

À PRIMEIRA VISTA: IMAGEM PESSOAL COMO ESTRATÉGIA PROFISSIONAL

14/08/2024



Consultora Nize Capasso revela como autoconhecimento e experiência sensorial são essenciais para criar uma imagem impactante e conquistar clientes no mundo corporativo

A consultora de estilo Nize Capasso trilha há mais de sete anos uma trajetória de sucesso no empreendedorismo. Responsável por transmitir aos seus clientes corporativos uma visão holística e estratégica para a construção de identidades visuais e marcas de valor por meio de cursos e treinamentos, Nize revela a importância do autoconhecimento, autoconfiança e a habilidade de saber se comunicar como ferramentas cruciais para uma boa gestão de imagem.

O trabalho de Nize reforça que a forma como um indivíduo é percebido nos ambientes em que transita revela diretamente o valor que as pessoas dão aos seus produtos ou posicionamento.

A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE É A BUSCA PELO BEM-ESTAR

Dentro da experiência do cliente, Nize destaca a importância do posicionamento de produtos nas lojas, dos itens decorativos e detalhes do local, dos cheiros, dos sons dos ambientes. Aliás, ambientes confortáveis e bem-estar estão completamente ligados, da mesma forma que o bem-estar está relacionado ao cuidado dos nossos “ambientes internos”, à uma boa relação íntima e o saber se expressar por meio das roupas e no perfume que se usa, por exemplo.

Essas características nos deixam naturalmente mais confortáveis em nos relacionar com outras pessoas e transitar por qualquer ambiente. É natural e inato ao ser humano buscar para si as melhores experiências possíveis.

O próprio conceito de experiência está ligado à conquista de conhecimentos por meio dos sentidos, por isso, gerar uma boa experiência ao cliente é fazer boa utilização dos potenciais naturais humanos de observação, de sensibilidade e de conhecimento. O cliente decide, muitas vezes, simplesmente pelo olhar se vai entrar ou não em um estabelecimento.

É por isso que entender quem são os clientes e o que eles estão buscando é essencial; normalmente, o cliente busca muito mais do que um produto e a chave está em promover experiências marcantes, ou seja, experiências que acessam os sentidos humanos mais profundos. O seu cliente deseja água? Sirva água com um sorriso no rosto.

ESTILO FALA PARA SI, NÃO PARA OS OUTROS

Apesar da ideia de “estilo” estar muito ligada hoje em dia às roupas que usamos, estilo, na verdade, é a completa performance de quem somos no mundo. É por isso que se fala que a imagem influencia a forma como os outros nos veem ou veem nossos produtos e serviços; não por conta das roupas simplesmente, mas pela forma como conversamos, pelo tom de voz, expressão corporal, a capacidade de olhar no olho dos outros, de ser respeitoso e de saber dialogar de forma sincera. Esse “estilo” ou jeito de viver no mundo é um comportamento que naturalmente constrói relações de confiança.

Nize menciona que não existe a necessidade de “idealizar” mundos ou pessoas irreais para criar experiências positivas para clientes ou para si mesmo e destaca a importância da aceitação da diversidade e pluralidade humana, para que todas as pessoas se sintam contempladas de forma genuína pela ideia e pela possibilidade

de trabalhar na sua própria imagem pessoal.

A necessidade geral de todo ser humano é sentir-se bem, confortável e pertencente ao ambiente em que está inserido. O trabalho de Nize Capasso compreende essas linguagens sutis de perspectiva humana e inevitavelmente, essas normas psicológicas são aplicadas a qualquer contexto ou cenário, seja ele pessoal ou profissional. Dentro de negócios, fechando negócios ou buscando novos negócios, somos responsáveis pela imagem que transmitimos através das nossas ações sutis e muitas vezes, invisíveis.

@nizecapasso