

INDICAÇÃO

VALIOSA

SAIBA COMO TER AJUDA PARA AUMENTAR EM ATÉ 30% A CARTEIRA DE CLIENTES E MELHORAR O DESEMPENHO COMO EMPRESÁRIO

Márcio Souza



“Gostamos da proposta e resolvemos investir os cerca de R\$ 3 mil para nos associarmos. Esse valor anual custeia, por exemplo, os cafés da manhã promovidos semanalmente, que acontecem em espaços reservados, e a anuidade. Foi a melhor decisão que poderíamos ter tomado”

Poliana Pontes

Quando abriram a Compasso Comunicação, há pouco mais de dois anos, as jornalistas Elis Soares e Poliana Pontes trabalhavam cada uma em sua casa, com infraestrutura restrita a um computador e um telefone. Elas não precisavam de muito mais do que isso para assessorar os três clientes que tinham naquela época. “Começamos do zero e a demanda de serviço era baixa, assim como o faturamento”, afirma Elis.

A performance da empresa começou a mudar em maio de 2014, quando, a convite de um empresário conhecido, as sócias puderam participar de uma reunião semanal de um dos muitos grupos organizados no Brasil pela BNI - Business Networking and Referrals (Rede de Negócios and Referências, em tradução livre).

De lá para cá, a Compasso Comunicação quadruplicou seu número de clientes e alcançou um faturamento capaz de custear os gastos de um endereço exclusivo para a empresa, além de a contratação de dois funcionários.

INDICAÇÃO PROFISSIONALIZADA

Esse resultado vem da força da proposta do BNI de criar ambientes estruturados, nos quais os empresários se encontram para gerar referências e indicações de negócios de forma profissional. Quem se associa passa a frequentar reuniões semanais, organizadas com dinâmicas que favorecem o conhecimento de todos os negócios representados no grupo, assim como o estreitamento das rela-

ções entre os integrantes.

O foco principal é conquistar novos clientes, mas os benefícios vão além. Os encontros são propícios ao desenvolvimento de diversas competências importantes no mundo dos negócios, como saber apresentar a empresa de forma sucinta e assertiva, ter estímulo para investir no aperfeiçoamento como empresário, além de estreitar relações e trocar experiências sobre as mais diversas práticas empresariais.

O BNI desenvolve suas atividades há mais de duas décadas, em várias partes do mundo, e está presente no Brasil desde 2009. A associação vem ganhando a cada ano a adesão de um número maior de empresários, especialmente os à frente de pequenos e médios

negócios, pelo resultado efetivo que costuma gerar.

Porém, engana-se quem julga que basta ser um associado para ver sua carteira de clientes crescer. Integrar um grupo exige o cumprimento de tarefas que, se não forem realizadas, geralmente resultam na exclusão do participante.

Os grupos são compostos de 20 a 30 empresários, preferencialmente com atuação em áreas distintas para evitar a concorrência. Nas reuniões semanais que participam, nas quais a ausência deve ser justificada e a falta implica ponto negativo na avaliação regular, os integrantes estreitam suas relações, apresentam seus negócios a eventuais convidados - empresários que atuem em alguma área ainda sem um representante no grupo -, informam sobre as novidades e conquistas, como novas competências adquiridas ou aprendizados relevantes para ser compartilhados, e prestam contas das iniciativas que de-

envolveram a favor dos membros do grupo, como indicação de cliente e visitas a empresas de algum integrante. Ao final de cada evento, que costuma ser promovido pela manhã, com início antes das 7h e duração média de duas horas, as tarefas realizadas por cada um são partilhadas e contabilizadas e o grupo comemora o valor gerado em negócios na semana anterior. Nos últimos 12 meses, o BNI no Brasil movimentou R\$ 77 milhões em negócios fechados por seus associados a partir das indicações.

Para assegurar o cumprimento das regras e alcançar os resultados, um sistema on-line, o BNI Connect, serve para avaliar a evolução do grupo. É nele que são inseridos os dados de todas as contribuições individuais dos membros (faltas, atrasos, referências passadas e recebidas, testemunhos, negócios fechados, unidades de educação aprendidas, convidados apresentados ao grupo etc). Com base nessas informa-

ções, o sistema gera relatórios e gráficos com uma avaliação da performance da equipe e o desempenho individual dos membros. Isso permite antecipar ações e ajudar os empresários e o BNI como um todo a melhorar os resultados.

GANHOS REAIS

“Gostamos da proposta e resolvemos investir os cerca de R\$ 3 mil para nos associarmos. Esse valor anual custeia, por exemplo, os cafés da manhã promovidos semanalmente, que



Divulgação
Após um ano como associadas do BNI, as jornalistas Elis Soares e Poliana Pontes quadruplicaram o número de clientes da Compasso Comunicação

ORGANIZAÇÃO CHEGOU AO BRASIL EM 2009

Fundada há 30 anos nos Estados Unidos, a Organização BNI nasceu como uma forma de os empresários gerarem referências e indicações de negócios em um ambiente estruturado e profissional. O seu fundador, Ivan Misner, é autor do livro *The world's best known marketing secret - Building your business with word-of-mouth marketing* [O segredo de marketing mais conhecido do mundo - Construindo seu negócio com o marketing boca a boca].

Atualmente, existem mais de 7.300 grupos espalhados por vários países. No Brasil, a organização chegou em 2009 e, desde então, vem crescen-

do a uma taxa média de 70% ao ano. Nos últimos 12 meses foram gerados mais de R\$ 77 milhões de negócios no País. O sucesso é fruto da combinação de vários fatores, segundo explica Marcos Martins, presidente do BNI Brasil. “Em momentos de crise econômica, possuir uma rede de contatos comprometida com o sucesso mútuo é uma vantagem competitiva enorme. Fazer parte do BNI é estar em um seletivo grupo de profissionais que compartilham da mesma filosofia: contribuir para ganhar”, afirma.

De acordo com Martins, em seis anos de ope-

ração no Brasil, ficou comprovado que apenas 5% dos empresários e profissionais liberais abraçam essa filosofia de vida do “ganhar contribuindo” (Givers Gain). “Isso significa que um grupo BNI não é uma amostra da população de empresários do Brasil, mas, sim, de uma parcela diferenciada de profissionais, que buscam primeiro o sucesso do outro. Imagine o que a força poderosa e transformadora de um grupo de empresários com essa mentalidade pode realizar. Nossa meta é mudar a forma como o mundo faz negócios”, defende.

Para o presidente, o fato de a abrangência da

organização ser mundial também é um fator relevante. “Num mundo globalizado, possuir mais de 180 mil potenciais parceiros de negócios espalhados pelas principais economias do planeta é uma grande vantagem competitiva. É muito comum recebermos empresários-membros do BNI de diversas partes do mundo para buscar, com os membros do Brasil, parcerias estratégicas e oportunidades de novos negócios. Sendo assim, nossos membros aqui do Brasil têm portas abertas em mais de 7.300 localidades nas principais cidades do mundo”, comenta.

COMO PARTICIPAR

Para integrar um grupo de BNI, o candidato preenche um formulário de candidatura detalhado, com o qual toma ciência de seus compromissos perante o grupo e seus membros. "Com o formulário preenchido, o candidato passa por uma entrevista, que visa, principalmente, conhecer sua atitude como empresário. Sabemos que o membro que tem sucesso no BNI é aquele que entra para cooperar e contribuir para o grupo", explica Marcos Martins, presidente do BNI Brasil.

Os grupos são autogeridos e cada um estrutura sua equipe de liderança, porém sempre com a supervisão mensal dos diretores do BNI. "Buscamos soluções para ajudar os membros por meio de programas de mentoria, treinamentos, workshops etc. Entretanto, caso o participante não demonstre a dedicação necessária para alcançar um desempenho satisfatório mínimo, este receberá cartas de advertência, podendo perder a exclusividade em seu ramo de atividade no grupo", informa.

acontecem em espaços reservados, e a anuidade. Foi a melhor decisão que poderíamos ter tomado", afirma Poliana.

Logo que passaram a participar das reuniões e expor o trabalho que realizam na Compasso Comunicação, os resultados começaram a aparecer. "Passamos a receber indicações de trabalhos e, na medida em que o resultado agradava ao cliente, outras referências

"Passamos a receber indicações de trabalhos e, na medida em que o resultado agradava ao cliente, outras referências surgiam. Desde então, a demanda por nossos serviços só cresce. Em um ano, fechamos ao todo cerca de R\$ 100 mil em negócios que nasceram nas reuniões do BNI"

Elis Soares

faturamento, pelo menos 30% é fruto dessa parceria, como gostamos de chamar", informa Poliana. Hoje, a Compasso Comunicação ocupa uma sala novinha, em um prédio comercial de Jundiaí, e tem dois estagiários no quadro de funcionários para ajudar a dar conta da demanda de trabalho.

Na opinião das jornalistas, o segredo do sucesso dos empresários de um grupo do BNI está na compreensão de que o networking vai muito além da simples troca de cartões de visita. "Quem entrar no grupo pensando em apenas conseguir indicações para aumentar seu faturamento com certeza vai se dar mal. O perfil do participante deve ser o de um 'agricultor'. É preciso trabalhar, plantar se quiser colher bons frutos. As referências precisam ser bem fornecidas e, para isso, cada empresário deve conhecer a fundo o negócio dos integrantes de seu grupo, do contrário, a indicação não pode ser considerada valiosa", comenta Elis.

Poliana, sua sócia, garante que, quando os integrantes do grupo internalizam a proposta do BNI, as recomendações geram negócios praticamente fechados. Afinal, o espírito da associação é capacitar todos os seus membros a trabalhar suas

"Contratar advogado é uma questão delicada e muitas pessoas têm receio de entregar o caso a desconhecidos. Por isso, as boas referências que recebo do grupo quase sempre terminam em negócio fechado"

Mark William Ormenese Monteiro

redes de contatos de forma profissional e aprender a referenciar de forma correta, atuando, de fato, como um incentivador dos negócios atrelados ao grupo. "Quando entramos em contato com os demandantes apresentados por algum parceiro do BNI, o serviço com certeza será contratado. O mesmo acontece quando recomendamos alguma empresa. Preparamo-nos para essa tarefa, visitamos a empresa para conhecer profundamente o negócio, seus pontos fortes, assim como o perfil do empresário à sua frente. Com isso, temos segurança e bons argumentos na hora de indicar um parceiro", detalha.

A tarefa exige disposição e tempo. As sócias empenham-se em visitar semanalmente pelo menos duas empresas do grupo, informando-se bem sobre os negócios e seus pontos fortes. Afinal, o associado que não se ocupa em ser produtivo para seus pares corre o risco de perder seu lugar no BNI e ver um concorrente assumir sua vaga.

"Uma coisa que agrada a mim é que todos os participantes são constantemente avaliados e, caso a performance de algum não seja satisfatória, ele pode ser convidado a se retirar do grupo. Isso evita que os empresários com perfil de 'caçador', que

só querem ganhar, permaneçam por muito tempo. A filosofia do BNI é contribuir para ganhar e isso é fundamental para o sucesso de um grupo", afirma Elis.

Além das referências, os encontros também servem para uma troca de experiências extremamente valiosa. "Para nós, que estamos começando como empresárias, têm sido muito bom ouvir as histórias dos mais experientes e entender como eles superaram desafios ao longo dos anos. Aprendemos, por exemplo, a importância de ter um planejamento estratégico muito bem definido, pois, sem isso, as chances de sucesso diminuem muito", coloca.

Outra dica muito importante que as sócias aprenderam está ligada à postura profissional. "Somos jornalistas e, muitas vezes, enxergamos as coisas com um olhar jornalístico. Depois que entramos no BNI, aprendemos que temos de analisar os projetos também com olhos de empresárias, o que é muito diferente. Até meu comportamento e modo de me vestir mudaram. Tenho 27 anos de idade e uma aparência muito jovem. Tive de aprender a usar isso de forma positiva e não deixar que essa questão interferisse no fechamento dos negócios."

RETORNO CERTO

Outro empresário que assegura ter feito um excelente negócio associando-se ao BNI é o advogado Mark William Ormenese Monteiro, sócio do escritório Monteiro & Valente, que integra o mesmo grupo de Elis e Poliana. Para começar, ele não conhecia bem o trabalho prestado por uma empresa de assessoria de imprensa, do qual se interou por meio das jornalistas. Sua empresa tornou-se cliente da Compasso Comunicação. "Não sabia dos excelentes resultados que o serviço pode trazer para um negócio", afirma o advogado, hoje com conhecimento de causa.



O advogado **Mark William Ormenese Monteiro**, sócio do escritório **Monteiro & Valente**, diz que em sua área uma boa indicação é negócio praticamente fechado

“O grande diferencial é que as indicações são mais diretas e envolvem pessoas que realmente estão procurando serviços. Pelo menos 30% das referências que recebo acabam gerando algum tipo de negócio”

Albino Faustino Junior

Além de a adesão ao BNI ter lhe proporcionado o conhecimento de ferramentas interessantes para a projeção e expansão do seu negócio, Monteiro informa que, atualmente, de cada dez clientes aos quais atende em seu escritório, três são frutos de indicações do BNI. “Contratar advogado é uma questão delicada e muitas pessoas têm receio de entregar o caso a desconhecidos. Por isso, as boas referências que recebo do grupo quase sempre terminam em negócio fechado”, informa.

Por conta do aumento da demanda, o advogado precisou contratar mais profissionais. Hoje, seu quadro de funcionários conta com 16 pessoas ao todo. “Quando abrimos, éramos quatro. Trabalhamos nas áreas cível, trabalhista, empresarial e de cobrança, que são campos nos quais uma boa indicação tem um grande valor”, comenta.

Para Monteiro, o valor desembolsado para tornar-se um membro do BNI tem retorno rápido. “Os R\$ 3 mil que invisto anualmente recupero em, no máximo, um ou dois negócios fechados. Meu maior investimento é, na verdade, o tempo. Dedico, em média, seis horas por sema-

na ao BNI. Faço questão de referenciar meus colegas e contribuir para o desempenho do grupo”, conta, ciente de que, para o sucesso de todos, é importante que cada um faça a sua parte.

Albino Faustino Júnior, diretor da Home Cooking, que fornece refeições para empresas na região de Vinhedo, interior de São Paulo, e integra o BNI há dois anos e meio, compara o valor da adesão a um investimento em publicidade. “O BNI tem um retorno financeiro muito maior e um custo menor do que uma propaganda simples”, diz.

Somado a essa vantagem, Faustino Junior destaca que a participação também agrega informações sobre áreas

CUSTOS

O BNI possui um escritório que centraliza as anuidades e faz a gestão dos grupos. Um associado novo pagará R\$ 2.060 (cartão de crédito em três vezes sem juros ou em até 12 vezes com juros). Caso pague à vista no boleto, o valor é de R\$ 1.872. Em caso de renovação, pagará R\$ 1.720 em três vezes ou R\$ 1.560 à vista no boleto). O acerto da anuidade é realizado de forma antecipada e a taxa das reuniões semanais, para custear o café da manhã e locação do espaço, valor em torno de R\$ 30 por encontro, é paga diretamente no local e administrada pelo grupo.

importantes para qualquer empreendedor. “Ao frequentar as reuniões, acumulei conhecimentos com base na experiência de outros empresários de grande relevância. Alguns utilizo diariamente na administração do meu negócio. Há uma troca muito boa de dicas e conhecimentos durante as reuniões”, afirma.

Segundo Faustino Junior, atualmente, 25% da sua carteira de clientes é fruto de referências obtidas no BNI. “O grande diferencial é que as indicações são mais diretas e envolvem pessoas que realmente estão procurando serviços. Pelo menos 30% das referências que recebo acabam gerando algum tipo de negócio”, informa.