



DÊ VIDA AOS SEUS CARTÕES-DE-VISITA!

O passar do tempo pode ser uma excelente cura para a vida, não é necessariamente bom para os negócios.

Proponho-me hoje a falar-vos de Cartões de Apresentação / Negócios. Algo que não desapareceu, apesar de todos os avanços tecnológicos com que convivemos e nos surpreendemos no nosso dia-a-dia. O conceito de Cartões-de-visita não deixa de estar em vigor, apenas a imaginação e a criatividade os vai alterando. Mas há sempre lugar para os clássicos cartões brancos (ou beges) impressos a uma cor, em regra, preto que entregamos aos nossos Clientes / Fornecedores e amigos.

Estes cartões não são uma invenção do Marketing, muito menos das modernas técnicas de Relações Públicas. Os chineses, inventores do papel com fibras (105 d.C.) foram os primeiros utilizadores desta poderosa ferramenta de relacionamento. Utilizam-nos desde o séc. XV, dois séculos antes de serem postos em uso na Europa. Em ambos os casos, em primeiro lugar, na vertente de Cartões de Apresentação que, com o tempo, passaram a ser indispensáveis nas cortes e na aristocracia; posteriormente, os homens de negócios perceberam o seu potencial e deram-lhe uma nova funcionalidade, Cartões de Negócios. Como podem ver, estes pequenos gadgets do passado tiveram e têm (e atrevo-me a dizer, terão) uma grande importância no mundo dos negócios e na socialização do Homem nos tempos de hoje.

Na minha actividade profissional várias vezes me deparo com uma certa relutância por parte dos meus interlocutores em que me deixem os seus cartões. Sempre os peço quando não os recebo e algumas vezes não os recebo mesmo, dizendo-me, "Ah, já tem os meus contactos! Sabe como me apanhar", como me foi dito numa reputada agência de comunicação de Lisboa por uma das suas directoras. Será que em outras situações não os têm mesmo? Será que desconhecem todo o seu potencial?

Para quem, como eu, circula na área das vendas e do relacionamento, estes cartões são um dos nossos melhores activos. Através deles podemos recuperar mais facilmente os nossos contactos quando mudamos de emprego ou sermos recuperados / redescobertos facilmente através do nosso nome profissional. A Internet e, é claro, todas as redes sociais por onde se navega, são poderosas ferramentas para a concretização desta busca.

Percebemos assim que estamos perante uma importantíssima ferramenta do Marketing e das Relações Públicas da Empresa (e de nós mesmos). E o que o torna mais apelativo é que se trata de um meio de comunicação bastante barato, em que podemos personalizar a sua entrega, explicar o que pretendemos ou quem somos. Eventualmente é um dos meios mais económicos ao nosso dispor (apresenta um custo por contacto muito baixo).

Um Cartão pode contar muito a nosso respeito e da nossa Empresa. Ele é parte integrante da Imagem Corporativa. Então, por que é tão descuidado por parte das organizações e por quem os usa? Não seria uma boa ideia todos os colaboradores de uma organização terem o seu próprio Cartão?

Chegou então a hora de apresentarmos algumas das vantagens da sua utilização. As desvantagens, sinceramente, não as encontro, desde que as regras de bom senso sejam observadas.

É inegável todo o seu potencial, mesmo num mundo globalizado como o de hoje em que empresas e consumidores encontram cada vez mais plataformas de entendimento (B2B, B2C, terceirização, etc.) e os avanços que a tecnologia nos proporciona. Passe a publicidade, dêem uma olhadela em www.cardscan.org e aí têm mais um avanço que nos facilitará a vida.

Este tipo de ferramenta, Cartões, para profissionais que estejam a começar a sua actividade profissional é indispensável. O seu custo é ínfimo; o seu alcance enorme. Mesmo que o escritório não esteja nem sequer aberto, poderá começar imediatamente a dar-se a conhecer. Se a estes conseguir juntar alguns meios escritos (flyers, brochuras, cartas, envelopes, papel timbrado), melhor. Começa-se logo a credibilizar e a dar visibilidade ao seu negócio, a si! E os negócios vivem e sobrevivem de pessoas creíveis.

Muitas vezes, esta pequena ferramenta é a primeira e única forma de se conseguir chegar aos potenciais Clientes. Assim, é imprescindível que os guarde e tome conta deles. Evite que andem soltos pelos seus bolsos, mala ou gavetas. Para além de se estragarem, podem passar uma imagem de um profissional descuidado e desleixado. Dê-lhes a importância que o seu trabalho tem para si. Acredito que seja grande. Um porta cartões de qualidade pode revelar a terceiros o seu estilo profissional e capitalizar a sua imagem de profissional exigente e cuidadoso.

Quando entregar ou receber um cartão, olhe nos olhos o seu interlocutor. Assim, terá um rosto associado ao cartão. Ser-lhe-á muito útil no futuro, para além de mostrar respeito e interesse com quem efectuou esta troca. Um cartão ajuda a que os nomes e outros elementos identificadores sejam bem entendidos e escritos no futuro. Leia o nome de quem lhe deu o cartão e aprenderá a pronunciar-lo. Lembre-se que, ao entregar um Cartão, está a convidar implicitamente alguém a manter contacto consigo e é raro eles não serem aceites.

Em reuniões entregue cartões a todos os participantes. Uma maneira de não trocar o nome dos mesmos é dispor os diversos cartões que recebe pela mesma sequência que os contactos dispõem à sua frente. No final da reunião, e nos cartões recebidos, pode ser útil tomar algumas notas no seu verso. Falo de características pessoais tais como: se é teimoso, se é convencido, se é do Sporting, se lhe parece um fala-barato, etc. Algo que não aparece nas notícias mas que só se percebe ou sabe após o contacto pessoal.

No caso de ser orador em palestras ou conferências é uma boa ideia produzir um Cartão especial para esse evento em que aparecerá também o logótipo do evento. Assim, quem os receber, associará facilmente, o seu nome ao lugar onde se encontraram.

Outra oportunidade de fazer chegar o seu cartão é colocá-lo nas correspondências que saem da empresa em seu nome. Pode-se também incluir uma pequena mensagem de agradecimento ou chamada de atenção para algo que vai suceder ou já sucedeu. Bem como para o objecto / produto que está a ser entregue.



Câmara Brasil-Portugal | CE
Comércio - Indústria - Turismo

Visto não haver hora nem local para distribuir os seus cartões, será conveniente tê-los sempre disponíveis. Na sua carteira, no seu carro, na sua casa e onde mais pensar que os pode utilizar. Eu, pessoalmente, acho que os cartões devem ser distribuídos quase massivamente, dentro de critérios de razoabilidade. Pelo seu custo quase insignificante deve ser o meio de comunicação mais económico que está à sua mão.

Os cartões ajudam a criar a noção de grupo, de pertença a algo e este sentimento é independente da idade. Lembro-me de ter produzido uma vez uma série de cartões de apresentação para um grupo de crianças que eu ajudava a treinar. Nesses cartões constava o nome, a actividade que as crianças tinham, no caso, todos estudantes e que eram jogadores do clube. No local onde se coloca habitualmente o telefone aparecia, ao invés, o site do clube.

Não sei se eles se vão lembrar deste cartão, talvez o seu primeiro cartão, mas que todos ficaram orgulhosos e contentes, lá isso ficaram. O que eu ajudei a criar neles? Sentimento de grupo, de pertença. Passaram a ser embaixadores do seu clube.

Não posso deixar de referir também a reduzida agilidade das Empresas em atribuir cartões de apresentação aos seus colaboradores. Algumas vezes demoram duas a três semanas a chegar. São duas a três semanas que os funcionários ficam com o seu trabalho amputado.

Lembre-se que os cartões aproximam as pessoas. Mas não se esqueça, eles não funcionam sozinhos. Precisam de si.

João Paulo Marques

O tempo não pára, não pare você também.

<http://www.linkedin.com/in/joaopmarques>