



COMO VOCÊ ENXERGA SEU CONCORRENTE ?

*Mude a forma como
você encara outros profissionais
do seu mercado.*

Que atire a primeira pedra a empreendedora que nunca se sentiu ameaçada por um concorrente, nem que seja um pouquinho.

Fala a verdade, vai?

Eu costumava me sentir assim, no início do meu trabalho como fotógrafa. Ficava insegura, eu me sentia imatura e pequena diante de tanto trabalho bacana que eu via na internet. Como alcançar o resultado daqueles profissionais que eu tanto admirava? Será que tem espaço para mim no mercado da fotografia? Depois, fui trabalhando essas questões dentro de mim e quando iniciei meu trabalho em estratégia de comunicação digital, essas inseguranças com relação aos outros não me afetaram tanto.

Eu entendo quem se sinta assim. A gente vive em um mundo de comparações, sempre agressivo. É um mundo de escassez que querem nos ensinar a todo momento. O resumo da ópera é o seguinte: não tem para todo mundo – se tem para a fulana, não vai ter para você. Um verdadeiro empurra-empurra que faz com que você tenha a sensação de que precisa disputar espaço o tempo inteiro com outras pessoas. Não há espaço para trocas, há somente espaço para competição.

Mas a grande verdade é que adotar essa postura pode ser muito estressante, inútil e até contraproducente, rs. Você acaba atrasando o seu crescimento como profissional quando evita a interação com outros participantes do seu mercado – e, no fim das contas, acaba atrasando até a evolução do seu próprio mercado, viu.

FAÇA AS PAZES COM A CONCORRÊNCIA: COOPERAÇÃO

Muuuuuita gente boa do empreendedorismo criativo já fala sobre isso há um tempo. Galera que tem a minha admiração, como a Rafa Cappai e a Melodia Moreno. Em vez de falar em competição, porque não falar em coopetição, todo mundo cooperando um com o crescimento do outro? Esquecemos que isso fortalece fornecedores, negociação com clientes e até mesmo a imagem que o seu produto ou serviço passa para quem está do lado de fora do mercado. Se todo mundo se une e pensa junto, desenvolvendo soluções e posturas para tornar o mercado mais uniforme e amadurecido, isso é vantajoso para qualquer um. E, se estamos falando em épocas econômicas borocoxôs, porque não se unir a outras profissionais e pensar em soluções que tragam benefícios e forças para todas?

Entende como ter um novo olhar sobre a concorrência pode fortalecer você, em vez de enfraquecer?

Apresente-se ao seu concorrente, diga o que gosta no trabalho dele. Fortaleça laços e proponha parcerias. Você pode perceber que o outro pode ter as mesmas inseguranças que você, mas baixa a guarda e permite a criação de um relacionamento, assim que você der o primeiro passo.

FAÇA AS PAZES COM A CONCORRÊNCIA: UM NOVO OLHAR

Tem mais: o sucesso do seu concorrente pode te ensinar muito! Observe, com muita objetividade:

- 1 – O posicionamento de marca dele;
- 2 – Sua cesta de produtos;
- 3 – Seu relacionamento com clientes;
- 4 – A comunicação e o marketing desenvolvidos.

Se possível, consuma os produtos do seu concorrente, para estudá-los mais profundamente e avaliar a entrega e o pós-venda. Cuidado: sem a intenção de plagiar, ok?

Notou que eu recomendei objetividade? Você não vai conseguir fazer essas avaliações de forma isenta e realmente útil para você e para o seu negócio se enxergar o seu concorrente como um inimigo ou ainda se estiver se sentindo insegura ou até com inveja do sucesso do outro.

Deixa isso de lado, a palavra-chave aqui é ressignificar: dê outro significado à palavra 'concorrente' e trabalhe mais a confiança no seu próprio negócio. Se o outro empresário ou empresária hoje tem mais sucesso e clientes que você, é sinal de que ela já percorreu caminhos

e estudos que você ainda precisa percorrer. E através da análise do negócio dele/dela, você pode identificar exatamente que caminhos e estudos executar para continuar progredindo e ter sucesso também.

FAÇA AS PAZES COM A CONCORRÊNCIA: PERGUNTAS PODEROSAS

Vamos às perguntas que você pode fazer durante a sua análise? Elas podem fazer com que você tenha insights fantásticos! Vou dar alguns exemplos:

1 – Onde aprimorar seu processo de venda?

2 – O que falta na comunicação e no marketing da sua empresa?

3 – Você está posicionando corretamente sua marca no mercado?

4 – Que novos produtos você pode desenvolver?

5 – O que você pode acrescentar/retirar/mudar nos produtos que oferece hoje?

6 – Seu relacionamento com clientes é melhor ou pior que o do seu concorrente? O que você pode aprender com ele para aprimorar essa conexão com o cliente ideal e tornar seu pós-venda inesquecível?

Nota que essa análise dos seus concorrentes nada mais é do que expandir a análise de mercado que você já deveria estar fazendo nesse momento, para saber como posicionar melhor seu negócio no seu nicho, como apresentá-lo de uma forma exclusiva e diferenciada aos seus clientes ideais. É a partir da análise de mercado, combinada com a análise detalhada do perfil do seu cliente ideal, que você consegue fortalecer a identidade da sua marca e mostrar seu produto ou serviço como um item verdadeiramente único.

Depois me conta aqui se você já faz essa aproximação com seus concorrentes e se avalia seu modelo de negócios com base também na avaliação do modelo dos seus concorrentes.