SÉRIE empretec

9

PERSUASÃO E REDE DE CONTATOS

SEBRAE

SUMÁRIO

O QUE É O EMPRETEC?.....2

ESTIMULE O EMPREENDEDOR QUE HÁ EM VOCÊ.....4

INTRODUÇÃO.....8

CCE 9: PERSUASÃO E REDE DE CONTATOS.....11

O TRIPÉ DA PERSUASÃO.....17

REDE DE CONTATOS.....22

PARTICIPE DO EMPRETEC.....26

Segundo o Global Entrepreneurship Monitor (GEM), o Brasil é o 7º país com maior número de empreendedores.

São cerca de 14 milhões de pessoas, 9,9% da população adulta, que empreende e já possui uma empresa há pelo menos 3 anos e meio. Quando falamos em empreendedores com menos tempo de mercado, esse número salta para aproximadamente 50 milhões.

De acordo com o levantamento realizado em 2021, 48,9% o fazem por necessidade, enquanto 76% é por vocação. Ainda, estima-se que dos 50 milhões, 46% ainda sonham em ter o próprio negócio.

É com isso em mente, com objetivo de oferecer apoio aos micros e pequenos empreendedores, acelerando a economia nacional, que o Sebrae realiza cursos de capacitação, consultorias, feiras e outros tipos de eventos e serviços para capacitar essas pessoas para que possam atingir o seu máximo e pleno potencial.

O **Empretec** é uma programação de capacitação realizada no mundo todo, com apoio das Nações Unidas para o desenvolvimento da economia global e formação de empreendedores.

O QUE É O EMPRETEC?

O Empretec surgiu de um estudo com o objetivo de encontrar características comuns aos empreendedores, ditos natos, como modo a filtrar e selecionar as melhores práticas que poderiam ser disseminadas.

São temas como a gestão, recursos humanos, produtividade e todos os outros tópicos que podem ser importantes para a administração de uma empresa produtiva e rentável. Afinal, para construir um negócio de sucesso, além de paixão, é preciso **método**.

Ainda, não menos importante. O Empretec é um evento que possui como maior objetivo criar uma **mentalidade empreendedora** dos participantes. Isso é, afinar a visão estratégica, assim como características pessoais no trato com os colaboradores.

No entanto, não existem informações muito claras sobre o que acontece em portas fechadas. É um compromisso dos participantes, por meio de um *acordo de confidencialidade*, não contar o que acontece nesse espaço. O objetivo em manter sigilo é para não atrapalhar o desempenho do indivíduo.

Pense no seguinte. Sabendo os temas e metodologias a serem abordados, o empreendedor pode se preparar e chegar com um desnível em relação aos outros, ou até mesmo com informações incorretas sobre os temas a serem tratados, prejudicando a sua produtividade durante os 6 dias do evento.

Trata-se de uma jornada que exige comprometimento do candidato. Qualquer um com mais de 18 anos pode se inscrever no **site do Sebrae**, ou pelo telefone 0800 570 0800. No entanto, é realizada uma seleção com base no currículo e em entrevistas para compreender se esse é o melhor momento para que esse indivíduo ingresse no processo que visa a sua manutenção e diferenciação no mercado.

ESTIMULE O EMPREENDEDOR QUE HÁ EM VOCÊ

Definir o que é empreendedorismo ou o que é um empreendedor não é uma tarefa nada simples, e dificilmente será respondida de maneira completa e final. O fato é que os empreendedores possuem algumas características em comum como o desejo de crescer e inovar.

Algumas pessoas empreendem por vocação. São aqueles que já possuem uma excelente desenvoltura social, compreende o mercado e tem insights para melhorar processos e métodos já consagrados.

A metodologia do Empretec é baseada nas **Características de Comportamento do Empreendedor** (CCEs), que são as habilidades vistas nos empreendedores de maior sucesso ao redor do mundo.

Ao todo, são 10 CCEs trabalhadas, cada uma possui comportamentos que servem como uma pontuação para que o indivíduo saiba se conta com a característica na sua vida pessoal. Elas, em si, são divididas em três categorias:

1. **Realização**: o desejo e a capacidade de fazer as coisas acontecerem;

2. **Planejamento**: o movimento de pensar antes de agir, mas não se deixar paralisar pelo medo da incerteza;

3. **Poder**: capacidade de influenciar as pessoas no seu entorno para que elas desempenhem o seu melhor em torno de um objetivo comum e da visão do empreendedor.

Com isso em mente, o Empretec trabalha:

1. Busca de oportunidades e iniciativa;
2. Planejamento e monitoramento sistemático.
3. Busca de informações.
4. Estabelecimento de metas.
5. Correr riscos calculados.
6. Exigência de qualidade e eficiência.
7. Persistência.
8. Comprometimento.
9. Persuasão e rede de contatos.
10. Independência e autoconfiança.

Quanto mais CCEs o indivíduo possui, maiores são as chances de se destacar no mercado de maneira permanente. Com isso, o Sebrae criou uma série de E-Books explorando cada uma dessas características. Hoje falaremos sobre a CCE de número nove, **persuasão e rede de contatos**. Venha conferir!

INTRODUÇÃO

É preciso compreender que as CCEs são divididas em três categorias para facilitar a visualização dos objetivos e até mesmo a criação de métricas para que o empreendedor avalie a si próprio.

A CCE de número 9 é uma das componentes das características de **poder**, junto com a CCE 10, de independência e autoconfiança.

Do latim *Potere*, poder diz respeito à capacidade de ter algo feito, seja fazendo por si só ou influenciando pessoas fazerem algo que seja a sua necessidade imediata ou de longo-prazo. Pelo menos essa é a definição do dicionário.

Quando falamos no significado prático, o termo **poder** acaba entrando em um intenso debate no campo filosófico e sociológico, afinal, segundo o autor *Michel Foucault* em sua obra *Microfísica do Poder*, ele permeia todas as relações sociais existentes e que estão para surgir.

O poder se expressa enquanto uma força própria, mas também é a expressão do embate entre diferentes forças.

Um dos mais conhecidos e debatidos pela ampla maioria das pessoas é o **poder econômico**. Afinal, quem pode pagar mais, pode escolher antes das outras pessoas, isso é, se não houver alguma regulação nessas relações.

Para **Karl Marx**, o poder é detido por aqueles que possuem os **meios de produção**. Isso é, por aqueles que possuem um dinheiro investido em ativos que produzem algo, nesses ativos estão incluídos os trabalhadores que são pagos com o dinheiro da venda dos produtos finais do seu trabalho.

Já a definição de **Max Weber** é mais abrangente e faz mais sentido para a nossa discussão. Poder é a vontade de uma pessoa ou instituição exercida sobre as outras, com essas outras pessoas querendo ou não, percebendo ou não o que está acontecendo.

Dessa maneira, é evidente que a **Persuasão e a Rede de Contatos** são características de empreendedores com **alto poder**.

A **persuasão** diz respeito à capacidade de convencer outras pessoas a adotar a sua ideia como uma verdade, enquanto a **rede de contatos** ajuda a encontrar os melhores talentos do mercado e o acesso a ferramentas e capital para investimentos estratégicos.

CCE 9: PERSUASÃO E REDE DE CONTATOS

A CCE 9 é composta pelo tripé:

- Utiliza estratégias deliberadas para influenciar e persuadir os outros.
- Utiliza palavras-chave como agentes para atingir seus objetivos.
- Age para desenvolver e manter relações comerciais.

Pense em uma estratégia de marketing. Ela é puramente uma estratégia de **persuasão**, afinal, é preciso convencer o cliente ou um grupo social de que o seu produto ou a sua ideia merece alguma atenção.

Se a persuasão é realizada da maneira correta, com palavras alinhadas com as ações da empresa, então, a mágica acontece. O dinheiro começa a trocar de mãos, negócios são fechados, produtos são vendidos, serviços contratados e a empresa cresce no mercado.

Pare para pensar no seguinte. As maiores empresas do mundo nos seus segmentos não são necessariamente as melhores naquilo que fazem. Isso pode não parecer fazer sentido, então vamos a exemplos práticos.

O **McDonald's** não possui o hambúrguer mais gostoso do mundo, mas é a maior hamburgueria do planeta. A **Coca Cola**, de acordo com o **Paradoxo da Pepsi**, não é o melhor refrigerante, mas certamente a maior marca do segmento. O que essas duas empresas têm em comum?

Ambas são extremamente persuasivas. Todos sabem que *fast food* e *refrigerante* não são saudáveis e podem nem ser tão gostosos, mas essas marcas têm a capacidade de fazer uma promessa tão forte que convence.

São anos de marketing e estratégias de comunicação para imprimir uma marca na mente do consumidor. Quando essa marca é impressa, a empresa se torna uma referência.

Percebe agora a importância dessa característica para uma empresa como um todo? Mas afinal, para o empreendedor em si também é algo tão fundamental?

Sem dúvidas!

Persuasão é a capacidade de **vender uma ideia** de modo que as pessoas acreditem ser benéfica o suficiente para comprá-la. Ambas as empresas mencionadas possuem colaboradores na casa dos milhares, pense em quanto poder é necessário para manter esse organismo coeso, vivo e funcionando.

É preciso que o CEO da empresa exerça o seu poder de persuasão sobre aqueles que estão sob o seu controle direto, para então criar uma corrente de valores, missões e objetivos da companhia.

A melhor persuasão é aquela que mostra ao indivíduo os melhores caminhos, de modo que ele possa ingressar em um deles para iniciar a sua jornada.

Portanto, compreenda que **persuasão** é sobre pessoas, e não sobre **coisas**. É a capacidade de convencer e também de ouvir.

Quando o empreendedor ouve os seus colaboradores com atenção plena e comprometimento, eles se tornam **parceiros** da marca. São eles os primeiros a fazer parte de uma rede de contatos que impulsiona o indivíduo.

Lembre-se sempre que nenhum homem é uma ilha. Todas as pessoas dependem umas das outras para realizar os seus objetivos. Não seria possível para um empreendedor de baixa renda enriquecer, por melhor que seja a sua ideia, sem um investidor, assim como de nada adianta alguém ter muito dinheiro sem uma boa pessoa para confiar a sua multiplicação.

Grande parte dos problemas enfrentados no mundo tem como origem as complexas **relações sociais** que precisam ser desenvolvidas para o desenvolvimento das pessoas como um grupo.

Essas relações são construídas ao longo de anos de convivência, experiência e escolhas assertivas. Nem todas as pessoas com as quais você convive fazem parte da sua rede de contatos.

A rede é construída com base em interesses mútuos, por exemplo, um chef de cozinha que conhece um grande número de cozinheiros. Quando ele decidir empreender e construir o seu próprio espaço, saberá quem são os melhores profissionais do mercado para se tornarem os parceiros do seu sonho como colaboradores.

Ou ainda, esse mesmo chef pode ter clientes ativos por muitos anos que, ao iniciar uma nova jornada, podem se tornar investidores.

Compreenda que o **networking** não é sobre fazer amigos necessariamente, mas sobre construir parcerias sólidas que possuem algum objetivo de curto, médio ou longo-prazo.

Isso não significa se aproveitar de pessoas ou situações para ganhos pessoais. A rede é uma via de mão dupla que, na verdade, é composta por inúmeras pistas que vão em todas as direções, como neurônios no cérebro.

É preciso que todos sejam favorecidos em igual medida para que ela possa se fortalecer como um todo.

Quando falamos em persuasão e rede de contatos, é comum que muitos torçam o nariz por ver essas duas coisas de um ponto de vista negativo. Afinal, essa é uma área que foi estudada por muitos anos como a origem dos conflitos e das tensões sociais.

Porém, assim como tudo no mundo, essas duas características possuem uma valência neutra. Isso significa que não são boas nem ruins. Tudo depende da pessoa que está criando uma estratégia nesse sentido.

A persuasão e a rede de contatos saudável é aquela que possui um objetivo em comum na qual cada meta é o objetivo final de um dos integrantes. Assim, há motivação para que todos façam o seu trabalho da melhor maneira possível, investindo tempo e dinheiro para que a rede cresça e se torne mais rentável e estável.

Tenha em mente que você já está construindo a sua rede e influenciando pessoas. Se ainda não percebeu isso, é porque não está fazendo de maneira deliberada. Quando as decisões são tomadas de maneira consciente, as chances de sucesso são exponencialmente maiores.

Assim, compreenda que essa é uma das características que consideramos essenciais em empreendedores de sucesso. São as pessoas capazes de convencer e engajar um time em torno de um desejo comum.

O TRIPÉ DA PERSUASÃO

Até aqui compreendemos a importância de estudar a fundo esses dois conceitos que compõem uma das características de comportamento dos empreendedores. Para que você possa persuadir de maneira deliberada, no entanto, é preciso conhecer um pouco mais a fundo as raízes do tema.

Todos os estudos que conhecemos atualmente sobre persuasão remontam a um dos primeiros filósofos da humanidade, Aristóteles, com a sua obra *Retórica*. O mestre nos ensina a dividir o conceito em três partes para compreender como estruturar melhor um discurso e o que dizer para ser ouvido com eficiência.

ETHOS

Quando uma pessoa fala com a outra, automaticamente passa a existir uma **dinâmica invisível de poder**. Isto é, o locutor passa a exercer poder sobre o interlocutor, afinal, quem está falando detém a palavra que pode ser usada de inúmeras formas para contar a mesma história.

Ou seja, quem **fala** tem a chance de escrever a história que quiser, seja ela verdade, ou ainda não. Empreendedores são muito mais apegados ao futuro, com as metas que desejam atingir e objetivos a serem alcançados pelo seu time.

No entanto, nenhuma pessoa segue outra se não **acreditar** verdadeiramente nela. Assim, os colaboradores, parceiros, fornecedores e investidores devem ter confiança no **ethos** do empreendedor.

Ethos é a palavra grega para aquilo que alguém é.

Estamos falando de caráter, personalidade, confiabilidade e histórico pessoal. Se uma pessoa na qual confiamos começa a falar algo, temos uma tendência maior a assumir aquilo como verdade.

Uma das dicas para criar um **Ethos** potente, ou uma identidade nas quais as pessoas confiam em um contexto empresarial, é fundar os seus próprios conceitos, termos e expressões da cultura organizacional.

A **Apple**, por exemplo, não vende celular, mas iPhones. Não são tablets, mas iPads.

Compreenda como o cliente reconhece a marca na qual confia apenas pelo nome do produto. Quando compra, inclusive, faz questão de usar esse nome.

PATHOS

Não menos importante, é na verdade um dos mais fundamentais, está o conceito de **pathos**.

Pathos é a palavra grega para como alguém faz o outro se sentir.

Um dos preceitos mais importantes da **comunicação**, de fato, é compreender que a mensagem carrega muito mais significado do que aquilo que está sendo dito. A entonação da voz, escolha de palavras e até mesmo a ordem da frase indica uma dinâmica de poder.

Compare quatro enunciados para entender a diferença.

(Provocação) Duvido você entregar a pauta até amanhã para ganhar uma folga!

(Intimidação) Se você não entregar a pauta até amanhã, não terá folga!

(Sedução) Você é tão competente. Tenho certeza de que entregará a pauta até amanhã para ter folga!

(Tentação) Se você entregar a pauta até amanhã, terá folga!

Note como duas maneiras são **propositivas** e outras duas possuem uma carga **negativa**. Apostamos até mesmo que você leu cada uma delas com uma entonação diferente.

Ao **provocar** alguém ou **tentá-lo**, você estimula a dar o seu máximo. Ao **intimidar** ou **seduzir**, pode-se provocar uma sensação pesada e difícil de ser carregada.

Mas não se esqueça: todas as maneiras são válidas quando usadas com parcimônia. A **provocação** excessiva, pode gerar dúvidas no parceiro e fazê-lo desistir da sua tarefa.

Lembre-se: a comunicação é neutra, quem decide o tom da conversa é o locutor.

LOGOS

Por fim, a **prova lógica**, do grego, **Logos**, é o tempero que falta para uma comunicação assertiva e que convence. Trata-se de demonstrar com dados, fatos e estatísticas como o seu discurso é verdadeiro.

São imagens que provam os benefícios de um produto, o depoimento de consumidores ou as avaliações recebidas pelo mercado. Por mais que alguém confie em outra pessoa, sempre será necessário provar o seu ponto, principalmente quando o objetivo é guiar um time para que ele todo persiga a mesma meta.

Nisso entra a história do *feedback*. Com o seu *ethos* o interlocutor acredita em você, com cuidado você pode estabelecer uma relação saudável, e com o *logos*, gerar resultados efetivos.

Um colaborador não irá deixar de ter uma atitude apenas porque você pediu para fazê-lo, e acredite, não é por mal. Ele precisa de um incentivo. Precisa de uma prova de que esse comportamento não é saudável para a empresa e nem para ele mesmo.

Você pode até ter se perguntado porque os conceitos de persuasão e networking estão agrupados no mesmo CCE. A resposta é simples. Porque todo relacionamento é uma dinâmica de poder na qual a comunicação é a via de acesso. Apenas com a comunicação é possível vender produtos, treinar colaboradores, encontrar investidores ou colocar em ação qualquer estratégia.

REDE DE CONTATOS

A **rede de contatos** é uma das instituições mais poderosas no mundo dos negócios. As sociedades existem quando dois ou mais contatos se juntam por conta do alto grau de afinidade nos seus pensamentos, por exemplo.

Um empreendedor no começo de carreira – sabemos que é difícil ouvir isso, mas é a verdade – venderá primeiro para os seus conhecidos e pessoas mais próximas. Vender no mercado aberto é algo que só acontece mais tarde na jornada.

Compreenda que ter um *networking* sólido é fundamental para começar um negócio, mesmo que você seja um microempreendedor individual. É preciso que os seus contatos tenham algum interesse em você para que então o seu produto ou a sua marca seja cogitado como uma opção.

Para construir essa rede é preciso ser assertivo e tomar decisões estratégicas. Segundo estudo publicado na *Royal Society Open Science*, a partir dos 25 anos começamos a perder amigos pois priorizamos contatos mais importantes para o nosso desenvolvimento pessoal e profissional.

Assim, saiba que com os anos irá conviver mais com menos pessoas, portanto, escolha os seus parceiros com muito cuidado e assertividade.

Por exemplo, ao frequentar um evento, vale a pena verificar a lista de participantes para investigar alguns deles e compreender o perfil de pessoa que encontrará. Você deixa de perder tempo caso não haja interesse em frequentar o local, ou chegará mais preparado, sabendo a razão exata pela qual aquelas pessoas saíram de casa.

SAIBA COMO VOCÊ PODE AJUDAR

Um dos segredos do sucesso na construção de uma rede de contatos é **ter interesse genuíno pela outra pessoa**. Quando conversar com alguém, sempre chame pelo nome ou pelo apelido, isso se tiver permissão.

Ofereça a sua ajuda de maneira sincera e honesta. Você pode dar algumas dicas gratuitas de como funciona a sua área e os problemas que resolve. Esse tipo de comportamento, de dar antes de receber, é uma das principais formas de manter pessoas unidas, afinal, todos precisamos de ajuda para algo em algum momento.

Após essa etapa, então é hora de começar a falar sobre as suas necessidades para entender se essa pessoa é recíproca, isto é, pode te ajudar. Às vezes ela não é a melhor resposta, mas pode conhecer alguém que o seja.

A rede de contatos é muito mais do que encontrar amigos. Trata-se de entrar em um espaço cheio de conexões entre pontos aparentemente aleatórios, nos quais você pode chegar se entrar em uma dessas linhas.

COMPREENDA COMO SE INTEGRAR

Uma das palavras-chave para criar a sua própria **rede de contatos** é a capacidade de gerar identificação com as pessoas que fazem parte dela. Essa identificação pode ser por conta do local de trabalho ou até mesmo a cultura de uma determinada região.

Independente da razão, é preciso que os dois indivíduos de uma relação se identifiquem entre si. Esse é o motivo pelo qual determinados nichos de mercado parecem possuir um linguajar próprio, como os especialistas do mercado financeiro ou os artistas.

Muitas pessoas não gostam de ouvir isso, mas a maneira como falamos e nos vestimos também possui impacto na percepção que os outros têm do nosso profissionalismo e até mesmo da nossa vida pessoal.

Entender essas dinâmicas invisíveis de poder é fundamental para quem deseja crescer e florescer no mercado enquanto um empreendedor.

Saiba que não existe necessariamente uma solução para cada problema, mas certamente existe **alguém** que sabe resolvê-lo. Quanto mais proximidade você tiver com essas pessoas-chave, menos dinheiro irá desperdiçar e mais tempo livre terá para as outras atividades estratégicas.

PARTICIPE DO EMPRETEC

Todas as pessoas possuem características parecidas com as 10 CCEs, no entanto, é preciso desenvolvê-las e desempenhá-las de maneira deliberada para que se tornem um hábito e sejam um diferencial competitivo.

O Empretec existe para formar novos empreendedores que desejam se posicionar com relevância no mercado. Já foram mais de 285 mil pessoas capacitadas em 12.308 turmas em todos os estados do país.

Após 60 horas de capacitação, aproximadamente 75% dos participantes atribuíram nota 9 ou 10 para o curso. Dos antigos alunos, recebemos relatos de aumento na produtividade e no faturamento da empresa, assim como maior segurança na tomada de decisões, mais capacidade de identificar crises e oportunidades no seu setor. Por consequência, maior taxa de sucesso na sua área.

Muitos empreendedores já conquistaram seu espaço e transformaram suas vidas a partir do Empretec. Agora é a sua vez! Aponte a câmera do seu celular para o QR CODE e venha participar do Empretec.

SEBRAE

www.sebrae.com.br | 0800 570 0800