

Uma outra forma de angariar clientes

Penso que a maioria de nós está de acordo que uma das melhores fontes de contactos de potenciais clientes, para qualquer empresa, são as referências pessoais. Aqueles contactos dados por amigos, familiares, conhecidos, clientes ou fornecedores. É uma "ferramenta de marketing" que sempre funcionou e sempre irá funcionar.

Mas também é verdade que a maioria das empresas não podem crescer sustentadamente apenas com base na sua rede de contactos, daí que seja importante investir noutras formas de comunicação, desde a distribuição de panfletos, telemarketing, imprensa, rádio, televisão, e claro, internet.

Durante este mês de Agosto tive oportunidade de participar num grupo de negócios que eleva a passagem de referências dos nossos contactos a um patamar diferente, a um nível bastante profissional. Fui convidado por um colega da WSI que tem um escritório em Lisboa para o substituir durante as suas férias, e gostei bastante da experiência.

O grupo de que falo é o BNI Lider, um dos grupos do BNI Internacional. E quando falo da profissionalização da passagem de referências de negócio, eis porque o faço. Durante 4 sessões assisti a uma forma muito organizada de potenciar os contactos e oportunidades de negócio que as pessoas que fazem parte do grupo têm. Semanalmente as pessoas reúnem-se numa sala, durante a hora do almoço, e começam por apresentar o BNI: o que é, quais os seus objectivos, como funciona. Seguidamente cada membro do grupo tem 60 segundos para apresentar a sua empresa, um dos seus produtos ou serviços, ou para pedir referências específicas numa determinada empresa. Após esta fase, cada membro do grupo formaliza a passagem de referências, agradece negócios feitos através de referências passadas e dá testemunhos sobre experiências interessantes para o grupo.

Como podem ver, tudo isto muito formal e profissional. Mas o mais interessante deste dinâmica de grupo passa-se fora da sala de reunião, é o que acontece no dia a dia de cada um dos seus membros. A única coisa que é pedida é que cada elemento esteja atento a possíveis oportunidades, ou seja, se alguém se depara com uma empresa que necessita de um produto ou serviço de outro elemento do grupo, tem apenas que sugerir o seu contacto. E voltando ao primeiro parágrafo deste texto, um contacto de alguém que conhecemos tem mais valor que outro vindo de um meio impessoal.

Tudo isto sem um interesse económico explícito, ou seja, não existem comissões por contactos passados. A filosofia do grupo é que quem fornece referências, naturalmente recebe referências. Uma filosofia de cooperação entre membros, onde todos estão para fazer negócios, mas todos sabem que se ajudarem outros a fazerem negócios, mais tarde irão também ser ajudados.

Faz-me lembrar um pouco o espírito aconselhável para se estar nas redes sociais. As empresas quando investem nestes meios querem em última instância que esse investimento seja rentável. Mas não devem utilizar as redes sociais apenas para vender, publicitar os seus produtos ou serviços, para isso têm todos os outros meios disponíveis. Se querem estar num meio de conversa e partilha, têm que começar por conversar e partilhar. Tem que começar por dar, dar, dar. E se fizerem tudo bem, mais tarde irão receber. Não acham que um cliente, ou potencial cliente, que recebeu e conversou, desinteressadamente, com uma empresa durante algum tempo, quando necessitar do que a empresa tem para vender se irá lembrar dela? É essa a filosofia, dar para receber. E todos ganham!

Foi uma experiência agradável, a qual agradeço ao meu colega da WSI de Lisboa e a todos os membros BNI Lider, que me receberam muito bem no seu grupo. Continuem o excelente trabalho, dentro do espírito de partilha e cooperação que observei.

Sobre o Autor

Carlos Venancio WSI Internet Marketing Consultant WSI de Sintra

Source: <http://www.artigopt.com>