

COMO FAZER O SEU NEGÓCIO PROSPERAR NO SÉCULO XXI

ZOLA MIGUEL

Você Merece Tudo Isto

Dedico este livro electrónico em exclusive a você, empreendedor ou empresário angolano, e não só, que perde as suas noites e passa por muitos e diferentes testes de ferro, para encontrar soluções renovadoras e inovadoras, que irão transformar as vidas dos angolanos e ajudar o país rumo à independência económica e financeira.

O Meu Muito Obrigado!

Sem dúvidas que muitas pessoas merecem o meu profundo agradecimento, porque as estratégias apresentadas neste livro não foram apreendidas num único evento ou momento, mas sim é um somatório de experiências e informações adquiridas, e colocadas à disposição para dar mais clareza e soluções aos vários negócios.

Contudo, existem alguns nomes que eu não atrevera a deixar passar despercebidos, tendo em conta que muita coisa que foi abordada neste livro é uma soma de conhecimentos que eles têm transmitido:

Armando Gomes, Venâncio Vicente, Pedro Superti, Luzolo António, Marcus Marques, Daniel Vunge, Mathias Manguene, Joel Sérgio e Yuri Quiala.

O meu profundo agradecimento vai para a minha esposa, Laura Miguel, que tem estado ao meu lado nas derrotas e nas muitas vitórias nesta longa trajectória da vida.

O meu agradecimento principal vai para o meu Guia, Deus Poderoso, pelas bênçãos infinitas que tem concedido a mim e a minha família.

Para finalizar, gostaria de parabenizá-lo por adquirir este livro, e espero que encontre as soluções que procura e que o ajudem a despertar e transformar o gigante adormecido que é o seu negócio. Aproveito, também, este momento que estou no palco para o convidar a seguir, gostar e partilhar a minha página no Facebook @Zola Miguel.

Muito Obrigado!



Quem é o Autor?

Zola Miguel é o seu nome, palestrante, autor, empreendedor e mentor de criação de negócios. Há mais de 10 anos no mundo dos negócios ajudando novos empreendedores a começar os seus negócios com o pé direito e aplicar estratégias, que impulsionam o crescimento dos negócios.

Fundador e CEO da empresa Laços de Amor Eventos e Co-Fundador da Novas Conexões Co-Working.

O Que Este Livro Vai Tratar

O Que Você Vai Descobrir Neste Livro

Bem-vindo, empreendedor!

Antes de abrir todas as portas deste livro, devo dizer que vivemos, neste instante, um período em que o mundo está a ser assolado por uma pandemia sem precedentes e que está a afectar muitos negócios, deixando-os com poucas soluções. Algumas empresas estão a fechar as suas portas, enquanto que outras estão a aprender a sobreviver e viver nos dois mundos paralelos: mundo digital e mundo físico, ou seja, *on-line e off-line*.

Por um lado, enquanto muitos negócios estão a fechar as portas, por outro lado, milhares estão a ser criados por outras pessoas. Será que estão a ter sucesso com os novos negócios? Claro que sim!

Observe, empreendedor, criar um negócio nunca foi um grande problema, porém gerir e manter o negócio próspero tem sido o “calcanhar de Aquiles” de muitos, certo? Acho que dirá, sim!

Bem pensado!

Por isso, este livro surge como a vacina que muitos antigos e novos negócios estão a precisar, pois, tem como missão mostrar caminhos seguros ao empreendedor que passa noites em claro, mergulhando no imaginário, sem clareza nas acções que devem tomar, para levar os seus negócios aos portos seguros.

Como Fazer O Seu Negócio Prosperar no Século XXI servirá de mapa perfeito para todo empreendedor, que pretende que o seu negócio sobreviva à crise, e prospere de forma contínua.

Este livro é um manual que todo empreendedor precisa ter, pois, além de mostrar as acções que uma empresa ou negócio deve adoptar, para alcançar um determinado objectivo, vai também abordar o exacto passo a passo para você implementar no seu negócio e acelerar o seu crescimento à velocidade da luz.

As estratégias que o caro leitor vai descobrir, neste livro, são práticas e fáceis de se aplicar tanto no mundo *on-line* como *off-line*, e certamente vão transformar o seu negócio, levando-o para outro nível, em curto espaço de tempo, por isso recomendo máxima atenção durante a leitura deste livro, que considero uma mina do ouro do empreendedor.

O seu sucesso está garantido, pois depois de você ler apenas a metade deste livro, sem falar da última estratégia que vai revolucionar a sua visão sobre negócios, você vai descobrir caminhos que vão levar o seu negócio do estágio da infância para maturidade em pouco tempo, por isso, resta apenas dizer, aproveite a fórmula mágica que você tem nas mãos.

Os 4 Inimigos Que Estão A Prejudicar O Seu Sucesso Nos Negócios

Vou começar com esta pergunta intuitiva e provocadora: Por que você começa um negócio? Fácil de responder, pois não! Mas, vou ajudá-lo a responder.

Analise comigo o seguinte:

Apesar de que o objectivo-chave de qualquer empreendedor ou empresário, que começa um negócio, é ver o negócio crescer, expandir, ajudar as pessoas e, conseqüentemente, ganhar dinheiro, porém muitas vezes o empreendedor não consegue alcançar esse objectivo, por conta de quatro (4) hábitos, que vamos ver daqui a pouco. Estes hábitos, que eu chamo de inimigos, contribuem, negativamente, para o começo e crescimento de qualquer negócio.

Permita-me confessar que os 4 inimigos (hábitos) que você vai descobrir brevemente, desencaminham qualquer pessoa dos seus objectivos. Observe que o inimigo 4 é o altamente perigoso, que você deve evitar ou mesmo eliminar a todo custo.

Agora, vamos ver e analisar cada *inimigo* de mais perto:

Hábito #1- Caminhar Às Cegas

Quando você não tem um propósito empresarial bem definido, uma bússola funcional, muitas vezes, o vento define o seu destino, ou seja, você fica à mercê das circunstâncias da vida, e qualquer caminho que surgir poderá parecer o mais acertado. Caminhar às cegas significa não definir um objectivo concreto, logo fica difícil saber o que fazer, para alcançar o objectivo, pois sem objectivo não há crescimento.

Portanto, para você se livrar desse hábito nocivo, é fundamental que tenha clareza daquilo que pretende alcançar. Defina os objectivos, metas e as estratégias para alcançar o que pretende (neste livro você vai descobrir muitas estratégias que podem o/a ajudar a alcançar os seus objectivos empresariais).

Este é o primeiro inimigo que deve ser vencido, agora vejamos o outro que merece também um tratamento cuidadoso.

Hábito #2- Pílulas Mágicas

Muitos empreendedores estão a conduzir os negócios com uma velocidade que ultrapassa os limites de segurança e chegando ao ponto de causar acidentes e a morte prematura deles. Buscar crescimento e transformação mágicas pode ser uma faca de dois gumes para você, empreendedor

Por isso, conduzir em alta velocidade é aceitável, desde que você saiba perfeitamente o que está fazendo, caso contrário, o mais recomendado é você caminhar passo a passo e de forma segura. Gosto muito da frase que define a paciência como “o intervalo entre a semente e o fruto”.

Você não pode desistir dos seus objetivos, porque as coisas não acontecem da noite para o dia. Existem resultados que demandam o tempo, e o importante é você saber quais os passos certos que devem ser dados para se chegar lá. Aplique a lei da semeadura e o sucesso será uma consequência natural.

Hábito #3- O Copo Cheio

Uma das mentes mais brilhantes do século XX, Albert Einstein, afirmou o seguinte: *uma mente que se abre a uma nova ideia, jamais voltará ao seu tamanho original*. E esta deve ser a base da sua trajetória rumo à conquista do seu sonho.

Quando você pára de aprender, você deixa de evoluir, ou seja, você pára de viver.

Será que você gostaria que os seus dias fossem exactamente iguais até ao resto da sua vida? Claro que não! Mas, é exactamente isto que acontecerá, se você deixar de aprender as coisas novas. O mundo dos negócios está em constante mutação e você precisar acompanhar está mudança com muita atenção. Vamos abordar sobre **Como Adotar Atitude de Camaleão** mais à frente, para você aplicar no seu negócio e garantir sucesso contínuo.

Lembre-se, o analfabeto deste século, XXI, é aquele que não quer re-
-aprender.

Agora, vejamos o 4 hábito que é considerado o altamente perigoso.
Preste bem atenção!

Hábito #4- Jiboia Total

Atire a primeira pedra quem nunca adiou um objectivo. Certamente,
ninguém vai, porque todos nós já o fizemos.

Mas, analise o seguinte:

Obviamente que, diante da correria da sua rotina diária a coisa mais
fácil de acontecer é você adiar os seus projectos, porém este hábito de
adiar as coisas é um câncer para o seu progresso pessoal e empresa-
rial. Toda vez que você adia algo importante, você cria uma urgência
futura, ou seja, aquilo que você deixa de fazer hoje, será a sua dor de
cabeça amanhã.

A grande diferença é que quanto antes você começar a trabalhar em
cima de um objectivo, mais fácil conseguirá alcançá-lo, por isso, pare
de “*jiboiar*”, o momento de fazer é agora!

Portanto, você conheceu os 4 hábitos e o que fazer acerca deles, ago-
ra dê o próximo passo para libertar-se deles e construir um negócio
de sucesso.

Como Formar os Preços dos Produtos Para Vender 2x Mais

Esta é uma das partes-chave do negócio, por isso acompanhe com atenção. Você precisa ficar num local calmo para absorver bem o que vai ler daqui a pouco.

Uma das formas de você aumentar os lucros da sua empresa ou negócio é implementar estratégias de formação de preços certos, pois qualquer passo em falso pode acarretar prejuízos financeiros à empresa. O preço deve pagar as despesas fixas, variáveis e a margem de lucro.

Também é verdade que existem produtos, que o mercado é que determina o preço final, porém há outros produtos que quem determina o preço final é você, o empreendedor, por meio daquilo que agrega na sua proposta de oferta. Sendo assim, você vai descobrir 3 estratégias avançadas de precificação que vão aumentar os seus lucros.

Estratégia #1- Poder dos Combos

O Poder dos Combos? Calma, que eu explico!

O poder dos Combos: consiste em oferecer mais de um produto ou serviço a um preço mais atractivo. Entretanto, é importante que os produtos ou serviços que fazem parte do Combo se complementam, por exemplo, o Combo de *hamburguer com uma bebida*, ou também pode se aplicar em compra 1 leva 2.

Estratégia #2- Plano de Fidelização

Esta estratégia permite você fidelizar o cliente de modo a comprar sempre os seus produtos ou serviços. Aqui você impulsiona a fidelização dos clientes por várias formas, por exemplo, *promoções, assinaturas de pacotes mensais, o caso da DSTV, TV Cabo, Jornais, Netflix, ofertas exclusivas, etc.* Mas, existe uma estratégia que vamos abordar mais à frente que permite a fidelização infalível dos clientes que é: **Como Fazer Com Que O Cliente Compre Sempre O Seu Produto.**

Estratégia #3- Mix de Produtos / Serviços

A aplicação desta estratégia consiste em atrair o potencial cliente com um preço de entrada baixo, com o propósito de vender outros produtos mais caros, por isso é importante que você tenha uma gama de produtos ou serviços que se complementam. Quando falarmos de Como Fazer Para Atrair Mais Clientes, veremos exactamente como você pode aplicar isto.

Note que, sempre que alguém compra o seu produto, você abre várias portas para ele consumir outros produtos seus, por exemplo, a Apple usa isto com os seus produtos por meio do *gatilho mental* de exclusividade.

Por isso, existem muitas estratégias de precificação dos produtos, mas com estas três você vai transformar já o seu negócio e garantir mais vendas e lucros. Contudo, como levar esta informação dos *combos e planos de fidelização* ao seu potencial cliente? Ainda bem que perguntou, vamos já descobrir no próximo capítulo.

Como Levar o Seu Produto aos Olhos dos Clientes

Empreendedor, responda a seguinte pergunta: Como você leva o seu produto aos olhos do seu cliente? Não tem a certeza?

Não tem problema!

Acompanhe que você aprenderá os 3 tipos de *estratégias de marketing* e saberá qual aplicar, em cada situação, para acelerar o crescimento do seu negócio.

Permita dizer que as vendas garantem o crescimento de qualquer empresa, mas para você conseguir que o maior número de potenciais clientes saibam do e comprem o seu produto ou serviço, deve aplicar a única solução infalível que é a **Estratégia de Marketing**.

Numa empresa, considero o “*marketing*” o coração e às vendas o “*sangue*”. Se o coração não pulsar e bombear o sangue, o corpo morre. Se o corpo perder muito sangue o coração pára.

Deixe explicar melhor:

Sem o marketing não haverá às vendas e sem as vendas não haverá receitas e lucros, para a empresa fazer face às despesas. Por isso, vou revelar 3 estratégias de marketing que vão transformar e acelerar o crescimento da sua empresa. Mas, antes de discorrer sobre as três (3) estratégias, vou analisar o marketing sob perspectiva conceptual:

Marketing é uma palavra derivada do termo inglês *market*, que significa mercado, ou seja, o estudo das causas, objectivos e resultados produzidos através das diferentes formas de como as empresas lidam com o mercado.

Ou podemos dizer simplesmente:

Marketing é oferecer a coisa certa, usando a mensagem certa, na pessoa certa e na hora certa.

Agora, vejamos as 3 estratégias de marketing:

Estratégia #1- Marketing de Desempenho

Esta estratégia está ligada ao objectivo primário de aumentar as vendas, trazer os clientes de qualidade à empresa e gerar fechamento nas vendas.

Qualquer acção desenvolvida por meio dessa estratégia tem o foco na arrecadação de receitas (vendas). Por exemplo, quando investimos 50.000 Kwanzas numa *campanha* de vendas *on-line*, no fim das contas, queremos saber o retorno desse investimento (ROI). Podemos medir se a *campanha* teve um resultado positivo ou negativo pelo número de vendas feitas. Observe que as empresas, que se encontram no estágio da infância, devem adoptar esta estratégia. Mais à frente, vamos falar dos estágios de uma empresa.

Mas, será que o marketing deve focar sempre em vendas? A próxima estratégia vai responder essa pergunta.

Estratégia #2- Marketing da Promoção da Marca (Branding)

A marca de uma empresa consiste em tudo o que remete a esta, englobando, desde já, o nome da empresa, sua logo, suas cores, sua cultura e missão. Desta forma, o *branding*, também, auxilia no reforço da reputação da empresa que está ligada à marca. Portanto, o *marketing de branding* foca exclusivamente na promoção da marca e aumento da sua visibilidade no mercado.

Anote bem isto: não conseguimos medir os resultados de uma campanha de *branding*, por exemplo, tem muitos *outdoors* de muitas empresas, nas ruas e avenidas, promovendo a marca, porém não poderemos dizer quantas pessoas viram o anúncio, ou quantas pessoas compraram os produtos através do anúncio.

Mas, as campanhas de *marketing de branding* fazem com que a marca fique gravada na memória das pessoas, e poderá ser a primeira escolha caso elas pretendam usar o seu produto. Contudo, podemos fazer a promoção da nossa marca e ao mesmo tempo também vender o nosso peixe, daí o nascimento da próxima estratégia.

Estratégias #3- Marketing de Combo

Conforme o próprio nome já faz referência, Combo é a combinação do *marketing de desempenho* com o *de branding*.

Podemos estar a promover a nossa marca nos media ou outros canais de comunicação, e ao mesmo tempo levar a cabo à venda dos nossos produtos ou serviços.

Portanto, estas são as três *estratégias de marketing* que você pode usar na sua empresa, dependendo da sua dimensão e do objectivo que se propuser a alcançar.

Agora, responda a pergunta inicial: como você leva o seu produto aos olhos dos seus clientes?

Como Atrair Mais Pessoas Para Comprar O Seu Produto

Neste capítulo, você vai conhecer uma estratégia poderosa e prática para atrair clientes de qualidade nos seus negócios, gerar mais vendas e ter muitos lucros. Pegue numa cadeira e sente-se confortavelmente, que vamos já levantar o vôo, com o primeiro tema:

A Simples Técnica de Pesca Que Me Ensinou a Atrair Mais Clientes Nos Negócios

Se você vende *on-line* (Redes Sociais), então você deve ler esta parte com atenção, uma vez que vou revelar o segredo para você atrair mais clientes no seu negócio e o exacto passo-a-passo para você fazer isso.

Quando eu era adolescente, saía do Cazenga com os meus “kambas” e pegávamos o autocarro 32 (conhecido naquele tempo como “Wuawua”) em direcção ao Baleizão, com objectivo de ir à Chicala pescar.

A pesca era, apenas, uma forma de se divertir, por isso, levávamos apenas as linhas, anzol, isca e sacos para colocar os peixes. Posto no local da pesca, você poderia atirar a linha com o anzol ao mar, mas os peixes não ligavam e assim você poderia ficar aí um século sem apanhar nem um peixe.

Mas, bastava apenas colocar minhocas no gancho e atirar ao mar, você via uma mão cheia de peixes a aproximar-se. O segredo para pescar mais é (era) *atrair os peixes com minhocas (iscas)*

Por isso, o segredo para você atrair mais clientes no seu negócio é simples: **TER ISCA**. Mas, como você pode aplicar isso na prática? Acompanhe!

Se você vende *info-produto* (Produtos digitais, por exemplo, *Conhecimento*), siga os próximos passos:

Passo 1) - Identifique quem é o seu **cliente de sonho** (Você deve conhecer os potenciais clientes que vão comprar o seu produto)

Passo 2) - Produzir **conteúdos de valor** para esses clientes de sonho (O conteúdo pode ser texto, áudio, vídeos, “lives”, *e-book*, etc.). É importante que você construa uma **GRANDE IDEIA**, para doutrinar o seu cliente de sonho. Este conteúdo é o que será a sua ISCA.

Por exemplo, a sua **GRANDE IDEIA** pode ser *Como Facturar 7 Dígitos Nas Redes Sociais em Apenas 7 Dias*. Depois, o seu conteúdo de valor vai girar em torno da **GRANDE IDEIA**, para provar que isto é possível. Percebeu o ponto? Muito bem!

Passo 3) - Com o seu cliente de sonho bem alimentado com o conteúdo de valor sobre a **GRANDE IDEIA**, você deve criar estratégias para vender o seu *info-produto*. Lá mais para a frente, veremos as estratégias de **Como Vender Mais Qualquer Produto**.

Portanto, vimos a estratégia comprovada para você atrair clientes, agora é hora de vender, mas, como fazer as vendas do jeito certo? A próxima estratégia é a solução perfeita, “*mbora lá*”!

Como Fazer Para Vender Mais O Seu Produto

É hora de vender.

Neste capítulo, vamos falar de três (3) estratégias testadas para você vender qualquer produto ou serviço a qualquer pessoa de forma fácil e rápida. A terceira estratégia é uma bomba atômica.

“*Mbora*” começar com a primeira estratégia:

Como Usar A Única Estratégia Poderosa Do Rei Da Floresta No Seu Negócio

No princípio, afirmei que qualquer pessoa pode começar um negócio, no entanto, nem todas têm a capacidade e atributos para manter um negócio vivo até à última fase de crescimento - *fase de maturidade*, que falaremos mais adiante.

Infelizmente, no mercado angolano nem todas as empresas alcançam a última fase, pois têm uma morte prematura.

Você pode perguntar, Zola, qual é causa dessa morte prematura das pequenas empresas?

Dentre as várias causas que concorrem, existe uma que é, na verdade, fatal para as pequenas e médias empresas emergentes. Eliminando esta causa fatal, a sua empresa pode progredir com o sucesso rumo a outras fases.

Esta causa é: **Ausência de Estratégias de Vendas.**

Assim como, os seres vivos precisam de oxigênio para respirar e viver, uma empresa ou negócio, também, precisa das vendas para continuar no mercado de negócio.

Quero mostrar (detalhar) para si a única estratégia que é aplicada pelo rei da floresta.

Quem é o rei da floresta? **O rei LEÃO.**

O rei leão aplica esta estratégia com muita frequência. Digamos que tem tido sucesso várias vezes que aplica esta estratégia poderosa. Você já viu (assistiu) como o rei leão ataca as suas presas?

Ele vem em surdina (sem dar muito nas vistas), observa as presas, escolhe uma e ataca até conseguir capturar a presa. Observe que, ele não sai atacando todas as potenciais presas, mas separa as presas, depois foca em apenas uma presa.

Se ele saísse atacando todas as potenciais presas, facilmente iria se cansar e, sem dúvidas, não conseguiria capturar nem uma presa sequer.

Agora, como podemos aplicar a única estratégia poderosa do rei leão nos negócios e aumentar as vendas? É muito simples. Acompanhe o raciocínio!

Quando um empreendedor não tem uma estratégia de vendas, o que ele faz é tentar vender para todas as pessoas. Mas, ele se esquece de que quem tenta vender para todo mundo, duas coisas podem acontecer: *vender pouco ou não vender nada*.

Por isso, aplique a *estratégia do rei leão* no seu negócio da seguinte forma:

Passo #1- Conhecer O Seu Mercado de A-Z

Faça um estudo do seu mercado. Procure perceber como o mercado se comporta, os seus concorrentes directos, assim como os clientes, preços, fornecedores, etc..

Passo #2- Focar A Venda No Cliente De Sonho

Não tente vender em todo mundo, gastando a sua energia, contudo identifique o seu potencial cliente e foque nele. Você deve se comportar como o rei leão. *Quem são os seus clientes de sonho? Homens, mulheres, crianças, casados, solteiros, viúvos, divorciados?*

Passo #3- Possuir Atributos De Um Guerreiro

Você deve manter o foco, persistência e determinação. Algumas vezes, poderá não conseguir fechar a venda mesmo com o cliente dos sonhos. Porém, diante de situações difíceis, não procure pretextos, pelo contrário, busque soluções para contornar os problemas, objeções e dúvidas. Abordaremos à frente **Como Transformar o “Não” do Cliente em “SIM” sem fazer descontos.**

Agora, você já sabe da única estratégia poderosa do rei leão, e se quiser alavancar as suas vendas, então aplique-a no seu negócio.

Hora de aprender outra estratégia de venda, para você ter muitas armas poderosas e silenciosas, a fim de atacar e conseguir grandes conquistas, vamos a isto!

Antiga Técnica De Venda Para Você Alavancar As Suas Vendas

Mas, antes de aprofundar, gostaria de partilhar uma frase dum dos maiores vendedores mundiais, Zig Zigler: *Vender não é falar, vender é perguntar.*

Em 2016, quando vivia no Golfo 2, numa manhã de cacimbo, acordei com uma forte dor na garganta. Para aliviar e acabar com a maldita dor, tomei um *Mebocaina* que a minha esposa tinha. Passei todo o dia em boas condições e antes de dormir, também, tomei mais um comprimido como precaução.

Mas, no dia seguinte algo inesperado aconteceu. Sabe o quê?

Aquilo me fez saltar da cama, era uma dor de garganta intensa e que não conseguia engolir nem uma bola de funge de *bombó*, e mesmo bebendo água era um esforço tremendo.

A dor da garganta veio acompanhada de febre alta e dores musculares, parece que havia descarregado muitos sacos de cimento Tunga II ou apanhado a COVID-19.

Diante daquela situação de aflição, abandonei o *Mebocaina* e, imediatamente, procurei os serviços médicos, fui às urgências da clínica Multiperfil.

Depois da triagem da enfermeira, entrei no consultório duma jovem médica que me recebeu com um sorriso nos lábios pintados com *baton* vermelho.

Perguntou-me o nome, idade, o meu problema, há quanto tempo tinha as dores, se havia outros problemas causados pelas dores. Enfim, a médica fez uma bateria de perguntas, a medida que eu ia respondendo outras.

Com as perguntas e o diagnóstico, a médica finalmente identificou a causa do meu problema que era *amigdalite*, assim passou-me a receita.

Respirei fundo e soltei o ar pela boca. Foi um grande alívio que você nem imagina!

Comprei os medicamentos de acordo com a receita na farmácia Central do Gamek e, posto em casa, tomei os medicamentos. No dia seguinte, já conseguia comer um pão à vontade. Estava livre das dores na garganta, musculares e da febre. Fiquei “novinho em folha”.

Por que estou a contar isto para si?

Porque, descobri que a jovem médica usou uma técnica exactamente igual a técnica de venda que vou revelar para si agora!

Antiga e famosa técnica de venda chama-se: **SPIN**

Vou quebrar o **SPIN** em miúdos para uma melhor compreensão. Acompanhe com muita atenção, porque esta parte é muito importante.

S - Fazer perguntas da **SITUAÇÃO** para se contextualizar. São perguntas direccionadas para extrair informações sobre o potencial cliente. Assim, como as que a médica tinha feito.

Por exemplo, quando um potencial cliente liga para a minha empresa de aluguer de viaturas para os noivos (Laços de Amor Eventos), as primeiras perguntas são: *saber o nome da pessoa, se fala a partir donde, quem é o noivo ou noiva, quando será o casamento, etc..*

P - Fazer perguntas sobre o **PROBLEMA**. Estas perguntas ajudam a identificar a dor ou necessidade do potencial cliente.

Por exemplo, no meu caso da dor na garganta, a médica perguntou: *O que acontece quando você come ou bebe água?*

I - Fazer perguntas de **IMPLICAÇÃO**. Perguntas que “metem mais a lenha na fogueira”, ou seja, perguntas que impactam a dor ou necessidade do potencial cliente.

Por exemplo, no meu caso da dor da garganta, a médica perguntou: *Com esta dor você consegue dormir ou comer bem? Consegue fazer as suas tarefas normais?*

N - Fazer perguntas das **NECESSIDADES** viradas para o ganho do potencial cliente. São perguntas viradas para os benefícios funcionais e emocionais que vão atender as dores do potencial cliente.

Em suma, a melhor técnica de venda é fazer perguntas directas para o potencial cliente. Devem ser perguntas que vão conduzir o cliente a fazer a compra.

Como tem dito o consultor de vendas, Armando Gomes, *você deve escutar o potencial cliente como se você tivesse um problema de audição e falar menos.*

Vamos finalizar com a última estratégia.

Como Duplicar Suas Vendas Com Pequena e Grande Vitória

Se você quer dobrar ou até mesmo triplicar os seus lucros, esta estratégia é “tiro e queda”.

Olhe, o consagrado especialista de vendas, **Armando Gomes**, e o **Daniel Vunge**, o melhor educador financeiro do país, assim como outros empreendedores e empresários de sucesso usam esta estratégia com alguma frequência nas suas empresas.

Repare, se as pessoas comuns conseguem usá-la e conseguem resultados positivos, certamente, você também pode fazer o mesmo, e hoje, tem uma oportunidade imperdível de aprender como fazer isso do jeito certo.

A poderosa estratégia de venda é: **Ofertas de Entrada e Saída**

Oferta de Entrada - É uma oferta (Produto / Serviço) que você faz aos seus potenciais clientes, e que tem um valor alto, mas um preço acessível (baixo preço), às vezes pode até ser grátis. É uma **pequena vitória**, que você oferece ao cliente.

Oferta de Saída - é a oferta que você faz depois do cliente comprar o produto ou serviço da *Oferta da Entrada*, porque o cliente já se encontra num estado de hiper-responsivo (Disposto abrir a carteira e investir). Esta é a sua **grande vitória**. Como aplicar isso no seu negócio?

Vejam com um exemplo prático, para tornar as coisas mais claras.

Por exemplo, o consultor de vendas, Armando Gomes, tem um **Treinamento de Vendas de Alta Performance**, em que o preço máximo é de 50.000 Kz. Neste treinamento, você aprende todos segredos sobre as vendas. Porém, na véspera desse treinamento de alta performance, o Armando cria uma **Oferta de Entrada**. Esta oferta pode ser um *Workshop* ou *Palestra* sobre, por exemplo, *Como Fazer Chover Clientes No Seu Negócio*, com um preço acessível, digamos 5.000 Kz.

Nesse workshop, você aprende conteúdo de muito valor que excede a expectativa de qualquer pessoa. Repare que esta *oferta de entrada* deve ser como um *samba-pito* ou um adoçante viciante, que deixa a pessoa (público-alvo) a desejar por mais.

A Oferta de Saída é o Treinamento de Alta Performance que tem um preço de 50.000Kz, e é feita às pessoas que compraram a *Palestra* ou *Workshop* que já provaram o *samba-pito*.

Agora, será que você tem uma oferta de Entrada E Saída no seu negócio? Se for NÃO, então é hora de pensar em criar algumas para dobrar ou triplicar os seus lucros.

Dica de ouro: Se você vende produtos, pense como incluir serviços e se vende serviços, pense como incluir produtos e criar as duas ofertas. Ficou a dica?!

Com isso, você aprendeu três estratégias poderosas e comprovadas, para vender qualquer produto, porém nem sempre a venda será um mar-de-rosa, você vai encontrar objecções de clientes, por isso é importante saber como contornar as objecções dos clientes e transformar o NÃO em SIM, como fazer isto? Vamos descobrir **no próximo capítulo**.

Como Transformar o NÃO do Cliente em SIM

Será que você já perdeu uma venda, porque não soube contornar uma objeção?

Será que você já baixou o preço, porque não soube contornar uma objeção?

É muito provável que sim! Mas, hoje vamos mudar isto para sempre, combinado?

Repare que, durante um processo de venda, existem muitas objeções que os potenciais clientes apresentam, porém existe uma delas considerada como a objeção mais comum do mundo.

Esta objeção é: **ESTÁ CARO!**

Certamente, você que vende já ouviu esta objeção mais de “mil e uma vez”, certo?

Preste bem atenção!

Se você não souber contornar esta objeção, você continuará a perder à venda ou baixar o preço, por isso quero partilhar 3 técnicas que aprendi no campo da batalha, que aplico para contornar esta e outras objeções:

Técnica #1- Ancoragem do Preço

Quando o potencial cliente disser que o produto / serviço está caro, você pode aplicar esta técnica da seguinte forma:

Por exemplo, a empresa X (sua concorrente directa) está a pedir 50.000 Kz para o mesmo produto / serviço, mas comigo você vai pagar apenas 39.000 Kz. E você pode reforçar isto com a segunda técnica.

Técnica #2- Reforçar Os Benefícios

Muitas vezes, o potencial cliente não entendeu bem os benefícios que a sua oferta apresenta, então depois de você “ancorar o preço”, você reforça os benefícios funcionais e emocionais.

Por exemplo, você só vai investir / pagar 39.000 Kz, e ainda terá direito a receber X e Y benefícios, bônus, etc. (Reforçar os Benefícios).

Atenção, você deve reforçar os benefícios que só a sua proposta de oferta apresenta!

Para quebrar de uma vez com esta objecção, você, ainda, pode aplicar também a terceira técnica infalível que vamos já ver.

Técnica #3- Poder de Argumentação

Você não pode querer baixar logo o preço, assim que o cliente afirmar que “está caro” para tal, use o *poder de argumentação*, fazendo algumas perguntas, tais como:

- *Por que acha que “está caro”?*
- *Está caro em relação /comparação a/com o quê?*

Para vencer a objeção, você pode aplicar cada técnica apresentada de forma isolada ou de forma combinada para ser mais eficiente e eficaz.

Acabamos de ver 3 formas para você vencer não só a maior objeção do mundo como outras, agora é só vender, a fim de gerar lucros, para o crescimento do negócio. Falando em crescimento, o negócio não pode crescer de forma acidental, mas sim intencional, e no próximo capítulo vamos ver os caminhos para você fazer crescer o seu negócio de forma intencional.

Como Fazer Para O Seu Negócio Crescer 10x Mais

Você poderia dizer-me em que estágio de crescimento o seu negócio se encontra? Não tem a certeza! Bom, você vai descobrir os três estágios das empresas e, ainda, vai aprender duas estratégias que vão contribuir para o crescimento do seu negócio.

Sem mais meia volta, vamos ver os 3 estágios das pequenas e médias empresas.

Os Estágios-Chave do Crescimento das Pequenas e Médias Empresas (PME)

Estágio 1– Infância: Sobrevivência & Afirmação

Neste estágio, o empreendedor está focado em manter a sua empresa viva, pagar as contas, honrar seus compromissos, captar novos recursos, ter capital de giro e fazer sua ideia se confirmar como um modelo de negócio possível de ser praticado.

Normalmente, nesta fase o empreendedor ou dono da empresa é quem toma todas as decisões e também é quem, geralmente, “banca” os investimentos, muitas vezes, colocando seu património em risco. Os objectivos e metas, ainda, são pensados em curto prazo e não são trabalhados de forma muito clara.

Importa realçar aqui que, é importante o empreendedor “meter” a mão na massa e fazer acontecer, sem se esquecer de que para fazer o negócio prosperar ele vai precisar de talentos (pessoas certas e comprometidas), para fazer a empresa crescer, com foco em gerar resultado, em ter caixa para fazer contratações e poder começar a investir em inovações.

Portanto, neste estágio o empreendedor deve focar em alcançar resultados, gerar lucros para a manutenção e sobrevivência da empresa.

Estágio 2- Adolescência: Contratação de Pessoas & Desenvolvimento de Sistemas e Processos

No estágio da *adolescência*, o empreendedor foca em duas coisas principais: **Primeiro**, o empreendedor já entendeu que não consegue fazer tudo sozinho, que é necessário ter mais pessoas para o negócio crescer e, com isso, a importância de contratar talentos, profissionais especializados em determinadas áreas (Vendas, Finanças, RH, Marketing, por exemplo), para o ajudar a atender as crescentes demandas do seu empreendimento junto ao mercado, fornecedores, parceiros e clientes.

Em segundo lugar, independentemente da qualidade das pessoas contratadas para ajudar o crescimento da empresa, a inexistência de sistemas e processos constituem um grande problema do negócio e, portanto, deve se tornar um importante foco da atenção do empreendedor. Chega o momento de evoluir as directrizes da empresa e os procedimentos que devem ser seguidos por todos os departamentos e pessoas ao executar suas tarefas.

Note que, este alinhamento é fundamental para que os processos sejam orientadores do trabalho a ser feito, independente de quem o faça. Digo isto, porque em empresas sem processos é comum que ao sair de uma função, apenas aquele colaborador que fazia aquela actividade sabia o que fazer.

Para trabalhar bem os processos, é importante documentá-los e desenvolver em sua cultura a importância das equipas trabalharem alinhadas. Uma empresa com orientação para processos tem reuniões efectivas e constantes entre as equipas de trabalho, pois isso gera qualidade na comunicação e resultados acima da média.

Portanto, neste estágio, o empreendedor deve focar em contratar talentos, pessoas com habilidades técnicas e desenvolver processos, funcionograma para padronizar a execução e qualidade dos produtos e serviços. Você deve saber como liderar as pessoas, por isso lá mais para a frente veremos a **estratégia para trabalhar e liderar pessoas com eficácia**.

Estágio 3– Maturidade: Sincronismo Perfeito

Este é o estágio em que todo empreendedor sonha chegar, pois é quando todos os estágios anteriores estão a funcionar perfeitamente e surtindo os resultados desejados. Para isso, é essencial que haja o alinhamento entre pessoas e processos, ou seja, processos claros e profissionais competentes e preparados para fazê-los, bem como para atender as demandas da empresa e ajudá-la a crescer cada vez mais.

A empresa que está nesta fase precisa trabalhar na formação & desenvolvimento dos líderes e gestores, para que o negócio possa se multiplicar cada vez mais. Os líderes são protagonistas dos resultados dentro de uma empresa e precisam ser muito bem preparados.

Outro aspecto importante é a descentralização da tomada de decisão através de políticas e indicadores, nesta fase os líderes (e não só o empresário) tomam muitas decisões e fazem o negócio crescer.

Agora que você já conhece os **3 Estágios do Crescimento do Negócio**, para terminar, importa referir outro ponto-chave, que você precisa compreender com clareza é que, à medida que o seu negócio vai crescendo, expandindo e ficando mais complexo, novas fases e novas prioridades também vão surgindo. Entretanto, estas etapas não podem ser tratadas de modo separado, pois cada uma delas é importante para o crescimento da empresa, por isso, também devem ser o foco de atenção do empresário sempre.

Agora, responda a pergunta inicial.

As próximas estratégias vão acelerar o crescimento do seu negócio, por isso, sem perder mais tempo vamos já mergulhar no conteúdo.

Duas Estratégias Testadas Para Acelerar O Crescimento Do Seu Negócio

O sonho de qualquer empreendedor é ver o seu negócio crescer e prosperar, no sentido de cumprir com a sua missão, todavia, na prática, nem sempre as coisas saem conforme queremos, e, muitas vezes, ficamos com o GPS quebrado e perdemos o norte.

Sendo assim, se o seu objectivo é ver o seu negócio dar passos (saltos) de kanguru de forma segura, então quero mostrar-lhe **duas estratégias práticas** e testadas por mim e grandes empreendedores de sucesso a nível mundial.

Com estas estratégias, você vai manter o fluxo de caixa sempre positivo, vai conseguir escalar o seu negócio e garantir um futuro próspero para o seu negócio, você, a sua família e os seus colaboradores. Não importa se você vende produtos ou serviços, estas estratégias caem como uma luva na mão nos dois casos.

Ainda mais, você nem precisa de grande fortuna, para implementar essas estratégias.

Agora, vejamos a primeira estratégia:

Estratégia #1- Diversificação De Ofertas

Procure diversificar as ofertas dos seus produtos ou serviços. Crie produtos ou serviços com diferentes preços, por exemplo, *preço de entrada, preço médio e preço premium, preço de urgência, etc..*

Você precisa ter um mix de produtos para oferecer ao seu público-alvo. Atenção que não estou dizendo que deve vender produtos ou serviços que não têm nada a ver um com outro. Por exemplo, vender pão, depois colocar mais TV Plasma para vender, roupas diversas...

NÃO...evite isso!!!

Procure manter os produtos ou serviços dentro do mesmo *segmento*, *ou nicho*, e se for possível, venda produtos ou serviços que se complementam.

Por exemplo, a Apple tem várias famílias ou séries de *iPhone*, *Apple watch*, *iPad*, *Airpods* (Auriculares), *iPod Touch*, *etc..*

Também, poderíamos olhar para a **UNITEL** ou **MOVICEL** e ver os vários tipos de produtos que elas oferecem, em termos de saldo de voz ou dados.

Estratégia #2- Renascimento Dos Produtos

Como você poderá saber, os produtos ou serviços têm um ciclo de vida. Esse ciclo abarca 4 fases, que são *lançamento*, *crescimento*, *maturidade* e *declínio*.

Sendo assim, você deve apostar sempre na renovação e inovação dos seus produtos ou serviços. Fuja da *mesmice*, renove e inove os seus produtos regularmente.

Por exemplo, ainda olhando para *Apple*, ela está sempre a renovar e inovar. A *Apple* lança constantemente novos produtos e tira do mercado aqueles já em declínio.

E sempre que, a *Apple* anuncia o lançamento do novo produto, há uma grande euforia do seu público-alvo, porque a *Apple* activa muitos gatilhos psicológicos, por exemplo:

- *Gatilho de Curiosidade e Antecipação* - as pessoas ficam a perguntar-se o que será desta vez?
- *Gatilho de Novidade* - todo mundo quer ser o primeiro a ter este novo dispositivo electrónico.

E outros gatilhos (No meu próximo e-book, vou falar de gatilhos com mais profundidade)

O mesmo pode se dizer dos músicos que lançam novas músicas ou versões, novos CD's. Tudo isto faz parte da renovação e inovação.

Por isso, aplique estas estratégias no seu negócio, para garantir a continuidade das suas vendas e o crescimento do mesmo.

Esta é a primeira estratégia, na segunda vamos ver 3 regras de ouro, que você deve, obrigatoriamente, aplicar para assegurar o crescimento do negócio.

As 3 Regras de Ouro Para o Crescimento e o Sucesso do Negócio (Poucos Empreendedores Já Descobriram Isto)

Como empreendedor, há algum tempo no mercado, percebi muito cedo que existem regras de ouro que garantem o crescimento e o sucesso de qualquer negócio, pois pensar que o crescimento e sucesso do negócio dependem exclusivamente do tempo da existência da empresa no mercado é um grande erro.

Por isso, quero revelar **3 regras de ouro** que têm servido de sustentáculo para o crescimento e sucesso dos meus negócios.

Mas, antes de mostrar as 3 regras de ouro, gostaria de contar o seguinte:

Era uma vez, próximo a um rio, estavam o coelho e o peixe conversando. O coelho desafiou o peixe dizendo que eu corro mais do que você, se tiver dúvida vamos fazer uma corrida.

O peixe retorquiu dizendo: - a corrida será dentro do rio, entre e vamos ver quem nada mais até a outra margem do rio. Os dois ficaram naquele impasse, perguntando-se onde deveria passar o desafio.

Minutos mais tarde, apareceu a águia com as asas semi-abertas dizendo: “- eu desafio vocês dois para uma corrida, lá em cima, estou preparada, quem topa?”

O peixe foi o primeiro a lançar a toalha ao tapete dizendo: “- eu mesmo da água não saio, por isso não arrisco”. O valente coelho disse: “-se for para correr, estou dentro, mas se for para voar esqueça. Pois, aqui em baixo mando eu”.

De repente, apareceu o pato, pai grande, que estava acompanhando a conversa às escondidas dizendo, “eu desafio todos vocês em qualquer lugar, espaço, pois eu posso nadar, correr e ainda voar. Sendo assim, quem topa um desafio? Perguntou o pato muito confiante à águia, ao peixe e ao coelho.

Porém, antes que qualquer um pudesse responder, apareceu um caçador furtivo naquele exacto momento. Pânico total na sanzala. Salva-se quem puder.

O coelho correu rapidamente e desapareceu na mata densa, o peixe *fimbou* e sumiu também na água e a águia, com um toque mágico, levantou o vôo e desapareceu nos céus sem deixar rastros.

Mas, o *pato*, pai grande, não conseguiu fazer nada, não teve tempo de reagir e ficou congelado e como consequência foi morto sem piedade pelo caçador.

O que é que podemos aprender desta fábula? Certamente muita coisa!

O que eu aprendi está resumido nas 3 regras de ouro que vou partilhar com você daqui a pouco, preste bem atenção!

Regra de Ouro #1- Habilidades Especializadas

Muitos empreendedores preferem ser patos, pois têm as habilidades de correr, voar e nadar, porém, muitas vezes, não são bons em nem uma dessas habilidades sequer.

Por isso, o empreendedor de sucesso deve ser como uma águia, cuja habilidade mais forte é voar, ou ser um peixe que tem a capacidade de nadar entre os tubarões. Não estou a dizer que você não deve dominar outras habilidades, mas sim ser melhor em uma e ter algum domínio em outras.

De acordo com a *Lei da Oferta e Procura*, se você for especializado ou o seu negócio tiver uma vantagem competitiva forte, você torna-se escasso (pouca oferta), logo o seu valor e preço é mais alto no mercado (Muita procura).

Regra de Ouro #2- Conexões Fortes

Um (1) é muito pequeno para ser grande, por isso você precisa de parcerias e conexões com outros jogadores do mercado para juntos crescerem cada um a sua velocidade.

Uma das estratégias de crescimento que pequenas e grandes empresas aplicam é firmar parcerias estratégicas com investidores, empresas, pessoas, etc.. A outra estratégia de sucesso é o *Networking empresarial*.

Segundo a escritora, Sandra Mateus, no seu icónico livro **Networking**: *“Para um bom funcionamento dos negócios, de forma a conseguir novas oportunidades, seja em pequenas, médias ou grandes empresas, é importante a participação dos profissionais em redes”*.

Sendo assim, procure firmar parcerias com empresas e profissionais que garantam um crescimento empresarial nos dois sentidos.

Regra de Ouro #3- Fazer Avaliação & Melhoria Contínua

Você deve estar consciente do mercado e das suas mudanças bruscas e cíclicas. O empreendedor que não analisa e acompanha as mudanças do mercado poderá ser engolido em qualquer instante, conforme foi o caso do pai grande o pato.

Por isso, o negócio deve ser sempre avaliado constantemente e ajustado de acordo com as exigências do mercado. Estabeleça as metas que a empresa deve alcançar e sistematicamente fazer avaliações e ajustes que se impõem.

Quantas empresas que você já conheceu, mas que não existem mais? Certamente, várias.

Um dos motivos da falência destas empresas foi de não acompanharem a dinâmica do mercado e a adaptação às novas condições. Por isso, você deve adotar o comportamento do Camaleão. Mais à frente, vamos falar sobre a **estratégia do camaleão**.

Portanto, agora que você já tem o conhecimento das estratégias de crescimento do negócio, escolha quais dessas estratégias, vai aplicar no seu negócio, para impulsionar o seu crescimento.

Lembre-se, para o crescimento do negócio, conforme vimos nos estágios das empresas, você precisa de pessoas competentes, agora será que você sabe a melhor forma de trabalhar e liderar os seus colaboradores? Qual é a estratégia de liderança que você usa no seu negócio? O próximo capítulo vai responder a estas e outras perguntas.

Vamos conferir!

Como Trabalhar e Liderar Pessoas de Forma Assertiva

Se você é um empreendedor e lidera uma equipa, então vai descobrir a estratégia de liderança que poderá aumentar o crescimento do seu negócio, e também vou mostrar 3 erros que muitos líderes cometem na sua liderança.

Um dos valores do empreendedor que lidera pessoas é a LIDERANÇA. A liderança não pode ser compreendida como uma arte, mas sim uma ciência. Então, o empreendedor deve desenvolver esta competência.

Podemos dizer que, para que uma empresa tenha crescimento e sucesso, precisa de um líder que saiba como *engajar* e *motivar* a sua equipa no sentido de aumentar a sua produtividade.

Contudo, infelizmente muitos líderes afundam os seus negócios com uma liderança assente nos pilares *anti-crescimento*. Portanto, para o sucesso do negócio, recomendo a **estratégia LPM**.

No entanto, antes de olharmos para essa estratégia, vamos ver os **três erros de liderança** que muitos empreendedores ou líderes cometem.

Erro #1- Líder Surdo

Muitos líderes fazem-se de surdos, não dão a voz aos seus liderados. As opiniões dos seus liderados não têm nenhum valor.

Uma liderança autoritária absoluta, na qual o líder é o *deus*, o que acha, pensa, mesmo que os liderados fiquem penalizados, será executado o seu pensamento.

Estes são os *pseudo-líderes*, uma vez que não passam de chefes. Autênticos lobos com a pele de cordeiro.

Erro #2- Líder Cientista

Estes são os líderes arrogantes, que pensam que sabem tudo. Achrom que ninguém na empresa faz melhor do que eles ou sabe mais do que eles.

Líderes que não se preocupam com a capacitação da sua equipa, esquecendo de que o crescimento do negócio, também, depende da qualidade dos seus colaboradores.

Erro #3- Líder Carrasco

É aquele LÍDER que os colaboradores não gostam de se cruzar, seja no local de trabalho ou mesmo fora. Todo mundo quer uma distância com esse líder.

É um líder sem escrúpulos, que atormenta os seus colaboradores. Nas empresas com estes líderes, o índice de rotatividade (demissão) é muito elevado, pois colaboradores ficam esgotados emocionalmente.

O líder afecta o clima organizacional que, por sua vez, afecta a produtividade dos colaboradores e da empresa.

Tenho certeza de que você conhece um líder que comete um ou os três erros que mostrei, quem você está pensando? É mesmo ele!

Entretanto, tudo isso pode mudar, se você aplicar a estratégia de **liderança LPM**, que vamos já ver agora mesmo.

LPM - Liderança Paternal & Maternal

É um novo tipo de liderança que você vai entender melhor daqui a pouco, vou explicar em detalhes.

Um bom líder deve usar dois chapéus. Chapéu do PAI e chapéu da MÃE. É importante que use estes dois chapéus para equilibrar a sua liderança.

Imagine no seio familiar angolano, normalmente o pai é aquela figura que gosta de **endireitar**, corrigir e *disciplinar* os filhos, mas a mãe é a figura oposta, pois consola os filhos, põe no peito para acalmar, por isso a sua liderança deve estar assente na liderança LPM.

A liderança deve estar assente em criar um ambiente, em que todo mundo é ouvido, todo mundo tem voz, opina e contribui para o crescimento da empresa. **Os colaboradores sentem-se mais valorizados, quando têm espaço e voz.**

A estratégia de LPM exige que o líder seja do tracto fácil, trata todo mundo com respeito, dignidade e justiça. Não obstante a isso, o líder deve também exercer e aplicar o processo disciplinar ou correctivo naquelas situações em que deve exigir que se faça.

Portanto, eu tenho tido sucesso na aplicação desta estratégia de liderança, então analise e adeque à sua realidade, no sentido de motivar os seus colaboradores e aumentar a produtividade da sua empresa. Olhe, a liderança deve estar ligada a um elemento-chave: modelo de gestão. O que é isto Zola? Ainda bem que perguntou. Vamos para a próxima página e descobrir.

Como Gerir A Sua Empresa Com Sucesso

Será que você tem um modelo de gestão para a sua empresa? Muitas empresas não têm. Contudo, não tem problema que, daqui a pouco, você vai descobrir um deles, que poderá adequar a sua empresa.

Um modelo de gestão permite-lhe definir os pilares do seu negócio, para que de forma definitiva, você possa ter o suporte que precisa para gerir melhor o seu sonho, tomar decisões planeadas, assertivas e liderar a sua equipa com mais eficácia.

O modelo de gestão que gostaria de apresentar-lhe é o **PPR**, que consiste em unir **Pessoas Motivadas** a **Processos Inteligentes** para conquistar **Resultados** crescentes e constantes. O método é de simples entendimento, prático, objectivo e aplicável em qualquer empresa, inclusive na sua.

Agora, vamos analisar o modelo com mais detalhes.

O P dos Processos (inteligentes)

Vamos analisar um cenário para mostrar a importância de ter processos inteligentes implantados no seu negócio. Vamos imaginar que você precise contratar, com urgência, um novo colaborador. Sem processos claros, você torna a selecção ineficiente, demorada, pois nem sabe ao certo, quais serão as funções, salário e cargo do novo colaborador.

Contudo, se tiver processos bem estabelecidos, você consegue fazer a contratação de forma mais rápida e organizada, pois pode contar, por exemplo, com um documento da descrição de trabalho, que lhe permite contratar o profissional certo para o cargo certo, seguindo uma série de informações e critérios previamente definidos por você.

Os benefícios de ter processos são vários, tais como:

- Redução de custos;
- Maior eficiência operacional (fazer mais com menos);
- Organização das rotinas, cargos, funções;
- Otimização do tempo de execução das demandas;
- Melhoria no processo de contratação;
- Maior agilidade na resolução dos problemas;
- Diminuição dos problemas de comunicação;
- Aumento da produtividade;
- Satisfação dos colaboradores, clientes e do lucro.

Podemos concluir que, os processos são um dos maiores aliados para o ajudar a organizar a sua empresa, definir as rotinas, os parâmetros, directrizes, direccionar as acções e torná-las mais claras e eficientes, pois não adianta ter excelentes profissionais sem um ambiente que favoreça o seu bom desempenho.

O P de Pessoas (Motivadas)

Um dos pilares da gestão das suas empresas é contratar e formar “gente boa”, ou seja, atrair e reter os melhores profissionais do mercado e fazê-los trabalhar em prol do crescimento do seu negócio. Portanto, não adianta também ter processos muito bem estruturados, se você não tem pessoas competentes, capacitadas e treinadas para executá-los com mestria.

Você precisa de colaboradores comprometidos com o negócio. Para isso, é preciso criar um ambiente de trabalho que favoreça o desenvolvimento dos seus colaboradores, com liderança inspiradora, processos claros e desafios compatíveis com suas aspirações e potencial.

Permita partilhar este segredo: quando os colaboradores sentem que estão num local que atende as suas necessidades, onde são reconhecidos e têm a oportunidade de crescer na carreira, sua produtividade, satisfação e engajamento é mil vezes maior do que, quando apenas vão para o trabalho cumprir o expediente e garantir um salário no fim do mês.

Para terminar, você deve valorizar o seu capital humano e investir nas pessoas da sua organização, remunerar de forma justa, contratar os melhores, retendo os talentos, delegar e confiar no seu trabalho.

O R de Resultados

Somando os **Processos Inteligentes** mais **Pessoas Engajadas** você consegue grandes **Resultados**.

O modelo de gestão **PPR** é uma ferramenta que lhe permite tomar decisões mais assertivas, fazer um melhor controle de custos, definir estratégias de marketing e vendas mais eficazes, escolher melhor os seus investimentos e resolver os problemas com mais eficiência

Qualquer problema que surgir na empresa pode ter a sua causa-raiz ou nos processos, nas pessoas ou nos dois, por isso é importante identificar a fonte do erro e tratar a questão o quanto antes. Se for um processo que está mal configurado, corrija-o. Se for uma pessoa que está mal preparada, treine-a. Se, porém, tanto os processos como as pessoas estiverem ineficientes, mude os processos e mude as pessoas também.

Lembre-se, não tenha medo de tomar decisões e fazer o que é melhor para o seu negócio.

Como Adotar a Atitude do Camaleão Para Salvar o Seu Negócio

Nos longínquos anos 90, o meu pai criava galinhas (até hoje ainda cria), depois de eu aprender a cuidar das galinhas, descobri um comportamento surpreendente das galinhas que podemos aplicar nos negócios.

Este comportamento surpreendente tem se visto nos dias que correm em muitos empreendedores, e tem sido uma das causas da morte de muitos negócios, e poderá ser a causa da falência de muitas empresas depois da crise da pandemia.

Por isso, se você, empreendedor, quiser um destino diferente e de sucesso para o seu negócio, leia este texto com muita atenção.

O que eu descobri cuidando das galinhas do meu “velho”.

Num belo dia de cacimbo de manhã, depois de acordar e estar bem agasalhado com um casaco jeans azul-escuro, fomos, eu e o meu irmão, à capoeira para soltar as galinhas conforme era de costume.

Ao invés de soltar as 13 galinhas pela porta habitual da capoeira, por algum motivo que não me lembro agora, decidimos criar uma nova saída / entrada, e em seguida começamos a chamar as galinhas com aquele som típico de chamar as galinhas (Consegue imaginar o som? acho que sim).

Em condições normais ou dias anteriores, as galinhas saíam com alguma velocidade, porque sabiam que iriam encontrar a sua comida preferida, e sobretudo, tinham uma certa liberdade.

Porém, naquela manhã de muito frio, com os meus ombros encolhidos e as mãos no peito, algo surpreendente aconteceu.

Ao invés das galinhas correrem para a nova saída, todas foram à antiga saída que se encontrava fechada. Começaram a lutar entre si para ver qual delas conseguiria sair primeiro, mas sem sucesso, pois a porta permanecia fechada.

Mesmo chamando as galinhas para a nova saída, mas mostravam-se desinteressadas e olhavam com um olhar suspeito, mexendo as cabeças dum lado para o outro.

Tivemos de agir e como solução imediata, tivemos de forçar todas as galinhas a saírem pela nova porta, pois nenhuma queria dar o primeiro passo.

O que eu aprendi desta grande descoberta que pode salvar o seu negócio durante as crises e não só?

Você, que é empreendedor, não deve adoptar o comportamento da galinha durante ou depois das crises, pois que algumas **portas serão fechadas ou mudadas, clientes com novas necessidades e hábitos, mercado totalmente transformado.**

Você não pode sofrer da curta visão da galinha, insistir na mesma porta, deixar de enxergar **outras oportunidades, novos mercados, novos produtos**, enfim, outras portas que abriram.

Há negócios que, depois das crises, precisam adaptar-se às condições do mercado, às novas necessidades dos seus antigos clientes, rever o modelo de negócio, em síntese, você precisará olhar para as **novas portas que poderão se abrir**.

Portanto, durante ou depois das crises, você deve adotar o **comportamento do camaleão**. O camaleão adota a cor do ambiente em que está inserido como mecanismo de defesa e ataque. Você deve adaptar-se as novas realidades, para garantir a sobrevivência e continuidade do seu negócio.

Como fazer isto?

Por exemplo, o educador financeiro, Daniel Vunge, tinha uma formação presencial de Inteligência Financeira com duração de 2 dias, mas durante a pandemia teve de adotar esta formação no formato *on-line*, ou seja, saiu do mundo *físico* (presencial) para o *virtual*.

Outro exemplo, muitos profissionais de beleza, durante a pandemia, passaram a prestar os serviços de tratamento de cabelo, manicure, pedicure e outros em domicílio.

Lembre-se, nem sempre são os mais fortes que sobrevivem as mudanças, às vezes são aqueles que se adaptam as novas condições e a nova realidade.

Como Fazer Para Que O Cliente Compre Sempre O Seu Produto

As estratégias deste capítulo são espectaculares e se complementam, por isso preste bastante atenção nelas, pois uma não “vive” sem a outra.

A Regra de Ouro do Encantamento: Técnica de Overdelivery

A **Disney** é uma das melhores empresas se não, a melhor, que consegue mais **encantar** os seus clientes, e isto faz com que ela facture milhões de dólares todos os anos. Mas, *qual é o segredo do encantamento da Disney?* Continue a ler que vou revelar a regra de ouro que é usada tanto pela **Disney** e outras empresas bem sucedidas como a **Apple**, **Amazon** e por aí.

Antes de definir o *encantamento*, deixe mostrar o que poderá acontecer com o seu negócio, se não encantar os seus clientes:

- Ser mais um no mercado que oferece as mesmas opções;
- Investir milhões para fazer o marketing dos seus produtos ou serviços;
- Perder clientes facilmente para os seus concorrentes;
- Baixas vendas que afectam os lucros e crescimento do negócio.

Por isso, você precisa encantar os seus clientes. Mas, o que é o encantamento?

Encantamento é você criar uma experiência única e surpreendente que vai além das expectativas do cliente. É causar aquele efeito ao cliente, 'UAU, não esperava ou contava com isto'.

Aplicando o encantamento, você deixa o cliente maravilhado e muito satisfeito. Cliente super satisfeito torna-se num cliente fiel, que consome os produtos ou serviços com muita frequência. Além disso, o cliente faz ainda algo muito poderoso que é o *marketing* da marca sem nenhum custo.

Se o primeiro motivo for termos clientes satisfeitos que compram com frequência, logo o nosso faturamento, fluxo de caixa, também, cresce consideravelmente, este é o segundo motivo, **produzir maior lucro**.

Vamos analisar uma **forma de encantar os seus clientes** (A outra forma chamada de **Cinco Sentidos** vamos ver daqui a pouco).

Regra de Ouro: Técnica de Overdelivery

A técnica de overdelivery consiste em você, durante a jornada de compra do seu cliente, entregar 10-20% a mais ao cliente.

Porém, essa entrega de 10-20% não é necessariamente um valor monetário, um produto, pode ser algo intangível como: atendimento de excelência, pós-venda, tratamento diferenciado e até onde for a sua criatividade e imaginação.

Portanto, para que o cliente volte sempre para consumir o seu produto, é imperativo que o **overdelivery seja sistemático e consistente**. Não adianta fazer por uma temporada e depois desistir, pois, isto causa uma desconexão com os clientes antigos e também não conecta com os novos clientes, sobretudo aqueles que aparecem sob recomendação.

Esta é a primeira técnica, agora vamos ver a mais esperada.

Como Encantar Os Clientes Usando a Técnica dos Cinco Sentidos

Já vimos que o **encantamento** é a chave para o sucesso de qualquer negócio, pois permite exceder as expectativas dos clientes de forma a fidelizá-los, para que possam consumir os nossos produtos ou serviços com frequência, e sobretudo tornando-se, sem nenhum custo, os nossos porta-vozes e trazer novos clientes por meio de *marketing boca-boca*.

Apresentei a primeira técnica de encantamento, **Técnica de Overdelivery**, agora você vai aprender uma outra técnica pouco conhecida que é a **Técnica dos 5 Sentidos**, e vamos ver como você pode aplicar no seu negócio para doutrinar os clientes e alavancar os seus lucros.

A técnica dos **5 sentidos** é muito poderosa, porque permite-lhe conectar-se com o seu cliente a um nível profundo, gerar uma experiência única e inesquecível. Você vai saber como muitas empresas, pessoas poderosas e não só aplicam esta técnica.

Como você sabe as pessoas têm *cinco sentidos* tradicionalmente conhecidos: visão, audição, paladar, olfacto e tacto. São eles que permitem a captação de *imagens, sons, sabores, odores e toques*, garantindo uma percepção de todo ambiente.

Agora, vejamos como você pode usar cada um dos sentidos no seu negócio para gerar encantamento.

VISÃO - é o sentido responsável por captar o estímulo luminoso e promover a percepção de imagem. O órgão responsável por receber esse estímulo é o olho.

Logo, é importante que você comece a encantar o seu cliente com imagens do seu produto, serviço, página de negócio, espaço físico. Nos espaços físicos usam-se fotos que remetem os clientes a lembranças, boas recordações, frases motivacionais, cores vivas, etc..

Por exemplo, quando você vai ao KFC o que você vê? Muitas cores vivas, frases motivacionais nas suas paredes, para se conectar e encantar cada vez mais os seus clientes.

Para quem vende *on-line*, a sua página ou site devem ser uma embalagem bem apelativa e profissional, por isso aposte na qualidade das imagens e fotos postadas.

Se você trabalha com a imagem, como a Marleyh Selo, Consultora de Imagem e autora do livro *Brio Na Moda E A Filosofia da Auto-Aceitação*, então você é a *embalagem* do seu negócio, logo deve apostar no marketing pessoal, estar bem apresentado e vender o seu “peixe”.

AUDIÇÃO - é o sentido responsável por perceber as ondas sonoras e possibilitar a compreensão dos sons ao redor. O órgão responsável por este sentido é a orelha.

Como você pode aplicar este sentido para o seu negócio?

Existem muitas formas, como músicas, sons que chamam atenção, a própria voz da pessoa que está a vender.

Por exemplo, nos centros comerciais, restaurantes é muito comum ouvir uma música *suave* no fundo. Nos vídeos de vendas e motivacionais, nas redes sociais você pode utilizar uma música calma, relaxante, melancólica ou inspiradora, dependendo da mensagem a ser transmitida.

Podemos concluir que, a música faz bem à alma, traz boas lembranças e conseqüentemente gera encantamento as pessoas.

Agora, analise como você pode activar este sentido no seu negócio, para encantar os seus clientes.

PALADAR - é o sentido responsável por perceber os sabores básicos dos alimentos. A percepção dos sabores é possível graças a presença das pupilas gustativas que se encontram na língua e outros órgãos.

Vou mostrar exemplos de como uso este *sentido* nos meus negócios e se calhar você, também, pode adequar e criar uma experiência única.

Na nossa empresa de aluguer de carros para os noivos (Laços de Amor Eventos), durante o cortejo dos noivos nos oferecemos uma garrafa de *champagne* e frutas (Uvas ou morangos) para deixar os noivos bem confortáveis, relaxados e a desfrutar de uma música suave e alegre. Nos activamos todos os 5 sentidos criando uma experiência inesquecível e excedendo as expectativas dos nossos clientes.

OLFACTO - é o sentido responsável pela captação das partículas no ar. É por meio deste sentido que conseguimos sentir o cheiro do ambiente, e o órgão responsável pelo cheiro é o senhor nariz.

Quando você vê uma mulher ou homem atraente, bem apresentada (o) e sobretudo com bom cheiro de perfume a passar, como você sente ou fica? Encantado com a beleza e o cheiro.

Quem nunca perguntou ao amigo, amiga, colega do trabalho ou escola, *qual é o perfume que está a usar, levante a mão!* Obviamente, poucos vão levantar.

Este é o poder da fragrância.

Por isso, use a fragrância na sua loja, escritório para deixar o ambiente convidativo, relaxante e muito leve. Atenção com aqueles odores fortes que podem ter um efeito contrário e afugentar as pessoas.

Quantas vezes pelo cheiro você se lembra de alguém, uma pessoa amada, amiga, do evento que marcou a sua vida? Muitas vezes, pois não! Este é o poder do sentido do cheiro, activa as memórias.

Agora, analise como você pode aplicar este sentido no seu negócio, para encantar mais pessoas e levá-las a comprar o seu produto.

Para finalizar.

TACTO - é o sentido responsável por captar estímulos tácteis, sentir pressão, dor e até mesmo sentir as diferentes variações de temperaturas. O órgão responsável por este sentido é a pele.

Este é o último sentido que você pode aplicar no seu negócio. Vou ser breve e mostrar um ou dois exemplos para agitar as águas.

Quem tem um *smarthphone* da Apple vai perceber bem este *sentido*. Para você abrir a caixa de onde vem o *iPhone* não é simples, pois ela foi pensada para criar uma sensação de descoberta de algo muito valioso. Esta é uma das aplicações do sentido TACTO.

Na minha gráfica digital, todas as camisolas personalizadas são postas num saco plástico e seladas, em seguida colocadas em sacolas de presentes personalizadas. Isto tudo é para activar o sentido de VISÃO e TACTO do meu cliente proporcionando uma experiência única.

Lembre-se, encantamento consiste em dar mais do que aquilo que o cliente espera, ou seja, exceder a realidade do cliente.

Acabamos de ver os 5 sentidos e vários exemplos de como você pode criar experiências que excedam as expectativas dos seus clientes, agora analise cada um atentamente e estude como você pode adequar no seu negócio e encantar os seus clientes.

Últimas Palavras

Uau! Finalmente!

Podemos dizer que este não é um livro que pode ser lido com relativa rapidez. Se por caso você se sente sobrecarregado com muito conteúdo valioso, fico feliz, porque isto é espectacular. A sua grande missão é assimilar as várias estratégias aqui apresentadas, e, fundamentalmente, pô-las em prática o quanto antes, sem pensar demais em perfeição, pois fazer é melhor que perfeito. Em resumo, você precisa fazer o seguinte:

- Identificar os inimigos (hábitos) que não estão permitindo alcançar o sucesso e livrar-se deles;
- Dominar as estratégias de marketing, vendas, como atrair clientes vitalícios, crescimento e outras estratégias que vão contribuir para o crescimento do seu negócio.

Começar um negócio pode ser uma tarefa fácil, contudo a gestão do negócio não é uma tarefa que qualquer pessoa sem as habilidades e competências certas consegue exercer com exímio. Neste livro, revelei muitas estratégias e ferramentas exclusivas e práticas para você revolucionar o seu negócio.

Obviamente que, algumas estratégias reveladas não vão se adequar ao seu segmento ou nicho de negócio, porém o essencial foi despertar a sua consciência sobre as várias estratégias de negócio, de modo que você faça uma análise profunda do seu negócio, adaptá-lo ao *novo normal*, para garantir a sua manutenção e crescimento.

Portanto, com todas estas estratégias de sucesso que você descobriu neste livro, são estratégias comprovadas e geram muitas vendas e lucros para pequenas e grandes empresas, por isso, você tem uma mina de ouro nas suas mãos, para tornar o seu negócio em 5 estrelas e garantir um futuro próspero para seus colaboradores, parceiros, clientes, você e a sua família.

Fechando com a chave de ouro, peço que faça o uso destas Estratégias do Negócio do Século XXI com muita responsabilidade e integridade.

Fico muito grato por ter-me dado o privilégio de colocar tijolos na edificação do seu negócio e da sua história.

Que Deus Abençoe!

Ficha Técnica

Título: Como Fazer O Seu Negócio Prosperar no Século XXI

Autor: Zola Miguel

Colecção: Empreendedorismo e Negócio

Edição: Zola Miguel

Revisão e Correção Linguística: Yurbel Consultoria Textual

Produção: Zola Miguel

Fotografia: Wave Estúdio

Paginação e Diagramação: Jack Maya

Copyright © 2020 ZOLA MIGUEL

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte deste livro pode ser reproduzida, armazenada em nenhum sistema de recuperação ou transmitida de qualquer forma, ou por qualquer meio electrónico, mecânico, fotocópia, gravação, digitalização ou outro, excepto para breves citações em revisões críticas ou artigos, sem a prévia permissão por escrita do autor.