

C H E C K L I S T :

**4 passos
para o comprador
se tornar relevante**



CARLOS PESSOA
Especialista em Estratégias
para Sucesso Pessoal



CHECKLIST: 4 PASSOS PARA O COMPRADOR SE TORNAR RELEVANTE

Em todos os campos da atividade humana, a relevância profissional de qualquer pessoa está vinculada a um fator importante denominado “posicionamento”.

Você sabe o que é posicionamento?

Bem, posicionamento significa o primeiro a ser lembrado na mente das pessoas.

- Por exemplo, quando alguém fala em hospital de referência, na mesma hora eu penso no Albert Einstein, em São Paulo.
- Entretanto, se o tema é um jogador de futebol da Seleção Brasileira, lembro-me imediatamente de Neymar Jr.
- Agora, se estamos conversando sobre novela, a imagem da TV Globo vem logo à minha mente.

A razão desse reconhecimento é muito simples de entender, porque o posicionamento valida a atratividade ou relevância de algo ou de alguém.

Sem dúvida que a capacidade técnica nas atividades de compras é indispensável para a construção da reputação e prestígio dos compradores, mas a relevância, entretanto, não está vinculada somente a isso, porque conhecemos gestores e executivos de compras competentes na entrega de resultados e que não são relevantes nas organizações.

E o fato de ser relevante provoca uma enorme diferença na vida dos profissionais de compras.

É preciso algo mais...

Conheça o CHECK LIST dos 4 passos para o comprador se tornar relevante aqui.

1ª) FAÇA COM QUE OS OUTROS “PERCEBAM” SUA COMPETÊNCIA

Ninguém vai obter fama, reconhecimento ou progresso simplesmente porque acha que merece. Alguém mais tem de pensar assim também.

Não basta ao comprador ser competente, ele tem que parecer, ou seja, ele também tem que se mostrar competente.

Portanto, a definição de competência também está vinculada à percepção dos outros, ou seja, competência é tudo aquilo em que você é bom e os outros acreditam.

Esteja atualizado

Invista na sua educação executiva: faça cursos a distância (a internet oferece muitas opções gratuitamente), participe de grupos de discussão, faça benchmark, leia livros e revistas especializadas, veja vídeos, participe de palestras e workshops presenciais, ...

Cuide de sua aparência

Não somente da aparência física (trajes, asseio pessoal) mas também da aparência psicológica (estado de espírito, humor, amabilidade, cortesia)

Reforce a percepção de sua competência profissional:

- *Escreva textos sobre sua expertise profissional e os publique em alguma revista especializada ou jornal e, também, nas suas redes sociais.*
- *Escreva textos sobre sua experiência na solução de problemas que conseguiu superar na sua empresa e os publique (desde que possam ser divulgados publicamente e ainda reforcem a imagem institucional da sua empresa).*
- *Grave vídeos sobre temas de sua especialidade e que possam ser úteis às pessoas e os publique no Youtube ou nas mídias sociais.*

Devo adverti-lo, porém, que você deve publicar (ou postar) somente aquilo que possa realmente interessar às pessoas do seu relacionamento. **Seu objetivo primordial não é se autopromover, é ser útil a elas.**

Consolide um ótimo relacionamento com seus “clientes”

Sim, clientes. Os compradores também têm clientes a quem devem servir: seus líderes, seus subordinados, usuários internos e demais colegas na empresa.

Mantenha um relacionamento próximo com colegas de profissão

Tente participar ativamente dos grupos de profissionais de compras.

Construa seu “network”.

Tenha registro dos aniversários e acontecimentos importantes relacionados aos seus clientes, amigos, ex-colegas e pessoas importantes, contatando-as ou enviando-lhes mensagens, e-mails e cartões nas épocas próprias.



2ª) DIVULGUE SUA IMAGEM

Para você ser percebido e respeitado como um profissional de referência, é fundamental que você divulgue seu trabalho e suas conquistas para todos, principalmente para aqueles que orbitam na sua vida profissional (seus líderes, subordinados, colegas na empresa, clientes/usuários internos e demais profissionais de compras).

Invista na expansão da sua base de contatos nas mídias sociais

Instagram, Facebook, Youtube, LinkedIn

Crie seu próprio website

Para poder publicar nele seus artigos, seus vídeos, suas atividades profissionais

Constitua seu próprio “Canal” no Youtube

Para poder postar vídeos atraentes (e seus, de preferência)

Construa um banco de dados

Para enviar e-mail marketing para seus contatos.

Faça um blog

Se preferir algo mais contundente.

3ª) CONSTRUA A RELAÇÃO DE MÚTUA CONFIANÇA COM AS PESSOAS

Um dos principais elementos que constroem o posicionamento de um profissional está vinculado à “aura” de confiança que ele transmite.

Nenhuma outra condição possibilita tamanha capacidade de relacionamento ao ser humano do que a inspiração através da confiança irrestrita entre os indivíduos. A confiança mútua melhora o relacionamento entre as pessoas, facilita a convicção, a influência, a persuasão e, principalmente, a consolidação desse relacionamento.

Ética

Nossos procedimentos têm que ser legais, imparciais e coerentes com nossos princípios.

Lealdade

Significa agir, fazer ou dizer de acordo com aquilo que acreditamos, com aquilo que sabemos ser verdadeiro.

Credibilidade

Credibilidade significa cumprir aquilo que se prometeu.

Compromisso

O comprometimento em relação aos seus princípios dá respeitabilidade ao comprador e enfatiza seu poder de convicção.

Coerência

A prática tem que estar alinhada ao discurso.

4ª) VALORIZE OS DETALHES

O perfeito entendimento das necessidades primárias (ou básicas) dos seus clientes somado com a ampliação da solução para suprir também suas necessidades secundárias (ou detalhes) é que vão superar as expectativas e realmente farão a diferença na percepção deles.

Atenda às necessidades básicas (ou primárias) dos clientes

Identifique e atenda também suas demais necessidades secundárias (ou detalhes) por meio de uma “escuta” refinada

É possível que seja muito trabalhoso cumprir todas essas etapas, mas vale a pena investir nessa proposta porque o bônus para o comprador que conquista a relevância, compreende uma efetiva contribuição para sua empresa por meio de um reconhecimento inquestionável da sua competência por seus líderes superiores que, sem dúvida, fará com que suas opiniões sejam respeitadas e consideradas no direcionamento estratégico da organização.

SUCESSO!

