

EMPREENDEDORISMO

2. COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

Ser um empreendedor é muito mais que, simplesmente, ter a vontade de chegar ao final de uma corrida; é conhecer o recurso e o tamanho do desafio; é planejar cada detalhe do seu deslocamento, saber onde é

necessário reduzir ou aumentar a velocidade, encontrar a melhor posição nas curvas, estar comprometido com o resultado, calcular os riscos, preparar-se fisicamente; é acreditar em sua própria capacidade de ser persistente e partir para a linha de largada,

Para refletir e responder..

O que você faria se ganhasse sozinho, na MEGA-SENA acumulada em 15 Milhões de Reais?

Após refletir, preencha o quadro abaixo, anotando no lado esquerdo o que você faria e no lado direito o que você nunca mais faria.

O QUE EU FARIA	O QUE EU NUNCA MAIS FARIA

3. IDENTIFICANDO UM EMPREENDEDOR

Voltando à pergunta anterior: “O que você faria se ganhasse sozinho, na mega sena acumulada em 15 milhões de reais?”

Faça esta pergunta a algumas pessoas que você conhece e compare as respostas. Dependendo das respostas, você perceberá quem é mais ou menos empreendedor.

As pessoas muito empreendedoras sempre querem mais do que apenas uma casa, um carro e sossego na vida. Uma pessoa de perfil empreendedor sempre vai preencher a coluna da esquerda (O QUE EU FARIA?) com alguma coisa nova e diferente seja uma realização pessoal ou um projeto ousado. Esse desejo de mudar as coisas, fazer algo novo ou melhorar o que existe, caracteriza um comportamento empreendedor.

EMPREENDEDOR

Pessoa que deseja realizar, executar; deixar sua marca e fazer a diferença.

Vamos juntos estudar e conhecer as principais características do comportamento empreendedor. O desenvolvimento dessas características é indispensável para o sucesso em qualquer negócio.

4. EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Para fazer um bolo, não basta apenas dispor de ingredientes, equipamentos de qualidade e um belo livro de receitas. É preciso, também, ter talento e conhecimentos culinários.

Você precisa entrar na cozinha e colocar a mão na massa para entender porquê um bolo fica bom ou ruim. Se tiver que aprender sozinho, o caminho será mais longo e difícil. Já com a ajuda de um cozinheiro experiente, o resultado será mais rápido e as perdas bem menores.

Para o empreendedor, aprender significa adquirir:

- 1) Conhecimento sobre o negócio;
- 2) Habilidade para montar, manter e desenvolver um empreendimento;
- 3) Atitude de quem sabe aonde quer chegar e se preocupa em fazer bem feito.

APRENDER é reunir conhecimento, habilidade e atitude para fazer alguma coisa.

APRENDER, nunca é demais. É assim que quem não sabe, descobre como se faz.

Não existe uma receita pronta.

Transformar uma ideia em um negócio não é fácil. É preciso saber aonde se quer chegar e qual a melhor maneira para chegar lá. Se você está planejando abrir seu próprio negócio, para prestar serviço ou comercializar produtos, esse é o momento certo para pensar em tudo isso. Mas se você já começou a prestar serviço, ou já abriu sua empresa, e está em dificuldades, tenha persistência e aja com objetividade, pois sempre existe algum jeito de sair do sufoco!

5. CARACTERÍSTICAS DO COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR

Aprenderemos, neste curso, as seguintes características do empreendedor:

6. ESTABELECIMENTO DE METAS

Todo empreendedor deve estabelecer uma **META** a ser atingida. Esta meta é aonde se quer chegar. Para alcançar a **META**, o empreendedor deve estabelecer quais as condições (como) e o tempo a ser gasto nesse processo. Também é interessante criar estratégias que possam ajudar no alcance do objetivo.

Estratégia é a definição dos passos que serão dados para se atingir a Meta.

Meta: Construir uma casa em terreno próprio.

Estratégias: O que e como vou fazer para atingir a meta:

- a) Vou utilizar recursos da minha rescisão de contrato de meu emprego anterior;
- b) Farei orçamento dos materiais hidráulicos, elétricos, de construção e de acabamento, para adquirir materiais de qualidade a preços mais baixos;
- c) Vou reunir-me com o engenheiro para escolher uma planta de acordo com o que eu tenho disponível e que ao mesmo tempo me agrada;
- d) Farei acompanhamento dos serviços para evitar desperdício de material.

As metas sempre têm que ser acompanhadas para que possamos saber se no final iremos cumprir o prazo ou ter que prorrogá-las.

Na vida, todos nós também temos que definir metas a atingir, mesmo que depois tenhamos que fazer algumas correções.

Exercício: Depois de aprendermos sobre metas e estratégias, será estabelecida uma meta, a partir da qual cada equipe definirá suas estratégias, a fim de que o objetivo da meta estabelecida seja alcançado.

7. BUSCA DE OPORTUNIDADES E INICIATIVA

Bonfim, uma história de Sucesso

O jovem Bonfim morava numa pequena cidade do interior e, desde menino, acompanha seu pai na execução de pequenos serviços de eletricitista e bombeiro hidráulico, ajudando-o sempre depois que voltava da escola. Nestas idas e vindas com o pai, ele aprendeu alguns serviços do ramo. Um dia, uma irmã de Bonfim foi para a capital, e ele acabou indo morar com ela.

Como ficou sem trabalhar por dois anos, começou a fazer "bicos" na capital prestando, de vez em quando, serviços de bombeiro hidráulico e eletricitista. Foi assim que, conversando com alguns moradores e empresários de seu bairro, descobriu que estes apresentavam dificuldades em contratar esse tipo de serviço. As dificuldades vinham da falta de confiança em bombeiros hidráulicos e eletricitistas, porque muitos não cumpriam com o horário e com a pontualidade na entrega, e a maioria não se preocupava com a qualidade do serviço prestado.

Assim, Bonfim percebeu que poderia atender com eficiência e qualidade, oferecendo seus serviços em domicílio, com confiabilidade, segurança, pontualidade, garantia e assistência técnica pós-venda. Então, ele fixou um prazo de três meses para começar seu negócio.

Bonfim adquiriu um telefone móvel, fez cursos de Eletricitista e Bombeiro Hidráulico e de Atendimento ao cliente. Após o término dos cursos, ficou dois meses divulgando seu serviço: mandou fazer cartões, panfletos e gravou uma propaganda para a rádio comunitária. Mas foi através da informação "boca a boca" que o serviço de Bonfim tornou-se conhecido;

Após três meses inaugurava-se um novo negócio: o Rápido Aqualuz. No começo, ele trabalhava só. Seis meses depois já tinha uma motocicleta. E em mais dois anos já havia adquirido uma perua, outras duas motocicletas e seis funcionários que se revezavam no plantão de vinte e quatro horas.

Bonfim estava sempre à procura de novas informações técnicas nas lojas que revendiam os produtos que ele aplicava em seus serviços. Ele sempre conversava com seus clientes antes de iniciar um serviço. Bonfim planejava e analisava cuidadosamente antes de colocar qualquer ideia em prática. Era um empreendedor, tão comprometido, que quando ocorria algum imprevisto ele permanecia 'no serviço até às 22 horas. Tomava decisões com firmeza, pois confiava em seu potencial. Ele transmitia confiança aos clientes, por isso recebia deles informações sobre sua satisfação, formando uma extensa rede de contatos.

Mas o ponto mais forte do jovem Bonfim era a sua persistência, pois enfrentava as dificuldades e os desafios sempre resolvendo os problemas de percurso. Por isso o seu sucesso ultrapassou as divisas de seu bairro e ganhou toda a capital.

Bonfim soube aproveitar as oportunidades, pois estava preparado para elas.

Para encontrar oportunidades o empreendedor precisa seguir os seguintes passos:

1° passo: Estar atento às oportunidades;

2° passo: Conhecer os valores e as necessidades do mercado consumidor;

3° passo: Organizar-se para atender o mercado consumidor;

4° passo: Conhecer o mercado concorrente;

5° passo: Conhecer o mercado fornecedor.

1º PASSO: ESTAR ATENTO ÀS OPORTUNIDADES

Bonfim descobriu um possível Mercado Consumidor: os moradores e empresários de seu bairro.

2º PASSO: CONHECER OS VALORES E AS NECESSIDADES DO MERCADO CONSUMIDOR

Ele conversou com alguns moradores e empresários de seu bairro e descobriu o que era importante para eles, suas dificuldades em contratar serviços de bombeiro hidráulico e eletricitista, suas desconfianças devido à ineficiência dos serviços até então prestados.

CONHECENDO O SEU CONSUMIDOR

Sua Majestade, o Consumidor

Entrei em um amigo oculto na empresa em que trabalho. No sorteio, tirei a minha colega de sala. Ela é muito linda, orgulhosa, inteligente, solteira, adora almoçar em restaurantes e fazer viagens de ônibus nos finais de semana. Ela me contou que não sabe cozinhar, nem dirigir, detesta lavar roupas e não gosta de arrumar sua casa. Estou com uma relação de possíveis presentes para comprar e presenteá-la, mas estou com dúvida. Ajude-me a escolher o presente ideal.

Relação de Presentes:

- a) Uma enceradeira de piso
- b) Um almoço em um ótimo restaurante
- c) Um curso de motorista.

Quando escolhemos um presente, o objetivo principal é agradar quem vai receber. E, para isso, temos que conhecer essa pessoa: como vive, do que gosta e o que pensa. Senão, podemos acabar oferecendo uma enceradeira ou um curso de motorista para quem, provavelmente, ia adorar um almoço em um ótimo restaurante.

Com seus clientes é a mesma coisa. Por isso é importante conhecê-los bem, saber de seus gostos e necessidades. Pense nesta colega como consumidora. Já pensou se você oferecesse aos seus consumidores serviços ou produtos que não lhes interessassem? Certamente eles não comprariam e, provavelmente, seu negócio não teria muito sucesso.

Só existe mercado quando existe consumidor. Conhecer o consumidor é a única maneira de oferecer o que ele deseja.

3º passo: ORGANIZAR-SE PARA ATENDER O MERCADO CONSUMIDOR

Bonfim descobriu uma oportunidade: oferecer serviços de bombeiro hidráulico e eletricista.

Definiu como meta abrir seu negócio em três meses, para começar a atender às necessidades dos moradores de seu bairro, planejou o negócio, criando condições para que ele existisse: conversou com alguns moradores e empresários de seu bairro, adquiriu um telefone móvel, fez cursos, ficou dois meses divulgando seu serviço. Após dois anos já havia adquirido motocicletas, uma perua e mais funcionários, o que possibilitou que seu negócio oferecesse plantão de vinte e quatro horas,

Bonfim tomou a iniciativa e assumiu um novo papel no MERCADO: abriu uma empresa.

CONHECENDO O SEU MERCADO

Só existem consumidores, fornecedores e concorrentes quando pessoas ou empresas procuram produtos e serviços e outras pessoas ou empresas oferecem esses mesmos produtos e serviços.

O MERCADO é a relação entre oferta e procura.

Bonfim observou o mercado: os moradores e empresários de seu bairro. Para descobrir o que aquele mercado precisava, Bonfim conversou com eles.

Você tem muitas maneiras de descobrir o que seu consumidor quer.

Dependendo do produto ou serviço que você oferece, ou pretende oferecer, o MERCADO CONSUMIDOR pode ser formado por:

- a) Pessoas (são as pessoas físicas);
- b) E/ou empresas (são as pessoas jurídicas).

CONHECENDO O MERCADO CONSUMIDOR PONTO A PONTO

Conhecer seu mercado consumidor é muito importante para tornar seu produto ou serviço mais adequado e mais atraente para quem o compra. No CONHECIMENTO DO MERCADO CONSUMIDOR levam-se em conta quatro pontos:

PRIMEIRO PONTO: IDENTIFICAR CARACTERÍSTICAS GERAIS DO MERCADO CONSUMIDOR

Descobrir quais as necessidades, problemas e características da maioria das pessoas que estão nesse mercado e consomem seus serviços ou produtos.

Citamos abaixo algumas características que podem definir o perfil do seu cliente:

Pessoas Físicas

- a) Qual a faixa etária?
- b) Na maioria, são homens ou mulheres?
- c) Qual o seu trabalho?
- d) Quanto ganham?
- e) Qual a escolaridade?
- f) Onde moram?
- g) A casa é própria ou alugada?

Pessoas Jurídicas – Empresas

- a) Em que setor essas empresas trabalham?
- b) Que tipo de serviço ou produto elas oferecem?
- c) Quantos empregados possuem?
- d) Possuem filiais?
- e) Qual o faturamento?
- f) Qual a imagem delas no mercado?

SEGUNDO PONTO: IDENTIFICAR NECESSIDADES, INTERESSES E OPINIÕES.

Bonfim identificou a necessidade de um grupo de pessoas e empresários (mercado consumidor) e buscou aproveitar essa oportunidade.

Pense em seu próprio negócio e descubra o comportamento do seu mercado consumidor:

O que seu cliente considera importante no seu serviço ou produto?

O que os consumidores não consideram importante no seu serviço ou produto?

Quando seu cliente solicita seu serviço ou produto?

TERCEIRO PONTO: IDENTIFICAR O QUE LEVA ESSAS PESSOAS OU EMPRESAS A COMPRAR:

- a) O preço?
- b) A qualidade?
- c) A marca?
- d) A assistência técnica?
- e) A garantia?

- f) A pontualidade do serviço?
- g) o prazo de entrega?
- h) As condições de pagamento?

O que leva os clientes a contratarem o Rápido Aqualuz é a eficiência e a qualidade dos serviços, oferecidos com confiabilidade, segurança, pontualidade, garantia e assistência técnica pós-venda.

QUARTO PONTO: IDENTIFICAR ONDE ESTÁ SEU MERCADO

Enfim, descubra onde está o seu mercado consumidor, ou seja, o espaço em que você atua ou pretende atuar:

Qual o tamanho da área onde você atua ou pretende atuar?

É apenas uma rua? Seu bairro inteiro? A sua Cidade? O país todo ou outros países?

Seu cliente vai encontrá-lo com facilidade?

O jovem Bonfim definiu facilmente esse espaço: Os moradores e empresários de seu bairro.

Ele percebeu que os moradores e empresários de seu bairro apresentavam dificuldades em contratar serviços de bombeiro hidráulico e eletricista, por não confiarem nos prestadores desses serviços, porque muitos não cumpriam com o horário e com a pontualidade na entrega e a maioria não se preocupava com a qualidade do serviço prestado.

Um bom concorrente é um ótimo professor.

Procure observar os erros e acertos de cada concorrente e aprenda, com eles, a conquistar consumidores.

4º passo: CONHECER O MERCADO CONCORRENTE

O que leva o CONSUMIDOR a lhe escolher como prestador de serviço ou fornecedor de produtos e não ao seu concorrente, que oferece serviços ou produtos iguais ou similares aos seus?

Para saber a resposta, você precisa conhecer melhor seu MERCADO CONCORRENTE.

Você precisa fazer como o consumidor faz no dia-a-dia: antes de escolher um produto ou serviço, o consumidor PESQUISA o mercado e vê as vantagens de cada concorrente.

5° passo: CONHECER O MERCADO FORNECEDOR

A relação com fornecedores deve ser sempre de parceria. Qualidade, preço e regularidade nas entregas dos produtos, por parte do fornecedor, são fundamentais para garantir o sucesso de sua empresa ou de sua prestação de serviço.

Se o fornecedor entregar fora do prazo, ou não tiver capacidade para fazer a entrega, você vai ter problemas com a pontualidade na entrega de seu serviço ou produto. Se o preço do fornecedor for muito alto e ele estiver embutido no seu preço, seu serviço ou produto também sofrerá acréscimo, tornando-se mais caro. Se a qualidade do fornecedor cair, a sua cai junto.

Por isso é tão importante conhecer o Mercado Fornecedor:

Quem são seus fornecedores? Há casos em que o próprio cliente adquire os produtos que serão utilizados na obra executada por você ou sua empresa?

Onde estão os fornecedores?

Qual a capacidade do fornecimento?

Quais as condições de venda?

Que alternativa você tem numa emergência - se um fornecedor falhar, por exemplo?

É muito importante que você conheça o MERCADO FORNECEDOR.

Exemplo: seu cliente optar por adquirir por conta própria os produtos a serem utilizados na obra executada por você, ou sua empresa, você poderá sugerir que ele utilize o fornecedor que possui melhor preço, melhor qualidade e pontualidade na entrega. Isso vai ajudar a não atrasar seu próprio prazo de entrega da obra.

Para conhecer o MERCADO FORNECEDOR, faça uma pesquisa utilizando este formulário.
Caso você tenha mais alguma informação que deseja saber, poderá acrescentar logo abaixo:

PRODUTO	FORNECEDOR 1	FORNECEDOR 2
Nome		
Localização da empresa		
Imagem		
Atendimento prestado		
Qualidade dos produtos		
Preço		
Prazo de entrega		
Pontualidade		
Garantia dos produtos		
Vantagem do fornecedor		
Desvantagem do fornecedor		

EXIGÊNCIA DE QUALIDADE E EFICIÊNCIA

FATO DA VIDA REAL

Um sonho ou um Pesadelo

Sr. João morava num barraco, no final de seu lote de 250 metros quadrados, com três filhos pequenos e a esposa. O barraco possuía sala, cozinha, banheiro e apenas um quarto. Era muito apertado para toda a família, além de esquentar muito. Por isso, Sr. João sonhava em construir uma nova casa, mais ampla, arejada, confortável e ventilada, com um acabamento de qualidade, na parte da frente de seu lote.

Certo dia, Sr. João foi demitido de seu emprego e recebeu um acerto. O valor recebido dava para construir os quatro primeiros cômodos da nova casa, com a qual Sr. João tanto sonhava. Então, conversando com seu pai, este lhe aconselhou:

- Filho, os pedreiros que conheço estão ocupados até o final do mês. Tem o Sr. Valdomiro, que parece um bom pedreiro, pois construiu uma excelente escada para o segundo andar da minha casa, e uma escada é muito difícil de se fazer.

Sr. João logo procurou Sr. Valdomiro. Este estava assentado no passeio de sua casa e lhe disse:

- Eu faço a sua casa. Veja a minha, fui eu mesmo que construí, e se construí a minha casa posso fazer a sua também. Eu presto serviços de pedreiro, eletricista e bombeiro hidráulico e te cobro barato. Se o senhor preferir, posso trabalhar recebendo por dia.

Estando tudo acertado, Sr. Valdomiro visitou a obra e pediu um prazo de dez dias para entregar seu serviço. Sr. João comprou o material à vista, na loja de material de construção em frente à sua casa, e Sr. Valdomiro começou a trabalhar.

O Sr. Valdomiro era muito lento, não se sabe se pela idade ou porque foi contratado como diarista. Depois de pronto o alicerce, e as paredes na altura de um metro, quando já havia passado trinta dias de serviço, vinte a mais que o previsto, Sr. João percebeu que as paredes estavam todas tortas. Observando com mais atenção, viu que todo o alicerce estava fora do esquadro. Resolveu procurar Sr. Valdomiro, que lhe disse:

- Ô Sr. João, pode ficar tranqüilo que a diferença eu vou tirar na massa. Isso aconteceu porque quebrei meus óculos e tive que trabalhar sem eles.

Enfurecido, Sr. João o demitiu e lá se foi seu dinheiro para o ralo. Ele poderia entrar na justiça contra o Sr. Valdomiro, mas ficou com pena, pois este era muito pobre.

Por indicação de um amigo, contratou o Sr. Neto. Logo que chegou, o Sr. Neto aumentou a propaganda negativa do Sr. Valdomiro e disse que o conhecia e que ele não era pedreiro, mas apenas servente de pedreiro. Disse ainda que ele é que havia construído a casa do Sr. Valdomiro. O Sr. Neto garantiu que ia consertar os serviços mal feitos e que se achava melhor profissional que o Sr. Valdomiro.

Diante de tanta propaganda, o Sr. Neto foi contratado e terminou de construir os quatro cômodos. Fez serviços de pedreiro, eletricista e bombeiro. Acabado a construção, recebeu o seu dinheiro e foi embora, não voltando mais para saber se o seu cliente havia ficado satisfeito.

Sr. João não acompanhou o serviço da construção de sua casa, pois começou a trabalhar em outra empresa, e confiava em quem havia contratado. Na primeira folga que teve, foi observar, com mais atenção, os serviços, prestados pelos dois pedreiros e constatou que o Sr. Valdomiro, além de entortar as paredes para dentro para esconder seu erro, dobrou a ferragem dos pilares. O Sr. Neto, nos dois cômodos restantes, tentou construir paredes retas em alicerces tortos feito pelo Sr. Valdomiro e cortou vários ferros de outros pilares. Além disso, instalou no banheiro uma descarga que não funcionava e deixou a parte elétrica da casa apresentando mau contato.

Concluindo esta história: o Sr. João foi literalmente enganado e roubado por duas pessoas que se diziam profissionais. Pagou caro, perdeu tempo, transformou seu sonho em pesadelo e viu seu dinheiro entrar pelo ralo.

Os profissionais desta história estão totalmente fora do padrão de mercado.

Um bom profissional sabe que é preciso aperfeiçoar a qualidade do atendimento dos serviços para garantir o sucesso. Sabe que não basta fazer o serviço bem feito, é preciso ser pontual com o cliente, ter um prazo para início e término da obra. É preciso atender o mercado oferecendo a qualidade e a eficiência que seu cliente espera.

No outro caso, o do Rápido Aqualuz, Bonfim mostrou-se um bom empreendedor. Sempre procurando a melhoria da qualidade e eficiência dos serviços, conquistava novos clientes todos os dias.

Um empreendedor que valoriza a qualidade e a eficiência encontra maneiras de fazer melhor, com muito mais rapidez e a um custo menor, procurando sempre superar padrões exigidos pelos clientes e se destacar em relação à concorrência.

ATIVIDADES

Teste 1

- 1) A qualidade é um valor para você?
- 2) O que é importante para garantir a qualidade do seu serviço ou produto?
- 3) Existe alguma forma de você trabalhar que seja mais fácil, rápida e eficiente que aquela que você adota hoje em dia?
- 4) O que os consumidores pensam sobre a qualidade e a eficiência de sua empresa?
- 5) Você se preocupa em usar materiais de qualidade em seus serviços ou em prestar um atendimento mais qualificado?
- 6) Quando acaba o serviço, o que você faz com o entulho da construção e as sobras de materiais jogados pelo chão?

Teste 2

1. Seu cliente lhe contrata para um serviço com preço fixo e data de entrega prevista para 30 dias. Você:

- a) Dá prioridade para outros serviços e faz o serviço desse cliente nas horas de folga
- b) Trabalha rapidamente a tempo de corrigir possíveis erros e ainda entrega no prazo.
- c) Compromete-se com outros serviços de grande porte e não consegue cumprir nenhum prazo.

2. Quando o seu cliente pede para você executar um serviço sem prazo determinado, você:

- a) Entrega exatamente o que ele pediu o mais rápido possível.
- b) Só lembra de executar o serviço quando ele cobra pela segunda vez.
- c) Entrega rapidamente o trabalho, acrescentando o máximo de informações e dados que você encontrar.

3. Você fica satisfeito num restaurante quando:

- a) A comida é barata.
- b) A comida é bem-feita e o preço é justo.
- c) Você é bem atendido, a comida é bem-feita e o preço é justo.

Resultado do Teste 2

1) A = 0 Pontos
B = 5 Pontos
C = 10 Pontos

2) A = 5 Pontos
B = 0 Pontos
C = 10 Pontos

3) A = 5 Pontos
B = 10 Pontos
C = 0 Pontos

RESULTADO FINAL

De 0 a 5 Pontos - Você não se mostrou uma pessoa muito exigente ou preocupada com a qualidade. A imagem de seus negócios está diretamente ligada com sua eficiência no cumprimento de prazos e com o padrão de qualidade que você apresenta. Preste mais atenção.

De 10 a 20 Pontos - Você se preocupa em honrar seus compromissos respondendo às expectativas de prazo e qualidade. Mas é preciso ir além, surpreender o cliente. Seja ousado!

De 25 a 30 Pontos - Parabéns! Você não se contenta com pouco. Superar as expectativas do consumidor é a melhor maneira de conquistar a clientela.

COMPROMETIMENTO

Estar comprometido com o serviço significa ter envolvimento pessoal. Isso ajuda a manter a qualidade e a cumprir o compromisso assumido - a meta do prazo de entrega. Às vezes um esforço extra é necessário para garantir a satisfação do cliente.

Era assim que Bonfim fazia. Ele não admitia nenhum atraso na entrega dos serviços assumidos; se o seu funcionário ou ajudante estava doente ou se acontecesse qualquer outro problema, ele dava um jeito de cumprir o prazo, sem baixar a qualidade do produto. Isso pode significar assumir tarefas de outras pessoas, gastar mais tempo que o previsto com um trabalho ou até abrir mão do lucro imediato. Mas ele sabia que o mais importante é garantir a satisfação do consumidor e manter a boa imagem de seu negócio.

ATIVIDADES

Como você cuida de seus compromissos?

Você está cheio de serviço de eletricista na época de Natal. É justamente nesta época que aparece o maior número de serviços e o seu auxiliar falta bem no dia de Natal. O que você faz?

- a) Adia a entrega dos serviços até o seu auxiliar voltar.
- b) Faz sozinho o serviço.
- c) Pede para os clientes buscarem suas encomendas.
- d) Contrata uma pessoa para fazer o serviço somente neste dia.

ANÁLISE DAS RESPOSTAS

A - Cuidado! O cumprimento de prazos é muito importante para garantir a satisfação do cliente. Adiar uma entrega pode comprometer a sua imagem.

B - Boa escolha! É a opção mais trabalhosa, porém a mais garantida. Muitas vezes é preciso um esforço extra para cumprir os compromissos com o cliente. Não se esqueça: um consumidor satisfeito sempre volta.

C - Nem pensar! Transferir seus problemas para seus clientes é sempre a pior solução. A imagem de seu negócio fica muito comprometida.

D - Atenção! Pode ser uma boa opção, mas certifique-se de que se trata de uma pessoa de confiança.

CORRER RISCOS CALCULADOS

Aprender a correr riscos calculados significa avaliar as alternativas, reduzir riscos e controlar os resultados. Antes de você colocar uma ideia em prática ou melhorá-la, ou ainda começar um negócio de prestação de serviços, é necessário que saiba que essas ações implicam riscos. Ser ousado é muito importante. No entanto, é fundamental calcular estes riscos para saber aonde, como e quando você deve arriscar para fazer seu negócio crescer. Considerar as possibilidades de erro e levantar as possíveis soluções para que haja o mínimo de imprevistos.

Descubra o que pode dar errado e faça um PLANO para reduzir os efeitos negativos:

1) Você costuma pensar no que pode dar errado quando faz algum plano?

2) Os imprevistos sempre o pegam de surpresa?

Se você for iniciar um negócio, veja alguns pontos que terá de considerar:

a) Qual o capital que você tem para começar?

- ✓ Compra de ferramentas, linha telefônica, divulgação;
- ✓ Se antes você era empregado, agora você precisaria de um mínimo de capital para manter as suas despesas pessoais até o seu negócio começar a dar lucro.

b) Existe um mercado para sustentar o seu negócio?

- ✓ Faça uma pesquisa, converse com as pessoas que você considera o seu mercado consumidor.

c) Quais as questões legais exigidas para exercer essa atividade?

- ✓ Você irá registrar uma empresa ou trabalhará como autônomo?

BUSCA DE INFORMAÇÕES

Um Empreendedor está constantemente querendo saber mais e mais. Você pode obter informações de diversas formas e isso só vai ajudar a melhorar seu negócio. Conversar com clientes, fornecedores e concorrentes é essencial para posicionar melhor seu negócio no mercado.

Procure saber a opinião dos consumidores sobre o seu serviço ou produto; identifique vantagens de seus serviços em relação à concorrência; leia jornais e revistas. Há sempre novas informações no mercado e você pode ter acesso a elas através de palestras, treinamentos, cursos de aperfeiçoamentos e até de alguns programas de rádio e televisão. Visite o concorrente, os prestadores de serviço como você; experimente o modelo dele ou tente descobrir quais os pontos fortes e fracos de cada um.

São as informações que você consegue junto ao mercado que definem o futuro do seu negócio. Elas estão disponíveis e, geralmente, não custam nada. Basta você pesquisar. Fazer este curso já é um passo na busca de informações!

PERSUASÃO E REDE DE CONTATOS

Um empreendedor está sempre em contato com muitas pessoas: clientes, fornecedores, concorrentes, técnicos, especialistas de diversas áreas, etc.

Muitas vezes são pessoas que não estão diretamente ligadas ao seu negócio, mas que) a qualquer momento, podem ser muito úteis.

Busque manter contato com as pessoas que podem se tornar fonte de informações ou até trazer soluções para você.

Todo empreendedor precisa mais do que uma rede de contatos: precisa saber convencer as pessoas a fazerem o que ele deseja. Convencer o cliente a comprar mais ou o fornecedor a entregar mais rápido. Mas, para convencer alguém, é preciso ter bons argumentos, que estejam de acordo com os interesses da pessoa que está se pretendendo convencer. Essa atitude de convencimento é chamada PERSUASÃO.

TECENDO UMA REDE DE CONTATOS

Pense em algumas pessoas que podem ajudar direta ou indiretamente no seu negócio.

Como você se relaciona com essas pessoas?

Você propõe parcerias para incrementar seus negócios?

Você mantém contato de vez em quando com pessoas importantes para seus negócios e para suas questões pessoais?

Faça uma relação entre as pessoas que podem te ajudar com nome; endereço, telefone, data de aniversário e faça contatos periódicos (de vez em quando), ou pelo menos mande um cartão na data de seu aniversário.

Se possível, tente escrever de que tipo de assunto a pessoa de contato gosta de falar, qual seu lazer preferido. Isso ajuda na hora do contato, pois você pode falar sobre esses assuntos antes de partir para as questões profissionais.

Comece cadastrando seus clientes com todas as informações acima.

LEMBRE-SE: A melhor propaganda é a boca-a-boca; além de tudo, ela é gratuita.

PERSISTÊNCIA

A persistência é uma característica indispensável ao empreendedor. O caminho de qualquer negócio até a obtenção de lucro é cheio de obstáculos.

Ser persistente é enfrentar as dificuldades; é insistir nos planos e procurar soluções alternativas; é buscar, incansavelmente, resolver os problemas de percurso, a superação das dificuldades.

O ponto mais forte do jovem Bonfim era a sua persistência, pois enfrentava as dificuldades e desafios resolvendo sempre os problemas de percurso. Por isso o seu sucesso ultrapassou as divisas de seu bairro e ganhou toda a capital.

ATIVIDADES

Você é persistente?

Responda as perguntas e depois some seus pontos.

- 1) O time do Cruzeiro veio jogar em Montes Claros e você resolveu encontrar um velho amigo de escola que agora joga no time. Chegando ao Hotel Celebridade você é barrado pelos seguranças do clube. O que você faz?
 - a) Volta para casa sem falar com o amigo.
 - b) Pede para falar com o chefe da delegação e explica seu caso.

- c) Permanece no hotel tentando por todos os meios falar com o amigo, até conseguir.
- 2) Você decidiu montar uma barracinha na feira de veículos para vender artesanato aos turistas. O empreendimento começou bem. No entanto, depois de uma semana; os guardas da prefeitura desmontam sua barraca alegando que você não tinha autorização para trabalhar ali. Você sabe como é difícil conseguir um Alvará para este tipo de trabalho. O que você faz?
- a) Coloca seus produtos na barraca de um amigo que lhe cobra 20% do valor das suas vendas.
 b) Mesmo com todos os problemas para legalizar sua situação você vai à prefeitura e insiste até conseguir o Alvará.
 c) Desmonta a barraca e desiste do negócio.
- 3) Seus amigos o convidam para fazer uma caminhada nas trilhas da mata no fim de semana. Depois de algumas horas de caminhada, vocês chegam a uma bela praia. Seus amigos lhe avisam que ainda há um último trecho, o mais cansativo, mas que leva à praia mais bonita e famosa da região. O que você faz?
- a) Desiste do último trecho e espera na praia até que eles retornem.
 b) Começa a fazer o último trecho da caminhada, mas logo desiste.
 c) Enfrenta o cansaço e a última parte da trilha para chegar na última praia.

RESULTADO DO TESTE

1) A = 0 Pontos
 B = 5 Pontos
 C = 10 Pontos

2) A = 5 Pontos
 B = 10 Pontos
 C = 0 Pontos

3) A = 0 Pontos
 B = 5 Pontos
 C = 10 Pontos

Resultado Final

De 0 a 5 Pontos - Você demonstra ser uma pessoa pouco persistente. Mas não desista. A persistência como qualquer característica, pode ser desenvolvida. O importante é não desistir dos seus objetivos quando a primeira dificuldade aparecer. Insista no que você quer.

De 10 a 20 Pontos - Você não costuma desistir quando o primeiro obstáculo aparece. Porém, se a situação se mostra realmente complicada você prefere deixar seu objetivo de lado e fazer outras coisas. Atenção! Ao montar seu negócio, você poderá encontrar vários problemas diferentes ao mesmo tempo. Mas não se assuste com isso. Procure sempre encontrar as melhores soluções.

De 25 a 30 Pontos – Parabéns! Você é realmente uma pessoa persistente. Não se intimidar com os desafios que a vida impõe é o comportamento do empreendedor de sucesso.

É preciso que você acredite em si mesmo, Lembre-se: você é capaz, Não desanime diante das dificuldades e saiba que ninguém faz nada sozinho.

NUNCA DEIXE DE SONHAR ...

MAS LUTE PARA QUE SEU SONHO SE REALIZE.