



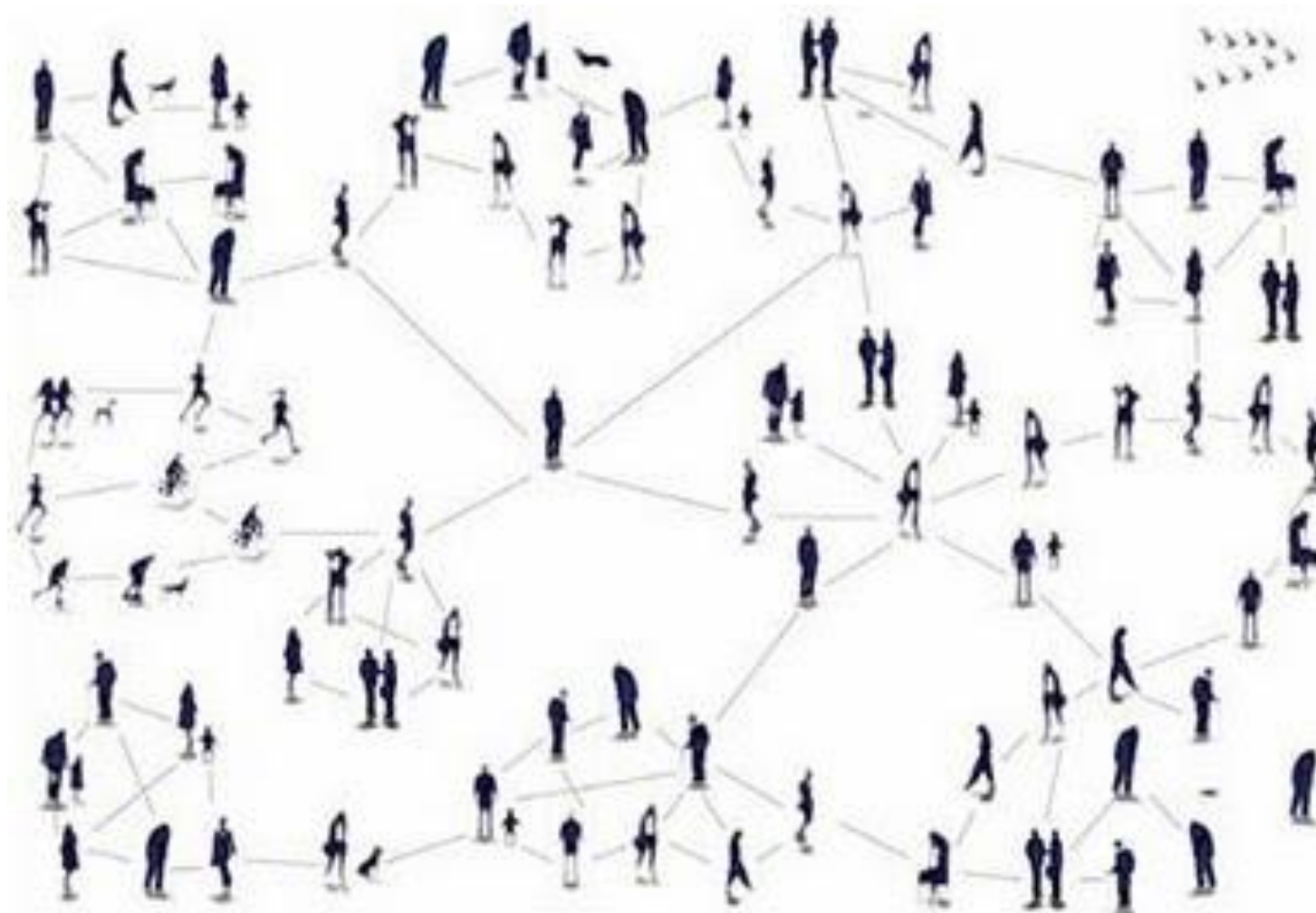
NETWORKING

Network, de onde vem a palavra networking significa REDE.

Networking é uma expressão que faz referência a habilidade de alguém de construir redes de contatos, mantê-las e ampliá-las

“ Fazer contatos, é mera questão de ser amigável, de ter capacidade de se entrosar e de estar disposto a dar algo de valor primeiro”

Quantas pessoas você conhece?



Teoria do mundo pequeno



[Clique aqui](#)
[e assista ao vídeo.](#)

“ A idéia de 6 graus de separação, surgiu pela primeira vez em 1967, quando o psicólogo norte – americano **Stanley Milgram** publicou a teoria do “pequeno mundo” na revista Psychology Today. Ele descobriu, que voluntários nos estados norte – americanos de Nebraska e Kansas, conseguiram chegar a pessoas desconhecidas em Massachusetts usando uma rede de amigos, contatos comerciais e outras relações.”

Pessoas cada vez mais conectadas

As redes sociais, aproximam cada vez mais as pessoas. Segundo um estudo realizado pelo facebook e pela universidade de Milão, o grau de separação entre dois cadastrados na rede social é de 4,75. Ou seja, menos de 5 pessoas estão entre um perfil comum e um perfil de um grande empresário.

Facebook
Twitter
Linkedin
Youtube



Instagram
Pinterest
Google +
Etc...



PERGUNTAS PARA REFLEXÃO:

- **Como** você ficaria se sua lista de contatos desaparecesse?
- Você se lembra, mentalmente, de **quantos** números telefônicos, e-mails ?
- **Como/onde** estão armazenados os seus contatos?





CURSO DE
EXTENSÃO

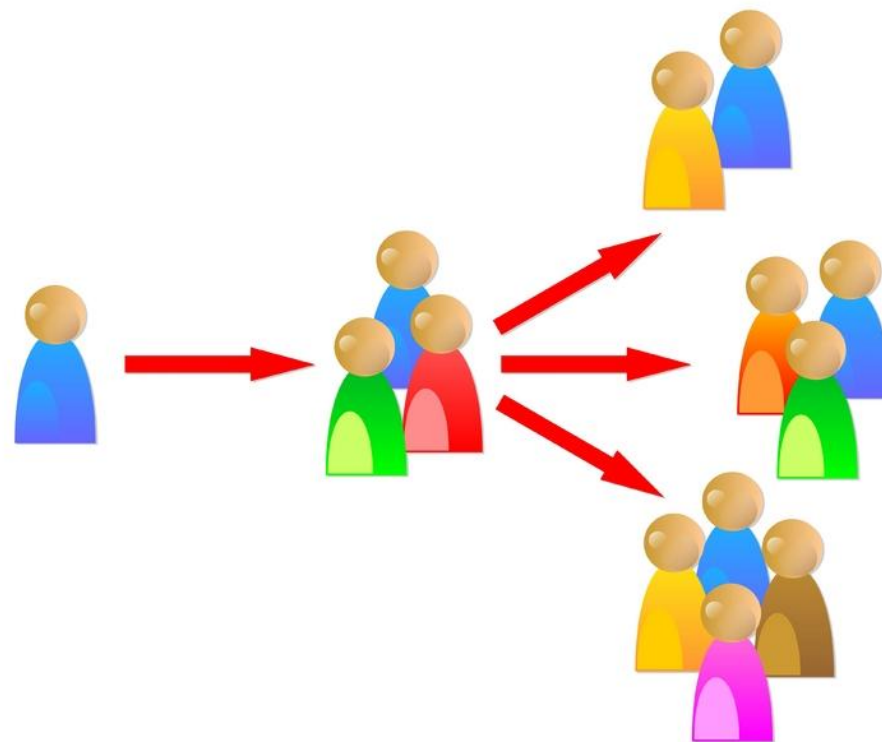


NEGÓCIOS
DE ESTILO

“ Mais importante do que a quantidade de contatos que tenho, é o valor de cada contato na minha realidade”

Você será ajudado, se for merecedor

**A maioria das pessoas ajuda as outras, quando
considera que a pessoa merece essa ajuda**





CURSO DE
EXTENSÃO



NEGÓCIOS
DE ESTILO

- **Há alguém tentando contatar você?**

Quanto mais pessoas tentando contatar você,
mais indícios de que tem feito networking de
forma eficiente





- Quem você conhece?
- Até que ponto seus contatos são bons?
- Você sabe fazer um contato?
- Quem conhece você?

O modo como você conhece as pessoas, determina em quanto tempo você poderá lhes telefonar



- Você **conhece** seus contatos?
- **Cultiva** eles?
- Lhes proporciona **algo de valor**?

Networking que gera resultados está muito mais relacionado ao que você faz pelo outro, sem nenhuma segunda intenção.

A qualidade de seus relacionamentos determina o destino deles



CURSO DE
EXTENSÃO



NEGÓCIOS
DE ESTILO

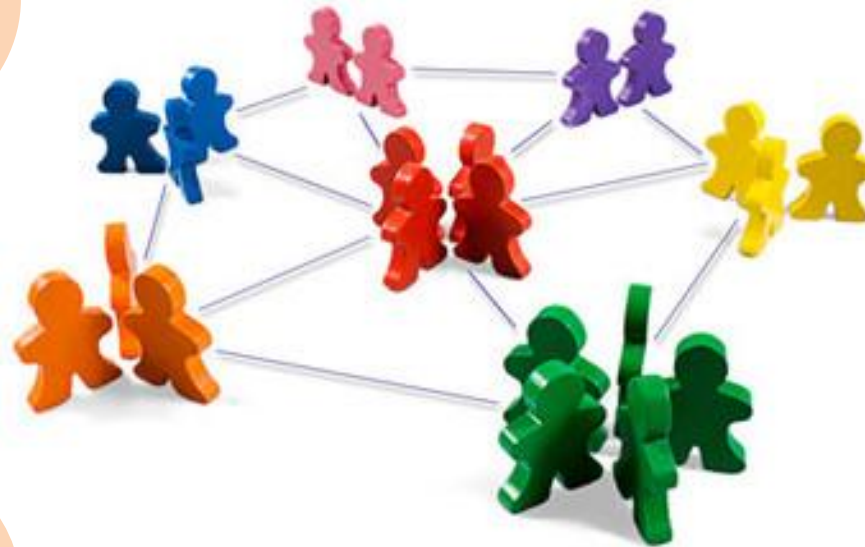
Quantos círculos de contatos você tem?

O objetivo de ter um círculo de influência, não é simplesmente usá-lo para subir escada.

Conhecidos

Familiares

Contatos
sociais



Amigos
íntimos

Amigos
faculdade

Colegas
trabalho

Organize seus contatos

- Telefone
- e-mails
- Redes sociais
- Classificação ou informação relevante



- **Defina os contatos que pretende fazer/ precisam ser feitos**
- O que esses contatos significam pra você?
- Qual plano de ação para ter esses contatos?
- O que você pode fazer por eles?
- O que eles podem fazer por você

Quanto “ mais , mais”





Quem conhece você?

“ Não se trata de quem você conhece, mas de quem conhece você” Jeffrey Gitomer

- Esse é o ponto mais importante, e pode ser o mais difícil
- *Tarefa: se colocar no mercado como alguém de valor – criar desejo de outras pessoas se conectarem a você*

Sua função é se expor no mercado de maneira proveitosa e gerar a lei da atração



CURSO DE
EXTENSÃO



NEGÓCIOS
DE ESTILO

- **COLOCAR-SE em holofotes, evidência**

- Você , **presente** em seminário = contato médio com **3 – 5 pessoas**
→ ***Você dando o seminário/palestra*** – todas as pessoas presentes querendo conhecer você (se for bom)





- **Torne-se conhecido**
 - Palestras
 - Escrever em jorna, blogs, etc...
 - Se colocar diante de pessoas que te digam sim
 - Ações com formadores de opinião
 - Use a internet para transmitir valor
 - Papel ativo em associações/ organizações, etc...
 - Ser diferente e fazer a diferença



Você pode fazer networking em qualquer lugar ou situação
networking “casual” por exemplo:

- Evento comercial
- Partida de futebol
- Em vôos
- Festa de aniversário, etc...

Precisa estar apenas ***consciente e preparado***

Ou, ir a locais específicos para **networking** **networking “ intencional ”**

- Palestras
- Grupos de networking (virtual ou real)
- Círculos de relacionamento
- Redes sociais
- Entidades eventos
- Clubes...

Precisa estar apenas ***consciente e preparado***



CURSO DE
EXTENSÃO



NEGÓCIOS
DE ESTILO

Você sabe fazer um contato?



Não esquecer

- Nem todos os contatos são importantes, relevantes

A principio são apenas contatos. Mas você nunca sabe o que pode acontecer se esse contato levar seu nome a diante

- Objetivo de estabelecer e firmar contato:
 - que seja bom
 - deixar uma impressão favorável – o outro precisa pensar em você depois de encerrado o primeiro contato
 - cartão de visita – troca de contatos
 - Oferecer um benefício – ganho
 - Que o contato repasse a informação recebida



Não esquecer

- Esteja sempre aberto para um contato

Qualquer lugar, horário, pode ser bom para um contato

Dentro de casa, de braços cruzados nada acontece

- Esteja sempre preparado para um contato

Consiga fazer um “comercial” de 30 segundos

Imagem Pessoal coerente com quem você é e o que você faz (para não ter dissonância entre aparência e fala)

Cartões de visitas (precisam conter informações claras, graficamente estar condizente com seu conteúdo – faz parte da “roupa profissional”)



Não esquecer

- **Pense antes de agir**

Controle impulsos – não “ fale mais” do que escute. Concentre-se no que é importante para o momento/outra pessoa

Tenha estratégias = tanto na fala, como na postura

- **Saiba o que você quer**

Ação mais rápida; direto ao ponto

- **Faça, não procrastine**

Ir para a ação é o melhor aprendizado

Supere os medos

IMPEDITIVOS MAIS COMUNS :

Falta de preparo
Medo de rejeição
Baixa auto estima

CONTATO – COMO SER EFICIENTE

- Escutar a necessidade do outro = antes de falar os seus benefícios, entrar em detalhes e fazer a oferta
- Técnicas de Coaching – úteis para estabelecer a empatia, interação e “rapport”, escuta ativa, por exemplo
- Oferecer um ensinamento/ajuda/DOAR
- Marca pessoal = precisa estar coerente com a fala (quando isso não acontece não passamos credibilidade)
- Criar uma ótima reputação – construída através de percepções, atitudes e “boca a boca”
- Ser lembrado – é preciso deixar sua marca, de forma positiva e impactante

O PLANEJAMENTO – Organize as etapas, as informações, para um primeiro contato.

- Pesquise sobre a pessoa que vai contatar – facilidade que as redes sociais proporcionam
 - Descubra o que pode fazer para agradar esse contato ou lhe oferecer algo de valor (pode ser informação, ajuda)
 - Não peça nada pra si mesmo – NÃO MENDIGUE
- “opte por ter um contato de VALOR e não um contato de VENDA”***
- Dedique tempo ao relacionamento/troca/networking = agende horário semanal – se falar algo como “ vamos tomar um café “ cumpra a promessa, retome contato em alguns dias para marcar



- **Escute, ENTENDA A NECESSIDADE**

Atue nessas necessidades. O seu serviços/ produto terá muito mais valor quando for direcionado a resolver a necessidade verbalizada pela pessoa.

“ Oi, eu sou fulana....., consultora de imagem.

Você se sente confortável com o tempo que gasta para se vestir diariamente?

O que mais te incomoda no processo de definir suas roupas?

Acha difícil fazer a gestão de sua imagem? ...”

A resposta, e próximas perguntas, nos levam a **ESTRATÉGIAS** e não
VENDAS :

“ é mais comum do que se pensa” “ geralmente as pessoas tem pouca ideia de seu estilo e por isso essa dificuldade” etc..

Ação

1 *Seja amigável – isso gera admiração e confiança*

E as pessoas fazem negócios com quem confiam

Como?

- Sendo você mesmo
- Técnicas de coaching

Escuta ativa
Espelhamento
Rapport
Patrocínio positivo

Ação

2 *Imagem Pessoal – “a primeira impressão é a que fica”*

É importante não distanciar, estar segura e confiante

Como?

- Vestimenta
- Cabelo e maquiagem
- Detalhes – unhas, perfumes, etc..



CURSO DE
EXTENSÃO

Ação



NEGÓCIOS
DE ESTILO

3 *Contato ocular – imprescindível*

Olhos nos olhos gera confiança

Como?

- Não desvie o olhar
- Sempre olhe nos olhos ao se comunicar

Ação

4 *Linguagem não verbal*

Comunica mais do que a verbal

Como?

- Aperto de mão (firme, seguro)
- Postura
- Comportamento/atitudes
- Maneira de sentar



Ação

5 ***“90% do sucesso é se mostrar”*** *Wood Allen*
Mas... melhor se mostrar estando preparado

Como?

- Faça a “lição de casa” :
- Revise se está com tudo que precisa antes de sair (cartões, etc..)
- Faça e ensaie a “ sua venda”
- Sinta-se seguro e confiante em todos os aspectos
- Estude o local , as pessoas que estarão presente...



CURSO DE
EXTENSÃO

Ação



NEGÓCIOS
DE ESTILO

6 *Primeiro procure amizade e aceitação*

Como?

- Não foque na venda
- Escute primeiro
- Se interesse realmente pelo outro
- Seja sincero



CURSO DE
EXTENSÃO



NEGÓCIOS
DE ESTILO

Ação

7 *Tenha interesse sincero pelas outras pessoas
Antes que elas tenham interesse por você*

Como?

- Surpreenda
- Deixe se envolver
- **Seja sincero**

Ação

8 *Descubra algo em comum*

As pessoas sentem mais confiança e segurança quando se identificam, quebram barreiras

Como?

- Tente encontrar algo em comum
- **Faça perguntas sobre a pessoa, sua vida**
- Nesse momento, fale de você, faça conexão

Ação

9 O “Poder”

Quanto mais poderoso você for, mas pode se tornar distante para a maioria das pessoas

Como?

- Suba aos poucos
- Permaneça acessível
- Desenvolva um canal fácil de comunicação

Ação

10 *A reputação*

É fundamental. O que as pessoas falam de você pelas costas?

Como?

- Cause sempre uma boa impressão
- Não cometa deslizes
- Conserte da melhor forma possível qualquer erro



CURSO DE
EXTENSÃO



NEGÓCIOS
DE ESTILO

Ação

11 *Cumpra sempre o que promete*

Como?

- **Simples: comprometa-se apenas com o que consegue fazer – e no prazo certo**



CURSO DE
EXTENSÃO

Ação



NEGÓCIOS
DE ESTILO

12 *Proporcione valor*

São esses os contatos que duram

Como?

- Faça a diferença
- Agregue: seja com informação ou ação

Ação

13 *Comunique-se bem*

Seja claro, objetivo, coerente

Como?

- **Estude técnicas de comunicação**
- **Avalie seu desempenho** (*uma boa estratégia é gravar-se em áudio ou vídeo, escutar e corrigir as falhas*)
- **Treine, ensaie**

Ação

14 *mantenha o contato.
É ainda mais valioso do que fazer*

Como?

- Atue de tempos em tempos : “apareça”
- Mande informação
- Lembre de seu contato e faça com que ele saiba disso

Ação

15 *Esteja preparado sempre*
Nunca se sabe quando um bom contato vai aparecer

Como?

- Imagem Pessoal
- Cartões
- Conhecimento/ conteúdo

Aprofundando a ação

- Faça um lista básica de perguntas para um primeiro contato
 - Realmente se interesse pela pessoa
 - Tente achar algo em comum entre vocês
 - Preocupe – se em criar uma amizade
- Você sabe se “ vender” apresentar em 30 segundos?

Faça um texto:

- Concentre no que é importante/relevante
- Preocupe-se com o tempo
- Use termos e palavras acessíveis ou faça associações





CURSO DE
EXTENSÃO



NEGÓCIOS
DE ESTILO

O coaching – técnicas aplicadas

O que é **coaching** e como ele pode ser importante para estabelecer e manter contatos?

Coaching, é uma metodologia que visa o aumento de desempenho e resultados, através de ferramentas e técnicas específicas, que podem ser aplicadas para diferentes situações. Pensada no processo de networking, essa metodologia e o uso correto e eficiente das ferramentas, proporcionam uma expansão significativa da performance.



O coaching – técnicas aplicadas

1

Técnica da **Escuta Ativa**

Permite mais sucesso na conexão entre duas pessoas, facilitando a empatia, compreensão e interação não verbal além da verbal

- Ouvir além das palavras que estão sendo ditas
- Escutar realmente, com foco e concentração
- Isentar julgamentos ou suposição
- Disponibilidade total
- Entrega ao momento



O coaching – técnicas aplicadas

2

Técnica do **Espelhamento**

Consiste em reproduzir o comportando, o não verbal, de outra pessoa, de forma imperceptível, estabelecendo um conexão e propiciando um vínculo de confiança.

- **IMPORTANTE:** o espelhamento deve ser feito de maneira que a pessoa que está sendo “ espelhada” não perceba

O que pode ser Espelhado:

- Postura corporal
- Gestos de mão
- Expressões faciais
- Respiração
- Movimento de pés e olhos
- Velocidade e intensidade da fala



O coaching – técnicas aplicadas

3

Técnica do **Rapport**

“ É a capacidade de entrar no mundo de alguém, fazê-lo sentir que você o entende e que vocês tem um forte laço em comum. É a capacidade de ir totalmente do seu mapa de mundo para o mapa de mundo dele. É a essência da comunicação bem sucedida” Anthony Robbins

- Criar uma relação de confiança e harmonia
- Gerar um sentimento de aceitação e confiança
- É o resultado de outras técnicas, bem executadas
- Permite “ sentir o que o outro sente”



O coaching – técnicas aplicadas

4

Técnica do **Patrocínio positivo**

Permite criar uma situação/ momento agradável onde o seu contato sairá com uma boa impressão e você certamente vai estar estabelecendo uma possibilidade para ser lembrado e construindo uma boa reputação.

Como fazer:

- Foco no positivo
- Levar a pessoa a ver o lado “ bom”
- Criar receptividade
- Dar apoio



O coaching – técnicas aplicadas

5

Técnica do **Não julgar**

Quando julgamos o outro, simplesmente estamos criando um “distanciamento” e nos afastando. Coisas que definitivamente são negativas para se estabelecer network

- Quando o julgamento “vier” desviar
- Não julgar possibilita ouvir na essência
- Não significa que estou certo, tenho razão
- Coloca ambos em posições iguais
- Respeito
- Não trazer para o “meu mapa mental”
- Estar aberto para novas perspectivas e realidades

O que eu estou querendo?

Se você não sabe o que quer, provavelmente não conseguirá nada

“ Se você não sabe para onde quer ir, qualquer lugar serve”

(Alice no país das maravilhas)

Assim que você souber o que deseja, o modo mais fácil de conseguir, é DOANDO

Ao invés de pedir, primeiro....FAÇA

Ajudar os outros, faz com que em troca, eles se sintam inclinados a ajudá-lo



TER SEMPRE EM MENTE:

O processo de “fazer networking” pode ser visto/ pensado de forma estratégica. Assim como refletimos sobre os resultados da empresa, devemos refletir e dedicar tempo, envolvimento e estratégia para fazer networking

- O que **eu espero** do networking?
- O que estou **tentando ganhar** ao investir meu tempo em contatos?
- **Com quem** estou tentando firmar contato?
- Preciso dedicar **mais tempo** a isso?
- **Quantas pessoas** eu preciso encontrar por semana?
- Quais meus **resultados** até agora?
- Quem eu contatei e o que isso **significa** pra mim?

- São 3 POSSÍVEIS SITUAÇÕES, para serem pensadas :

- 1) Pessoas que você pretende encontrar
- 2) Pessoas que você encontra simplesmente
- 3) Pessoas para quem você é apresentado

Para todos precisa estar preparado

Em todos, só percebe o verdadeiro potencial depois de um primeiro contato

- Deixe que a pessoa faça a PROPAGANDA DE SI MESMO PRIMEIRO

Desfecho: “ Parece muito interessante e bem possível de resolver com segurança as suas questões referentes a imagem. Vamos marcar um café para conversarmos melhor e assim eu posso te detalhar mais como posso ajudá-la e se está a meu alcance. Pode ser?

Em um primeiro contato, deixe a pessoa falar mais

Diga o que é relevante em relação as informações que ela está dando no momento
Evite se promover, contar a quanto tempo está no mercado, detalhes de sua empresa, etc...



- **Informações pessoais**

**Importante, de forma não invasiva, elevarmos a conversa
para além das questões profissionais.**

- Possibilita desenvolver um **relacionamento**
- gera **reciprocidade**
- **O que você sabe** sobre seus clientes / futuro clientes/ contatos?
- O que o influencia e motiva?
- *Faça o novo contato para marcar menos de 24hs depois do primeiro contato*

- **Tenho um plano de networking?**
- **Tenho lista de empresas/organizações que podem me beneficiar?**
- **Quem são as pessoas mais importantes que devo contatar?**
- **Quanto tempo tenho que investir?**
- **Tenho o meu “ comercial” escrito, ensaiado?**
- **Que resultados espero? – metas**



- Cultivando contatos

**Mais importante do que fazer um contato,
é manter esse contato .**

- Dê pequenas coisas pessoais/ presentes
- Faça favores pessoais
- Descubra o que é importante/ valor para seu contato
- Ofereça mais do que prometeu



- **Convertendo contatos em relacionamentos:**

- Descubra quem são as pessoas e o que querem
- Determine a sua compatibilidade com elas
- Descubra como você pode ajudar a conseguir o que querem
- Inicie um diálogo com informações que elas possam usar
- Tente aprender mais sobre ela, se interesse realmente
- Preste atenção a indícios , siga seus “ instintos”
- Cumpra o que prometeu
- Certifique-se de que conhece realmente as necessidades e interesses delas



CURSO DE
EXTENSÃO



NEGÓCIOS
DE ESTILO

Deixe que os outros vendam você: testemunhos fazem a sua reputação

Comunique valor a todos os contatos, todas as semanas



• Preparação

Lembrando: qualquer hora é hora para se estabelecer networking, conhecer um novo contato.

Basta estar preparado.

- 30 minutos de venda – escreve a melhor apresentação que conseguir de si mesmo. Tenha os benefícios que você pode entregar, suas qualidades, “na ponta da língua” de forma objetiva e rápida.
- Cartão de visita – faz parte da sua imagem profissional : deve conter todas as informações de forma clara e visualmente corresponder a sua entrega
- Tempo extra - chegar antes e sair depois
- Objetivos definidos – qual a meta? Quantos contatos e trocas de cartões por dia/evento/situação?
- Técnicas de coaching – saber a ponto de conseguir usa-las de forma natural, sem pensar.
- Linguagem do corpo – estar atento observar postura, contato visual, etc...
- Fechar o contato e ir para o próximo = timing
- Buscar ajudar – contribuir
- Deixar um compromisso agendado
- Troca de cartões



- **Marca pessoal**

Considerando que 55% da comunicação acontece de forma não verbal, e que a imagem faz parte desse percentual, é fundamental que pensemos na nossa imagem e construção da Marca Pessoal, quando falamos em potencializar a nossa interação, contatos e relacionamentos.

- Nossa imagem, precisa estar coerente com o meu negócio, valores e o que eu ofereço
- Corresponde a : vestimenta, detalhes, postura, comportamento
- Redes sociais – potencializam muito a nossa imagem, e por isso devemos cuidar, pensando estrategicamente na forma como nos apresentamos através delas.
- “ Encontrabilidade” - deve ser fácil das pessoas me encontrarem
- Atitudes
- Verbal e não verbal – a composição deve ser perfeita: não posso “verbalizar” que estou gostando, se estou cabisbaixo, com cara fechada e braços cruzados.

Marca Pessoal

É sobre sua reputação, como as pessoas te enxergam

Somos PRODUTOS.

*Para o mercado de trabalho, podemos ser
comprados, substituídos, valorizados ou
desvalorizados.*

“ Carreiras desgovernadas, profissionais perdidos, marcas pessoais sem valor” Arthur Bender



CURSO DE
EXTENSÃO



NEGÓCIOS
DE ESTILO

Você sabe gerenciar a sua marca pessoal?
Você sabe o que os outros pensam a seu respeito ?
Existe coerência entre seu comportamento/attitudes
e imagem (real e virtual)?



CURSO DE
EXTENSÃO



NEGÓCIOS
DE ESTILO

IMPORTANTE

Sua Marca Pessoal deve “ conversar” com sua carreira, mas são coisas independentes. Pense, que se daqui a algum tempo você mudar de profissão, as pessoas mesmo assim devem lembrar de você.

Ou seja: sua Marca Pessoal, deve ser gerenciada para “ sobreviver” inabalável independente da sua profissão atual

- *Tem cartão de visita seu ou só da empresa?*
- *O que você faria se mudasse de empresa/emprego/ hoje?*
- *Como você se apresentaria sem ter que mencionar profissão/carreira/cargo?*



OBJETIVO

Como você deve começar pensando a sua “ Marca Pessoal”:
Ter valor , diferenciado. Representar um conceito, uma palavra,
um adjetivo

- *Que adjetivo estão atribuindo a você?*
- *Com que palavra você está sendo descrito?*



Os sinais mais fortes da nossa imagem de marca, vem da aparência

- *Ter consistência e coerência*
- *Constante revisão*
- *Não parecer o que não é*

“ Apesar de as pessoas se iludirem com a aparência, procuram sinais sutis de inconsistência, que delatam a outra parte. Como meias esquisitas e um colarinho puído. Inúmeras pessoas que tentaram aparentar o que não eram socialmente, foram desmascaradas devido a lapsos, como uma gafe gramatical, um charuto aceso de maneira errada ou uma pronuncia incorreta” O Jogo de poder – Helga Drummmond



CURSO DE
EXTENSÃO



NEGÓCIOS
DE ESTILO

