

# **Marketing de Relacionamento como instrumento de promoção e venda para profissionais de engenharia e arquitetura**

**Por Alcides Simioni**

# O QUE NÃO É MARKETING?

- Marketing não é um remédio milagroso;
- Marketing não é um atalho para o sucesso;
- Marketing não é sinônimo de vender;
- Marketing não é só propaganda e promoção.



# MARKETING

O que é?

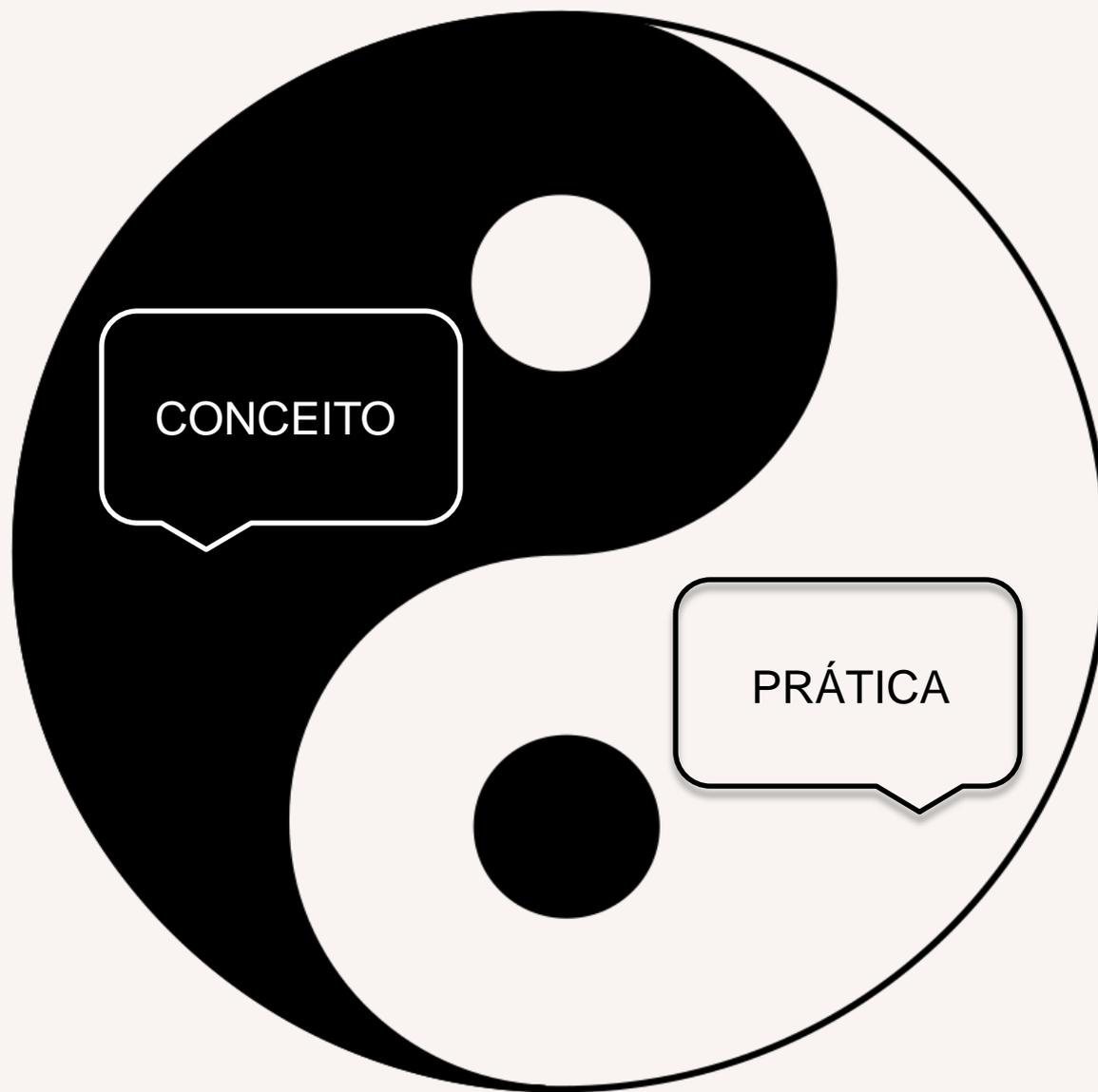
# CIÊNCIA DA ADMINISTRAÇÃO

# MARKETING É...

Market + ing = Mercado de Ação

“...a arte planejada de **conquistar**, encantar  
e **manter o cliente.**”

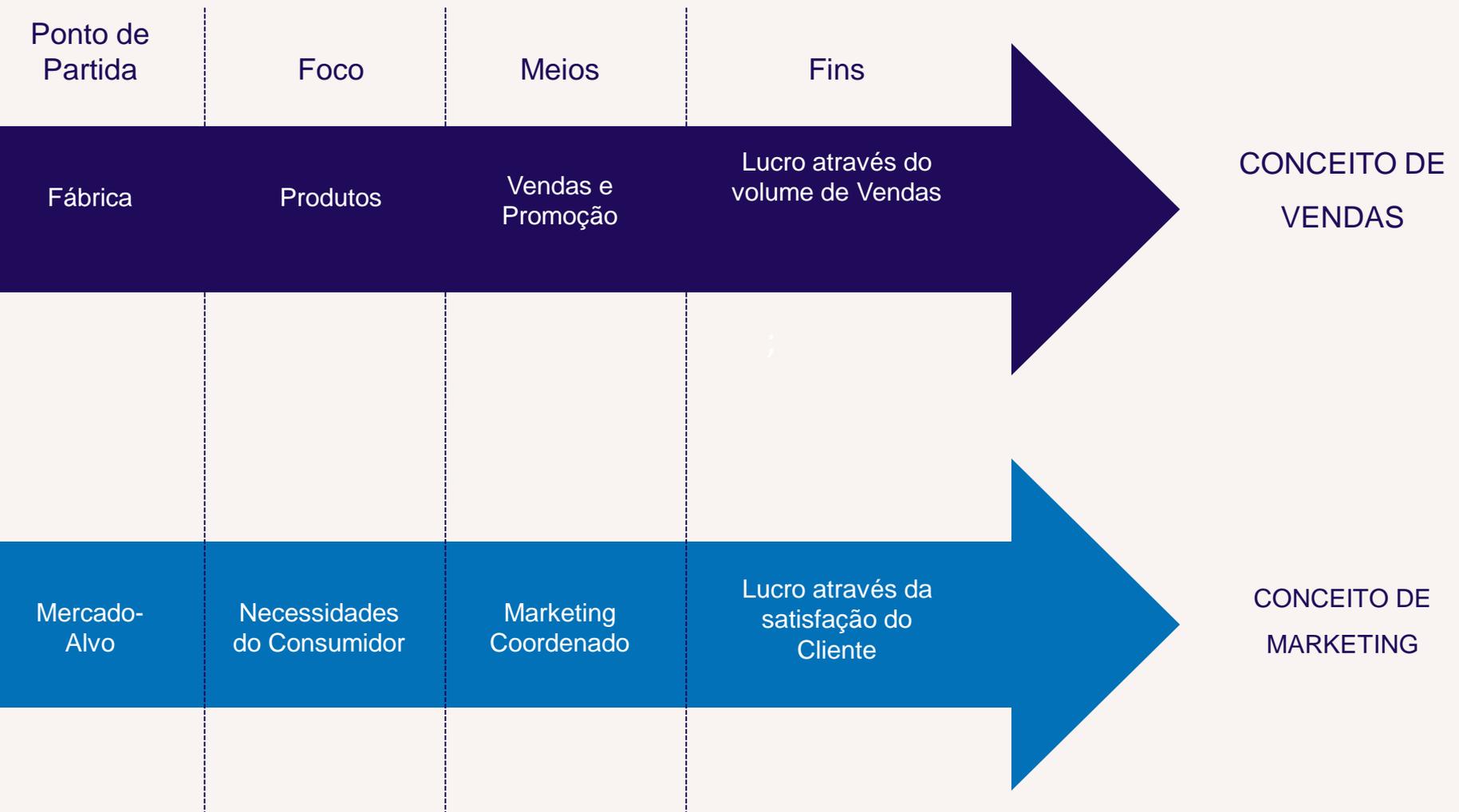






**CONCEITO**

# MUDANÇAS DO MERCADO



À mercê das mensagens

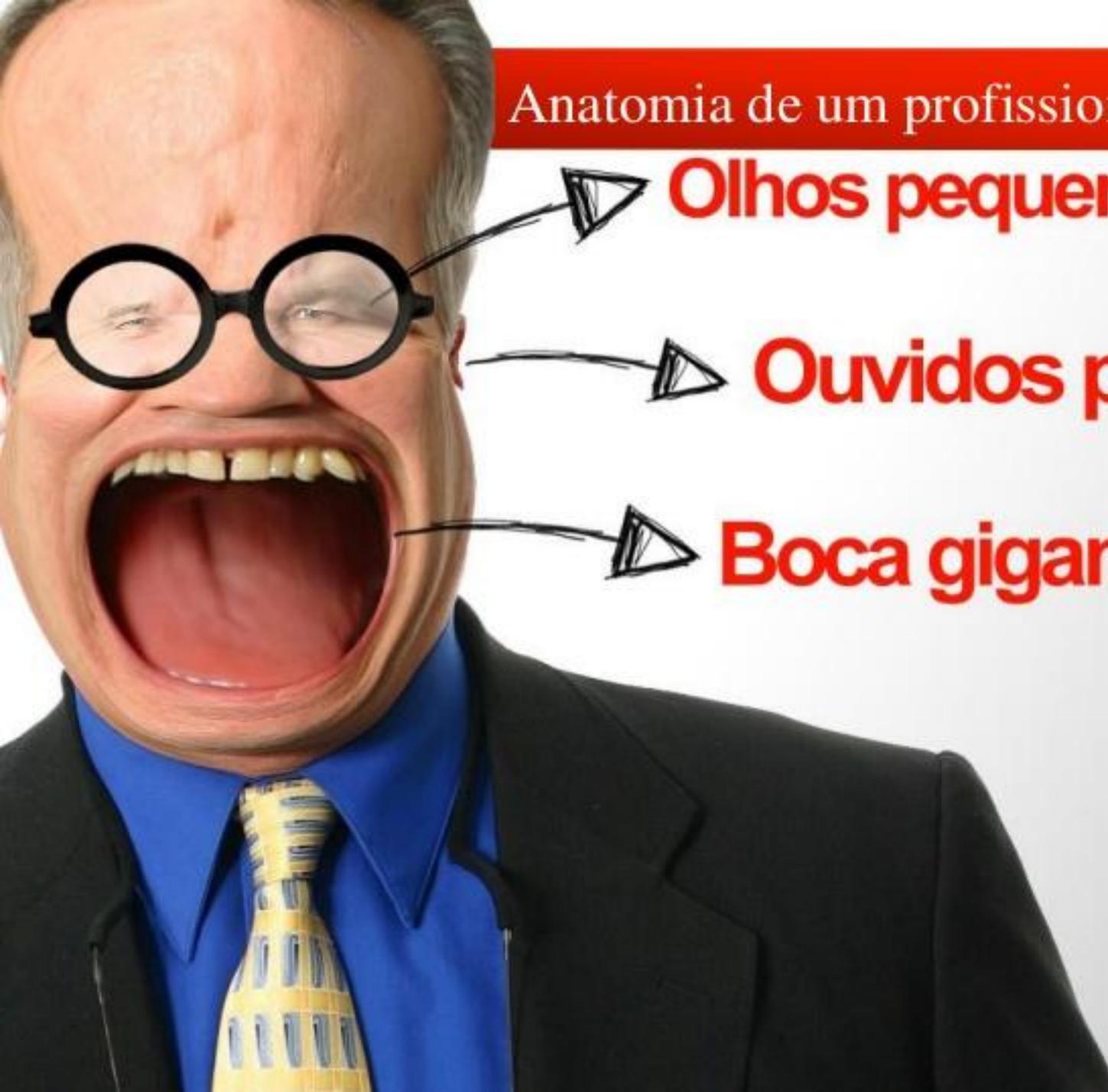
Sem voz

**Sem escolha.**





# Anatomia de um profissional interruptivo



**Olhos pequenos**



**Ouvidos pequenos**



**Boca gigante**

**ACABOU!!!**

# CENÁRIO ATUAL

Briga de preços

Margens de lucro **baixas**

**Muitos** produtos similares

As organizações se **reestruturando**

Guerra de Propagandas de **baixo impacto**

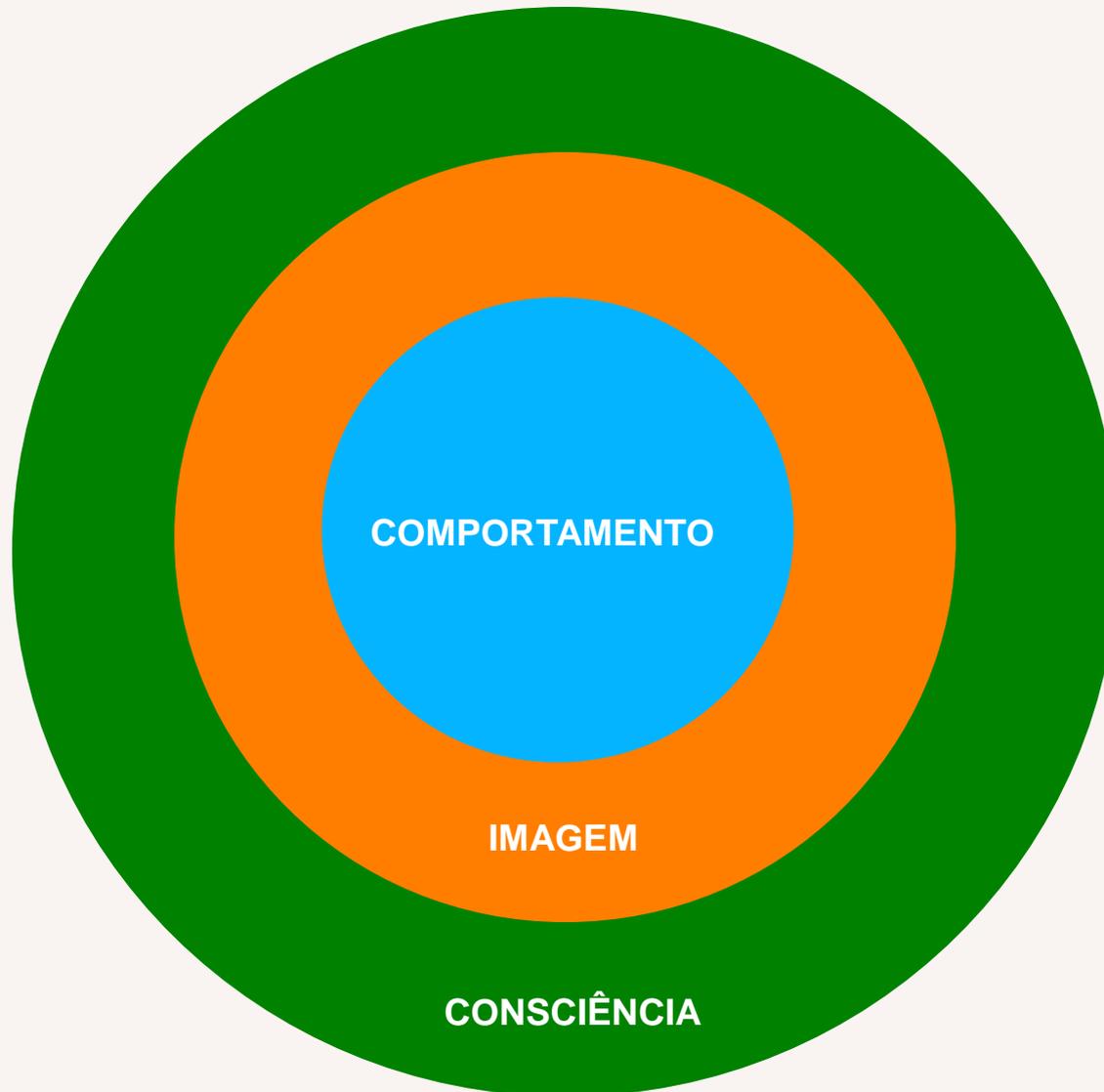
CLIENTES INDIFERENTES



Todo profissional  
cria uma **MARCA  
PESSOAL.**

Essa é a sua  
principal  
ferramenta **nos  
desafios.**

# MARKETING DE RELACIONAMENTO



# COMPORTAMIENTO



# CASE 01

## O Fenômeno





# Ronaldo

CASE 01





# Mil e uma utilidades

CASE 01





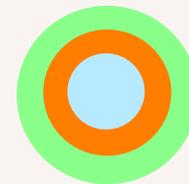
Seu comportamento e habilidades.



Sua estrutura emocional, psicológica, educacional, traumas, alegrias, formação, motivações, valores, auto-conceito é que influencia e define seu comportamento

# IMAGEM

---





# MARKETING PESSOAL

CASE 02





# CUIDADOS PESSOAIS

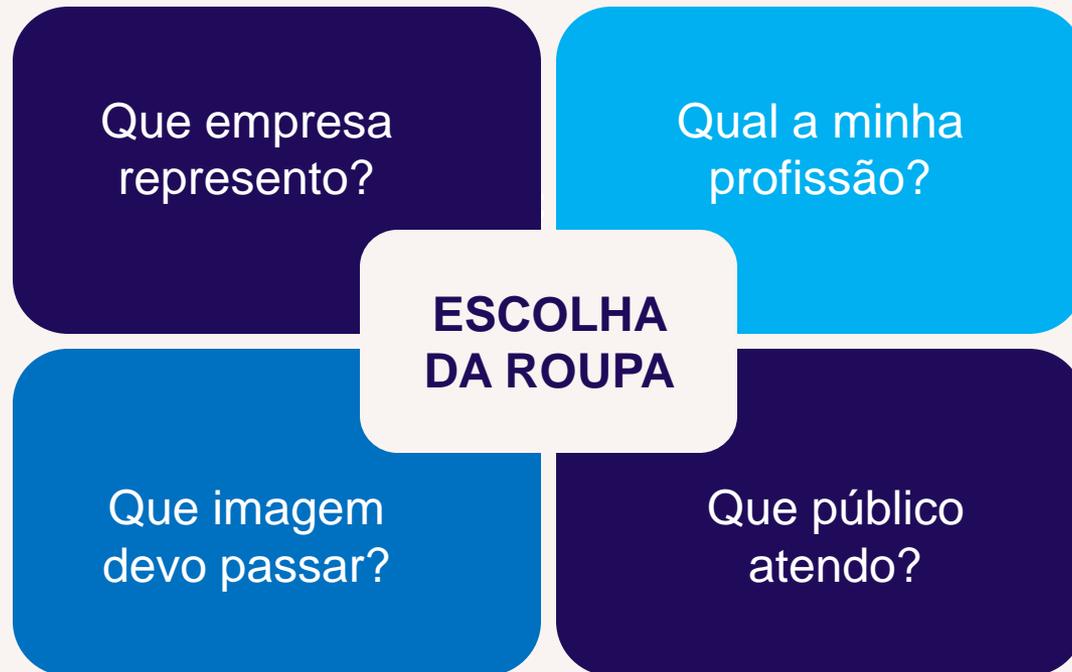
- Asseio;
- Cuidado com a aparência;
- Organização pessoal;
- Preparação profissional.





# MARKETING PESSOAL

## CASE 02





# ESTILO PROFISSSIONAL

## CASE 02





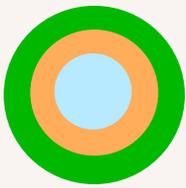
# ESTILO PESSOAL

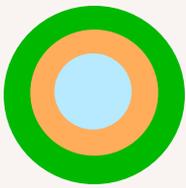
CASE 02



# CONSCIÊNCIA PLENA

---





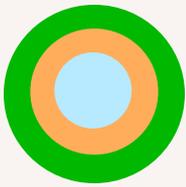
# 1 – QUAL O MEU SONHO?

Só podemos alcançar algo se **sabemos** o que queremos.

CASE 03



## 2 – QUEM EU SOU?



“É a pessoa que você é, no escuro, quando ninguém está olhando.”

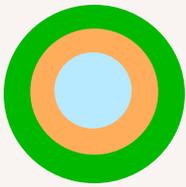


**Dwight Moody**

**CARÁTER**

---

## 3 – QUEM SOU EU?



São as crenças básicas, os ideais e ética que são levados em consideração nas minhas decisões.



**MEU VALORES**

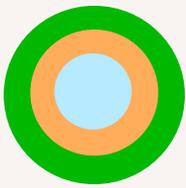
---



# 3 – EU **SERIA** O MEU PRÓPRIO CLIENTE?



CASE 03

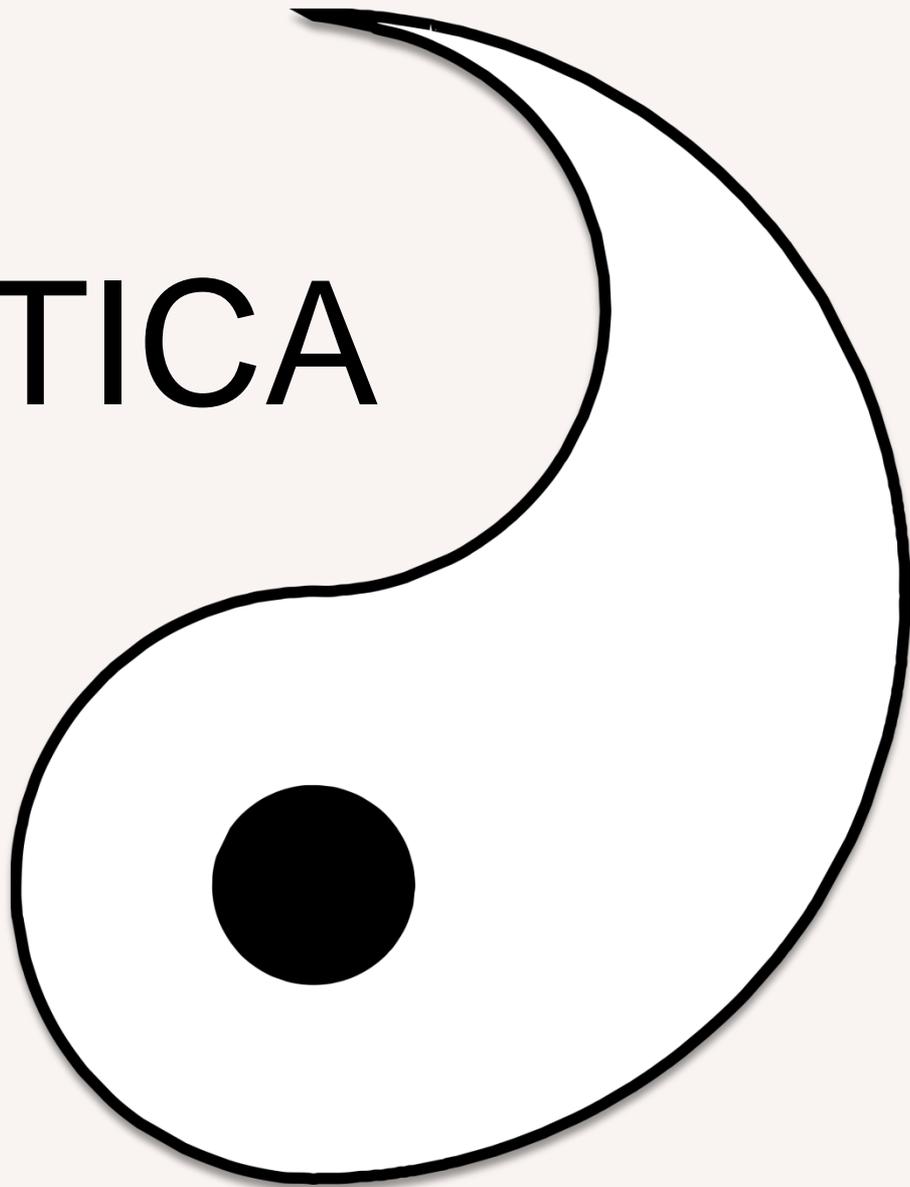


## 4 – QUAL A MINHA **ATITUDE** NA VIDA?



A atitude... é algo interno, que deve ocorrer de dentro para fora. Está entre a conscientização e a ação.

# PRÁTICA



# POR QUE SE PERDE UM CLIENTE?

- 1% morte;
- 3% se mudam;
- 5% adotam novos hábitos;
- 9% acham o preço alto demais;
- 14% estão desapontados com a qualidade do produto;
- 68% estão insatisfeitos com a **ATITUDE PESSOAL**.



Quando se vende uma caixa de fósforos podemos chamar de **TROCA DE PRODUTO POR DINHEIRO**, mas quando vendemos 10.000 computadores chamamos isso de **RELACIONAMENTO**.



O seu relacionamento com seus clientes não tem base na realidade. Os relacionamentos rodam, evoluem e completam em torno da **PERCEPÇÃO.**



## Sr. SAN WALTON – Uso da lei relacionamento



“Todos nós recebemos dos outros e na mesma proporção aquilo que lhe damos.”

Louie Psihoyos/Corbis



Slogan mundial: Economize seu dinheiro. Viva melhor.



“O sorriso enriquece os recebedores sem empobrecer os doadores.”

Mario Quintana

# POR QUE AS EMPREGADAS CANTAM E AS PATROAS NÃO?



Cantar é um ato de propiciar carinho. Carinho para si mesmo em vez de ficar pensando.

PENSAR + PENSAR + PENSAR, quase sempre é inútil. A solução, quando aparece vem do inconsciente. Por quê?

Porque a gente sempre pensa com ideias antigas e as soluções tem de vir de ideias novas.



Muitas das Grandes Empresas do mundo resultaram do sonho de um insensato.



A Embraer, a Tam, a Ultragaz, a Apple, a Camargo Correia e a Disney nunca teriam existido se os seus fundadores não fossem sonhadores.

**POR QUE NÃO REALIZAR UM SONHO?**

# “Ah, eu não tenho dinheiro...”



Todas as empresas citadas anteriormente começaram com um sonho e alguns trocados. Sem dinheiro você pode ou não pode realizar um grande projeto.

**SEM SONHO, NÃO!**



Sonhar★

“Eu não te procuraria se já não tivesse te encontrado”.



O mundo está repleto de necessidades não lógicas como a de ser bem tratado e a de se comover assistindo a um filme.

E quando falamos sobre - **quero ser tratado bem** - , chegamos em uma das necessidades menos evidente, porém, é a mais fundamental para o mercado moderno.



AS PESSOAS SABEM  
O QUE É SER BEM  
TRATADO.



As coisas guardam um segredo que só se revela para quem se apaixona por ela.

O que você deseja obter de outra pessoa passa primeiro pela faculdade de consentir.

Se a pessoa não consente, ela não executa o ato. Esse é um princípio universal que preside o relacionamento.



POR CONSEQUENTE, O ATO DE FAZER COM QUE AS **PESSOAS** EXECUTEM UM **PROJETO** TEM QUE, NA **REALIZAÇÃO** DO MESMO, ENTREGAR ALGUM **BENEFÍCIO** PARA AS PESSOAS.



A lion is running towards a herd of water buffaloes in a savanna. The buffaloes are running away from the lion, and one is in the foreground, kicking up dust. A speech bubble is positioned above the lion.

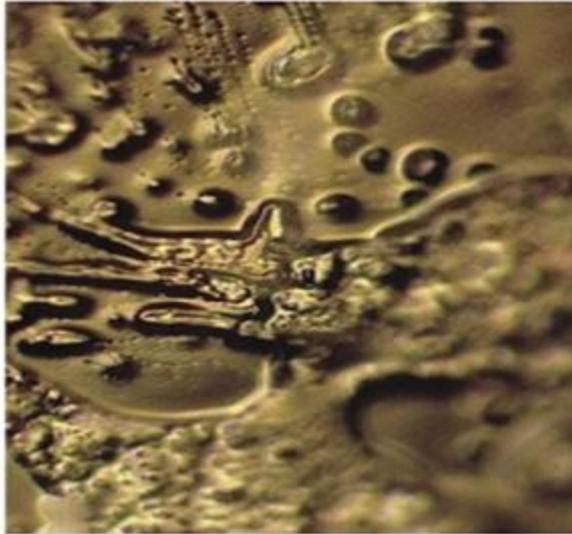
Vem cá!!  
Pergunta de novo se é  
**Friboi** seu safado!!





**Dr. Masaru Emoto** -  
medico japonês -  
Acredita que as  
emoções humanas são  
capazes de alterar a  
estrutura dos cristais de  
água.

Quando a água recebe um tratamento com emoções positivas (**amor, gratidão, alegria**) os cristais formados são magníficos, já quando o tratamento é feito com envio de emoções negativas (**raiva, ódio, rancor**) os cristais formados são irregulares.

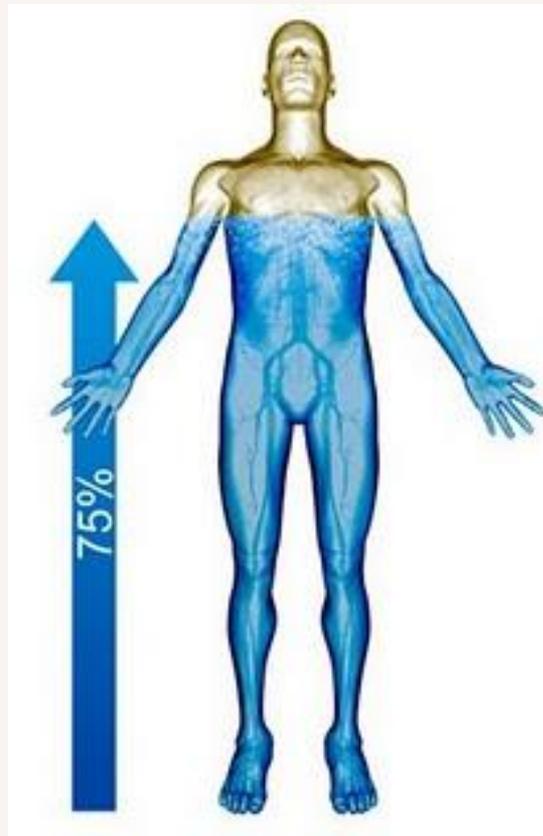


**ódio**



**amor**

A **água** é o principal responsável pela composição das células, além de ser um solvente biológico universal.





Como alguns vendedores conseguem vender boeings de R\$300 milhões de dólares e outros não conseguem vender um simples aspirador de pó?



“O mais importante para o homem é crer em si mesmo. Sem esta confiança em seus recursos, em sua inteligência, em sua energia, ninguém alcança o triunfo a que aspira.”

**Thomas Atkinson\***



Thomas Wittlan Atkinson(1799-1861)  
Arquiteto e escritor inglês

**Se surgisse um gênio e dissesse: “Peça já três coisas que não sejam saúde, dinheiro e amor”, o que você pediria?**



**Mark Zuckerberg**, criador do **Facebook**, família **Klein**, fundadora da **Casas Bahia** ou **Alberto Saraiva** criador da franquia **Habib's**, muitas noites não dormiram embalados pelo fascínio de materializar o seu sonho.

**Dormir para quê, se eles podiam sonhar acordados?**



**Estruture o seu sonho desde já. Assim, se aparecer um gênio da lâmpada você vai saber o que pedir.**

**O conforto é uma situação mental e não uma situação de mercado**



O **dinheiro** continua dentro do cofre, o que muda são os **números da combinação**.



A realidade dos profissionais liberais ou empresas é apenas virtual; um mero reflexo da realidade material do mercado.



Se me tirarem a **companhia, as fábricas, os caminhões, o dinheiro**, enfim, tudo e o **mercado continuar**, eu vou lá e faço a imagem de **outra companhia**. Mas, se ao contrário, **a empresa permanecer**, com todo o seu tamanho e o mercado se contrair ou desaparecer ela **morre**.

As pessoas mudam de gosto e de necessidades, ou melhor, quando a realidade muda, a necessidade não desaparece. Ela muda a configuração.



**Em síntese é:** Marketing é uma questão estrutural.

Começa no caráter, passa pelo comportamento e atitude até chegar à reputação, que é a marca que você deixa nas pessoas.



# DESEJO A VOCÊS BOA SORTE!



**SORTE =**

**OPORTUNIDADE + CONHECIMENTO + ATITUDE**

# Obrigado!

Telefone: (48) 3045.4044

E-mail: [alcides@continentalop.com.br](mailto:alcides@continentalop.com.br)

Site: [alcides.blog.br](http://alcides.blog.br) 

Facebook: Alcides Simioni