



Newsletter Maio / Junho 2008

## Este Mês:

- **Casos: Soweto**
- **Pesquisa: Gráfico de respostas da última Newsletter**
- **Nova Pesquisa: Preparação**
- **Gestão das suas Prioridades**
- **Dica: "E então?"**

**Se não sabe para onde vai, qualquer caminho vai levá-lo lá.  
(Lewis Carroll – Alice no País das Maravilhas)**

## Casos Soweto

Nesta "nossa" Newsletter, resolvemos trazer até vós uma experiência especial que muito nos anima.

Teve início no passado mês o projecto "Breakthrough". A ideia deste projecto materializou-se na conferência de Partners da Gazing Performance que se realizou o ano passado em Portugal.

Este projecto, de início, consiste em envolver duas escolas localizadas no distrito de Soweto e oferecer-lhes o nosso tempo, bons conceitos e ferramentas que eles possam aplicar para os ajudar. Estas duas escolas funcionam com, talvez, a maior pressão e dificuldade que muitos de nós dificilmente podemos imaginar.

No seminário inicial estiveram envolvidos tanto professores como alunos e foi um sucesso. Deu para lhes dar a conhecer o que poderemos oferecer afim de que possam priorizar a aplicação das nossas técnicas.

No seguimento deste evento iremos planear as acções futuras que esperamos também relatar-vos.

Resta-nos dizer que para materializar este projecto da Gazing International, contamos com o apoio, claro está, da Gazing África do Sul, tal como dos restantes Partners Gazing no resto do mundo e do patrocínio da Xerox e da Rentokil Initial.

Na última Newsletter, perguntámos:

Como acha que os seus Clientes o descrevem?

Deixamos em baixo o gráfico das respostas dadas, onde poderemos ver que, embora não em primeiro lugar, grande parte dos questionados disseram que os vêem como Consultores de Negócio. Quando vistos como Consultores de Negócio, os clientes reconhecem e apreciam o valor que lhe disponibilizamos em cada contacto.

A resposta mais frequente foi "os clientes vêem-me como um solucionador de problemas". Para os Clientes um solucionador de problemas é normalmente uma pessoa capaz de compreender as suas questões e providenciar soluções para as suas necessidades. É de facto uma posição de destaque por parte do mercado, mas convém ter presente que para o caso de uma grande conta, por exemplo, deverá fazer progredir a sua relação até ser visto como um verdadeiro consultor de negócios.



Este mês temos novamente uma pergunta para vos fazer e que desde já agradecemos [manifeste a sua opinião](#).

### Pergunta:

Com que frequência prepara as suas reuniões?

Para responder

[Clique Aqui](#)

## Gestão das Suas Prioridades

### O que está a mudar?

Os trabalhos tal como os conhecemos, com uma série de responsabilidades estáveis, bem definidas, estão a transformar-se numa coisa do passado.

**Porquê?** Porque as organizações hoje em dia estão a aprender que a sua sobrevivência depende da adopção de novas formas de trabalho e de pensar o trabalho.

Lutando para manter uma vantagem numa época de mudança rápida e competição global intensa, as organizações empreendem diariamente mudanças no sentido de oferecer uma melhor resposta às necessidades dos clientes.

Nos seus esforços para se reinventarem a si próprias, as organizações desenvolvem estruturas mais horizontais e adoptam um ponto de vista de funções transversais (*cross-functional*).

Com toda a probabilidade, tais mudanças estão a afectar dramaticamente o seu trabalho.

Pode descobrir que, além do seu trabalho principal, pertence a uma ou mais equipas com funções transversais; ou então que, na verdade, o seu trabalho pode ser uma série de projectos que o põe em contacto com uma série de co-trabalhadores em constante mudança.

Como consequência, as competências que eram tão adequadas quando começou a trabalhar podem não ser suficientes para os actuais trabalhos indefinidos.

### O que é Difícil? ...

Para ler o resto do artigo [clique aqui](#)

## Dica de Vendas

### E Então?

Alguma vez esteve numa reunião de vendas e sentiu que o negócio estava garantido?



Estava convencido que tinha a solução perfeita para as necessidades do seu cliente e despejava características como uma máquina. (poderemos fornecer bla, bla, bla, incluindo o serviço adicional bla, bla, bla, no período de x anos e por um baixo preço, bla, bla, bla...)

Entretanto o cliente não optou pela sua solução. Como é que isto aconteceu? Por vezes, estamos tão convencidos do valor das nossas soluções e das suas características que não fazemos um bom trabalho a explicar e evidenciar os seus benefícios.

Os benefícios definem-se pelo que as características da solução significam para o cliente.

Para ter a certeza que explica os benefícios adequadamente, tenha em conta o que diz e pergunte a si mesmo "E então?"

O seu produto oferece 5 anos de garantia. E então? Porque é que isso importará ao cliente? Isto é uma rápida verificação para assegurar que está a explicar os benefícios com clareza.

Para remover o seu nome da nossa lista de correio, [clique aqui](#).

Perguntas ou comentários? Envie-nos uma mensagem de correio electrónico para [basilaris@basilaris.com](mailto:basilaris@basilaris.com) ou ligue para 214 697 973.