

LIDERE SEU MERCADO

Como enfrentar e superar CRISES

Lunna Dias





Quando toda essa história de Corona Vírus começou e fomos obrigados a ficar em casa eu fiquei alguns dias em negação. Negação total de que isso estava acontecendo e de que ia perdurar. Sério! Logo eu, tão ativa deveria ficar em casa e deixar de realizar as minhas atividades e viagens que faço? Inacreditável! Na minha negação isso ia durar menos de 1 mês então era “só esperar”. Ledo engano! Passou 1 semana e minha ficha de fato caiu quando vi a cantora Anitta fazendo lives no Instagram para ajudar empreendedores por causa da crise. Crise? Então naquele momento eu decidi o que ia fazer, meu negócio estava em apuros e eu ia precisar fazer um plano caso essa situação perdurasse e assim fiz. No meio do plano tive a ideia de ir compartilhando tudo que ia fazendo e aprendendo nos Close Friends do Instagram, que criei para esse momento, para pessoas que também precisavam desse direcionamento e que estavam dispostas a fazer algo. Desse clube surgiu esse ebook com o passo a passo que fiz na minha empresa para reagir e também agir. Eu sugiro que não você faça uma leitura, mas após cada tópico aplique logo o conteúdo na sua empresa. O mundo não voltará ao normal, mas **até um pé na bunda te empurra pra frente**. E esse é o objetivo do ebook empurrar sua empresa para frente. Pois....**Para ficar para trás basta permanecer no mesmo lugar.**

Desejo sucesso em sua jornada !



Você já ouviu falar na Kodak? Foi uma empresa criada em 1880 por Eastman e por mais de 120 anos liderou o mercado de filmes e impressão de fotos coloridas. Para você que é mais jovem, antigamente não tirávamos 10 fotos por segundo com celulares como hoje, tirávamos fotos e através de um "filme" revelávamos essas fotos em alguma loja.

Em 1975 um dos engenheiros criou uma câmera digital, mas acharam que não deveriam coloca-la no mercado, pois iria concorrer com os filmes de papel e, também, eles não botaram muita fé no negócio que estava de vento em popa (se você não criar a próxima versão do seu produto alguém irá criar e engolirá sua empresa).

1. Para ficar para trás basta permanecer no mesmo lugar

Nos anos 90 eles decidiram fazer uma transição lenta para as câmeras digitais e, em 2001 após uma queda nas vendas eles simplesmente preferiram acreditar que era devido ao 11 de setembro (você vê alguma semelhança com a queda nas vendas pelo Corona Vírus?).

Os anos seguintes foram de decadência até declarar falência em 2012 (pois outras empresas investiram maciçamente nas câmeras digitais). O que eles pensaram?

Por que deixaram isso acontecer? Imagino que eles confiaram na liderança da marca por mais de 100 anos e acreditaram que isso seria garantia de sucesso perene. E preste atenção: "O que te trouxe até aqui não te levará ao próximo nível".

Eu venho falando sobre isso, sobre a transformação digital e sobre como nunca mais vamos voltar ao "normal". Devemos aceitar que o Corona acelerou uma série de transformações na nossa vida pessoal e profissional em alguns anos. As pessoas estão em casa e estão acostumando-se a viver de uma outra forma, sem aquelas coisas que tinham antes e sem comprar as coisas que compravam antes e, também, comprando coisas que não compravam antes.

Se sua empresa não vende máscara ou álcool em gel então, sua empresa não é NECESSÁRIA e não é a MAIS desejada. Muitas coisas que sabemos/fazemos não terão mais a menor utilidade. Precisaremos aprender outras coisas para ir para o próximo nível.



O que essa Quarentena mostrou sobre a mudança de hábitos de consumo para o seu negócio? O que você pode fazer para ser o álcool em gel do seu mercado? E tem mais, para você que é colaborador: quando as empresas voltarem a operar precisarão da máxima eficiência e não haverá mais espaço para profissionais medianos. Se o que você faz todo mundo faz, ou qualquer um pode fazer, seus dias podem estar contados.

Veja qual é a próxima onda do seu negócio ou carreira e se adiante para começar fazer algo agora... e surfar nessa onda e não ser engolido.

LEMBRE-SE: Para ficar para trás basta permanecer no mesmo lugar!

2. Lidere seu mercado

Você sabia que 52% das empresas listadas na Global Fortune 500 do ano 2000 já faliram, foram compradas ou saíram da lista? Isso porque muitas empresas tem dificuldade em se transformar ou até acham que são infalíveis (Benvenutti, 2017). Você com certeza conhece AirBnb, Uber, Netflix e tantas outras empresas inovadoras que fizeram uma disruptão em seus mercados. Essas empresas faturaram fazendo algo inimaginável há alguns anos. O progresso é a esperança dos povos e o desespero dos acomodados.

Você não vai liderar seu mercado acompanhando o concorrente e fazendo como ele faz, um oceano vermelho total. Você precisa encontrar o seu oceano azul onde não há concorrentes fazendo o que você faz, fazendo diferente. Não adianta ter um mundo de ideias e pouquíssima execução. Você precisa mesmo é de inovação que é o aproveitamento adequado dessas ideias.



Como eu posso fazer isso?

Vou te dar 3 dicas:



01

Pare de seguir seus concorrentes e comece a se inspirar em pessoas de outras áreas. Meus melhores insights vieram de áreas que não estavam ligadas à minha.

02

Tenha uma “central de inovação”, ouça seus colaboradores e clientes. As ideias e soluções devem atender o principal interessado: o cliente. É ele que compra e que faz o negócio andar, a sua boa ideia deve ser passível

03

"Acabe" com o seu negócio antes que alguém acabe com ele. Lembre-se sempre do caso da Kodak e fique por dentro da próxima onda do seu negócio para surfar nela.

Seja a primeira opção na mente de qualquer cliente, seja o líder!

Quais empresários/influenciadores vou começar a seguir?	Quem ouvirei para ter novas ideias?	Qual a próxima tendência do meu negócio pós Covid?

3. Gestão de crise

Ok, ok, precisaremos falar sobre Gestão de Crise. Afinal, ninguém estava esperando por nada disso. Gestão de crise está relacionado às ações que você precisará tomar para reagir ao imprevisto que acabou de acontecer ou as medidas necessárias para recuperar os espaços que vão ser deixados após a crise.

Vou usar Jim Collins para te falar 5 pontos importantes sobre crises:

1. Por mais que você tente conte-la, a crise vai crescer mais e atingir mais fundo do que você imagina.
2. Não há como guardar segredos neste mundo.
3. A maneira que você lidar com a crise será retratada da pior maneira

Você pode ser resiliente: superar o impacto e se manter igual após ele passar. Ou pode ser antifrágil: analisando o que aconteceu e passar por tudo isso e sair muito melhor lá na frente. Mas você não pode apenas fugir do que não quer, você precisa correr atrás do que quer. Tome alguma ação.

Então vamos aos passos para você ser antifrágil:

1. Escolha o que quer ser/fazer/ter após o isolamento;
2. Descubra quais são os passos para isso;
3. Distribua-os na sua rotina;
4. Execute custe o que custar;
5. Faça um balanço semanal do que evoluiu.

Com certeza você viu essa frase nas redes sociais: **“Se você não sair dessa quarentena com: uma nova habilidade; um novo projeto; mais conhecimento; Então não te faltava tempo, te faltava disciplina”**. Qual história você quer contar quando tudo isso acabar?



4. Feito é melhor que perfeito

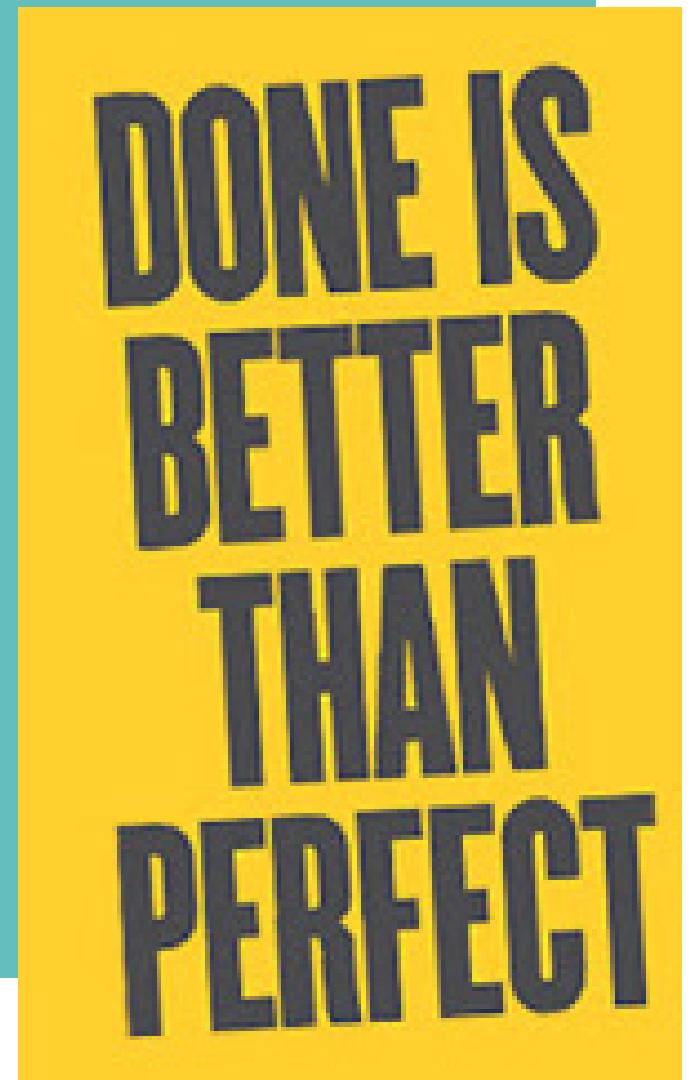
Nos últimos dias comecei a analisar, também, a quantidade de pessoas com iniciativa, mas zero acabativa. Eu fico muito interessada em saber porque isso acontece e cheguei a 3 conclusões conversando com as próprias pessoas:

1. Pessoas que planejam, planejam, planejam e esperam que o planejamento fique perfeito.
2. Pessoas que começam a fazer, mas em meio as dificuldades acabam desistindo no meio do caminho.
3. Pessoas que se desmotivam assim que começam, pois o interessante mesmo é só ter ideias.

O que vou falar aqui ajudará o primeiro grupo: feito é melhor que perfeito! Faça um planejamento mínimo e bota pra fazer! Corrige o que der errado enquanto já está fazendo. O momento perfeito não existe.

3 dicas para ir lá e fazer:

1. Faça um planejamento por escrito, por escrito, digitado, mas visualizável, ok?
2. Defina prazos. Coloque uma data possível e alcançável para cada uma das metas e objetivos.
3. Saiba dizer não. Vão aparecer mil obstáculos no meio do caminho: financeiros, pessoais, familiares, não desvie seu olhar. Se você quebra a dieta hoje não quer dizer que amanhã tudo estará perdido. Apenas recomece! Vai lá e faz.



5. Estimule sua capacidade de visualização

Uma das principais características empreendedoras é a capacidade de visualização. É a capacidade de visualizar o futuro em seu melhor cenário de forma positiva e em minúcia de detalhes. Em momentos de crise é muito comum tomar-se duas atitudes: negação ou parálisia. Nenhuma das duas ajudará você a sair do lugar e você precisa fazer algo rápido, afinal há algo acontecendo fora do normal. E seguindo o exemplo da natureza **tudo que não está crescendo, está morrendo**. Você não pode aceitar a derrota como uma das opções.

Julian Rotter fala sobre a conduta empreendedora e divide os empreendedores em: lócus de controle interno x lócus de controle externo. Resumindo há aqueles que acreditam a solução está em si mesmo e há aqueles que culpam algo externo e, assim, não fazem nada a respeito dos problemas. Coloque agora no papel tudo que você tem de planos após esse momento de crise passar.

Não economize sonhos. E acredite que você realizará cada um deles. Imagine a sensação que você vai ter quando atingir, visualize, sinta, ouça e veja todos os detalhes. Essa dica está aqui pois, justamente se você não acredita em um cenário diferente do atual dificilmente as próximas dicas farão algum efeito. Mão a obra!



6. Não negue as finanças

Uma grande parcela das pessoas foge e evita falar de finanças. Na vida pessoal é uma tragédia, já na vida empreendedora é o atestado do fim. “Sei que estamos no caminho certo!” “Sinto que vamos conseguir” e “Eu confio” não tem valor algum se você não faz controle das suas finanças **EM FERRAMENTAS**. “O que você “sabe” por terceiros, você não sabe. O que você “sabe” por supor, você não sabe. O que você “sabe” porque ouviu falar, você não sabe.” Martha Gabriel.

Não entre em desespero, não precisa ser um conhecimento profundo. Afinal, você não precisa ser fluente em francês para se divertir em Paris, mas precisa saber nomes de pontos turísticos, um pouquinho de história, pratos e etc. Uma empresa saudável é aquela que tem: o comprometimento dos funcionários (até 1/3 do faturamento é fruto do clima de trabalho), satisfação dos clientes e **FLUXO DE CAIXA**. Fluxo de caixa nada mais é do que tudo que você vendeu menos o que você tem de despesa para manter o negócio. E se você não separa pessoa física da pessoa jurídica, FAÇA AGORA! AGORAAAAAA!

A Corona Crise trará perdas e melhor aceitá-las logo e tomar medidas para minimizar os prejuízos. Comece agora organizando suas finanças e cortando tudo que você puder cortar, diminua o que dá pra diminuir, negocie com fornecedores, colaboradores etc.



Organize sua vida financeira o mais rápido possível, não conte com a sorte. Quanto mais rápido você agir mais cedo terá os problemas dessa área resolvido, pois a tendência é que eles cresçam (juros, multas, etc). **Fluxo de caixa é igual a sangue nas veias, se você não tem você morre.**

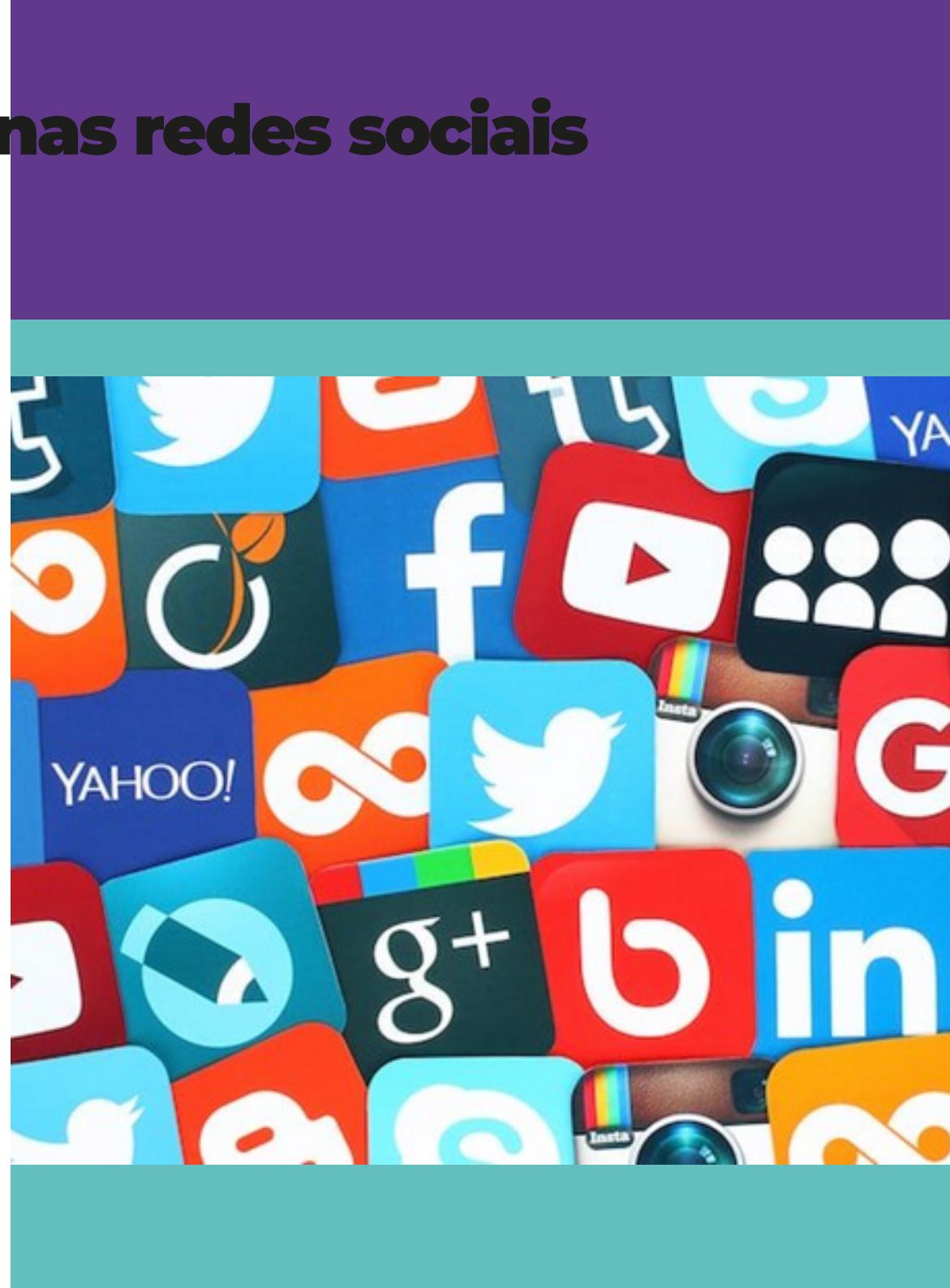
Quanto exatamente sua empresa faturou nos últimos meses?	Qual o valor das suas despesas? Despesas da empresa? Despesas pessoais?	Quanto sobra?	Quais despesas você pode cortar/diminuir agora?

7. Tenha um negócio nas redes sociais

Se o seu negócio não estiver na internet, então o seu negócio irá ficar sem negócio. Bill Gates. Se você tem 35 anos ou mais provavelmente cresceu sem internet e acaba tendo um pouco de resistência com esse mundo hiperconectado. Esse momento de isolamento que o Corona provocou só mostrou claramente que os negócios precisam estar na internet. Não adianta mais lutar, negar ou resistir. Ao contrário, do que você pensa as pessoas estão sim comprando, porém o comportamento de consumo é outro e você precisa ficar atento. E o que te trouxe até aqui não te levará ao próximo nível. É hora de mudar urgente!

1. Seja motivado! Não é fácil, mas você está a frente de algo e influencia algumas pessoas, portanto influencie positivamente. Mostre positividade nas suas redes.
2. Trabalhe a sua Marca, pessoal ou da empresa, ou as duas. Você é sim uma marca, seja uma marca de valor. As pessoas não compram o que você faz, mas sim porquê você faz.
3. E por fim, esteja em todas as redes sociais relacionadas ao seu negócio. Lembrem-se que elas são vitrines e ninguém gosta de vitrine desorganizada. Escolha suas redes sociais e alimente constantemente. Em momentos de crise como esse você pode sim vender, não é “errado”, mas acima disso você precisa mostrar como está ajudando o mundo a se tornar um lugar melhor.

Forneça conteúdo e seja criativo!



8. Mantenha contato e encante seus clientes

Com certeza você conhece aquela loja ou aquele negócio que só lembra de você na hora de vender. Você provavelmente não gosta então, não faça o mesmo com seus clientes. Não ache que porque agora “não é hora de vender” que você vai sumir do seu cliente. Primeiro, que se o seu cliente quiser comprar é hora de vender sim, mas faça diferente. Aproveitando o momento que está todo mundo em casa, o que você pode criar de conteúdo para estas pessoas? Encante seu cliente com conteúdo interessante dentro da área que você atua. Seja criativo e surpreenda.

Aproveitando, trago 3 ideias da Disney faz para encantar seus clientes:

1. Desenvolva o melhor produto que puder. Quais as melhorias você pode implementar no seu produto para que ele se torne ainda melhor?
2. Dê as pessoas treinamento eficaz para sustentar o atendimento excepcional. Como você pode padronizar o atendimento aos seus clientes?
3. Aprenda com as experiências. Você faz pesquisa de satisfação com seus clientes?

“Faça o que você faz tão bem, que as pessoas vão querer vê-lo novamente, e vão trazer seus amigos.” (Walt Disney)



9. Quem não é visto é esquecido

Algo que percebi que muitos empreendedores não tinham era o cadastro de seus clientes de uma forma que fosse possível o relacionamento. Quem está vendendo agora na crise está vendendo para aqueles que já tinha relacionamento ou para aqueles que se interessaram pelo posicionamento durante a crise (afinal está todo mundo na internet). Você ficou em choque, triste e esmorecido quando tudo isso começou e acabou sumindo dos seus clientes. Saiba que alguém pode ocupar esse espaço.

Passou da hora de sofrer então vamos lá as ações:

1. Mantenha contato com seus clientes: seja para saber como estão, seja para oferecer conteúdo que ajude na Quarentena relacionado ao que você trabalha, seja para falar "oi sumido".
2. Você pode sim fazer clientes novos nessa época: troque lista com a coleguinha para divulgar "conteúdo", faça vídeos ou lives com dicas, invista em posts patrocinados.

Lembre-se: as coisas nunca mais voltarão ao "normal".



10. Promova experiências

Vivemos uma era em que vender produtos e serviços da forma tradicional está virando “coisa antiga”. Hoje, vivemos uma etapa em que vender é puro sentimento, principalmente evocar emoções. Vivemos, portanto, a Era da Experiência. O momento de isolamento apenas reforçou isso por exemplo: lives, festas através de carreatas, parabéns pra você na janela do prédio, etc.

O trabalho com experiências deve valorizar:

- O emocional;
- A experiência memorável;
- O tratamento do cliente como um convidado;
- O tratamento do cliente de forma que ele se sinta feliz, cheio de vida;
- O trabalho de fazer o cliente se sentir parte de algo a mais

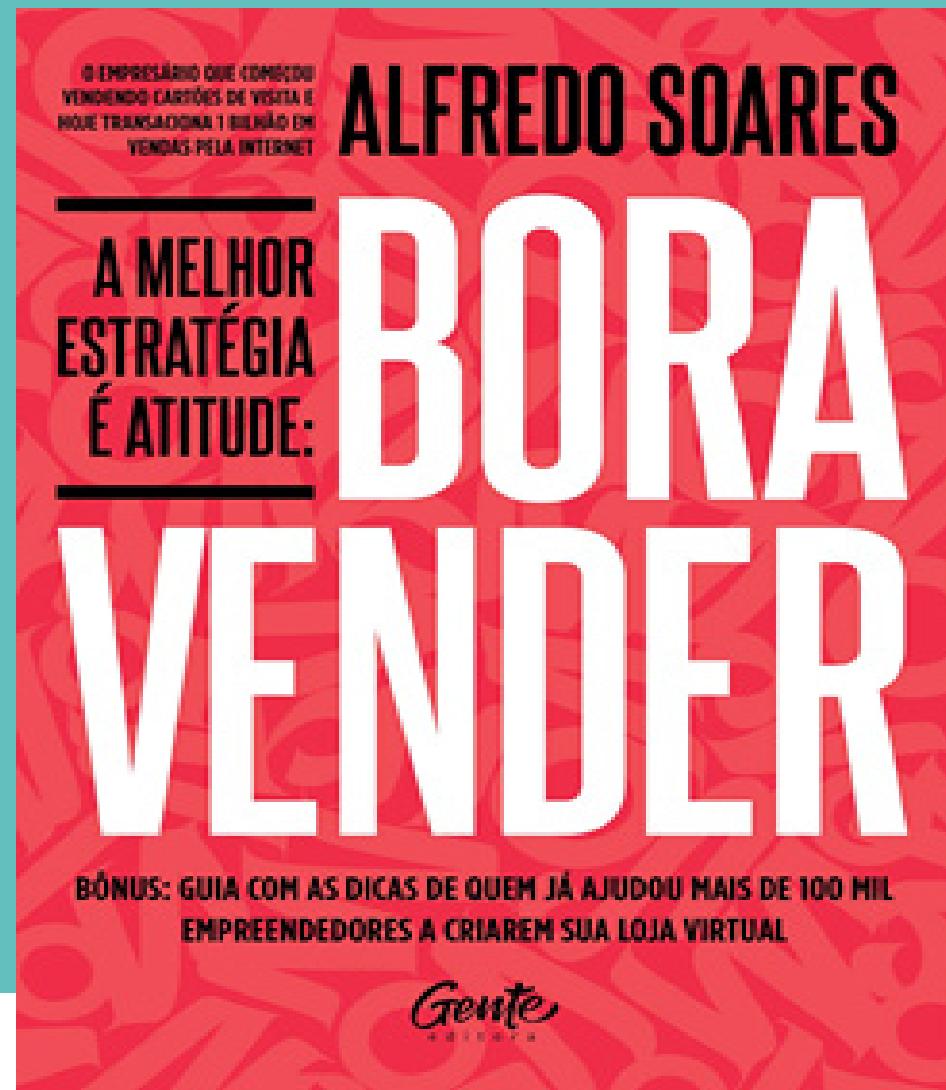
; A Era da Experiência chegou para trabalharmos com as **MEMÓRIAS**. Empresas atuais que se diferenciam e que encantam clientes trabalham além de produtos e serviços, trabalham com as memórias do cliente. E mais: elas não trabalham mais com **posse**. As pessoas não querem possuir coisas elas querem viver experiências. Quando tudo isso acabar, eu aposto que as pessoas estarão ainda mais sedentas por experiências, então prepare seu negócio para receber-los.



11. Como vender nessa crise?

Não pense que ninguém quer comprar, pois esse pensamento te limita. Se antes você tinha que ser criativo, agora seja SUPER criativo. Como falei anteriormente, seu cliente quer que você seja otimista, use seu conhecimento para informar e mostre um caminho.

Você não precisa trabalhar de graça e nem diminuir seu preço, mas pode fazer versões das soluções anteriores de modo mais acessível, assim todo mundo ganha. Mantenha uma rotina de posts diários (está todo mundo conectado o tempo todo nesses dias) e envio de mensagens para os clientes 1 vez por semana. Para os serviços que não podem ser realizados, crie um grupo/lista de transmissão de clientes e envie conteúdo do tipo “Faça você mesmo enquanto eu volto!”. O céu é o limite!



12. Estratégia de vendas: qual a sua?

De acordo com Pedro Superti, Especialista em Marketing de Diferenciação, nem todo mundo pode e deve ser nosso cliente. O reconhecimento desse fato nos ajuda a não despender energia no lugar errado.

Então, sim você precisa ter estratégias de vendas, precisa ter cadastro de clientes, CRM e tudo que possa te dar esse controle adequado das estratégias que estão dando certo. Você sabe quantos % dos seus clientes vem das redes sociais? Você sabe quantos % dos seus clientes vem de indicações?

- 1.Qual problema/dor que ele tem que você resolva?
- 2.Localize o seu cliente;
- 3.Conquiste esse cliente;
- 4.Estude sobre gatilhos mentais e objeções. ESTUDE!



13. Todo mundo é vendedor, mas todo mundo também é cliente

Com certeza, você já ouviu que todo mundo é vendedor, pois se você se não está vendendo no comércio está apresentando seu trabalho como médico, advogado, etc. Além de ouvir, você provavelmente, concorda com esta afirmação. Mesmo que não seja uma venda de forma agressiva, todo mundo o tempo todo está se vendendo. Mas uma coisa que quero fazer você refletir é que se todo mundo é vendedor, todo mundo, também, é um possível cliente.

Aquela pessoa pode não estar comprando de você naquele momento, mas em algum momento ela pode comprar e a forma que você a trata hoje vai influenciar completamente essa relação comercial no futuro. Venda é relacionamento: as pessoas compram de quem elas gostam.



14. Gestão de pessoas

Você como empreendedor, se quiser crescer, precisa evoluir de um negócio (algo que você faz e dá lucro) para uma empresa (algo que dá lucro e sobrevive independente de você). Para isso você vai precisar de pessoas e da habilidade de lidar com elas. Se você prefere trabalhar sozinho, ok, mas saiba que seu negócio terá um limite de faturamento/crescimento/expansão. Com um time alinhado você consegue resultados muito maiores do que se estivesse sozinho. Se você conhece os pontos fortes dos seus liderados você consegue coloca-los em posições em que eles desenvolverão o melhor. Pessoas engajadas são mais felizes e consequentemente suportam melhor a pressão em momentos de crise.

Além disso, os processos de gestão de pessoas devem ser muito bem claros e descritos através de políticas, ainda que você tenha 2 colaboradores ou 200. Como são feitas as contratações? Quais as responsabilidades de cada um? Quais recompensas eles têm por contribuir? Essa clareza e definição será sinônimo de produtividade, acredite!

Como estão as pessoas do seu time hoje? Do que eles precisam? Pesquise, pergunte!



15. O futuro mudou bem na minha vez

Dentre as ações que decidi realizar na Quarentena, uma delas foram as Lives. Lives com propósito e conteúdo para colocar em prática e que estavam conectadas com os meus próximos passos. Uma delas que fiz com o Dado Schneider (Doutor em Comunicação pela PUC/RS) tinha o título desse capítulo e é um tema que ele trabalha já há um tempo, mas nunca foi tão relevante. O mundo mudou mesmo e exige que nós também mudemos.

As pessoas mudaram e consequentemente os padrões de consumo. Como é esse ebook é para contribuir com o seu negócio minha última sugestão é que você pesquise agora todas as tendências do seu mercado Pós Covid. O que vai acontecer? O que vai mudar? O que você precisa fazer? O que você precisa/pode deixar de fazer? A pesquisa deve ser a exaustão! E se você for fluente em inglês pesquise também material nesse idioma.

Busque mentores, cursos, referências e não pare de aprender.

Não adianta reclamar, negar, relutar... o mundo mudou e você também precisa mudar. Lembre-se: Para ficar para trás, basta permanecer no mesmo lugar.

Sucesso a todos!



Lunna Dias

(CRP 23/370)

Psicóloga, Coach, MBA em Gestão de Pessoas pela Fundação Universa, Especialização em Arte, Educação e Tecnologias Contemporâneas pela UnB. Além de formações como Analista DISC, Cargos e Salários, Inner Game, Gestão de equipes de Alta Performance e Certificação Internacional para transformar Educação em Resultados para o negócio.

Empreendedora com a Smart Group Brasil Escola de Desenvolvimento Profissional. Já escreveu 1 livro (Manual da (des) conduta: histórias e ideias para se destacar na seleção profissional), 1 Pitchbook e 5 e-books sobre carreira, liderança, atendimento e inovação. E também é aspirante a youtuber com o canal Lunna Dias Mais. Tem 13 anos de experiência atendendo empresas no Tocantins, Goiás e Pará com Treinamento e Desenvolvimento de pessoas, Educação Corporativa, além de implantação de processos.



lunnadiasmais



lunnadiasmais



lunnadiasmais

<https://lunnadias.wordpress.com/>
<https://www.linkedin.com/in/lunnadias/>

(63) 99241-2070

lunnadias@smartgroupbrasil.com

