

Você sabe se “vender”?

Era dia de feira. Estava animado para fazer compras e então, peguei aquela sacola de sempre, preta e com listas verticais amarelas. Nada discreta, mas, para quem vai em busca de frutas, verduras e talvez até um queijinho fresco, está de bom tamanho. Saí em direção à feira e chegando lá comecei a reparar algo que antes sempre passou despercebido por mim - os feirantes anunciavam cada um da sua maneira seus produtos, afim, de cativar os clientes e entusiasamá-los a compra.

Eram várias barracas, muitas tinham os mesmos produtos, então, comecei minha indagação: por que comprar na barraca do “Fulano” e não na do “Cicrano”? A resposta não é nada complexa e pode até ser comparada ao nosso cotidiano. Como dizia o sábio escritor e palestrante, Mário Persona, toda venda começa com a venda de si próprio, da sua imagem e da capacidade de gerar confiança em seu cliente. Parece bobeira, mas, quem sabe se vender além de “despachar” o seu produto, ainda ganha “pontinhos” com o cliente. Isso, nada mais é que aquele famoso marketing pessoal, ou seja, saber trabalhar uma imagem positiva de si próprio a fim de tornar visível sua “marca”. Imagine se o vendedor for aquele “cara” mal humorado, ignorante, mesquinho e capitalista ao extremo? Mesmo que ele tenha o melhor produto da feira, eu nem ia querer chegar perto. E, além disso, nunca recomendaria a barraca dele. Agora, se ele fosse gentil, atencioso e prestativo, nada mais justo que eu parar e fazer todas as minhas compras por ali mesmo. O vendedor nesse caso tem o seu marketing pessoal trabalhado. Além de saber vender “o seu peixe” ainda tem talento, habilidade e competência para se expor.

Acredito também que esse marketing pessoal, não serve somente para vendedores não. Serve para mim e para qualquer outra pessoa também. No nosso dia a dia temos que nos “vender”. Vender experiências, profissionalismo, simpatia, caráter e até mesmo arte. Isso mesmo, ser artista. Não estou dizendo para você sair por aí mentindo que é “isso” ou “aquilo” para impressionar quem está por perto, até porque uma hora a máscara cai. Ser artista, não é ser hipócrita, mas sim estratégico. Na escola, no trabalho, em casa, com os amigos ou com a namorada, você não deixa de ser você, mas, em cada um dos casos citados você se empenha de uma determinada forma para atender as convenções sociais de convívio e aceitação. Temos esse lado ator e, se desempenhamos ele bem, a platéia aplaude e fica na expectativa do próximo “espetáculo”. Nossa! Fiquei viajando aqui nesses meus pensamentos malucos, mas, ao mesmo tempo conscientes, e, continuo parado em frente à barraca central, com a sacola ainda vazia e com o cheiro da fome envolvido pelo pastel da barraca ao lado. Então, deixe-me parar com isso. Vou fazer minhas compras, me “vender” e, é claro, “comprar” também. Autora: Fernanda Resende Ramos

Autorizo desta publicação, de minha autoria, mediante menção do crédito.

About the Author

Quem é Fernanda Resende? Fernanda é uma "jornalista" que trabalha na área de comunicação desde 2007 - (O jornalista entre aspas é somente porque ainda não concluiu a graduação, esta que esta prevista para o meio do ano que vem mas, em contrapartida, já se considera uma profissional da área de comunicação e cotidianamente busca aperfeiçoamento e o principal: trabalhar eticamente fazendo o que gosta e gostando do que faz). Dentre suas capacitações estão facilidade de relacionamento pessoal, boa comunicação, habilidade com mídias televisivas, impressas e online. Na área televisiva já atuou como apresentadora do programa experimental da Uniube (Fábrica), durante sete meses. Apresenta sólido conhecimento na área de organização de eventos empresariais e marketing em hotelaria e, boa fluência com softwares de aplicação e design, como Flash, Photoshop, InDesign e Page Maker. Autora de reportagens e artigos publicados no Jornal Revelação e no Jornal Extra de Uberaba/MG. Dirigente dos blogs: <http://jjemfoco.blogspot.com/> e <http://jjemfoco.blogspot.com/>. Já atuou em empresas de destaque no mercado com Rio Leo Agencia Digital, Editora Agropecuária Tropical (Revista O Berro) e Distrive ("Filial" da Volkswagen). Atualmente trabalha com atendimento comunicacional na Agência Futura (Uberaba-MG).

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