

# A Sua 1ª Impressão Está a Desvanecer?

Três Formas de a Tornar Brilhante!

## A Premissa

Qualquer profissional não deve fazer perder o tempo dos seus Clientes, especialmente quando está a realizar uma apresentação. Muitas vezes, tem apenas uma oportunidade para deixar uma impressão positiva e brilhante, que diferencie a sua empresa, os seus produtos, serviços e ideias.

## Estudo Recente

Ian Parker na revista *The New Yorker* relata que, de acordo com as estatísticas da Microsoft, são feitas mais de 30 milhões de apresentações por dia, nos EUA. Estas apresentações duram, por média, meia hora com a participação de quatro pessoas em cada apresentação. Cada um destes participantes ganha em média \$17.95/hora ou cerca de \$35K/ano. Aproximadamente, 25% das apresentações foram percebidas como uma perda de tempo pelos participantes. Dados estes números, a Microsoft calculou que perdeu aproximadamente \$252 milhões de dólares por dia.


Imagine as perdas financeiras quando um profissional não realiza uma comunicação ou apresentação eficaz. No mundo de hoje, se não conseguir articular as suas ideias e se não tiver uma postura e aparência distinta e autêntica em frente a um grupo, a sua carreira poderá sofrer as consequências.

“Nunca obterá uma segunda oportunidade para  
fazer uma primeira impressão.”

## A Metáfora da Bicicleta

Experimente aplicar a metáfora da bicicleta para melhor comunicar a estrutura de uma apresentação. Existem duas componentes principais na apresentação - a “roda traseira” ou Conteúdo e a “roda dianteira” ou Forma de Entrega/ *Delivery*. É no equilíbrio destas componentes que melhor se conseguirá relacionar e interagir com os seus interlocutores.

Uma apresentação pode ser entediante. Um apresentador entusiasta pode até incentivar o interlocutor à acção, mas no final sair sem deixar informação relevante e útil para a decisão do interlocutor. É muito importante assegurar que a apresentação seja equilibrada.



| Conteúdo  | Forma de Entrega  |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Organização</li><li>• Informação</li><li>• Dados</li><li>• Pesquisa</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Linguagem Corporal</li><li>• Voz</li><li>• Comunicação Estilo</li></ul> |

### Três Passos Para Assegurar que é Brilhante

Quando uma apresentação é clara, concisa e convincente, não faz perder o tempo de ninguém e o profissional deixa uma primeira impressão positiva e brilhante. Conheça as três formas para também deixar uma primeira impressão positiva.

#### Planeamento

Apresentadores experientes e eficazes conhecem a importância do planeamento e o seu papel crítico na eficácia de uma apresentação. Identificar as necessidades e expectativas do seu Cliente conduz o conteúdo da sua apresentação. Nenhum Cliente possui o desejo de escolher entre a informação detalhada de um determinado produto ou serviço, durante uma apresentação de capacidades gerais. “Despejar informação” nunca lhe vai conseguir uma venda e não vai, certamente, deixar uma primeira impressão positiva. Parece que os nossos cérebros estão programados para nos lembrarmos das coisas em grupos de três. As apresentações devem ser estruturadas para que essa informação possa ser capturada em três pontos-chave. O conteúdo vai incorporar as histórias, dados, testemunhos e exemplos que suportam esses três pontos-chave. Com três pontos-chave, declarações de benefícios e transições fortes, a sua audiência ficará, certamente, interessada na sua apresentação.

Quando um profissional de vendas efectua uma apresentação que relaciona directamente os pontos-chave aos problemas críticos do Cliente e quando ajuda o Cliente a fazer a ponte entre o que ele tem e o que pretende ter, então o Cliente reage positivamente.

Adicionalmente, se o profissional de vendas antecipar as questões e objecções que possam surgir, conseguirá uma posição muito mais forte para as colocar ou responder mesmo antes de o Cliente as expor. Os Clientes reconhecem quando o profissional de vendas pensa nos problemas mediante o ponto de vista do Cliente.

Planear também significa aprender competências de auto-gestão. Segundo o teórico de Psicologia, Albert Ellis, o que um profissional de vendas diz a si próprio afecta a forma como se sente e como se comporta. Se, por exemplo, a conversa interna for: “Este Cliente nunca vai comprar um produto meu.”, ou, “E se eles me fazem perguntas para as quais não estou preparado?”, o resultado será altos níveis de nervosismo e o Cliente percebe, sem qualquer dúvida, o apresentador como alguém que aparenta ser nervoso; que efectua gestos rápidos e um contacto visual inadequado.



Quanto mais controlar os seus próprios sentimentos e linguagem corporal mais persuasivo será. Quanto mais persuasivo for, mais oportunidades de vendas terá.

Resumindo, o profissional de vendas de sucesso trabalha arduamente nas suas apresentações. Planeando-as, focando-se nas necessidades do seu Cliente e demonstrando confiança através do contacto visual e da projecção de voz. Como resultado, conseguirá diferenciar-se em frente a qualquer Cliente e assegurar que o tempo despendido a ouvi-lo nunca será tempo perdido.

### Acerca da Autora

Judie Knoerle é consultora internacional e facilitadora. Possui 12 anos de experiência em vendas, 21 anos de experiência em formação e concepção de workshops. Judie é partner da dAK & Company, e autora independente de programas, bem como facilitadora na Wilson Learning Worldwide.

*Para mais informação sobre o programa **UpFront – Persuasion Through Presentation**, por favor, contacte-nos através de:*



Wilson Learning Portugal  
Praceta de Manica. 6-A  
2780-022 Oeiras  
21 4400410

[www.wilsonlearning.com.pt](http://www.wilsonlearning.com.pt)

[jose.santos@wilsonlearning.com.pt](mailto:jose.santos@wilsonlearning.com.pt)