

A GRANDE TACADA

CASTILHO, Carlos. A grande tacada. EMPREENDEDOR ON LINE. Julho 1999-08-04:

RESUMO: Você tem dez minutos para vender o seu "peixe" diante de uma platéia de potenciais interessados no seu projeto. Como causar o maior impacto possível em tão pouco tempo? Neste artigo você encontrará algumas dicas, organizadas com base na experiência de calejados treinadores executivos.

PALAVRAS-CHAVE: Vendas - Liderança

A grande tacada

Hoje em dia é cada vez mais difícil encontrar um empreendedor ou executivo que não tenha passado pela traumática experiência de expor um projeto de negócios para investidores na tentativa de encontrar parceiros ou financiadores.

É um momento de grande tensão, durante o qual suar frio e gaguejar são as reações menos aflitivas.

O expositor sente-se como se estivesse diante de um tribunal implacável com poderes de vida ou morte sobre o destino de um projeto de vida. Tem a sensação de total vulnerabilidade e exige de si próprio a capacidade de executar uma "tacada de mestre" ou, como dizem os norte-americanos, um pitch (lançamento de uma pelota de beisebol) magistral.

Para quem ainda não passou pelo calvário de preparar uma grande tacada ou para aqueles que não esqueceram os suores frios antes de uma apresentação importante, aqui vão algumas dicas, organizadas com base na experiência de calejados treinadores de executivos, como a norte-americana Betsy Komjathy, da empresa de consultoria Rogen International Ltd.

1) Conheça os seus ouvintes

Quase todo mundo acha que as primeiras cinco ou seis palavras são definitivas numa exposição oral. Mas cuidado. Se você errar na dose, todo o resto estará comprometido, principalmente se a introdução for muito audaciosa. Os seus ouvintes podem se lembrar da piada de abertura e esquecer o que você queria oferecer. Mais seguro é deixar a parte mais arriscada para o final.

Ao organizar a sua estratégia de ataque, pergunte-se o que gostaria que os seus assistentes fizessem depois de ouvi-lo? Comprar o produto oferecido, entrar para sócio na empresa, abrir o talão de cheque ou contratá-lo como mestre de cerimônias? Procure saber se os assistentes conhecem o jargão técnico da sua apresentação, se você é o único expositor ou se eles já ouviram mais gente antes, qual a informação prévia que os ouvintes têm da proposta que você apresentará. Isto o ajudará a escolher a terminologia mais apropriada, a tornar a apresentação mais breve ou mais detalhada e, finalmente, saber se haverá necessidade de ser mais ou menos convincente na explicação dos fundamentos do projeto.

2) Acerte a pontaria de sua mensagem

Quanto mais informações você conseguir recolher sobre os assistentes de sua exposição, mais você terá condições de arrumar os argumentos e escolher palavras para atingir o alvo desejado.

Normalmente as pessoas querem dizer muita coisa em 10 minutos. Depois se dão conta de que é impossível. Betsy Komjathy dá a seguinte receita para estruturar a apresentação e afinar a pontaria da "tacada": a) uma abertura, que pode ser uma piada ou fato curioso relacionado ao projeto e que serve para descontrair o ambiente e tornar mais amigável a relação entre expositor e ouvintes; b) objetivo: aqui você explica quais as duas ou três maiores vantagens que o projeto pode oferecer aos assistentes; c) mensagem: depois você desenvolve as idéias que você gostaria de transmitir aos assistentes. Na etapa anterior você se colocou no lugar deles. Agora é a sua vez de fazê-los sentir o que você sente; d) sumário: agora você resume as idéias básicas da mensagem mostrando como elas estão relacionadas ao objetivo (etapa "b"); e) conclusão: é quando você insinua aos seus interlocutores o tipo de iniciativa que espera.

3) A imagem é fundamental

Pesquisas feitas por psicólogos mostram que o impacto visual forma 55% do que um espectador lembra de uma exposição; as notícias e informações transmitidas compõem 38% da memória que ficou, e apenas 7% está relacionado ao que o expositor disse. Dados como este indicam que a cor de sua gravata ou a sua gesticulação tem mais chances de serem lembradas do que o teor do seu discurso.

4) Olho no olho

Quase todo mundo tem o hábito de dirigir-se a um auditório como se ele estivesse vazio, ou seja, evita olhar no olho dos assistentes. Uma dica é, para cada idéia-chave do seu discurso, escolher uma pessoa da platéia e falar como se ela fosse a única. Mudando de idéia, muda-se de pessoa, escolhendo alguém que esteja no lado oposto da sala. Quando o expositor tem a impressão de que protagoniza uma sucessão de conversas pessoais, ele fica mais relaxado e se comunica melhor.

5) Postura

A tendência é considerar-se num tribunal, mas tente imaginar-se na posição de quem está tentando mostrar para um grupo de amigos como um determinado negócio pode ser bom para eles. Se você estiver mais preocupado com eles, seguramente vai deixar de pensar na sua própria condenação à morte.

6) O dia seguinte

Procure sempre criar no final de sua exposição a idéia de que você quer continuar em contato com os seus interlocutores, independentemente dos resultados de sua "grande tacada". Como a realidade corporativa muda vertiginosamente, você pode ganhar dobrado amanhã o que perdeu hoje, garante Betsy Komjathy.