

Eis aqui algumas dicas muito importantes para você que quer crescer com sua atividade. Leia, releia e pratique atentamente.

1) CRESCER? PARA ONDE?

- a. Seja o que você faz, faça o bem feito. Se fizer **bem feito**, seja um serviço, loja ou se fabrica algo, é importante que os outros saibam disso, não é mesmo??
- b. Para se tornar conhecido, você pode “dar tempo ao tempo” ou então se mover nesta direção e fazer com que seu negócio seja conhecido. **Propaganda e publicidade** parecem estar no seu caminho!
- c. Se você quer se tornar conhecido, vamos ver aqui algumas dicas para usar coisas simples como o telefone, correspondências e flyers.
- d. Algumas são realmente **gratuitas** e outras de muito **baixo custo**. Vale a pena dar uma olhada, não?
- e. A primeira coisa é pensar “para onde” crescer! No seu bairro, cidade, estado, país? Qual a **abrangência** que quer dar ao seu “negócio”.

2) COM QUE TRABALHA? PARA QUEM?

- a. É muito importante que você **saiba tudo sobre o seu negócio**. Dominar as técnicas do seu trabalho é fator primordial para se obter sucesso.
- b. **Veja e observe** como os seus clientes estão chegando até você. Pessoalmente eles contatam você? Indicados por amigos? Fazem ligações telefônicas?
- c. Em qual **região** se concentram seus clientes? Qual a região ideal?
- d. Examine **o que seus clientes fazem**. Quem são? **Como** utilizam seus serviços ou consomem seus produtos? E os do concorrente?
- e. Pense quem são os **concorrentes** e quem são eles. Como se movem os concorrentes? Quais as iniciativas deles?
- f. Se puder faça um **pesquisa** de mercado, isto será sempre útil para saber do seu nicho de mercado.
- g. Obtenha um **feedback** dos seus clientes! Como? Se for um produto, coloque sempre um questionário a ser devolvido. Coloque algumas perguntas no **certificado** de garantia. Se for da área de serviços, inclua um **questionário** ao final e repita-o alguns meses depois. **Consulte** alguns de seus clientes por telefone. Faça **testes** com consumidores, perguntando qual a embalagem mais os atrai? O que gostariam que o produto tivesse.
- h. **Coloque-se no lugar deles** e veja porque eles apreciam o teu produto. Saiba **quem** são teus melhores clientes.
- i. Não pense apenas nas **características** do produto! Pense em seus benefícios, ou seja. Não pode se limitar a dizer que é feito em “aço”, mas sim que é resistente! Pense, naquilo que ele proporciona e não apenas como é feito e construído. **BENEFÍCIOS!**
- j. Mantenha tudo isto **anotado e organizado**, de modo que possa achar com facilidade.

- k. **Liste** os eventos, encontros que já participou.
- l. **Mantenha um arquivo** das peças publicitárias já utilizadas, bem como qual a mídia utilizada, datas, impressões, resultados efetivos e possível causa de insucessos. Tenha uma história registrada!

3) QUAIS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO POSSO UTILIZAR?

- a. Você pode fazer muita coisa **gratuitamente** no que se refere a publicidade, mas para isso tem de **pesquisar algumas coisas** que veremos a seguir.
- b. Obtenha uma **lista dos veículos de comunicação** de sua cidade ou região onde quer fazer a divulgação. Onde? Internet, anuários, catálogos telefônicos, listas de sindicatos. O anuário brasileiro de mídia é uma publicação muito útil.
- c. **Colecione** o nome do veículo de publicidade, fones, e-mail, fax e sendo mídia impressa, obtenha dados de tiragem, região, tipo de público e periodicidade.
- d. Junto a cada item, obtenha o nome dos **responsáveis** pelos setores. Mais adiante, vamos recomendar que antes de enviar qualquer material, **certifique-se** de que é ainda a mesma pessoa responsável por esta mídia.

4) PREPARE A SUA NOTÍCIA

- a. Um jornal publica o que acha que pode ser interessante para seu público. **Coloque-se no lugar** do público e veja que o que estará apresentando vai mesmo despertar o **interesse**?
- b. **Informações** sobre lançamento de produtos, participação em feiras, estandes, produto novo, conceitos novos, celebridades... Tudo isto pode ser interessante.
- c. Evite os “**chavões**” sobre história da empresa, biografia do dono, etc. Isto se mal colocado, pode ser muito entediante.
- d. **Aponte** fatos, situações em que os clientes possam se encontrar e fale então das novas soluções, idéias e produtos.
- e. **Não faça** o release de qualquer modo e envie por fax ou por e-mail. Não! Não faça isto apenas; **inclua** amostras do seu produto. Proporcione uma palestra a respeito do produto ou serviço. Disponha um telefone de contato. Inclua fotos dos eventos que já participou e um relatório bem feito a respeito dos resultados que proporcionou aos clientes.
- f. Use panfletos, folders, flyers, pequenos anúncios nos jornais de bairro. Cabelereiros, escolas, igrejas, repartições públicas são locais onde poderá **distribuí-los**, dependendo do tipo de público que pretende atingir.

5) COMO FAZER ESTE TAL “RELEASE”?

- a. O "PRESS RELEASE" nada mais é do que um item de notícias.
NOTÍCIA!
- b. Eu disse NOTÍCIA, pois **notícia é informação!**
- c. **Não** se preocupe em **vendê-lo!** Preocupe-se com o que vimos logo no começo deste documento: **BENEFÍCIOS!**
- d. Envie para as pessoas certas e quanto mais melhor! Envie **correspondências pessoais:** isto significa, que você deve saber o nome do responsável e enviar diretamente em seu nome. Não confie em listas velhas! Certifique-se ligando para estes locais e confirmando os nomes das pessoas.
- e. Se for jornal, mande para a **seção específica** onde seu produto se enquadraria. Se for rádio, para um programa específico.
- f. Novamente: **Confirme** qual o nome da pessoa para quem vai enviar o material e nesta oportunidade, mencione a esta própria pessoa, ou a quem lhe atender que estará em breve enviando um material de interesse a respeito de xxx (seu negócio).
- g. Envie o material e então, passados alguns dias, **ligue confirmando** se receberam.
- h. Aguarde os resultados. Mesmo que não tenha sido publicado desta vez, continue! Envie outros e mais outros e chame a atenção para seus produtos ou serviços. Daqui a pouco um publica, o outro, o outro e **SUCESSO !**

CONFIANÇA EM SI MESMO !

Cleverson Tabajara:

Imprima este documento e leia atentamente e, no futuro, me envie um e-mail, indicando se este texto foi de alguma ajuda? Desejamos o seu SUCESSO!

artigos@tabajara.com.br