

Eu consultor

Dimensões do Stellar – parte 1

Para elaboração do seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), estaremos utilizando a metodologia Stellar, que se baseia nos momentos de excelência – sejam eles de performance ocorrida ou desejada – na sua atuação como consultor. Entender quem somos e/ou queremos ser como consultores ajudará na decisão das ações e na implementação dos passos necessários para atingir seus objetivos.

A proposta é que possamos trabalhar três dimensões – “Valores pessoais”, “Necessidades dos Clientes” e “Personalidade da marca” – no intervalo entre os 1º e 2º módulos, pesquisando junto a clientes e outras relações, as percepções e impressões sobre o consultor em atuação. Mesmo que ainda não atue profissionalmente como consultor, essas características aparecem nas relações com os seus “atuais clientes”.

Para isso, apresentamos, a seguir, as definições de cada um desses domínios, bem como as perguntas que nos orientam numa boa descrição destes:

1. NECESSIDADES DOS CLIENTES

Só podemos dizer que algo tem valor quando supre uma necessidade. Se não há necessidade, por melhor e mais bonito que seja, o produto ou serviço não tem valor. Cada vez mais, precisamos entender melhor o que os clientes realmente querem de nós. Apesar disso, acabamos sendo superficiais nessa compreensão. Se considerarmos a escala de Maslow, podemos ver que as necessidades vão desde as mais primárias (fome, sede), passando por segurança e proteção, necessidades sociais (pertencimento, amor), até as de apreço (reconhecimento, status, autoestima). Numa consultoria, normalmente, lidamos com os dois últimos patamares, mas podem ocorrer todos os níveis.

- Procure entender o que realmente os clientes querem e experimentam quando se satisfazem com sua entrega. Faça muitas perguntas de porquê, percebendo as diferentes respostas a cada nível. No primeiro nível, expressamos os nossos desejos, depois nossos impulsos e, por último, os nossos instintos. Que necessidades deles/delas são experimentadas, satisfeitas e únicas nos serviços entregues?
- Necessidades são descritas por palavras simples (por exemplo: pertencimento) ou pequenas frases, em que revelam estados mentais, emoções ou relacionamentos e não sensações físicas.

Eu consultor

Dimensões do Stellar – parte 1

- Para checar se as necessidades estão sendo identificadas, veja as perguntas a seguir:
 - Os clientes reconheceriam essas necessidades como deles?
 - Expressam valor qualitativo (por exemplo: melhoria de clima) e não coisas (*teambuilding*)?
 - Passaram por várias perguntas de por que?
 - São necessidades concisas e positivas, expressando o melhor momento junto ao cliente?

2. PERSONALIDADE DA MARCA

Cada pessoa deixa marcas a partir das suas características pessoais, ao redor de sua atuação (estilo, palavras e expressões mais comuns, forma de se vestir e de se comunicar). Nessa dimensão, poderemos entender o universo que criamos ao redor de nós e que facilita os serviços que entregamos. Aquilo que atrai e persuade o cliente em nossa atuação.

- Procure analisar que "roupas" você usa em seu trabalho. Sou mais informal ou formal? Preocupo-me com a estética na apresentação dos resultados? Como fica o ambiente do meu cliente quando estou atuando – leve, pesado, profundo, superficial etc.?
- Que estilo de atuação o cliente reconhece nas experiências que teve com você?
- Identifique algumas palavras que revelam o que é único na sua atuação.
- Que personalidade arquetípica poderia servir como imagem da sua atuação? Na Lumo, por exemplo, somos os "Acendedores de Chama". Pense numa personalidade arquetípica que reúna essas qualidades.
- Como você descreveria os seus clientes típicos nas situações de excelência? Como eles se comportam e aparentam ser? Como você resumiria esse cliente típico?
- Para checar as suas respostas, pergunte-se:
 - Como isso se relaciona com as suas crenças e seus princípios?
 - Essas características descrevem o universo que é criado ao redor da sua atuação?
 - São reconhecidas e compreensíveis para os clientes?
 - Garantem um conjunto único e que serve de diferencial para você?

Eu consultor

Dimensões do Stellar - parte 1

3. VALORES CULTURAIS

Mais do que uma lista de valores bonitos, precisamos identificar aqueles (quatro ou cinco) que criam uma excelente condição de entrega e de relacionamento com os clientes.

- Verifique como é a base de seu relacionamento com os clientes. Quais são os comportamentos com eles dos quais você realmente se orgulha?
- O que facilita a relação e cria momentos de excelência?
- Para checar as suas respostas, verifique:
 - Esses valores estão presentes em outras dimensões da sua vida?
 - Que crenças e princípios ancoram esses valores?
 - São específicos e relativos a sua atuação ou mais genéricos e desejáveis para um consultor?

4. Procure descrever cada uma dessas dimensões até o início do próximo módulo. Você poderá trabalhar com seu mentor na elaboração da descrição, se desejar.