

## O Que É Uma Estratégia Competitiva?

Como Fazer Para Sua Empresa Ser Diferente? Por Que um Vestido do Versace Vale R\$ 50 mil e o da Sua Confeccç&atilde;o Vale Apenas R\$ 80? Uma estratégia é um plano que deve ser posto em prática pelas empresas e de acordo com um dos maiores especialistas no assunto – Michael Porter – uma estratégia competitiva é ser diferente, pois ao estabelecer um diferencial competitivo e preservar-lo as organizações conseguiram superar seus concorrentes. Mas, ser diferente não é assim para empresas e produtos, pois é necessário ser diferente para melhorar a atratividade para as empresas, para os produtos e seus serviços. Na verdade, os clientes necessitam reconhecer um determinado valor para eles, tanto na sua diferença ou no estilo. Diante disso cabe a seguinte pergunta: \_ Por que um vestido do Versace vale R\$ 50 mil e o da sua confecçç&atilde;o vale R\$ 80? Por que uma tela com umas manchas de tinta do pinto Manabu Mabe vale quase R\$ 100 mil e o seu pano de prato bordado com tanto carinho vale apenas R\$ 3? Por que os seus produtos estão brigando somente por preço? Por que o seu salário é tão baixo? \_ Porque você é igual à maioria! Ou seja, não tem um diferencial que faça com que você seja único no mercado. Não tem uma assinatura, uma grife, um estilo ou mesmo um jeito diferente de ser – para melhor, é claro. Tudo o que é abundante e desvalorizado e em contraste a isso tudo aquilo que é escasso, certamente vale mais. Se existe uma tendência abundante para a padronização de determinados produtos (ou serviços) e você sabe que o padrão desagrada medianamente a maioria, então procure personalizar seus serviços e seu trabalho. Se todas as empresas caminham para o mercado global dedique-se a atender seus clientes do bairro, pois se a sua empresa for “única”; talvez os clientes do outro lado do mundo queiram comprar de você. Se tudo agora é virtual.....também seja, mas saiba que os seus clientes estão cada vez mais carentes de contatos pessoais cara a cara com você. Se no mundo moderno a maioria das empresas está plugada e conectada, então qual é a escassez? Isolamento, desligamento, volta à natureza; ou seja, volta à realidade. Se na realidade atual existem mil coisas a serem feitas no dia-a-dia, é a dedicação que deve estar em alta. Ou seja, as pessoas passam a se dedicar mais a grupos de estudo, animais de estimação, projetos comunitários, filhos, etc. Na abundância material as pessoas se voltam para o humano, para o espiritual, para a criatividade, para os líderes ou heróis. Sendo assim, você deve vender mais o “estado de espírito”; da sua empresa ou do seu trabalho. Ou seja, atenda seus clientes com mais paixão, mais atenção aos detalhes e trate seus funcionários como trata seus amigos. \_ \_ \_

## Sobre o Autor

Professor, consultor e palestrante. Articulista do Jornal do Comercio (RJ) e co-autor do livro: "Trabalho e Vida Pessoal - 50 Contos Seleccionados" (Ed. Qualitymark, Rio de Janeiro, 2001). Por mais de 20 anos treinou equipes de Atendentes, Supervisores e Gerentes de Vendas, Marketing e Administração em várias empresas multinacionais de bens de consumo e de serviços. Elaborou o curso de “Gestão Empresarial” e atualmente ministra palestras e treinamentos “in Company” nas áreas de Marketing, Administração, Técnicas de Atendimento ao Cliente, Secretariado e Recursos Humanos. Graduado em Administração de Empresas, especialista em Marketing e Gestão Empresarial, com MBA em Marketing no Mercado Globalizado e complementação pedagógica. Contatos: [jcss\\_sc@click21.com.br](mailto:jcss_sc@click21.com.br) (21) 2233-1762 / (21) 9423-9433 [www.profigestao.blogspot.com](http://www.profigestao.blogspot.com) <http://br.linkedin.com/pub/julio-cesar-s-santos/25/544/1b8> \_ \_ \_