



# Segredos para uma carreira de sucesso

Investir no cliente e em estratégias de marketing são passos importantes para uma carreira de sucesso em design

Um dos momentos mais marcantes na carreira de um designer é o da sua formatura, o ritual da sua passagem de estudante para profissional. Esta pode acontecer de uma forma natural, com sua absorção pela empresa na qual estagia, ou pela continuidade no atendimento a clientes já conquistados. Mas, quase sempre, é um momento de reflexão sobre a carreira, sobre o que se pretende fazer nos próximos anos. Neste sentido, a maior dificuldade é que usualmente as escolas ensinam uma profissão, mas não como ganhar dinheiro com ela. Outro ponto, é que, geralmente, quem opta por fazer design não tem um perfil muito voltado para as questões de vendas e administração de um negócio, embora o desejo de se ter um estúdio próprio esteja latente em grande parte dos designers.

Tenho quase 40 anos de mercado. Vivenciei um bom número de planos econômicos, de moedas, períodos de inflação, recessão, estagflação e crescimento, como o que estamos experimentando agora. Destas experiências, aponto duas como fundamentais para uma carreira de sucesso.

### Clientes: seu melhor patrimônio

A primeira, entender o cliente. O cliente é a pessoa que confia no nosso talento, na nossa capacidade de gerar soluções para seus problemas. Soluções que o diferenciem dos seus con-

correntes, que sejam passíveis de implementação dentro dos prazos e verbas disponíveis. Que gerem vendas e possibilidades de criar vínculos com as pessoas que irão comprar e consumir seus produtos e serviços. Nossos clientes conhecem bem seus negócios, seus problemas, seus mercados, mas, usualmente, não nos sabem transmitir este conhecimento de uma forma natural. Assim, ser capaz de "extrair" estas informações é um dos pontos chave para o sucesso de um projeto. Ter os clientes como parceiros, ouvi-los e interagir com eles constantemente durante todo o processo é capital para que os trabalhos andem mais rapidamente e sejam mais lucrativos.

Mas isto não é tudo. Clientes costumam trabalhar muito pressionados pelos seus chefes, pela busca de bons resultados. Assim, ao fazermos bons trabalhos, somos, de certa forma, responsáveis pelas carreiras dos nossos clientes.

Aqueles que se destacam vão subir e nos levar junto com eles, seja na empresa onde estão, ou em outras para as quais venham a ser contratados.

### Um "caçador": seu melhor investimento

Sinto dizer isto, mas ter talento não é uma garantia para o seu sucesso profissional. Em seu dia a dia, um designer-empresário chega a empregar 70% do seu tempo em atividades que não são design, para as quais não estão ab-

solutamente preparados. Desconhecem o que são marketing, vendas e administração.

O que eu, de forma brincalhona, chamo de caçador, é um profissional com uma formação em uma dessas disciplinas, que de certo modo complementem a sua. Um caçador é quem vai ao mercado buscar os serviços a serem feitos por você, e que irá cuidar dos aspectos de venda, negociação, finanças e administração do seu negócio.

O caçador irá representar sua empresa junto aos clientes, ou seja, ele terá de transmitir corretamente a sua imagem, os seus valores. Além de vender seus serviços, ele deverá ser capaz de estabelecer uma estratégia de marketing, precificar seus projetos, preparar propostas comerciais e cuidar da satisfação dos clientes.

Mas, atenção! Não transfira todos os contatos com seus clientes para o caçador, arriscando-se a que ele se estabeleça como indispensável. Indispensável é você, que conceitua e cria as soluções que irão fazer seus clientes serem vencedores em seus mercados!

Espero que essas dicas possam contribuir para a sua carreira. Sucesso!



\*Gilberto Strunck é designer gráfico e autor do livro *Viver de Design* (Editora 2AB).

Para falar com o autor, escreva para: [strunck@diacm.com.br](mailto:strunck@diacm.com.br)