



ERICOROCHA

# Como Aumentar o Faturamento da Minha Empresa

# SUMÁRIO

01

• Introdução

03

• As 3 formas de aumentar o seu faturamento sem aumentar o trabalho

09

• Como aumentar a quantidade de clientes no seu negócio digital

17

• Como aumentar o Valor Médio Anual Gasto por Cliente

21

• Como aumentar a Margem de Lucro dos seus produtos

25

• Conheça a Fórmula de Lançamento



# Introdução

A vida empreendedora é baseada, principalmente, em sonhos e desejos. E existem dois deles que são responsáveis por estimular mais de 90% das pessoas a abandonar a segurança de um emprego fixo e optar pela vida de empreendedor digital. São eles:

- 01.** O desejo de aumentar os ganhos, sem precisar, necessariamente, trabalhar mais
- 02.** O sonho de ter mais liberdade para aproveitar a vida e os momentos em família

Estas foram as duas principais motivações que me levaram a deixar uma função estável em um banco de investimentos londrino e partir para o empreendedorismo digital.

E, pelo que vejo entre os milhares de empreendedores digitais que treino todos os anos, essa também é a vontade de muitos que procuram uma solução na vida empreendedora.

Neste e-book que disponibilizo para você estão as melhores dicas que reuni para tornar estes dois sonhos possíveis.

**O marketing digital é capaz de tornar o empreendedor mais livre e, ao mesmo tempo, multiplicar a sua lucratividade, sem que seja necessário dobrar o seu tempo de trabalho!**

Você quer saber como?  
É só continuar a leitura!



**As 3 formas de aumentar  
o faturamento do seu negócio  
digital sem aumentar o trabalho!**

Existem três maneiras principais de aumentar o seu faturamento, até duplicá-lo, sem precisar aumentar em nada as suas horas de trabalho. São elas:



01  
Aumentar a quantidade de clientes que são atendidos pelo seu negócio



02  
Aumentar o valor que os seus clientes gastam com você por ano



03  
Aumentar a margem de lucro na venda dos seus produtos

Não importa o seu segmento de mercado: salões de cabeleireiro, consultorias de marketing, padarias e **toda a sorte de negócios passam pelas mesmas dificuldades na hora de projetar suas ações pela internet e todos podem superá-los aplicando a metodologia que proponho aqui.**



Para executá-la você precisa pensar nos seguintes dados:



#### **Número de clientes (NC):**

O número efetivo de clientes que o seu negócio possui.



#### **Valor Médio Anual do Cliente (VMAC):**

O valor que cada cliente gasta com o seu negócio em média todos os anos.



#### **Margem de Lucro:**

Quanto o seu negócio lucra em cada venda.

Nós vamos colocar todos estes dados em uma fórmula. Para isso vamos supor que o seu número de clientes (NC) é igual a mil pessoas e que o valor médio anual de cada cliente (VMAC) é de mil reais.

Isso significa que o faturamento anual do seu negócio é de R\$ 1 milhão, certo? (1000 X 1000 = 1.000.000)

Vamos supor agora que a margem de lucro (ML) seja de 20% sobre o faturamento.

O lucro anual (LA) deste negócio é de R\$ 200 mil.

### A nossa fórmula ficaria assim:

$$NC \times VMAC \times ML = LA$$

Ou seja, 1000 pessoas x gastando R\$ 1000 X com margem de 20% = O lucro é de R\$ 200 mil.

Para que você aumente o seu Lucro Anual,  **você só precisa melhorar um destes fatores**, ou seja, ou você aumenta o número de clientes, ou aumenta o valor médio anual por gasto cliente, ou aumenta a margem de lucro.

Vamos supor que você queira dobrar o seu lucro anual.  
Que ele vá de R\$ 200 mil, para R\$ 400 mil.

Você pode dobrar o seu número de clientes, fazendo com que duas mil pessoas gastem os mesmos R\$ 1000 por ano com o seu negócio usando a mesma margem de lucro.

**A fórmula seria a seguinte:**

$$2NC \times VMAC \times ML = LA$$

$$2000 \times 1000 \times 20\% = R\$ 400 \text{ mil}$$

Você também pode dobrar o valor gasto anualmente pelos seus clientes com a sua empresa ou ainda dobrar a sua margem de lucro sobre as vendas.



**As fórmulas seriam as seguintes, respectivamente:**

$$NC \times 2VMAC \times ML = LA$$

$$1000 \times 2000 \times 20\% = R\$ 400 \text{ mil}$$

e

$$NC \times VMAC \times 2ML = LA$$

$$1000 \times 1000 \times 40\% = R\$ 400 \text{ mil}$$

Não importa qual destes aspectos do seu negócio você queira trabalhar, todos trarão bons resultados. E se você aplicar os métodos que irei demonstrar nos próximos capítulos em todas as variáveis da fórmula, dobrando os valores de cada uma delas, você pode conseguir aumentar o seu faturamento em até 8 vezes!



... você pode  
aumentar o seu  
faturamento em  
**até 8 vezes!**

■ Como aumentar a quantidade  
de clientes no seu negócio digital

Para conquistar mais clientes é necessário que você saiba onde procurar e, novamente, não importa o seu segmento de mercado, os seus clientes em potencial, ou leads, estarão sempre em uma das categorias a seguir:



### **Leads Frios**

Leads frios são pessoas que precisam da solução oferecida pelo seu negócio, mas não sabem que têm um problema ou que ele poderia ser resolvido através do seu produto.



### **Leads Motivados**

Já os leads motivados já sabem e desejam uma solução como a sua, mas ainda não sabem quando ou de quem vão adquirir o produto ou serviço que irá resolver o seu problema.



### **Leads Desesperados**

Os leads desesperados também desejam a sua solução, mas precisam dela de maneira tão urgente que comprarão o produto da primeira empresa que oferecer boas condições.



A maior parte das  
empresas baseia toda a sua  
estratégia de marketing  
pensando na terceira  
categoria de leads, os leads  
desesperados. E eu já digo  
para você: isso é um erro!

“ Porque você não deve basear  
as suas estratégias de marketing  
em leads desesperados

Os leads da categoria 3 são os mais disputados pelo marketing da maior parte das empresas. Porém quem deseja aumentar a quantidade de clientes para melhorar os índices de faturamento não deve apostar nesta categoria de leads em um primeiro momento.

A primeira razão para não participar desta briga é o fato de que esta parcela dos leads é a que **representa a menor quantidade de clientes**. É só a ponta do iceberg!

Outro motivo é baseado nos custos: como a disputa pelos leads desesperados é maior, o custo para conquistá-los aumenta na mesma proporção, seja em estratégias de marketing online ou off-line.

Converter esta categoria de leads é como conseguir um autógrafo do Bono em um show do U2. Não é impossível, mas para conseguir você precisará entrar em disputa com muita gente e, às vezes, a sua concorrência terá uma condição muito mais favorável para competir.

Quando penso na melhor estratégia para atingir o público-alvo de uma empresa, nunca penso nos leads desesperados, pois é onde todos os concorrentes jogam suas fichas.

São empresas grandes que disputam os mesmos clientes com campanhas muito parecidas. O ideal é direcionar os esforços justamente na conquista dos leads frios ou motivados.

“ Como e porque elaborar estratégias baseadas nos leads frios e motivados

Focar nas categorias 1 e 2, de leads frias e motivadas, trará resultados incríveis para o seu negócio sem que você precise passar por tanto estresse ou gastar tanto dinheiro.

Primeiro porque a maior parte dos clientes potenciais está nestas duas categorias, e também porque a concorrência é menor, já que as outras empresas estão focadas na disputa pelos leads desesperados.

**Esta medida pode diminuir  
o custo das suas campanhas  
em até 10 vezes!**

Outro fator importante, que compensa todo o esforço para conquistar os leads que ainda não sabem que precisam do seu negócio, **está na fidelização destes clientes**. Uma vez que eles sejam conquistados pela sua empresa, estarão tão envolvidos com a sua marca que nem pensarão em adquirir um produto parecido dos seus concorrentes

O trabalho do marketing é pensado para demonstrar ao cliente o que é a solução oferecida pela empresa, quais serão as vantagens em usar esta solução e demais formas de educar o lead sobre os benefícios que ele pode obter. Assim a sua empresa acaba criando um relacionamento com o lead.

Este relacionamento é importante porque vai fazendo com que os leads frios confiem na empresa e se interessem pela solução que ela oferece, transformando leads frios em leads motivados ou desesperados naturalmente, sem precisar de campanhas caras e sem parecer que você está empurrando qualquer produto para seu cliente.

Mudando o foco das suas estratégias, você consegue dobrar ou até triplicar a quantidade de clientes do seu negócio sem precisar trabalhar mais horas no dia ou investir absurdos para concorrer com todas as outras empresas pelos poucos leads que estão desesperados por uma solução imediata. E você consegue este resultado em absolutamente qualquer segmento de mercado!



**... Mudando o foco das suas estratégias, você consegue dobrar ou até triplicar a quantidade de clientes do seu negócio sem precisar trabalhar mais horas no dia ou investir absurdos ...**

# Como aumentar o Valor Médio Anual Gasto por Cliente

Se você chegou até este capítulo do meu eBook, já sabe que focar as suas campanhas de marketing em leads frios ou motivados e criar um bom relacionamento com eles é uma estratégia eficaz para aumentar a sua base de clientes, aumentando, por consequência, o seu faturamento.

Agora o que você não sabe é que **o relacionamento também é uma arma poderosa para aumentar o valor que os seus clientes gastam com a sua empresa anualmente.**

Pense comigo: a maior parte das empresas, quando conquista o contato de um lead, ou cliente, só se comunica com eles para oferecer novos produtos, às vezes até de maneira agressiva.





Quase ninguém se dá o trabalho de criar uma relação com seus clientes, oferecendo informações valiosas para ajudá-los no dia a dia sem, necessariamente, tentar empurrar algum produto para eles.

Para explicar melhor, vou falar de uma empresa minha, a ProLeilões, especializada no comércio de imóveis arrendados em leilões.

A ProLeilões começou a sua estratégia de relacionamento com os clientes enviando informações valiosas para quem desejasse saber como investir em imóveis pela metade do preço e sem correr riscos.

Os nossos principais contatos com os clientes eram realizados com a intenção de fazê-los entender melhor sobre o mercado de leilões, de maneira que a empresa pudesse ajudá-los a fazer bons negócios, mesmo que eles não comprassem um imóvel leiloadado através do nosso site.

Muitos empreendedores disseram que nós éramos malucos em fazer isso!



E eu entendo esta linha de raciocínio. Fornecer informações valiosas, que podem deixar o consumidor tão confiante a ponto de não precisar da sua empresa é um movimento contraintuitivo. Ninguém pensaria nisso com a mente ligada no automático.

Contudo, esta estratégia é altamente eficaz porque estabelece uma relação de confiança entre a empresa e o cliente.

Quando a empresa abastece o consumidor com informações valiosas sobre o seu segmento de atuação, transmite a ideia de que realmente entende o seu segmento de mercado e de que está agindo com honestidade em relação ao seu cliente.



Isso faz com que o seu cliente fique muito mais disposto a adquirir os seus produtos quando você puder oferecê-los e gaste mais dinheiro com a sua empresa em cada compra. Se você mantiver um sentido de exclusividade no conteúdo produzido esta tendência só aumenta!

Com esta estratégia, a ProLeilões conseguiu criar uma base de 700 mil usuários inscritos ativos e engajados em sua lista de e-mail. Eles eram verdadeiros fãs da empresa e muitos se tornaram clientes fiéis, aumentando o seu faturamento anual em muitas vezes.

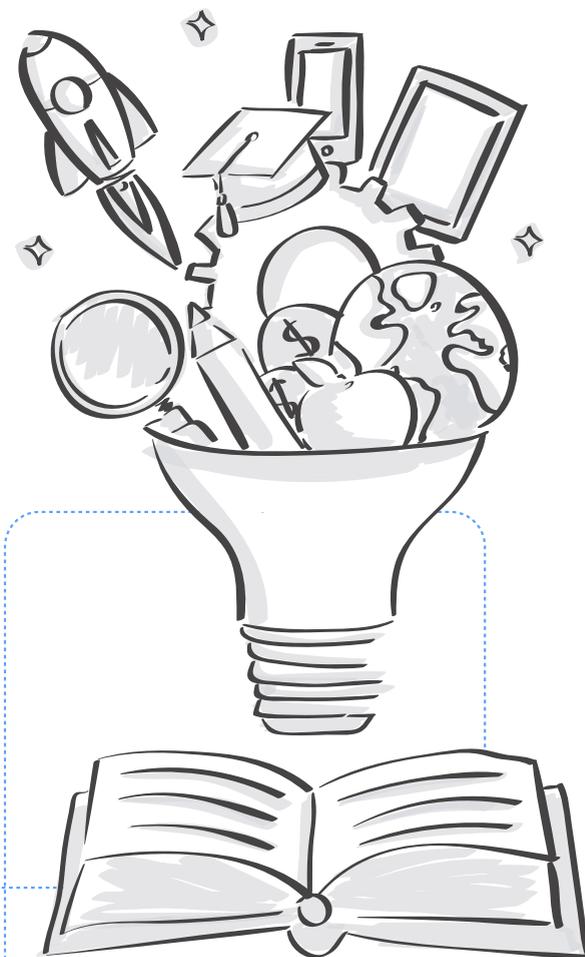
■ Como aumentar a Margem  
de Lucro dos seus produtos

Aumentar a margem de lucro da sua empresa é uma missão que pode ser fácil ou difícil. Tudo depende da maneira como você direciona o seu negócio.

A maneira difícil de aumentar a sua margem de lucro é realizando uma auditoria completa do seu negócio e cortar custos em todas as áreas, o que pode gerar uma queda na qualidade dos produtos que você oferece.

Outra forma, um pouco mais fácil, é aumentar o preço de venda dos seus produtos, o que pode gerar incômodo na sua base de clientes e até levar à rejeição.

Já o melhor modo de aumentar a sua margem de lucro é **criar produtos que tenham um custo de produção baixo e que tenha um grande valor para o seu cliente**. A categoria de produtos que melhor se encaixa nestas características, com uma margem de até 95% de lucro, é justamente a de produtos informacionais.





Você deve estar se perguntando o que é isso, não é mesmo?

O produto informacional nada mais é do que a informação transformada em produto. Isso significa que aquela informação valiosa é levada ao consumidor sob a roupagem de um curso ou treinamento online, livro digital, artigo ou qualquer outra forma de compactar a mensagem e replicá-la para o máximo de pessoas que conseguir de forma rápida, barata e praticamente infinita.

Um exemplo claro de como a informação é valiosa para as pessoas vem da minha própria experiência pessoal. Um dia, meu pai resolveu contabilizar tudo o que já havia investido na educação de cada filho. Ele colocou os gastos, de uma vida inteira, investidos em escola regular, cursos, materiais didáticos, entre outros, em uma planilha.

O valor que ele encontrou, para cada filho, era maior do que seria necessário para comprar um bom imóvel. Você acha que ele se arrependeu? Nem um pouco!

Tenho certeza que o seu cliente, seja ele quem for, não pensa diferente do meu pai. Isso porque estamos numa sociedade de informação, onde o conhecimento é valorizado mais do que qualquer outra coisa.

Quando você investe na criação de produtos informacionais, está investindo naquilo que as pessoas mais valorizam e assim, pode obter uma margem de lucro altíssima.

A informação também é um produto poderoso, pois seu custo de produção é baixíssimo. Você não precisa de praticamente nada além da sua própria expertise para produzi-lo.

Não importa o quanto a sua empresa cresça, os seus custos de produção de informação nunca aumentarão na mesma proporção, garantindo alta lucratividade em qualquer etapa do seu negócio.



**... Quando você investe na criação de produtos informacionais, está investindo naquilo que as pessoas mais valorizam e assim, pode obter uma margem de lucro altíssima.**

# **FÓRMULA DE LANÇAMENTO**

Você gostou dessas dicas e quer saber mais sobre como criar um negócio 100% digital, altamente lucrativo, e ainda ter mais liberdade para trabalhar de onde quiser, quando quiser, usando o seu conhecimento?

**Conheça a Fórmula de Lançamento**

Este treinamento é voltado exclusivamente para quem deseja alcançar a independência financeira começando um negócio digital do zero ou para quem já tem um negócio e gostaria de fazê-lo crescer através da internet.



# Ignição Digital

A próxima turma será lançada em outubro deste ano. Até lá você terá a oportunidade de acompanhar todas as novidades e dicas que publico gratuitamente em meus blogs:

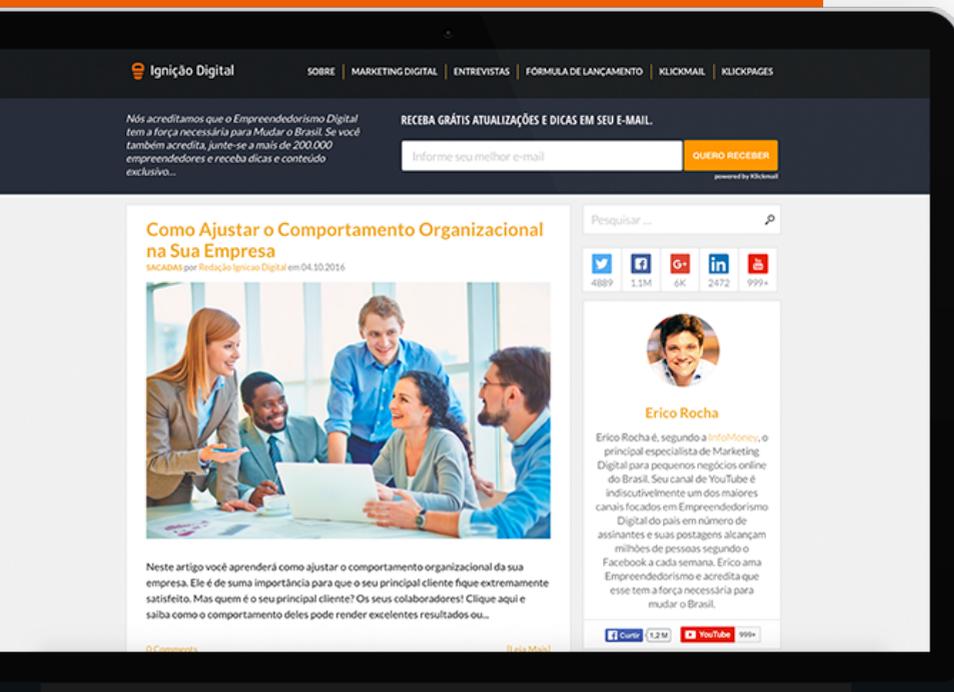
## Ignição Digital

<http://www.ignicaodigital.com.br/>

## Erico Rocha.com

<http://www.ericorocha.com.br/blog>

Procure acompanhar também o meu canal no Youtube, Snapchat, Facebook e Podcast que possuem conteúdos exclusivos para os seguidores e aproveite as sacadas exclusivas sobre empreendedorismo e marketing digital da newsletter do Ignição Digital!



# ERICOROCHA

Um dos principais nomes do Marketing Digital iniciou a sua carreira no empreendedorismo como muitos: insatisfeito com um emprego tradicional. Erico trabalhava em um banco de investimentos quando notou que não estava feliz com o rumo da sua carreira, embora ela fosse bem-sucedida.

Iniciou a jornada empreendedora com a ProLeilões, onde entrou em contato com o marketing digital pela primeira vez.

Desde então criou diversas empresas e se dedica a impulsionar negócios através da 'Fórmula de Lançamento'. Hoje, ajuda milhares de empreendedores a criar negócios 100% digitais. É reconhecido como o maior mentor em marketing digital para pequenos negócios do país.

**Acompanhe nas  
Redes Sociais:**



# ERICO ROCHA