

info
paper

VOCÊ QUER
SER UM DESIGNER
DE SUCESSO?

#09

ANO 1 • ABRIL 2005

Você já deve ter notado que ter talento e formação específica em *design* não bastam para garantir sucesso nesse mercado. Ele é dinâmico, muito competitivo e, assim que passamos a atuar profissionalmente, nos vem uma certa frustração em relação às nossas expectativas e à realidade.

VOCÊ QUER SER UM DESIGNER DE SUCESSO?

EMPREENDEDORISMO

Ultimamente, você deve ter-se deparado com esta palavra com alguma frequência. Pode ser que ela tenha despertado seu interesse, mas apostaria que não. Afinal, quase sempre os *designers* estão muito mais preocupados com os detalhes dos seus projetos do que planejando sua inclusão ou crescimento no mercado.

Sucedee que, a médio e a longo prazos, os *designers* que terão maiores probabilidades de vencer em suas carreiras serão aqueles que também souberem lidar com os aspectos negociais de seus projetos, em suas próprias empresas, como autônomos ou como empregados. (Isso mesmo! Você também tem que ser empreendedor como funcionário para ascender a posições mais importantes).

Aqui no Brasil, 30% das empresas fecham no seu primeiro ano de atividade. No quarto ano, só 40% ainda operam (dados do SEBRAE). Por outro lado, a rotatividade dos empregados é também muito alta. Visibilidade, política e resultados são

algumas questões que têm que estar permanentemente em foco, por quem quer galgar posições mais altas em seu emprego.

10 DICAS DE SUCESSO

Para facilitar sua vida e tornar mais objetivo seu crescimento profissional, vão aqui 10 pontos que você deve trabalhar sempre, de modo que, após algum tempo, eles sejam praticados de forma bem natural, assim como respirar.

1. SONHO

Habitue-se a mentalizar seu objetivo. Construa em sua mente a imagem da sua situação ideal. Nunca perca a propriedade de se energizar com o enorme prazer que esta situação futura irá proporcionar-lhe.

2. DISCIPLINA

Mas não basta querer muito uma coisa. É imprescindível criar as condições necessárias para alcançá-la. Isso é fruto de muita organização. Você tem que estabelecer prioridades e ter muito foco, abrindo mão de tudo que possa dispersar seus esforços.

3. CURIOSIDADE

Por outro lado, não se feche em demasia para questões que aparentemente não lhe dizem respeito. Seja curioso sobre as experiências das outras pessoas. Tenha a humildade de aprender até com quem, aparentemente, não pode ensinar-lhe nada.

4. CONHECIMENTO

As boas idéias nascem a partir do nosso repertório. Pense em sua educação como um processo contínuo. São tantas as novidades que será praticamente impossível você ser ótimo em todas

as áreas. Assim, escolha um nicho de conhecimento e busque ser o melhor nele.

5. CORRER RISCOS

Não se acomode ao alcançar uma posição de relativo conforto. O mercado está em constante evolução. Assim, imagine o hoje como mais um “andar da construção do seu arranha-céu”. Aprenda a correr riscos calculados, mas que são vitais para mantê-lo competitivo.

6. AMBIÇÃO

Uma boa dose de ambição é altamente saudável. Ela realimenta seus sonhos, amplia seus limites, faz você querer crescer como profissional, como ser humano.

7. PERSISTÊNCIA

Seja persistente... sem ser teimoso! Não desista ao se deparar com o primeiro obstáculo na conquista dos seus objetivos. Por outro lado, não insista no erro. Saiba realizar um recuo tático quando as possibilidades de sucesso não lhe forem muito favoráveis.

8. INICIATIVA

Não tenha medo de assumir posições, de partir para a ação num momento em que todos ficam “em cima do muro”. Antecipe-se aos movimentos do mercado, acredite em você!

9. COMPROMETIMENTO

Você é um gerador de riquezas para os seus clientes. Deve ter sempre um forte comprometimento com os resultados dos seus projetos. Isso é fundamental para que novos serviços sejam solicitados... e que você possa negociar melhores honorários.

10. ÉTICA

Todos os pontos que foram aqui abordados só fazem sentido se sua trajetória profissional for balizada por um comportamento ético. Em relação aos seus clientes, colegas, funcionários, fornecedores... enfim, da sociedade como um todo.

Pronto, as idéias estão colocadas, cabe agora a você praticá-las ou não, determinar o seu grau de empreendedorismo. Mas nunca se esqueça de que nosso futuro está sendo construído agora. Não abra mão de planejar cuidadosamente o seu!

OS CINCO PECADOS CAPITAIS

Ao longo da minha carreira, por inexperiência, cometi muitos erros mas aprendi muito com eles. Listo aqui aqueles que vejo os *designers* cometendo com mais frequência. Fique atento!

1. Iniciar um projeto sem uma negociação prévia de honorários. Programa detalhado de projeto, o que está e o que não está incluído na proposta, prazos, valores, forma de pagamento, são detalhes que devem ser negociados e acertados, por escrito, antes de se iniciar um trabalho.
2. Participar de concorrências especulativas. Chamamos assim àquelas em que não há uma garantia de pagamento para quem participa do processo. É uma demanda cada vez maior dos clientes e um suicídio para quem aceita estas propostas indecorosas, além de prejudicar nossa classe como um todo.
3. Não pesquisar muito antes de iniciar um projeto. Criamos para os consumidores. Não devemos projetar baseados somente

**SEBRAE
SP**

Centro São Paulo Design • CSPD
Av. Professor Almeida Prado, 532
Prédio 36 • IPT • Cidade Universitária
São Paulo • SP • 05508-070
www.cspd.com.br • spdesign@ipt.br



O conteúdo do INFOPAPER é de responsabilidade do autor. A reprodução total ou parcial só é permitida com autorização do CSPD. Para mais informações, entre em contato: (11) 3719.1331. Autor: Gilberto Strunck Responsável: Renata de Souza Ramos - CSPD Projeto Gráfico: Marcel F. K. Morgado - CSPD Diagramação: Alison Sheison

A série INFOPAPER é uma iniciativa do CSPD e do SEBRAE/SP, cujo objetivo é o de aumentar os conhecimentos, que sejam capazes de resultar em avanço, para as empresas, principalmente as de micro e pequeno porte, assim como para profissionais da área de Design.

ENVIE SUAS
SUGESTÕES PELO
E-MAIL:
spdesign@ipt.br

nas informações dos nossos clientes. É fundamental conhecer bem seu mercado, concorrência, cadeia de venda, exposição, compra, consumo e descarte. Isto nos diferencia, nos valoriza e aumenta a eficácia do que fazemos.

4. Entregar somente o que foi pedido. Temos que ter como objetivo surpreender nossos clientes. Se o que criamos está dentro das suas expectativas, está bom. Mas, num mercado tão competitivo como o nosso, isso não basta. Temos que ter o ótimo como meta.

5. Não voltar a procurar os clientes após um tempo de entrega do projeto. Telefone para saber se o trabalho funcionou, quais os resultados, o que poderia ter sido feito melhor. Estenda o papo com informações sobre o mercado (volte ao item 3), veja se existem novas possibilidades de projetos e aproveite para pedir que ele o indique aos amigos.



COLABORADOR • AUTOR DO MÊS:

Gilberto Strunck: Designer formado pela ESDI/UFRJ, mestre pela ECO/UFRJ. Professor da EBA/UFRJ. Sócio-diretor da DIA Comunicação de Marketing e autor de vários livros sobre *design*.