

Como Se Tornar Um Líder Em Marketing Online

Como estar a frente de todos,
e ser o líder do seu nicho.

Trazido Até Si Por

www.EmpreendedorModerno.com

Como Se Tornar Um Líder Em Marketing Online

Termos e Condições

Aviso Legal

O escritor esforçou-se para ser o tão exacto e completo quanto possível na criação deste relatório, em todo o caso ele não garante em qualquer altura o conteúdo descrito devido às mudanças rápidas que existem na internet.

Apesar de se ter feito todas as tentativas de se verificar toda a informação nesta publicação, o editor não assume qualquer responsabilidade por erros, omissões ou interpretações erradas deste livro. Quaisquer referencias a pessoas específicas, organizações não são intencionais.

Nos livros de conselhos práticos, tal como na vida, não existem garantias para um rendimento. Os leitores são avisados de fazer o seu próprio julgamento sobre as suas circunstâncias e agir de acordo com isso.

Este livro não tem a intenção de ser usado como conselheiro legal, de negócios ou financeiro. Todos os leitores são aconselhados a procurar serviços de profissionais competentes nos campos legais, de negócios e finanças.

Aconselho-o a imprimir este livro para ser mais fácil de ler.

Índice

Capítulo 1

Reconhecer o seu poder.

Capítulo 2

Conseguir a Venda.

Capítulo 3

Surpreenda-os.

Capítulo 4

Ótimo Marketing.

Capítulo 5

Treino.

Prefacio

Ao contrário de sistemas e culturas em que qualquer pessoa é recompensada por simplesmente participar, sem que contribui-a com valor para o mercado, se você no seu nicho não estiver numa situação dominante, então o seu negócio está em risco.

Vamos prepara-lo para vencer, todos os dias, para ficar em primeiro lugar no seu negócio. Você precisa de estar no top do mercado e tirar a maior fatia possível de todos os lucros se quer ser bem sucedido.

Capítulo 1

Reconhecer o seu poder.

Sinopse

Eu vou colocá-lo no caminho certo, de forma a que você reconheça o seu poder. Lamentavelmente, maior parte das pessoas não reconhece que tem a capacidade de alcançar a grandeza.

Todos nós temos a capacidade de alcançarmos aquilo que queremos, o que acontece em grande parte dos casos é que negamos a nós próprios essa capacidade e tornamo-nos o nosso pior inimigo nos nossos sonhos.

O Seu Poder

Toda a gente tem este "poder", os seus conhecidos, ente queridos, familiares, colegas, patrões, funcionários, até mesmo os seus inimigos, todos eles tem essa capacidade.

Poder, é a capacidade de se tornar um líder, de estar a frente e orientar outras pessoas pelo caminho certo.

O seu poder não se mantém o mesmo á medida que você se dedica cada vez mais, ele cresce e fica mais maduro.

Para cultivar o seu poder, comece com aquilo que você tem.

Uma boa forma é o marketing de rede. Lidere de forma comprometida e incansável numa empresa com excelentes produtos online ou offline, e você vai produzir nessa empresa em qualquer altura da economia.

Campanhas de publicidade é uma boa forma de construir a sua liderança, pode não ser a opção mais acessível devido aos seus custos, mesmo para grandes empresas, quando você não toma atenção aos seus gastos e optimização.

Hoje em dia os negócios online apenas crescem quando fazemos massivamente boas campanhas de publicidade online, e isso não está errado, mas está incompleto.

Centre-se na satisfação dos seus clientes, isso vai resultar em mais vendas no futuro.

Isto vai coloca-lo numa posição de liderança, e é realmente eficiente, apesar de ser preciso algum nível de esforço da sua parte.

Quando começar não se preocupe se esses indivíduos são contactos super qualificados, ou mesmo interessados em comprar de imediato de si, preocupe-se sim em criar a sua lista.

Crie um forte relação e fale o máximo de clientes satisfeitos, mesmo que não tenham comprado nada. Dê conteúdo interessante, responda as suas perguntas e dê feedback.

Fale com eles, descubra o que eles estão a fazer e fique interessado na vida deles, nas suas carreiras, as pessoas adoram falar sobre elas.

Lembre-se essas pessoas conhecem outras pessoas que podem muito bem tornar-se seus contactos também por referencia.

Se tem poucos contactos, então telefonar é uma boa solução além email marketing para criar uma relação mais forte com os seus prospectos.

Durante uma altura de má economia, particularmente nas épocas mais baixas, contactos e relações são tudo.

E muito provavelmente nos contactos que você tem uma percentagem vai comprar de você, esses vão ser os seus compradores.

Por isso quantos mais contactos você tiver, maior é a probabilidade de encontrar os membros que vão comprar de você.

Mas não se esqueça disto, as pessoas adoram comprar e fazer negócios com pessoas que eles conhecem e gostam. Além disso na altura em que a situação económica é pior eles vão cortar as suas despesas nas pessoas que menos conhecem e confiam.

Provavelmente isto já aconteceu a você, descobriu que um velho conhecido comprou algo a outra pessoa quando podia ter comprado de você. Auch! Dói quando isto acontece, e frustração pode ser profunda, e você podia ter evitado isto se tivesse uma relação mais forte com esse contacto.

Você pode desleixar-se quando o seu negócio está a correr bem e deixar de fazer estas pequenas coisas que fazem uma grande diferença, mas nos tempos difíceis você não se pode dar a este luxo.

E a verdade é que você nunca deve colocar-se nessa posição, não importa as condições económicas, ou quão bem vai o seu negócio, você tem que fazer o melhor todos os dias.

O facto de fazer isto todos os dias pode parecer um grande esforço, até um pouco como ir ao ginásio depois de não fazer qualquer tipo de exercício á mais de 6 meses.

É tudo novo, é um pouco como se você tivesse a utilizar os músculos que você não utilizava já algum tempo. E assim como o exercício, uma vez que você começa a ser consistente nas idas aos ginásio, a passar pela dor, você terá resultados.

Seja persistente dê tempo ao tempo e o seu trabalho vai ser recompensado, você vai construir um músculo forte, neste caso você vai construir o seu lugar como líder do seu nicho.

Capitulo 2

Conseguir a Venda.

Sinopse

Antes de começar considere todos aqueles indivíduos com quem você já trabalhou mas que não vendeu nada a eles. Provavelmente grande parte deles, e a verdade é que você não consegue vender a maior parte das pessoas com quem trabalha. Nos vamos ver cada pessoa que trabalhou consigo nos últimos 6 meses e transforma-los de “não compradores” a uma pessoa que compra de si.

Conseguir a Venda

Embora raramente usada, esta técnica realmente funciona, afinal, você não consegue maior parte das vendas porque muitos indivíduos não compram? Todas as pessoas acaba sempre por comprar algo, é apenas uma questão de quando e a quem vai comprar.

A realidade é que você falhou no fechar da venda, mas isso não significa que esses indivíduos já não vão ser seus clientes e ou comprar algo de você.

Simplesmente porque você parou o acompanhamento, ou que o prospecto foi trazido até si por outra pessoa, isso não exclui o facto de esse indivíduo ser seu prospecto. Provavelmente ele, ou ela, não tinha capacidade naquele momento de comprar o seu produto ou serviço, ou talvez não estava ainda preparado para tomar a decisão de comprar.

Talvez esse prospecto não tinha tempo na altura, ou o seu produtos, ou serviço não era o que ele/ela procuravam, ou até o prospecto pode ter comprado a outra pessoa.

A verdade é que você não deve negligenciar esta oportunidade, e culpar-se por não ter conseguido vender os seus produtos, ou serviços logo no início .

O facto é que maior parte das pessoas não compra nada na primeira visita e daí o acompanhamento ser muito importante.

Por isso não pense que, se o prospecto não comprou logo de você, então ele já não vai comprar, isso não podia estar mais longe da verdade.

Por isso faça um bom acompanhamento, porque quanto maior for a ligação que tem com os seu prospectos, maior será a probabilidade de eles comprarem de você.

E não se esqueça um cliente satisfeito, compra de novo e trás novos clientes.

E a probabilidade é que você não tem seguido os seus prospectos da forma correcta, ou por tempo suficiente.

Se você já investiu tempo e energia em construir a sua lista de prospectos, agora simplesmente tem que continuar com acompanhamento nos seus prospectos.

Utilize todas as suas armas para adquirir novos clientes, sejam elas chamadas, emails, mail, ou até visitas pessoais, mas nunca desista de seguir adiante.

Em Internet Marketing isso é muito importante pois aumenta as conversões drasticamente, o facto de tirar duvidas aos seus prospectos vai diferencia-lo da sua concorrência de forma grande!

Se eles comprarem um produto ou serviço no seu nicho, imagine a quem eles vão comprar?

A você claro!

Então é demais fazer um seguimento aos seus prospectos?

Não se você quiser ser o numero 1!

Se você promoveu um produto novo e o seu prospecto até estava interessado, mas não comprou, então está na hora de analisar o que aconteceu e corrigir.

Por isso vamos corrigir o que correu mal, e começar esta venda do zero. A primeira coisa que sabemos é que o prospecto precisa do seu produto, ou serviço e que na altura estava interessado, mas não comprou.

O que vamos fazer é perguntar ao prospecto o que mudou desde então, porque que ele não fez a compra no momento.

Pergunte também quais são os objectivos dessa pessoa.

Esta é a melhor forma de corrigir a sua falha, isto vai fazer com que nas próximas vendas você não perca dinheiro, porque a razão pela qual este prospecto não comprou, poderá ser a mesma que futuros prospectos poderão não comprar.

Daí ser importante o seguimento, e não se esqueça você pode usar qualquer ferramenta para comunicar com os seus prospectos.

Obviamente os meus de comunicação e seguimento mais eficazes são aqueles que são mais individualizados, como uma chamada telefónica, ou até mesmo falar pessoalmente com o indivíduo.

Mas também são os que tem mais custo, seja de tempo ou dinheiro, por isso tenha em atenção no numero de prospectos e escolha o mais indicado para a sua situação.

Lembre-se, cada contacto que tem com os seus prospectos vale mais que uma venda. Porque esses indivíduos vão comprar de novo de você e eles conhecem mais pessoas, e isso são mais contactos para o seu negócio.

E o facto de criar uma relação, faz toda a diferença.

E mesmo que não faça a venda nos primeiros acompanhamentos em que está a criar uma relação, não desista, persistência é a chave e em vez de se preocupar com a venda, preocupe-se com os resultados dos seus prospectos.

Mude o chip, e coloque na cabeça que mais resultados = venda.

Para ter uma noção até a primeira compra de um determinado indivíduo pode demorar entre 1 a 2 anos, por isso seja preexistente.

Calma, numa situação normal, em 6 meses de seguimento a probabilidade de fazer vendas as esses prospectos é enorme.

Não centre o seu negócio somente promoção dos seus produtos, e faça o seguimento, ajude os seus prospectos e recomende produtos ou serviços que vão ajudar essa pessoa.

Recomendar bons produtos, ou serviços porquê?

Certo, porque que recomendamos bons produtos em vez de produtos que nos vão dar boas comissões?

A resposta é muito simples, apesar de ganharmos mais dinheiro no inicio, a longo prazo vamos perder um contacto e não vamos ganhar mais nenhum dinheiro com essa pessoa.

Isto porque quebramos a confiança, quebramos uma relação e esse indivíduo não vai confiar mais em nós, pois o curso que recomendamos foi de má qualidade e a pessoa sentiu-se enganada.

Nós temos que pensar a longo prazo, e sobretudo pensar no cliente e a sua satisfação e só depois no dinheiro que vamos ganhar.

Resumindo a nossa lição.

1. Dedique-se a fazer um seguimento.
2. O seu interesse nos seus prospectos é mais crucial do que o interesse deles em você
3. Faça um seguimento mesmo depois de eles fazerem a primeira compra.
4. Promova sempre produtos seus, ou de outros, de qualidade que possam ajudar nos objectivos dos seus prospectos.
5. Nunca pare, nunca!

Capítulo 3

Surpreenda-os.

Sinopse

Questione-se, já alguma vez alguém enviou-lhe uma mensagem a dizer que teve uma experiência “wow” espetacular nos últimos 90 dias.

Muito provavelmente a sua resposta será, não. Hoje em dia os clientes estão tão acostumados a serviços médio, ou lamentáveis, antes e depois da venda, que se tiverem uma experiência de compra ligeiramente melhor, eles notam logo a diferença.

WoW

Não é comum um indivíduo ter uma experiência fenomenal quando se trata da compra de um serviço, ou produto.

E isso está errado, pois comprar é uma experiência que deveria ser sempre incrível para o cliente.

Lembra-se das suas experiências? Possivelmente grande parte do que se lembra, foram de experiências horríveis.

Objectivo aqui é fazer com que se lembre mais dessa experiência, mas porque foi uma experiência agradável e não desagradável.

Você tem que fazer de tudo para preservar os clientes mais antigos, isto porque eles constituem as fundações no qual vai fazer amadurecer o seu negócio. Se os seus clientes não falarem bem de você, não vai ter qualquer chance de sucesso a médio e longo prazo, quanto mais em ficar com a maior fatia do seu nicho de mercado.

E a maior forma de “prender” os seus clientes é surpreende-los para lá das suas expectativas, antes, durante e depois da venda.

Se quer realmente quer surpreende-los, tenha certeza que os afecta positivamente antes da venda, caso contrario você não vai ter oportunidade de o fazer depois da venda.

Isto é vital, para que você sobressaia da multidão, você não pode perder esta oportunidade para adquirir maior parte do seu nicho de mercado.

Você não quer satisfazer os seus clientes, mas também dar-lhes o factor WOW na sua experiência, o que torna-o único!

Na realidade dar o factor WoW aos seus clientes é mais fácil do que parece, uma vez que a concorrência é fraca nesse ponto.

Lembre-se maior parte das pessoas tem uma experiência média, ou má.

Aqui está uma regra crucial que deve-se lembrar.

O preço nunca é uma forma de produzir a experiência WoW, bem como o produto.

A experiência WoW acontece quando o produto, ou serviço, que os clientes sabem que pode resolver os seus problemas, e esse mesmo sentimento envolvido no alívio da resolução do problema.

Essa é a experiência Wow, e isto depende da forma como você apresenta a solução para o problema.

A melhor forma de isto acontecer, é você entregar mais valor ao cliente do que aquilo que ele está a pagar.

Cortar o valor do produto/Serviço para metade não conta, não vai fazer aumentar o valor daquilo que você está a entregar, de facto apenas diminuiu o valor do produto/serviço.

Maior parte pensa que o custo é a melhor forma de construir um melhor negócio, ou vender mais, mas eu podia mostrar-lhe uma lista de empresas que foram a falência por providenciarem produtos/serviços de baixo custo.

Procure sempre a oportunidade de percorrer o quilometro extra, e adicione mais no seu produto, ou serviço em vez de cortar no custo.

Isto pode significar a diferença entre simplesmente satisfazer as necessidades do seu cliente, ou surpreende-los completamente.

Um bom e simples exemplo é após os seus clientes comprarem o seu produto, dê suporte e tire duvidas caso eles tenham dificuldades.

Existem mil e uma formas de criar uma experiencia WoW, que nada tem a ver com a redução do preço.

A melhor protecção para o seu negócio é você ter uma lista enorme de clientes satisfeitos com o seu factor WoW.

E lembre-se você tem que criar um posição de liderança e um factor wow nos seus prospectos, sejam eles seus clientes, ou não.

Mantenha o contacto constante e crie uma relação com os seus prospectos isto não só vai coloca-lo numa posição de liderança como dar o factor WoW aos seus prospectos.

Qualquer pessoa pode comprar um produto como o seu, e existe sempre alguém que vender por menos dinheiro que você, mas a experiência WoW, essa é única e só sua!

Capítulo 4

Ótimo Marketing.

Sinopse

Entre as coisas que pessoas e empresas fazem no início de um negócio quando estão em tempos difíceis é cortar em publicidade e promoção. Grande erro. Agora é hora de levar o seu negócio para o mercado com um marketing eficiente e deixar que o mundo conheça quem você é, o que faz, e o que tem para oferecer.

Contrarie a sua tendência de poupar dinheiro nesta fase, agora não é o momento e você precisa de se promover até ao ponto que a sua concorrência deixa de ser sua concorrência.

Os Anúncios

É essencial nesta fase que esteja em frente dos seus clientes, e potenciais clientes. Apesar de parecer algo lógico para todos que começam um negócio, você tem que se promover agressivamente a si, e ao seu negócio. Isto se você quiser “existir”, prosperar, e retirar a sua parte do mercado dos seus rivais.

Francamente você vai ter que agir de forma inteligente nesta manobra para prevenir de gastar dinheiro em técnicas que não funcionam.

Fazer publicidade é importantíssimo, por isso quando você estiver extremamente ocupado dedique 10% do seu tempo a fazer publicidade para trazer novos contactos até si e quando estiver mais livre, aumente para 50%.

Como já falamos anteriormente o seu negócio exige aquele esforço extra nos seus clientes, e no seguimento dos seus prospectos, para que possa criar uma relação e manter uma posição de liderança.

E existem formas chamadas gratuitas para o fazer, seja estar pessoalmente com essas pessoas, ou utilizar as redes sociais, ou até mesmo através de video marketing, entre outras.

São gratuitas porque não vão custar nenhum dinheiro a você, mas vão custar-lo tempo e energia.

Faça este plano, e mantenha-se fixo a ele num plano de 90 dias para ver e medir os resultados, o que não funcionar depois terá de rever e modificar.

Todas as técnicas de marketing exigem algum tempo até trazerem resultados.

Segunda fase será anúncios pagos, calcule quanto pode gastar por mês em publicidade. Esta técnica vai assegurar novos contactos todos os dias no seu negócio, obviamente não garante que vai ter resultados imediatos.

Mas posso dizer que é a ferramenta de marketing mais rápida para ter resultados, senão conseguir resultados com anúncios pagos, então sinceramente não sei o que o pode ajudar.

A promoção e o acompanhamento que vai fazer a estes contactos vai fazer um ciclo de vendas nos próximos 6 meses.

É essencial que estas campanhas de publicidade aumentem a sua reputação online para que possa ter melhores conversões nas suas vendas no futuro. E só o facto de você já estar a fazer algo diferente de tudo o resto e que funciona, já é um passo de gigante em relação a sua concorrência.

O tipo de marketing que funciona melhor online é sem duvida o PPC, é o mais eficaz uma vez que você consegue seleccionar o seu mercado alvo a um custo realmente reduzido e controlado.

Você pode começar com um orçamento de 30 reais por mês, ou 3000 reais, ou ate mais, tudo depende de quanto você tem para investir no seu negócio.

Aborde cada aspecto do seu programa de marketing com muita acção e energia. A minha definição pessoal do quanto monumental isto é “é essa soma de ação que irá produzir novos problemas para você e a sua empresa”. Yep, você leu isso correctamente. Vou deseja criar novos problemas.

Maior parte dos indivíduos para no inicio do seu plano, de facto, eles tentam evitar todos os novos problemas, só para acabarem na mesma situação que estão á anos.

Maior parte não avança porque eles não fazem as acções correctas, ou não tomam acção massiva. Acção massiva é fundamental para ter um marketing eficaz.

Não interessa a sua posição, você tem que fazer marketing pessoal, promover-se como uma pessoa mais valiosa para a sua empresa, seus clientes, e o seu mercado. Você deseja ser mais valioso.

Por isso apresente-se como insubstituível, faça isso e nunca vai ficar sem trabalho, ou sem rendimento.

Lembre-se um bom marketing é mais do que simplesmente gastar dinheiro em publicidade, é um investimento de energia para fazer você mais conhecido e valioso no seu nicho de mercado.

Capítulo 5

Treino.

Sinopse

As suas vendas, comunicação, negociação, e técnicas de fecho são cruciais para os seus objectivos no seu negócio.

Você não consegue a sua posição no mercado a não ser que consiga vender as suas ideias, produtos, e serviços. Em cada profissão é necessário conjunto de técnicas.

Um carpinteiro necessita do seu martelo, pregos e madeira, e pelos seus conhecimentos ele é bastante desejado(valor) no mercado.

Você e a sua empresa precisam, mais do que qualquer outra coisa, organização, e habilidades de planeamento e liderança para vender os seus produtos e serviços.

Habilidades

Você pode planejar e organizar ao pormenor, mas se você não consegue vender os seus produtos, o que interessa o quanto organizado você está?

Maior parte de nós não tem uma fila de clientes á espera dos nossos produtos, nós temos realmente de criar valor, interesse, vender os nossos produtos e fechar um negócio. O que mantém vivo o negócio é rendimento, e rendimento é medido pelas vendas.

Consequentemente em todas as organizações os melhores activos, são as capacidades de vender das pessoas envolvidas.

Capacidade de vender envolve comunicação, motivação, acreditar no produto, e uma excelente atitude, capacidade de apresentação, seguimento, e criação de novas oportunidades.

Muitas vezes misturamos estes termos, de facto maior parte das pessoas que pensa que é um pro nesta área, apenas sabe os básicos.

E esta é uma habilidade fundamental se você quer ter o seu lugar no seu nicho de mercado.

Apesar do mito, ninguém “nasce um vendedor”.

Enquanto algumas pessoas têm um poder inato para construir um relacionamentos, eles não vão se tornam mestres na arte de criar rendimento, a menos que aprendam um conjunto completo de habilidades.

Aqueles que verdadeiramente compreendem a venda como uma habilidade e uma tecnologia e que investem tempo para formular e aperfeiçoar todo o seu conjunto de habilidades de vendas, são as pessoas que vão ter sucesso.

Por isso acorde, pois você não vai conseguir sobreviver senão aprender como vender os seus produtos, serviços, e ideias.

Vender não é um trabalho, é algo que você conquista para alcançar os seus objectivos.

Hoje é o dia para começar a trabalhar, e treinar e instruir-se em melhorar as suas habilidades de vendas. Eu recomendo que você faça isto seja qual for a sua posição neste momento.

Os indivíduos que fizerem isto, nunca vão estar sem trabalho, oportunidades, ou o mais importante, rendimento para o resto da sua vida.

Saber vender é uma arte, por isso dedique todos os dias algum tempo para estudar esta arte de vender.

Esta é a única habilidade que nunca mudou ao longo da história. Van Gogh, um dos artistas mais conhecidos durante o seu tempo de vivo, apenas vendeu 1 das centenas de pinturas que fez.

Estamos a falar de uma pessoa que produziu alguns dos melhores quadros, da melhor arte. Mas infelizmente a sua capacidade e habilidade para vender era quase nenhuma e por isso nunca teve sucesso nessa área.

Lembre-se se você diz não a algo na vida, então vai haver uma falta de conhecimento. Se você não tem dinheiro, existe algo que você não sabe sobre dinheiro. Se você não tem contactos, então existe algo que você não sabe sobre gerar contactos. Se você está sem vendas então existe algo que você não sabe sobre vendas.

Independentemente do que digam, toda a gente vende alguma coisa em uma determinada altura.

Por isso seja qual for o seu trabalho ou os seus objectivos estude e adquira estes conhecimentos.

Não peça menos problemas, peça mais conhecimento.

Tenha um excelente dia!

Plauto Vesaro

EmpreendedorModerno.com

Desejos de Boa Sorte Para Sí!

“Finalmente! A Solução Chave Na Mão Para
Ganhar Dinheiro A Vender Produtos De
Outras Pessoas SEM Chatices!...:”

<http://www.empreendedormoderno.com/negocioonline>