Entrevista: José Augusto Minarelli

Sérgio Aguiar Matos, Jornal do Brasil

RIO - Nos tempos de crise econômica mundial e pós-crise, e a busca in cessante de oportunidades de trabalho, a recolocação profissional pode ser facilitada pelo que o consultor José Augusto Minarelli chama de "inteligência mercadológica". Qualquer um pode fazer uso da técnica, basta seguir alguns procedimentos. Especialista em outplacement e aconselhamento de carreira de executivos, Minarelli participa da conferência "O Brasil e o Desafio da Educação para o Empreendedorismo", que será realizada hoje a partir das 9h na Associação Comercial do Rio de Janeiro (ACRJ). Ainda nesta quinta-feira, às 18h30, o consultor lança livro sobre o mesmo assunto do debate no Botafogo Praia ShoppingRio: Inteligência Mercadológica – A Inteligência que gera negócios e oportunidades de trabalho. José Augusto Minarelli concedeu a entrevista a seguir ao Jornal do Brasil.

O que é inteligência mercadológica?

- É um tipo particular de inteligência que faz com que as pessoas que a tenham, vejam e descubram oportunidades, desenvolvam serviços adequados, façam a comunicação desses serviços, a venda dos mesmos e a verificação da satisfação do cliente. A inteligência mercadológica está presente de forma espontânea ou pode ser desenvolvida nas pessoas. Qualquer pessoa pode ter independentemente da idade, da escolaridade, do nível social etc.

Quem tem esta inteligência a que se refere?

- Quem tem esta inteligência possui um jeito particular de pensar. Por exemplo, um dia cruzei com um amestrador de cães. Ao observar que olhava seus cães, ele me parou, me cumprimentou, perguntou se eu gostava de cães e se morava próximo. Como eu respondi que não morava ali perto, ele então perguntou se poderia me oferecer seu cartão de visitas, pois um dia eu poderia precisar de seus serviços ou mesmo indicar para outras pessoas de meu relacionamento. Ou seja, ele identificou um potencial e fez perguntas de sondagens próprias de quem tem este tipo de inteligência.

Quem não tem?

- Certa vez andando pelo bairro, percebi um homem que andava com tabuleiro cheio de cocadas. Ele me viu, me cumprimentou e foi embora. Este deixou de fazer as perguntas de sondagens e desperdiçou a oportunidade de oferecer cocadas. Eu tinha dinheiro, gosto de cocadas, mas ele não investigou se eu tinha interesse. Portanto, não possui esta inteligência.

Como desenvolver esta inteligência?

- Há que se atentar para algumas regras que chamo de ciclo mercadológico para venda de serviços. Na minha opinião, funcionam para qualquer um. Primeiro, é preciso identificar necessidades. Depois, desenvolver serviços que atendam essas necessidades. Em seguida, divulgar esses serviços, oferecendo o endereço e os contatos. Mais adiante, é necessário vender o serviço, ou seja, negociar, tratar do valor do serviço, convencer com argumentos sobre os benefícios e assinar o contrato. Por fim, deve-se verificar a satisfação do cliente que comprou os serviços, quer para descobrir se foi bem atendido, quer para descobrir novas necessidades.