria para um casamento, baile de 15 anos, um evento empresarial ou técnico-científico. Nesse instante, VOCÊ, ávido para fechar o negócio, começa a descrever toda logística e infra-estrutura que colocará à disposição do cliente: pista retro-iluminada, decoração com lustres antigos, som de última geração, bolo de cinco andares, seguranças, serviço de valet e por aí vai. Um cardápio verdadeiramente de primeira qualidade e digno dos anseios e desejos do cliente.

Agora PERGUNTO: será que isso é suficiente para CONQUISTAR O CLIENTE? Será que o VOCÊ está usando os ARGUMENTOS CERTOS para fechar o negócio?

Normalmente o empreendedor - VOCÊ - tende a descrever os produtos, serviços e ideias do que fará no evento enfatizando o que chamo de “CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS“, ou seja, aquilo que o produto, serviço ou ideia são. O FOCO é na explicação de COMO FUNCIONAM, do que SÃO FEITOS, como seriam REALIZADOS, quais as garantias, métodos etc. Só que CLIENTES não compram “COISAS“ pelo que essas são e sim PELO QUE PODEM FAZER POR ELES. Clientes compram BENEFÍCIOS, aquilo que os PRODUTOS ou SERVIÇOS que você presta, fazem por eles.

O fato de seu carro ter sistema de freio antiblocante (ABS) por si só não empolga ninguém. É preciso deixar claro que esse equipamento aumenta a segurança, evita acidentes. O cliente vai comprar “segurança”, e não os “freios ABS”. Ele compra um meio de transporte que lhe dá conforto, segurança e praticidade e não um carro. De outro modo, ninguém compra uma tv de 60 polegadas: compramos um objeto para vermos as imagens do mundo do entretenimento.

Então, senhores EMPREENDEDORES EM EVENTOS, em vez de discorrer o que vai disponibilizar de logística e infra-estrutura para o evento do cliente, que tal sensibilizar o mesmo com as VANTAGENS e a EMOÇÃO proporcionada por tudo o que será usado: o RECHEIO DELICIOSO do bolo, a ILUMINAÇÃO que vai proporcionar um ambiente mágico, a DECORAÇÃO e AMBIENTAÇÃO conferindo aconchego ao ambiente e o delicioso BUFFET, com iguarias dignas dos deuses. Isso é apelar para o LADO EMOCIONAL do cliente.

Ele será FISGADO PELO CORAÇÃO e não pelo orçamento que você apresentar e poderá até a pagar mais caro, somente para viver a EMOÇÃO que você está se comprometendo a lhe proporcionar. ENTENDERAM O RACIOCÍNIO?

A maioria dos assessores em eventos acha que os clientes entenderão os benefícios ao descreverem as características dos produtos e serviços a serem prestados. Na prática, isso não ocorre com tanta frequência. Para formar um ambiente emocional positivo, é necessário EMPOLGAR, SEDUZIR, MOTIVAR. Você não motiva com características. Características apelam para o LADO RACIONAL das pessoas. Se você quer seduzir, DESCREVA BENEFÍCIOS. Apele para o LADO EMOCIONAL.

"E daí?" Agora, quando você tiver dificuldade em reconhecer o que é uma CARACTERÍSTICA e o que poderia ser considerado BENEFÍCIO numa determinada negociação, sugiro perguntar-se: "E DAÍ?" ou "O QUE EU GANHO COM ISSO?". Se houver uma resposta, ELA SERÁ O BENEFÍCIO! Fácil assim!

É comum você pensar nos BENEFÍCIOS quando descreve uma característica. Isso acontece porque os benefícios daquela "COISA" ou "OBJETO"estão claros na SUA MENTE quando você apresenta a ideia, mas não na mente do seu cliente. Entenda que nem sempre esses benefícios são PERCEBIDOS PELO SEU CLIENTE, pelo menos não da mesma forma. Pelo sim, pelo não, deixe clara as VANTAGENS e os BENEFÍCIOS quando apresentar sua proposta.

Entenda que os clientes não compram apenas um PRODUTO, mas um CONJUNTO DE BENEFÍCIOS relacionados com sua UTILIDADE, VALOR E SERVIÇO – e é trabalho do ASSESSOR DE EVENTOS se certificar de que ele nunca fique desapontado. Você tem que acreditar naquilo que está oferecendo, pois não há possibilidade de VOCÊ vender um produto, se VOCÊ próprio não acredita nele.

EM EVENTOS, DÊ ATENÇÃO AO LADO EMOCIONAL SEM ESQUECER O RACIONAL! BONS NEGÓCIOS!

Augusto Cesar tem MBA em Cerimonial, Protocolo e Etiqueta em Eventos Institucionais (www.augustolima.com.br), professor da UEPA para o curso de Secretariado Executivo Trilíngue, Chefe do Cerimonial da UFRA e Mestre de Cerimônias. CV: http://lattes.cnpq.br/4932785716921679.