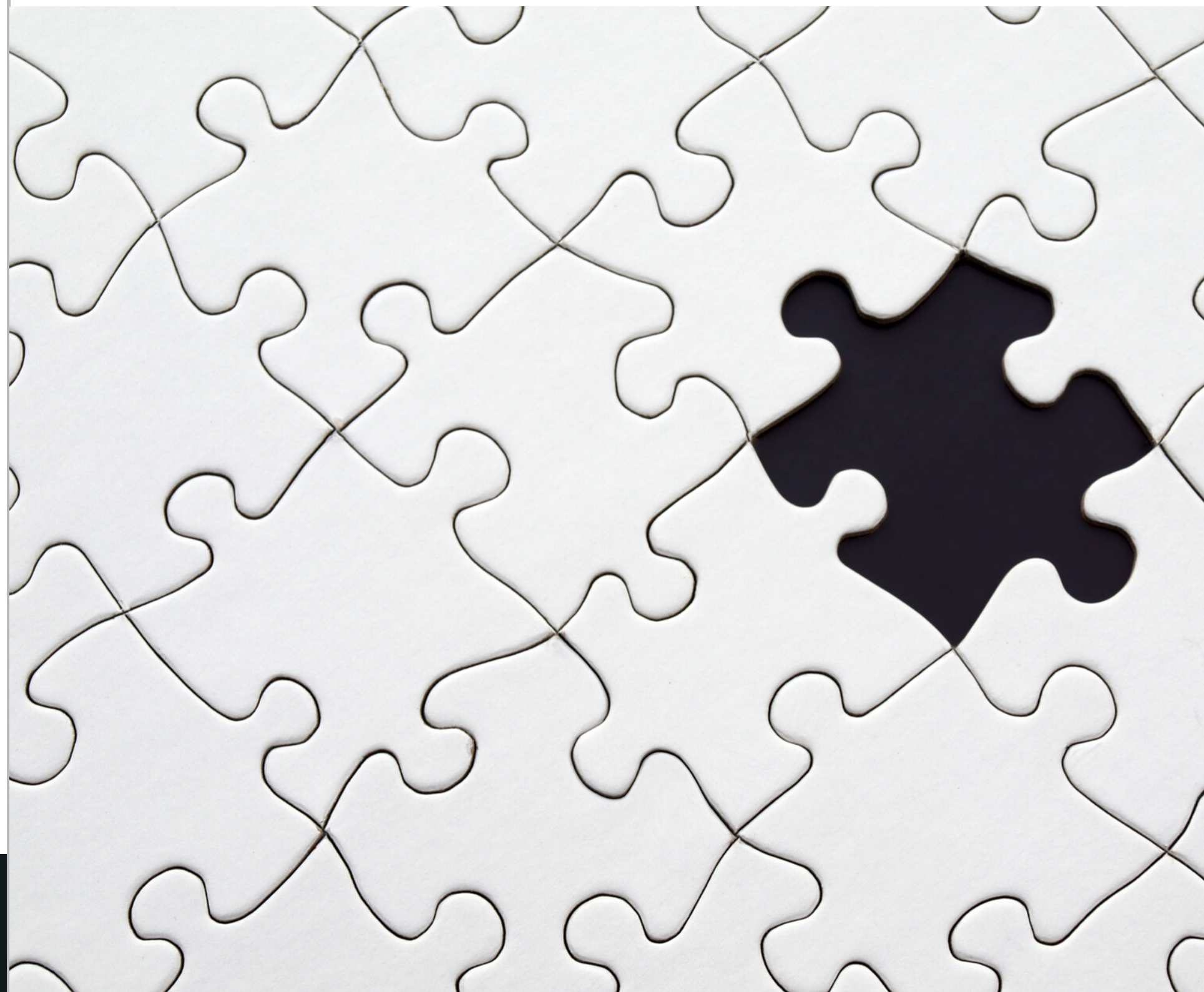


SEJA UMA PEQUENA EMPRESA COM JEITO DE GRANDE

Entenda pontos básicos de crescimento de um negócio mesmo que você não seja expert em gestão e marketing.



TODA EMPRESA QUE DESEJA CRESCER DEVERIA SE IMAGINAR GRANDE



Por não se imaginar grande, se acomoda em **processos caseiros** e totalmente amadores. A consequência disso é o sentimento de que os clientes mandam no negócio e, o pior, a sensação de **trabalhar muito** e não ter o retorno esperado. Todo esse sentimento, muito comum em pequenos negócios, é **resultado** de uma série de engrenagens que não são vistas, não são entendidas e, muito menos, aplicadas. Isso quer dizer que, a maioria de nós, assim como eu, **não foi preparada** para ser dono de negócio. Nós fomos preparados para sermos funcionários. Para operar. Por isso, somos tão **especialistas na técnica** e totalmente medíocres na hora de visionar o nosso negócio. Não temos uma **visão** que molde o nosso presente e faça a nossa caminhada mais **estruturada** e mais **lucrativa** – pontos determinantes para gente ter escolhido ter esse negócio, certo?

O maior sintoma que seu negócio não está estruturado é na bendita hora que você tem que escrever um post. O momento de sentar para escrever ou fazer aquele post demorou tanto para chegar e, quando chega, “putz, o que eu vou escrever lá?”

Não existe melhor exemplo para te mostrar que o processo está exatamente ao contrário.

O fluxo de conteúdo está ligado à estruturação do negócio – não se posta o que se quer, mas o que o seu negócio precisa e tem como objetivos. Mas, infelizmente, o que só conseguimos pensar é, de uma forma muito rasa: “mas eu só preciso me divulgar mais”.

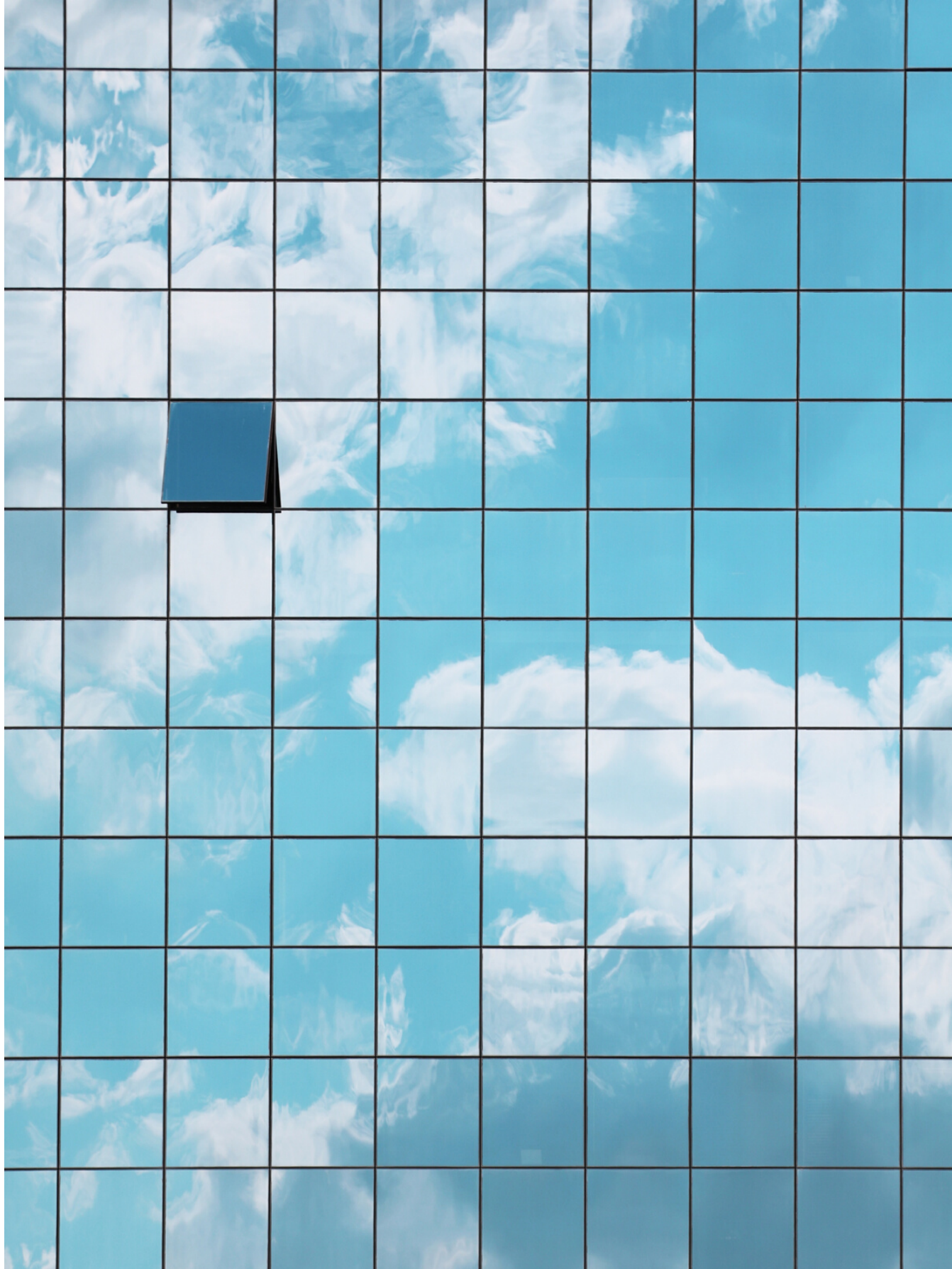
EBOOK ROBERTA SOUZA

BEM NESSA HORA VOCÊ PENSA
ISSO!



Se você quer fazer isso de forma profissional e estruturada, pensando no desenvolvimento do seu negócio, você deve cuidar dessas estruturas:

- 1) TER UM OBJETIVO CLARO
- 2) TER UMA POLÍTICA DE VENDA
- 3) TER UM MARKETING ALINHADO
- 4) TER UM POSICIONAMENTO PARA ENCAIXAR ESSE CONTEÚDO
- 5) SER ÉTICO E ÚTIL



Ter um objetivo claro

Você já leu isso muitas vezes, mas dificilmente sentou e pensou em todo o seu negócio e o que você verdadeiramente quer com ele. Já parou para pensar o porquê você se esforça e trabalha tanto? Deve ter um motivo muito especial guardado dentro de você para você ter decidido seguir esse caminho. Aquele motivo que possivelmente seja um cantar da alma. Pois é. Esse é o primeiro ponto de resgate para gente lembrar do porquê você faz o que faz.

Todos os objetivos do meu negócio estão extremamente alinhados com a razão do meu trabalho. Sem ter isso em mente, acho que eu faria as coisas por fazer, apenas. (O que eu acharia muito triste).

O segundo ponto, é pensar em pequenos objetivos, que podem ser objetivos de curto prazo, ou até mesmo do mês seguinte, da semana, que seja. Estabeleça apenas um - coloque aqui apenas alguns exemplos:

AUMENTAR
NÚMERO DE
PEDIDOS DE
ORÇAMENTOS

CONSEGUIR
OS E-MAILS OS
LEADS
(INTERESSADOS
NO SEU NEGÓCIO)

REDUZIR
PERDA DE CLIENTE

AUMENTAR A
ATENÇÃO PARA O
MEU PRODUTO

POLÍTICA DE VENDA



Vamos imaginar que seu objetivo para o mês será aumentar vendas. Tá, objetivo definido, mas e agora, o que fazer?

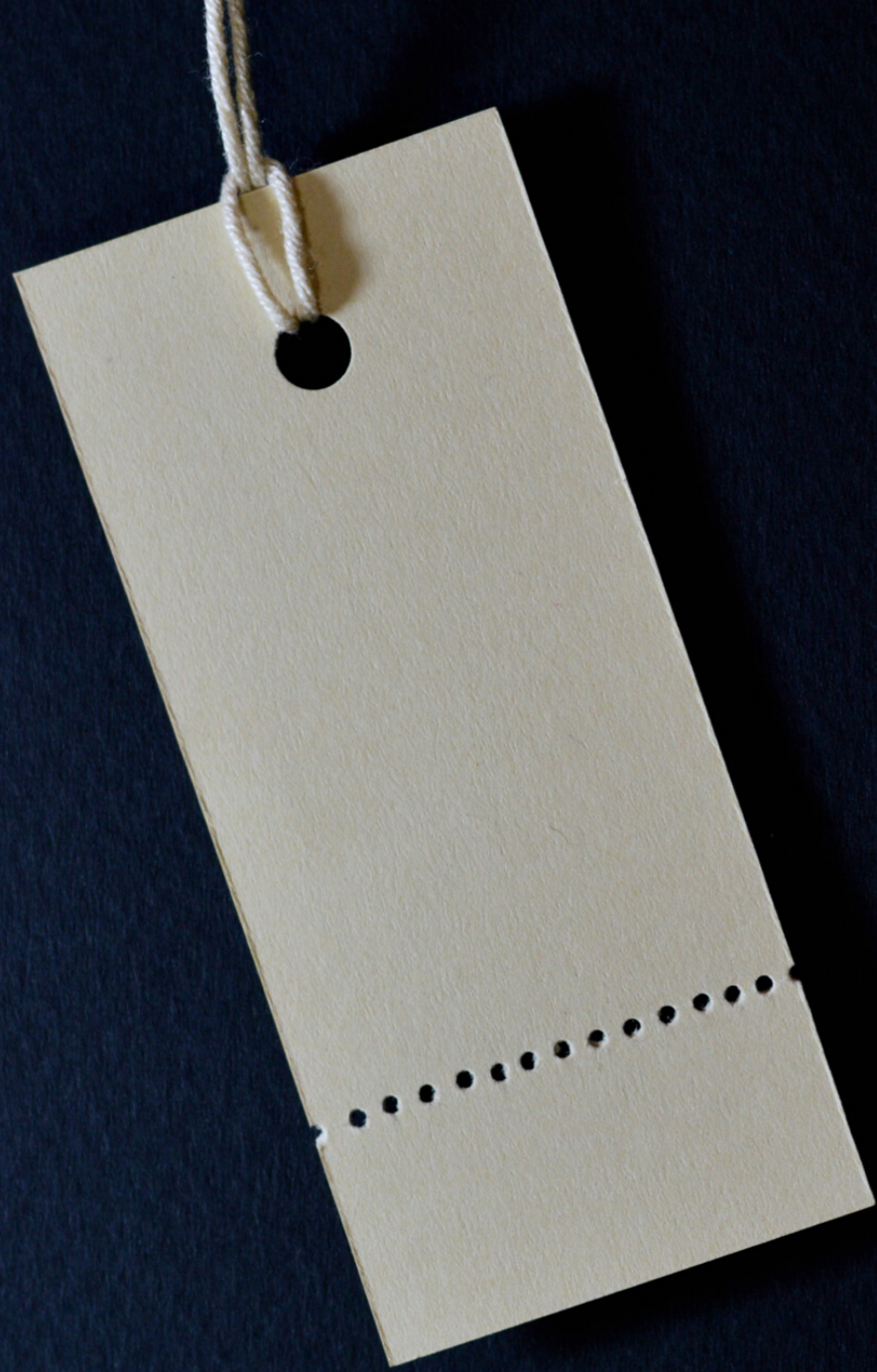
Pense em como será essa venda:

- 1) Você fará ou vai treinar mais pessoas na empresa ou fora dela?
- 2) Haverá algum tipo de combo, kit, semana especial, dia especial para fomentar a venda desse produto/serviço?
- 3) O que tem de especial nesse produto/serviço?
- 4) Como os clientes ficarão sabendo?
- 5) Como você vai divulgar?
- 6) Dá para usar os whats dos clientes e enviar uma lista de transmissão?

TODAS ESSAS PERGUNTAS SÃO
PARA TE PROVOCAR E TE FAZER LEMBRAR
QUE UM OBJETIVO PRECISA SER TODO
ENCADEADO.

**SE DECIDIMOS VENDER MAIS, QUAIS
BOTÕES DE PROCESSOS PRECISAM
SER ATIVADOS EM SEQUENCIA
PARA QUE DÊ SUSTENTACÃO AO TEU
OBJETIVO?**

COMEÇA A PERCEBER QUE NOSSAS
EMPRESAS NÃO TEM POLÍTICAS DE
VENDAS? DECIDIMOS VENDER, FIZEMOS UM
POST QUERENDO TACAR GOELA BAIXO DO
CLIENTE – OU SÓ FALANDO DA PARTE
TÉCNICA DO SERVIÇO (SEM
ENTREGAR NADA DE TRANSFORMAÇÃO QUE
O TEU PRODUTO FAZ NA VIDA DA PESSOA)
E DEPOIS A GENTE RECLAMA QUE NÃO DEU
CERTO! AIAIAIAI!



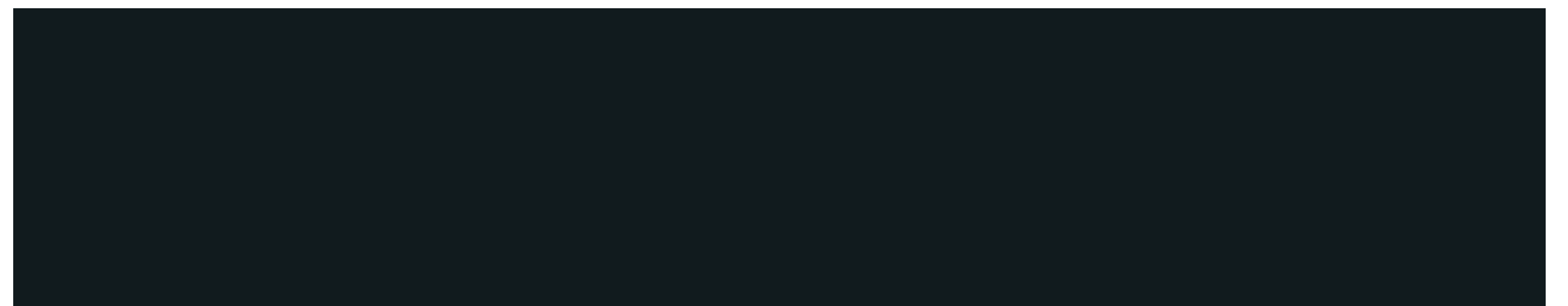
A parte comercial precisa ser levada a sério.

FACA UM CHECK-LIST RÁPIDO SOBRE SUAS VENDAS

Cliente pediu orçamento?
Em quanto tempo você responde?
Quando sobrou tempo?
Orçamentos, como são passados? O cliente tem só teu preço para poder te escolher? Quais outros atributos você pode explorar para facilitar a escolha do cliente?
Você e seus vendedores tem um script de vendas para quebra de objeções?
Seus vendedores usam o que vendem?
Processo de vendas é a orquestra que nunca deve parar numa empresa e que deve ser regida de forma contínua e sempre muito avaliada.

MARKETING

MARKETING É O CORAÇÃO DO
NEGÓCIO



Nós, secretamente, temos uma visão distorcida do marketing. No mínimo, não levamos a sério, achamos que é só aquilo que se faz para vender. MAS É ALGO MUITO MAIOR. É como se fosse a alma do teu negócio, sabe? O marketing, esse marketing que estou falando aqui, ele é contínuo, ele não é acionado só quando precisamos vender.

O marketing é como você vai sustentar as suas vendas.

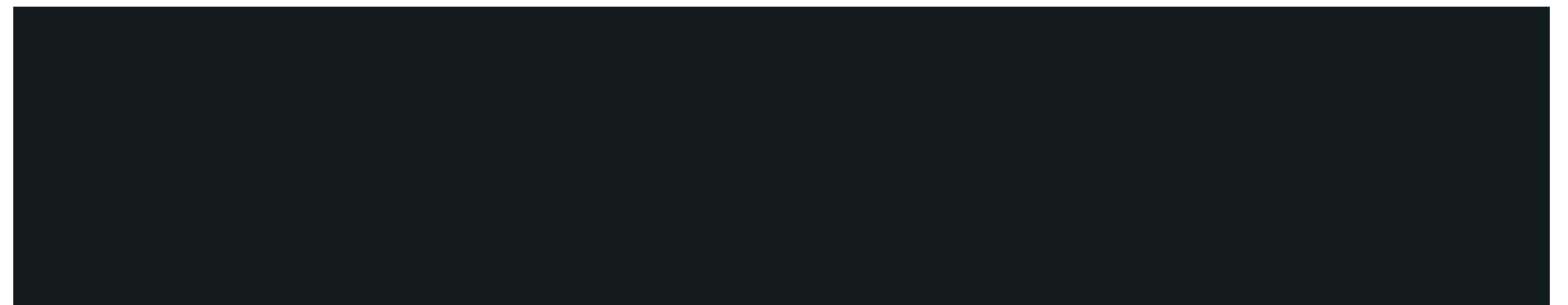
Marketing serve às vendas. E nós tentamos vender sem marketing nenhum.

Sem prestígio, sem autoridade, sem créditos.

Quanto mais você trabalhar seu marketing, mais fácil você vai vender.

“Mas eu nunca sei o que escrever lá”.

Aí vai uma planilha que você pode usar por um mês:



FALE DE VOCÊ: SOBRE O QUE FAZ VOCÊ APTO PARA OFERECER ESSE SERVIÇO. O QUE ACONTECEU ATÉ AQUI, NA SUA HISTÓRIA DE EMPREENDEDOR, QUE FAÇA VOCÊ SENSÍVEL PARA ESTAR NA FRENTE DO CLIENTE E SABER DO QUE ELE PRECISA?

CONTE UMA HISTÓRIA DE UM CLIENTE: NÃO PRECISA CITAR NOMES – DE COMO VOCÊ RESOLVEU UMA DÚVIDA OU UM PROBLEMA QUE ELE TINHA



NÃO TENHA VERGONHA DE PEDIR DEPOIMENTOS.

QUANDO O SEU CLIENTE ESTÁ SATISFEITO, ELE TEM VONTADE DE CONTAR PARA OUTRAS PESSOAS. (NO FUNDO, EU ACHO QUE A GENTE PASSA A VIDA QUERENDO ENCONTRAR PESSOAS QUE NOS AJUDE), POR ISSO QUANDO A GENTE DESCOBRE UM PROFISSIONAL BOM, A GENTE CONTA PRA TODO MUNDO. POR ISSO, USE UM DEPOIMENTO QUE UM CLIENTE QUE PODE SER BEM CURTINHO, E GRAVADO POR ELE MESMO, PARA VOCÊ USAR NO SEU MARKETING. O QUE OUTRO FALA SOBRE NÓS VALIDA E CARIMBA TUDO AQUILO QUE FALAMOS.

AGORA SIM:
VOCÊ
MINIMAMENTE PREPAROU O
SOLO PARA AS VENDAS. SE
VOCÊ RESPEITAR UMA
SEQUENCIA DE
MARKETING, ENTREGANDO
ATRIBUTOS DO SEU
NEGÓCIO, VAI FICAR CADA
VEZ MAIS FÁCIL
VENDER. DEPOIS, CLARO,
SEMPRE HÁ ESPACO PARA
APRIMORAMENTOS:
ESCREVER UM EBOOK
(QUE É MAIS FÁCIL DO QUE
VOCÊ IMAGINA), FAZER
LIVES, ETC.



POSICIONAMENTO

Posicionamento serve para tudo na nossa vida: termos um posicionamento sobre o que acreditamos, das coisas que esperamos da vida, com nossas amigas, nossos filhos.

No negócio, não é diferente: o cliente não compra por acaso, ele ESCOLHE. E por que ele compra de você?

Pode ter certeza que o que você diz conta muito para ele.



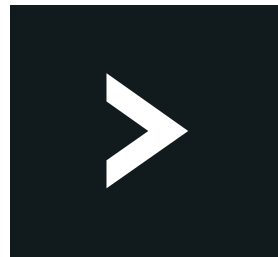
ACREDITO QUE OS NEGÓCIOS PODEM MAIS E QUE OS EMPREENDEDORES PRECISAM SE EDUCAR PARA EVOLUÍREM AINDA MAIS – ESSA É A MINHA MENSAGEM ÚNICA. EM TODA E QUALQUER COMUNICAÇÃO QUE EU FAÇA.

SE VOCÊ É UMA ARQUITETA, SUA MENSAGEM PODE SER: EU ACREDITO QUE AS PESSOAS VIVEM MELHOR EM ESPACOS QUE SÃO PLANEJADOS PARA ELA, PARA O SEU MODO DE VIDA. AGORA MOSTRA COMO VOCÊ FAZ ISSO, MOSTRA COMO OS SEUS CLIENTES SÃO FELIZES USANDO A SALINHA DA LEITURA, A SALA COMPARTILHADA COM OS FILHOS...

PENSE EM COMO VOCÊ MOSTRA CADA COISA QUE VOCÊ DIZ. (TÃO POUCO IMPORTA DETALHES TÉCNICOS, FALE DA LUZ QUE INCIDE NA SALA NA HORA DO ALMOÇO, ...)

**Tenha uma
mensagem
única!**

SEJA ÚTIL



SEJA ÉTICO

Por fim, tudo isso que você prometeu no seu marketing: cumpra.

Seja impecável com sua palavra. Seja impecável com a condução do seu cliente.

Além de ser ético com essa postura, você usa o seu negócio para ser útil para as pessoas e para o mundo, e, com tudo isso, ainda sendo muito feliz porque escolheu estar alinhada com o cantar da alma.


Essa é a forma que eu uso no meu negócio e uma forma muito simples de começar a ver o teu negócio estruturado.

Viu só como uma tentativa de escrever um post é algo que deve ser levado muito mais a sério?

Quanto mais você se posiciona, quanto mais claro você é, mais conexão gera com o seu cliente, e quanto mais utilidade mostra, mais vende.

E o melhor, cresce estruturado.

Não é porque somos pequenos, que pensamos pequeno.



SEJA UMA EMPRESA
PEQUENA COM JEITO,
ATITUDE,
PROCESSOS E RESULTADOS
DE UMA GRANDE.



Me conta nos stories
sobre o ebook – vou adorar
saber se fui útil para você!

Com amor,
Roberta Souza.