



COMO **AUMENTAR** O SEU FATURAMENTO

ERICOROCHA

SUMÁRIO



- 03** INTRODUÇÃO
- 04** PORQUE VOCÊ DEVE PARAR DE VENDER O SEU TEMPO
- 10** ALL ABOUT JAB
- 14** GATILHOS MENTAIS: O que são e porque vendem mais
 - 16** RECIPROCIDADE
 - 17** ANTECIPAÇÃO
 - 18** HISTÓRIA
 - 19** PROVA
 - 20** AUTORIDADE
 - 21** PROVA SOCIAL
 - 22** ESCASSEZ
- 23** FIDELIZAR É PRECISO
- 27** SOBRE ÉRICO ROCHA

INTRODUÇÃO



Se perguntarmos para dez empreendedores que já possuem um negócio em andamento qual é o seu maior objetivo atual, provavelmente os dez responderão:

aumentar o faturamento da minha empresa.

O que muitos não sabem é que com mudanças simples, fica muito mais fácil dobrar, triplicar, quiçá quadruplicar o faturamento do seu negócio. É preciso investir tempo e trabalho para conseguir, mas quando você perceber que o mais importante é uma mudança de lógica, a missão de melhorar as finanças será cumprida de forma muito mais intuitiva.

Neste material, reuni as principais dicas para que você possa trazer mais resultados para o seu negócio e aumentar o seu faturamento de maneira sustentável e duradoura. São técnicas testadas e aprovadas por inúmeros empreendedores digitais que fazem parte da comunidade da Fórmula de Lançamento.

Se você quer aprender como obter mais resultados de maneira eficaz e sustentável, fique atento, pois as próximas páginas têm sacadas exclusivas para que você possa levar o potencial da sua empresa ao máximo.

PORQUE VOCÊ DEVE
PARAR DE VENDER
O SEU TEMPO



A primeira sacada que eu tenho para compartilhar com você é a mais importante, pois é ela que mudará a lógica que impede você de ganhar dinheiro de forma escalável e praticamente ilimitada.



Você deve parar de atrelar o seu lucro à quantidade de tempo trabalhado.

Isso acontece muito com empreendedores que trabalham no setor de serviços, como advogados, médicos, professores e outros profissionais liberais que empreendem através da prestação de serviços.

Tenhamos como exemplo o caso dos professores. O seu negócio é oferecer um curso, seja ele de alguma matéria ligada ao currículo regular das escolas ou não. Muito provavelmente você estabeleceu um valor para a sua hora-aula e é isso que você cobra dos seus alunos, não é mesmo?



VOCÊ ESTÁ FAZENDO ISSO ERRADO!



Basear o faturamento do seu negócio na quantidade de tempo que você pode trabalhar é errado por duas razões: a primeira é o limite que você impõe ao seu negócio, já que o dia está limitado a 24 horas, e a outra é a estafa que você impõe à sua rotina.

Se você limita os seus ganhos pela quantidade de tempo que você trabalha, precisará se esforçar cada vez mais para conseguir mais resultados. Você irá lotar a sua agenda, perdendo assim o tempo de convivência com a sua família, seu descanso e ainda por cima não irá aumentar tanto assim o seu faturamento.

Por isso o primeiro conselho que te dou hoje é:

Pare de vender o seu tempo!



O principal segredo para aumentar o seu faturamento de forma sustentável e definitiva é transformar o seu serviço em produto.



Os produtos podem ser vendidos de forma praticamente ilimitada, dependem só da sua capacidade de reproduzi-los.

Quando você cria um produto digital essa perspectiva só melhora, pois como ele não é um produto físico, que depende de matéria-prima para existir, basta que você o crie pela primeira vez. Depois é só vendê-lo, quantas vezes forem necessárias e para quantas pessoas desejarem o seu produto.





Vamos voltar ao exemplo do professor. Vamos supor que você ganhe dinheiro ministrando aulas particulares de educação física, como personal trainer. Considerando que você trabalhe durante oito horas por dia, vendendo o seu serviço, ou seja, a sua hora-aula, você conseguirá um faturamento de oito vezes o valor da sua hora-aula.

Se você cobra R\$100 por cada hora-aula, terá um ganho de R\$800 reais por dia. É um bom salário para qualquer profissional, mas se pensarmos em termos de negócio, é um valor limitado e para que isso represente um bom ganho ao final do ano, é preciso que você trabalhe durante todos os dias do ano, sem férias, sem descanso.

Já se você desenvolver um produto a partir do seu conhecimento, como um pacote de vídeo-aulas com exercícios que promovem o emagrecimento, por exemplo, você poderá multiplicar este valor de forma quase infinita. Basta gravar as vídeo-aulas e trabalhar para a sua divulgação.

Se você vender dez pacotes de aula em um dia pelos mesmos R\$ 100, o seu faturamento já aumenta em 20% sem que você precise trabalhar nem um minuto a mais por isso.

A grande vantagem em transformar o seu serviço em um produto é a possibilidade de escalar os seus ganhos: no primeiro dia você vendeu dez aulas, no outro você pode vender 30 e, na semana seguinte mais 200 aulas, tudo isso dedicando-se a vender mais um produto que está pronto.

Com esta medida, esta simples mudança de lógica, você pode aumentar o seu faturamento de maneira praticamente [ilimitada](#) e levar o seu negócio para outro nível.



ALL ABOUT **JAB**



Quando falamos sobre vender produtos, seja através da internet ou de forma tradicional, não podemos deixar de falar em estratégias de vendas. E a primeira estratégia que eu gostaria de compartilhar com você é a estratégia chamada

Jab, Jab, Right Hook.

Ela foi retirada do livro de Gary Vaynerchuk, um verdadeiro expert em mídias sociais e referência em tendências e visões para o futuro do marketing digital. O nome 'Jab, Jab, Right Hook' vem das estratégias de lutadores de boxe, que dão pequenos socos diretos (os jabs) para distrair e desnortear o oponente e, enquanto ele se defende dos jabs, golpeiam pelo outro lado com um soco cruzado (o right hook).



No marketing, o conceito de jab, segundo Gary, se traduz em relacionamento. São aqueles conteúdos gratuitos que você disponibiliza na sua página e que geram valor para o visitante sem que ele precise comprar nada. Ou então os vídeos no Youtube com dicas e e-books que você compartilha com seus leads.

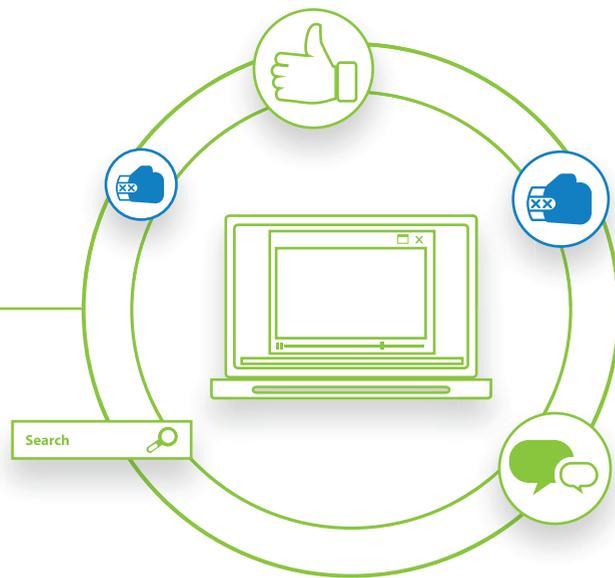
O **right hook**, por sua vez, é a sua oferta, é o produto que você quer vender.

Segundo a estratégia do 'Jab, Jab, Right Hook' você precisa dar muitos jabs antes de dar o right hook, ou seja, é preciso que você gere muito valor antes de tentar fazer qualquer venda para os visitantes da sua página.



Os consumidores, ao se depararem com uma oferta de vendas, tendem a se defender mentalmente, criando resistência e objeções à sua oferta. Com isso a sua chance de vender diminui.

Os jabs, ou seja, os materiais de valor que você compartilha gratuitamente, ativam um gatilho mental (vamos falar melhor deles na sequência) poderoso: o da reciprocidade.



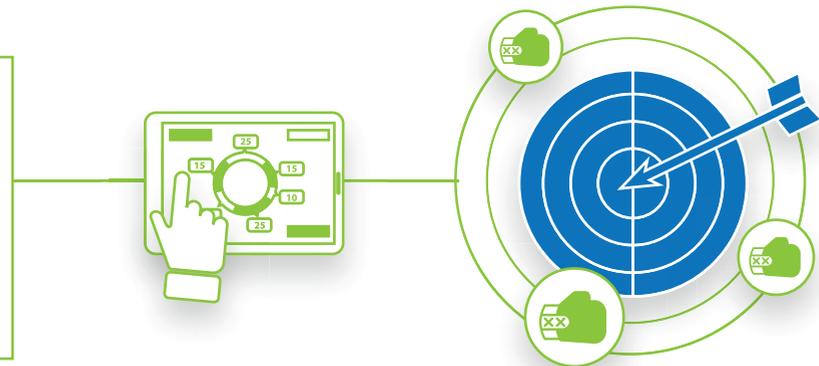
A reciprocidade é um gatilho importantíssimo, pois trabalha com o sentimento de gratidão das pessoas. Ao gerar valor gratuitamente para o seu potencial cliente, você faz com que ele compartilhe o seu conteúdo, retorne para a sua página e ainda considere, com mais carinho, a possibilidade de comprar os seus produtos.

Deste modo, quando você mostrar para ele uma oferta, a sua tendência é aceitá-la mais facilmente, afinal você já traz valor para a vida dele normalmente, porque ele não compraria de você? Contudo, é preciso tomar cuidado para que o seu prospecto não se acomode com os seus jabs e deixe de aproveitar as suas ofertas.

É preciso equilibrar a equação para que os seus conteúdos gratuitos sejam bons, mas que as suas ofertas também sejam boas.

Quando a sua oferta é incrível, você não precisará de muitos jabs para que ela apresente boas taxas de conversão, mas se ela não é tão maravilhosa, como a maior parte das ofertas não é, você precisará trabalhar gerando mais valor para os seus clientes.

Também é necessário que você traga a sua oferta com uma boa apresentação, que ela seja bem elaborada, caso contrário serão necessários muitos jabs para que ela converta em vendas e, mesmo assim, pode ser que ela não traga tantos resultados.



GATILHOS **MENTAIS**:

O que são e porque vendem mais



Os gatilhos mentais são armas poderosas para quem deseja aumentar o seu número de vendas e, por consequência, o faturamento da sua empresa. Eles são importantes porque atuam diretamente no sistema límbico do cérebro, área responsável pela tomada de decisão.

Este sistema atua na tomada de decisão através das emoções, por isso os gatilhos mentais funcionam: eles ativam emoções específicas que fazem a pessoa tomar uma decisão coerente com aquilo que ela está sentindo.

Existem duas reações possíveis a um gatilho mental: ou a pessoa presta atenção ao que está sendo dito a ela, ou toma uma ação relacionada àquilo que está vendo.

São vários os gatilhos mentais indispensáveis para qualquer negócio, já falamos detalhadamente sobre isso em outro e-book, com **28 técnicas de persuasão para o seu negócio**. Hoje iremos nos atentar aos sete principais.



O primeiro gatilho, do qual já falamos um pouco no capítulo anterior, é o da reciprocidade. Ele é um dos mais importantes do marketing digital e diz respeito à geração de valor ao seu cliente antes mesmo que ele faça uma compra.



RECIPROCIDADE

A reciprocidade acontece todos os dias da nossa vida. Quando recebemos um favor, normalmente nos sentimos compelidos a retribuir, ou seja, temos vontade de fazer algo pela pessoa que nos beneficiou.

Quando você tem um negócio digital, é possível acionar o gatilho da reciprocidade gerando valor para os seus clientes. Isso significa gerar benefício para os seus clientes através da publicação de materiais que tragam algum tipo de ajuda ao seu prospect.



ANTECIPAÇÃO

A produção de conteúdo gratuito também ativa outro gatilho mental: o da antecipação. Este gatilho consiste em apresentar uma oferta com conteúdo que mostre o que está por vir.



Quando vamos ao cinema, assistimos a alguns trailers antes do filme começar. E alguns deles são tão poderosos que nos fazem voltar ao cinema para assistir à película que conhecemos através do trailer.



O mesmo acontece no momento anterior ao lançamento da sua oferta. Quando você mostra o que está por vir, os seus leads e prospects ficam vidrados, querendo saber o que há além e, assim acabam comprando da sua empresa.



HISTÓRIA...

Para os gatilhos anteriores funcionarem plenamente, é preciso que você faça uso do gatilho da história. Este gatilho usa os elementos da narrativa em favor do seu negócio.

As histórias funcionam justamente porque nós somos programados para aprender com elas desde a infância. Elas despertam o interesse de quem está ouvindo e são capazes de criar conexão com o seu cliente por meio dos personagens e de suas formas de superar problemas.



Quando você começa a contar uma história é natural que as pessoas prestem atenção, já que elas acabam se identificando e se envolvendo com a narrativa apresentada por você.

PROVA

Nenhuma história é capaz de converter boas vendas se ela não parecer real o suficiente para os seus clientes. Por isso o gatilho da prova é tão importante. Ele demonstra para o seu cliente que tudo aquilo que está sendo narrado funciona de verdade. O gatilho da prova deve demonstrar três níveis de sucesso.

1º

Você deve demonstrar que foi capaz de conquistar o resultado desejado usando o método que você quer vender;

2º

A sua prova deve ser a de que outras pessoas também obtiveram sucesso com o seu produto.

3º

E por fim, você deve demonstrar que você é capaz de ensinar as pessoas a obter resultados através daquele método.

AUTORIDADE

Isso nos leva a um dos mais importantes gatilhos mentais para quem deseja aumentar o faturamento do seu negócio: o da autoridade. Ele é tão importante que é praticamente um pré-requisito para o sucesso do seu negócio, principalmente se é um negócio digital.

“ O gatilho da autoridade é aquele que faz o público reconhecer em você a voz de um especialista ”

Existem algumas formas de trabalhar a sua autoridade, uma delas é publicando conteúdo gratuito de qualidade diariamente. Vídeos, artigos, materiais ricos, como e-books e webinars são formas de mostrar o seu conhecimento sobre a sua área de atuação.



Você deve ser visto como um expert em sua área de conhecimento para vender mais.

PROVASOCIAL

Outro gatilho que pode fazer verdadeiros milagres para o seu negócio é o gatilho da prova social. Ele é acionado por depoimentos, filas, números de inscritos em um canal no Youtube e outras formas de mostrar que existem várias pessoas interessadas em um determinado produto ou serviço.

É a mesma lógica que faz uma pessoa aguardar em uma fila de espera de um restaurante lotado quando há um vazio bem ao lado. As pessoas procuram repetir o comportamento dos seus semelhantes.



ESCASSEZ

A escassez é o gatilho mental responsável por criar um senso de urgência no seu público. É ela que vai estimular a ação do seu público, que se verá impelido a comprar o seu produto antes que acabe.

Existem diversas formas de colocar em prática o gatilho da escassez. Você pode criar um evento com vagas limitadas, ou limitar o tempo de compra do seu produto, por exemplo.



A escassez desperta o desejo no seu prospect!

É uma característica natural do ser humano querer aquilo que é escasso. Por esta mesma lógica, a escassez permite que o seu produto seja visto com mais valor do que se ele fosse ofertado à vontade.

Com essas técnicas, você se torna capaz de aumentar o volume de vendas e até o valor médio de compra de cada consumidor, aumentando a sua base de clientes, no entanto estas medidas, sozinhas tem pouco poder de manter a sustentabilidade do seu negócio. É preciso aliar estas estratégias com medidas de fidelização dos clientes.

FIDELIZAR É
PRECISO



Se você quer realmente aumentar o faturamento do seu negócio, de forma prolongada e sustentável, você simplesmente não pode ignorar as estratégias de fidelização de clientes.

Fidelizar os clientes que você já tem é tão importante quanto conquistar novos. Isso porque o esforço e os valores gastos para transformar um prospect em cliente são muito maiores do que os destinados à fidelização de clientes já conquistados.

Os clientes fiéis são mais lucrativos, pois tendem a comprar de maneira mais fácil, sem que tantos esforços sejam empregados para conquistá-los, e também porque o valor médio de compra tende a aumentar conforme o cliente volta ao seu negócio.

Enquanto você precisa criar conteúdo, anúncios, relacionamento e diversos outros recursos para conquistar novos clientes, fazer com que eles voltem a comprar de você é muito mais simples: basta surpreendê-los!

Surpreender o cliente não é uma estratégia difícil, basta que você supere as expectativas dele entregando além do que foi prometido. Esta estratégia é chamada de **Overdelivering**.



Surpreender o cliente não é uma estratégia difícil, basta que você supere as expectativas dele entregando além do que foi prometido. Esta estratégia é chamada de Overdelivering.



Entregar além do que o seu cliente espera é mais fácil do que parece, basta encontrar medidas que agregam valor à sua entrega e não sejam esperados.

Um exemplo muito legal é o caso de um e-commerce. Ao comprar uma camiseta recentemente, recebi junto com ela um cartão escrito à mão me ensinando as melhores formas de cuidar do produto.

Haviam instruções de lavagem e armazenamento muito úteis para a conservação da minha camiseta. Uma medida simples, mas que **fez com que eu me sentisse valorizado**, pois percebi que era importante para a empresa que eu não só recebesse um produto de qualidade, mas tivesse a melhor experiência com ele.



Você pode aplicar este mesmo princípio no seu negócio, independentemente de qual seja o seu produto ou serviço.

Praticar o Overdelivering é fundamental

Faz com que você se coloque no lugar do cliente, para entender o que ele espera do seu negócio e poder superar esta expectativa.

Esta é uma prática muito valiosa, pois assim você contará com a satisfação dos seus clientes que voltarão a comprar da sua empresa e ainda podem indicá-la para outras pessoas, aumentando a sua base de clientes com pessoas que se manterão fiéis à sua marca. Com isso o aumento no faturamento será natural.



Sobre ERICOROCHA

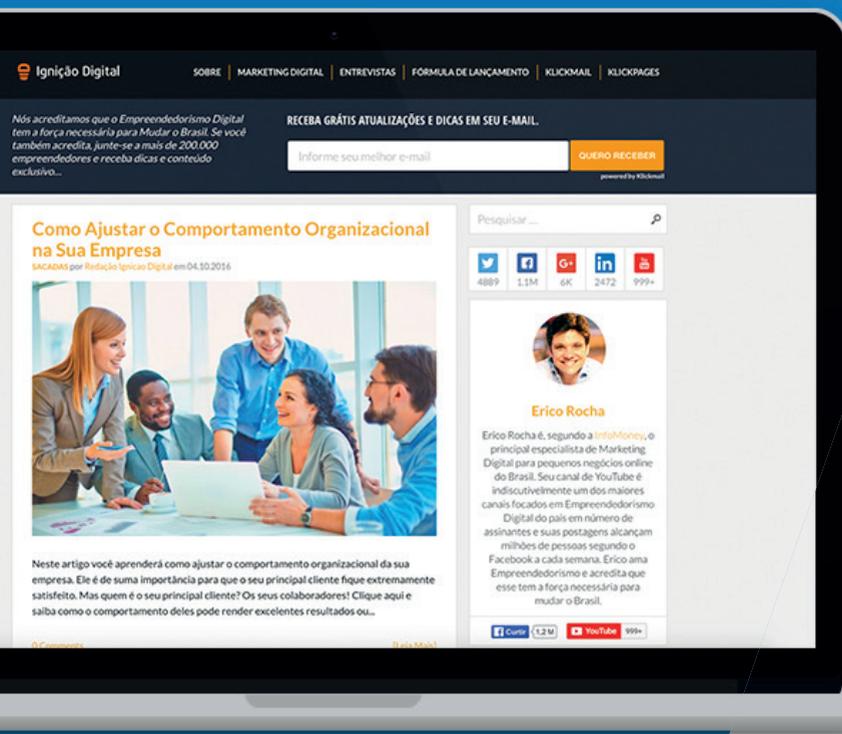
Um dos principais nomes do Marketing Digital iniciou a sua carreira no empreendedorismo como muitos: insatisfeito com um emprego tradicional.

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. Hoje, é reconhecido como o maior mentor em marketing digital para pequenos negócios do país.

**Acompanhe nas
Redes Sociais:**





Você também pode acompanhar todas as novidades e dicas que publico gratuitamente, todos os dias em meus blogs:

 Ignição Digital

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

ERICOROCHA

<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!

ERICO ROCHA