

Nosso projeto
é o **melhor**



VENDA SEU PROJETO

Com os artigos anteriores, o leitor já está capacitado para identificar o que pretende com um projeto (objetivo) e como o desenvolverá (estratégia). No entanto, é preciso engajar as pessoas, equipes e empresas parceiras nesse empreendimento, pois caso contrário pouco acontecerá, todos ficarão frustrados e o fracasso será certo.

“Vender” continuamente o projeto deve ser responsabilidade do gerente: antes, durante e até mesmo após o encerramento das atividades. Primeiro, vende-se a proposta aos patrocinadores, comunicando uma visão positiva e inspiradora, demonstrando que é a pessoa

correta para estar à frente do projeto, pelo compromisso com o sucesso, custe o que custar. Com a promessa declarada, esses patrocinadores terão confiança em entregar os recursos e o apoio requerido.

Em seguida, é preciso “vender” o projeto aos membros da equipe, comunicando aquilo que foi prometido e o papel de cada integrante. É preciso esclarecer dúvidas, resolver objeções e tranquilizar as ansiedades com liderança firme, motivação e informações claras. A seguir, convencem-se fornecedores, usuários e a comunidade.

Para efetivamente “vender” o projeto, é preciso dominar a arte de argumentação, utilizando lógica e fatos

verdadeiros. Para isso, comece conversando com a equipe para identificar e concentrar as necessidades declaradas e implícitas do projeto, reunindo as premissas e colocando as ideias à prova até que as conclusões sejam inferidas naturalmente e todos os envolvidos estejam convencidos (vencendo em conjunto). Mais do que dados técnicos e vantagens, argumente com benefícios efetivos e, por que não, com o significado maior do projeto. Mas cuidado, pois o final feliz da história não acontecerá por acaso, se você não elaborar antes uma “proposta irrecusável”.

Na próxima edição veremos como gerenciar sua equipe. Até lá. []