

EDIÇÃO ESPECIAL
1º ANIVÉRSÁRIO

COACHIN

Supere seus desafios 2014 | junho | Ed. 13

Bram

Luciano Lannes
Editor



COACHING DE EQUIPES

Gestão de Emoções
Coletivas

Coaching de Equipes
e a complexidade dos grupos

Entre lobos,
Ovelhas e
Pastores

- 6 Um outro olhar- Káritas de Toletto Ribas
- 8 Dossiê: Coaching de Equipes - Saara Hauber e Solange S. de Oliveira
- 14 Dossiê: Gestão de emoções coletivas - Ovidio Peñalver Martínez
- 18 Dossiê: Entre lobos, ovelhas e pastores - Luciano Lameira
- 22 Da Teoria à Prática: Tipos Psicológicos e Coaching - Lúcia Navarro
- 26 Ponto de Venda: Me formei em Coaching... e agora? - Lucila Ferraz Marques
- 28 Para refletir: A alegria de viver - Rubens de Paula
- 30 Para refletir: E a rotina vai por água abaixo...- Anailza Meirelles de Oliveira Silva
- 32 Para refletir: Coaching, mudança e liderança - Edson Marques Oliveira
- 34 Eu cada vez melhor: Abrace suas vulnerabilidades - Carlos Legal
- 38 Como comecei - Sandra Mari E. Franz
- 42 Para mim foi assim - Manoela Scremin
- 44 Eventos
- 45 Quem contratar
- 55 Onde estudar

Expediente

Revista Coaching Brasil
Publicação mensal da
Editora Saraswati
ano II - num. 13 - Junho 2014
Diretor e Publisher
Luciano S. Lannes
lannes@revistacoachingbrasil.com.br
Projeto gráfico e editoração
Estúdio Mulata
danilo@estudiumulata.com.br
Projeto de Site
Mind Design
marcelo@minddesign.com.br

Editora Saraswati

www.editorasaraswati.com.br

Todas as edições da Revista Coaching Brasil estarão disponíveis no site para acesso exclusivo dos assinantes. O conteúdo dos anúncios publicados é de responsabilidade dos anunciantes. A responsabilidade pelos artigos assinados é dos autores. A Revista é um veículo aberto para a expressão de idéias e conceitos.

Fale conosco

Publisher

lannes@revistacoachingbrasil.com.br

Editorial

contato@revistacoachingbrasil.com.br

Publicidade

midia@revistacoachingbrasil.com.br



Dando continuidade em nossa série de artigos sobre estratégias de marketing, vamos conversar nessa edição sobre quais mídias devemos escolher para divulgar nosso negócio de Coaching e qual delas temos mais facilidade de realizar.

Na edição anterior falamos sobre como conhecer nosso cliente ideal. Agora vamos ver como você vai se comunicar com ele. Já sabemos como eles são, do que gostam, seus hábitos e seus comportamentos.

O tipo de comunicação e a linguagem são muito importantes nesse momento e como você irá se comunicar com eles também, de um modo mais ou menos formal. É importante lembrar que você deve fazer do jeito que se sente mais con-

fortável em se comunicar com os outros normalmente, por exemplo:

- Se você se energiza quando fala com as pessoas, então deve fazer palestras, muito networking, dar workshops, participar de eventos e entrevistas;
- Se você é do tipo mais técnico, então talvez seja melhor escrever artigos em blogs ou mandar emailmkt ou prepararnewsletter. Não faça divulgação se não estiver à vontade, confortável; pois isso vai te forçar e gastar energia, e seu cliente pode perceber que não é natural em você e isso pode não agradar. Não é necessário usar todas as mídias, veja a que mais te agrada e a que fala mais diretamente com seus clientes e que possam dar suporte a suas metas.

Dividi em 3 tipos de estilos de comunicação: Home Sweet Home – Vere servisto – Unindo Forças.

HOME SWEET HOME - se você é do tipo que prefere se comunicar do conforto de sua casa, esse deve ser o meio de comunicação mais apropriado
NEWSLETTER - JORNALZINHO: esse tipo de comunicação tem frequência: semanal/ mensal/ bimestral, em geral são colocados artigos/ dicas/ inspirações/ eventos, pode oferecer um bônus como download de ebook/ dicas / ferramentas. É sempre recomendável que se capte o cliente e mantenha-o sempre em contato, isso pode ser feito através de um banco de dados com o preenchimento de formulários. O jornal tem que re-

presentar sua marca e ter valor agregado

ARTIGOS: Escrever artigos pelos quais seu cliente se interessa, colocar em sites, blogs e revistas, ser colunista em revistas, blogs ou sites, isso dá exposição e credibilidade.

SITES / BLOGS: Com imagens, cores, sons, palavras pode se ter uma maior conexão. O site pode conter informações básicas sobre seu negócio, seu perfil, depoimentos. É mais estático, mais formal, e no contexto atual torna-se quase imprescindível. O blog é melhor para informações pontuais e conexões mais personalizadas. É ágil e menos formal. Possibilita a interação do cliente com comentários

EMAIL MKT: Uma forma de ser lembrado sempre, mas cuidado com a frequência, pode irritar o cliente e ser bloqueado. O assunto é um dos detalhes mais importantes, pois ele pode motivar ou não a abertura do email.

BROCHURA / CATALOGO: Informações com fotos e explicação do serviço de Coaching, é melhor que só mandar cartão de visitas, mas tem custo alto. Dica para "abrir as portas" no cliente

FOLDER / FOLHETO / FLYER: Mais simples, menor, menos informações, tipo lembrete e mais barato.

PROPAGANDA: Tem custo de produção e de inserção, pode ser feita em Revista / jornal / site / blog / Radio / TV e na in-

ternet como adwords.

REDES SOCIAIS: Atualmente quem está fora das redes sociais está praticamente fora do mercado. É uma forma de ter uma conexão com pessoas e cliente online, em tempo real, o feedback é instantâneo, é ágil e flexível.

VER E SER VISTO - Se você é do tipo que gosta de brilhar, tem algumas atividades que você pode fazer como:

NETWORKING: Participar de eventos relacionados à área de desenvolvimento pessoal, RH e executivo, visitar feiras de algum mercado que lhe for interessante, ver e ser visto pelas pessoas não deixa que seja esquecido. Lembre-se de nunca sair sem cartão de visitas, mas não dê para todo mundo, somente a quem realmente interessa, caso contrário o destino será o lixo e você jogou dinheiro fora.

ESTANDE EM EVENTOS: Participe de feiras/ eventos da área/ conferências, de forma individual ou em parceria com outros da área de desenvolvimento pessoal que seja complementar a você e não concorrente. Essa atividade tem custos e talvez precise de staff, decoração, brindes e material impresso

EXPOSIÇÃO PESSOAL: Seja um palestrante, pois o dialogo é significativo e importante para publico selecionado, esse tipo de evento pode ser feito em encontros profissionais/ conferências/ clubes/ parceiros. Faça

demonstração de seu trabalho, ofereça uma degustação, esta é uma forma de divulgar e deixar o outro curioso, como comida francesa, com gostinho de quero mais! Faça Workshops e dê aulas, é uma ótima forma de se divulgar, ser conhecido e treinar suas habilidades, além de dar muita credibilidade. Dê entrevistas em TV, rádios e internet; você ficará surpreso com a repercussão.

DICA: tenha uma padronização sempre que aparecer em publico: tipo de roupa, cor, acessório etc

UNINDO FORÇAS - Existem algumas formas de parcerias que podem além de divulgar o seu negócio alavancar as suas vendas

ALIANÇA ESTRATÉGICA: Para promover seu negócio em parceria com outro que tenha a mesma afinidade, que seja complementar a seu negócio como por exemplo uma academia de ginastica ou uma empresa de refeições balanceadas;

COMISSIONAMENTO: dar um percentual para quem te indicar um cliente, que pode ser em forma de desconto ou em dinheiro;

REPRESENTANTE DE VENDAS: contratar alguém para levar seu negócio a mercados que você não explora e aumentar a penetração de mercado; Agora, munido destas informações, você poderá escolher melhor em qual das mídias irá investir seu tempo e dinheiro. 

