

O TIRO CERTO DE GANHAR DINHEIRO COM SEU COMPUTADOR



Robert Abraham

O TIRO CERTO DE FAZER DINHEIRO COM SEU COMPUTADOR

Edward Bulter-Lytton disse "A caneta é mais poderosa do que a espada." Hoje em dia, não são muitas as pessoas que utilizam uma caneta para escrever. Elas usam mais freqüentemente máquinas de escrever ou, até com maior freqüência, computadores e processadores de dados. Mas, sem dúvida, a palavra escrita ainda é muito poderosa e se você tiver um processador de dados estará sentando no topo de uma das mais poderosas máquinas de fazer dinheiro nunca antes criadas.

A maioria das pessoas utiliza seus computadores para tarefas simples, como calcular seus próprios impostos. Ou então elas compram um processador de dados para que suas crianças possam escrever redações e obterem maiores notas na escola. Muito poucas pessoas tomam consciência de que seus computadores podem produzir dinheiro, assim também como cumprir com todas essas outras funções. Se seu computador estiver tomando espaço na sua escrivaninha, mas não estiver trazendo nenhum tipo de dinheiro extra, já é hora de você colocar sua máquina para trabalhar em seu benefício.

Claro, a questão lógica a ser feita é "Como o meu computador pode fazer dinheiro para mim?". Computadores são extremamente versáteis e podem ser programados para fazerem qualquer tipo de coisa. Muitos tipos diferentes de funções ligadas à computação podem ser incorporadas num negócio baseado na sua própria casa, mas um dos mais fáceis de se tornar mestre é o processador de dados. Existem dúzias de processadores de dados no mercado, e você deveria ser capaz de ser mestre de algum destes por volta de cinco ou seis horas de prática. E, se você não tiver um computador, não se preocupe. Você ainda pode aproveitar essa ótima idéia de negócios. Muitas companhias de computação fazem máquinas de processamento de dados que são como super máquinas de escrever, combinando as funções das máquinas de escrever com as dos computadores.

Assim que você estiver mais familiarizado com seu processador de dados, preste atenção! Você estará pronto para ir em frente com seu negócio de processamento de dados baseado em casa.

GANHANDO DINHEIRO ESCRREVENDO COM SEU COMPUTADOR

Usar seu processador de dados para fazer dinheiro é fácil. Na verdade, é fácil como achar uma pessoa que precise de um documento a ser criado e que você mande seus serviços a ela. Assim que você ler as sugestões seguintes, terá várias idéias de como utilizar seu computador a fim de fazer dinheiro. Basicamente você tem que fazer o que eu estou fazendo, vendendo tinta no papel (Eu sugiro que você leia também como vender informações por correspondência), mas você não está comprando tinta, você comprou minhas idéias, meus conceitos que tirei do ar e troquei

com DINHEIRO! Vamos explorar poucas das maneiras que você pode utilizar para utilizar seu computador para gerar informação valiosa.

ESCREVENDO JORNALZINHO

Uma companhia bem sucedida precisa manter seus empregados prontos a estarem nas atividades dessa companhia (como compras empresariais exteriores, eventos de recreação da companhia e mudanças de política) e novidades de comércio (como novas legislações que afetem os clientes, novidades a respeito de competições e pedidos de fabricação). A maneira mais fácil e barata de fazer tudo isso é através de um empregado de jornalzinho.

O problema é que a maioria das companhias, especialmente as menores, não possuem o capital para contratar um escritor de período integral. Muitas companhias tentam designar alguém de dentro da organização para escrever seus jornalzinhos, mas essa pessoa não é um escritor, na verdade alguém encarregado disso é geralmente a secretária.

Usando nada mais do que uma máquina de escrever, ela tenta produzir um jornalzinho de boa aparência em poucos minutos, destinado a servir de reserva entre projetos. Sem nada mais a ser dito, o resultado é geralmente menos que espetacular.

Aqui está onde você e seu processador entram em cena. Usando seu computador, você pode facilmente colocar junto um jornalzinho que pareça bem profissional - com colunas, grandes manchetes, gráficos e até figuras. Traga uma amostra de jornalzinho ao negócio e faça o gerente compará-la ao seu atual jornalzinho(se ele tiver um). Então conte-lhe isso incorporando ao seu serviço de jornalzinho, produtividade e lucro brotarão por duas razões. Primeiro, porque ele não estará pagando alguém de dentro da companhia para escrever o jornalzinho. E segundo, porque seus empregados trabalharão mais eficientemente por estarem mais bem informados.

Antes mesmo de você saber, existem de dez a quinze companhias pagando a você para que escreva seus jornalzinhos e provavelmente será por volta daquilo que você pode entregar. Como cada uma delas estará lhe pagando por volta de 300 Reais por mês pelo serviço, você precisará tomar a decisão a respeito de continuar a expandir seu serviço e contratar maior ajuda, ou simplesmente relaxar e deixar o dinheiro entrar.

RELATÓRIOS DE MALA DIRETA

Modas vão e voltam, mas uma coisa que venderá sempre é a informação. Com seu processador de dados, você pode ter uma das melhores mídias de informação sobre novas ofertas e você pode fazer uma boa quantia de dinheiro fazendo somente isso.

Apenas ande pela sua livraria local ou biblioteca e note quantos livros de auto-ajuda, dieta e como fazer para que existam. Isso deve dar-lhe uma idéia de quantos consumidores famintos por essas informações existem. Já que você deve ter lido pelo menos alguns

livros desse tipo, deve saber o suficiente a respeito do assunto para escrever um breve relatório de cinco a dez páginas. Com o computador, você pode fazer o relatório parecer bastante profissional através do uso de páginas numeradas, colunas duplas, pontinhos de separação de tópicos no meio das páginas e um título.

Quando o papel estiver completo, será o momento de começar o procedimento de marketing. Tome um anúncio na seção dos classificados do seu jornal local. Escreva a propaganda de maneira atrativa, para que seus clientes lhe mandem um cheque a fim de aprender mais a respeito do assunto. Aqui estão alguns exemplos.

Está cansado de ler todos esses livros inúteis sobre dieta? TENTE OS SEGREDOS DE COMO CONTROLAR SEU PESO. Mande apenas 3 Reais para...

Encanadores pedem por volta de 100 Reais para fazer uma chamada de casa. SEJA SEU PRÓPRIO ENCANADOR, um novo livro informativo, custa apenas 5 Reais. Para pedir, mande para.. Já que os preços de impressão serão mínimos (entre 25 centavos e 1 Real por relatório) a maior parte do dinheiro que você arrecadar será diretamente ligada ao lucro. E, já que esses relatórios são fáceis de serem produzidos, você pode usar um pouco do arrecadado para escrever e imprimir um novo relatório e vendê-lo da mesma forma. Vê como é fácil fazer tudo crescer como bola de neve?

Aqui estão mais assuntos a respeito dos quais você pode escrever relatórios e vender pelo correio:

- Como crescer um jardim
- Receitas Mexicanas selecionadas
- Pare de fumar
- Como pintar sua casa
- Venda de Mala Direta
- Fazendo sua própria mobília de seu pátio
- Acampando de maneira fácil
- Técnicas fáceis de como ganhar dinheiro.

Se algum destes forem atraentes a você, pense em algo mais. Apenas lembre-se, a idéia deve atrair a um bom número de clientes ou então você não venderá produtos suficientes para compensar seus custos de produção.

SERVIÇO DE DATILOGRAFIA

Quando você começar a usar o seu computador, rapidamente verá as vantagens que você tem além de uma máquina de escrever standard. Você pode facilmente checar sua gramática e ortografia, agrupar suas margens e datilografá-las como desejar, e fazer mudanças universais de um extremo ao outro do documento sem re-datilografar tudo novamente.

Por causa dos aspectos extensivos, seu computador salva seu tempo esforços ao datilografar seus documentos, sendo que você pode passar esses documentos salvos aos seus clientes. Com seu computador, você pode facilmente inserir um documento, copiá-lo, dar uma cópia para a aprovação do cliente, fazer mudanças e então imprimir uma versão final

- tudo em menos tempo do que uma datilógrafa standard levaria para bater uma simples cópia.

Esse é um dos negócios mais fáceis de levantar uma vez que você seja mestre em seu processador de dados, porque tudo que você precisa saber é como datilografar, nenhum outro talento é requerido. Se você tiver um moderno telefone colocado no gancho disponível ao seu computador, pode até enviar documentos através do país ou por volta do mundo tão facilmente como entregá-los do outro lado da rua. Seu maior objetivo nesse negócio é encontrar clientes que precisem de coisas a serem datilografadas. Aqui consta algumas sugestões e palpites de como entrar em contato com eles.

Escritores: Existem literalmente milhares de pessoas nesses países que gostam de escrever também como hobby ou como um recurso ou dinheiro extra. Colocando um anúncio em alguma das várias revistas (como a Veja ou a Isto é) você estará responsável por trabalhos de escritores do país inteiro que quiserem ter seus manuscritos datilografados.

Profissionais: Pequenos negociantes geralmente não se dão ao luxo de manter uma secretária. Negociantes maiores às vezes possuem maiores projetos a serem datilografados mas não desejam contratar algum profissional extra. Nesse caso um datilógrafo pode apresentar um serviço valioso.

Estudantes: Muitos estudantes colegiais e universitários não têm tempo de datilografar seus próprios trabalhos escolares mesmo que tenham habilidade para isso. Especialmente durante exames bimestrais ou finais, um serviço de datilografia pode realmente fazer dinheiro numa escola. Coloque alguns folhetos em todas as salas de aula e quadros de aviso que puder encontrar.

O único requerimento necessário para continuar firme nesse negócio é precisão. Não importando para quem você estiver prestando serviços, eles esperarão por no mínimo 100 por cento de perfeição nos documentos. Sempre cheque, re cheque e cheque uma terceira vez o seu trabalho antes de enviá-lo aos seus clientes.

COMPUTANDO AS POSSIBILIDADES

Como você pode ver, com um computador ou processador de dados, você pode abrir um mundo inteiro de oportunidades de negócios. Se você é um daqueles que ainda está operando sem um computador, você realmente deve pensar em fazer esta grande aquisição. Enquanto a despesa pode parecer alta, um pouco de criatividade é tudo que faz o computador pagar por si próprio.



Como recrutar vendedores para vender para você

Robert Abraham Abergel

COMO RECRUTAR NEGOCIANTES / DISTRIBUIDORES QUE VENDAM O SEU PRODUTO

Todo o mundo sonha em ter um negócio super "Maquina de dinheiro", no qual todo o trabalho seja feito por outras pessoas e as únicas obrigações se restrinjam à aprovação das vendas e ao depósito de boletos bancários. Essa é a única maneira de se crescer como um dono de negócios.

O problema é, no entanto, que não muitas pessoas parecem saber montar um negócio do tipo. Sobre o que você está falando é uma operação na qual oferece o produto e outras pessoas fazem as vendas - uma fonte principal com uma rede de negociantes ou distribuidores.

Partindo do pressuposto que você tenha o produto, também precisará de um kit de venda e muitos materiais que impressionem, chamem a atenção e promovam o seu produto. Se não fornecer ou oferecer materiais com os quais a sua equipe de venda possa vender o produto, passará por um momento difícil inscrevendo as pessoas que possam vender, sendo que provavelmente não alcançará a um grande sucesso relativo ao seu produto.

Vamos dizer que você tenha acabado de escrever um livro - COMO FAZER R\$ 100.000 POR MÊS EM CASA, COM O SEU COMPUTADOR... Tudo bem, para vender esse livro, você deve "por a boca no trombone" para fazer com que as pessoas saibam que o mesmo está à disposição. Anunciar por conta própria vai lhe custar dinheiro e, a não ser que você tenha um bom conhecimento a respeito de publicidade e propaganda, provavelmente nunca conseguirá alcançar o maior potencial de venda possível - ao mesmo tempo, o tempo e esforço empreendidos na tentativa de achar o melhor lugar para anunciar, a colocação de seus classificados, a monitoria de seus retornos e as frustrações de lidar com procuradores curiosos farão com que se canse logo. Realmente, não foi por isso que esperou de sua vida quando teve a idéia de escrever o livro, tornar-se rico e curtir uma vida de lazer.

Então, logo que tiver o seu livro escrito - o livro é o seu produto - pegue algumas propostas de orçamentos de agências de propaganda. Veja a área, os free-lancers e o departamento de publicidade das universidades locais. O que você espera é que essas pessoas façam um circular publicitário que promova e venda o seu produto. Agora, num tipo diferente (talvez menor, como se fosse uma observação), no final do circular, inclua: Procura-se negociantes para esse negócio...

Dê uma olhada em todos as circulares entregues e escolha aquele(s) que considerar o melhor. Então tenha uma reserva do mesmo impressa, obtenha uma lista de mala direta de oportunidades de procuradores e coloque-os na mala.

Logo que tenha colocado essas primeiros circulares na mala, comece a escrever sua carta negociante/distribuidora. Ela poderia ser uma explicação simples a respeito de como colocar um anúncio no jornal sobre um livro que não é seu e, com os pedidos, enviar os nomes e endereços àquele que possui o livro, embolsando metade do valor dos pedidos.

Ao mesmo tempo, essa carta deveria incluir uma cópia do sua circular de venda e uma explicação, re-assegurando aos negociantes/distribuidores de que eles podem reproduzir a circular com seus nomes e endereços no lugar do seu no cupom destinado ao pedido. Você deveria incluir também uma breve nota dizendo poder pré-imprimir esses circulares com o nome e endereço do negociante e enviá-las por um preço de atacado.

Tudo isso faz com que você supra seus distribuidores no que for necessário para promover e vender cópias do seu livro. A linha do final ("Procura-se...") pode fazer com que você alcance muitas pessoas e venda muito de seus livros. Com 1.000 pessoas lhe ajudando, enviando as circulares de venda e colocando pequenos classificados em centenas de publicações de oportunidades, seus custos para fazer com que o negócio vá em frente serão mínimos, ao mesmo tempo em que as vendas de seu livro serão excelentes e subirão muito rapidamente porque muitas pessoas vão vender seu livro.

Lembre-se no entanto, de que precisa de um circular chamativa e impressionante ou um pacote de mala direta para que sua força de venda utilize e também uma carta fácil de ser entendida, colocando as comissões que você dá, o preço de seus livros em quantidades de atacado e a disponibilidade de seus materiais de publicidade aos seus negociantes.

A circular da propaganda deveria ter um duplo propósito - você manda para solicitar vendas do seu produto e, ao mesmo tempo, recruta negociantes que se impressionem com o seu material de publicidade e sintam que podem ganhar algum dinheiro promovendo o seu produto. Novamente, isso não precisa ser nada mais do que uma simples linha "jogada fora" no final do circular: Procura-se negociantes para esse negócio...

Agora que você já está organizado, a próxima coisa a fazer é um contrato para colocarem o maior número possível de pequenos classificados PROCURA-SE NEGOCIANTES... . Esse anúncio pode ser tanto um classificado como um pequeno mas chamativo anúncio de espaço:

"PROCURA-SE NEGOCIANTES! Excelente livro. Vende muito rápido! Todo mundo quer uma cópia! Tenha 10 Reais de lucro em toda venda de 15 Reais! Mande envelope endereçado e selado para: (Seu endereço aqui)"

E então com muita exposição em todas as publicações de mala direta num período de seis a oito meses, você deve ter centenas de pessoas pelo país inteiro vendendo o seu livro. Simples, fácil, mas funciona! TENHA 5.000 NEGOCIANTES DO SEU PRODUTO EM 30 DIAS.

Um outro recurso excelente para distribuir o seu produto é "vendedor independente". Existem indivíduos que são vendedores autônomos e estão sempre dando uma olhada em bons produtos para venderem, juntamente com seus produtos regulares.

Coloque um bom anúncio na seção de classificados de algumas dessas publicações, por exemplo; "nova oportunidade de marca! Vendedor independente procurado nacionalmente. Para maiores informações, entre em contato com (seu nome e endereço)". Você verá o recebimento de milhares de respostas e pode ter certeza que esses vendedor independente fará um trabalho incrível, ao mesmo tempo em que ele também poderá fazer dinheiro apenas com as comissões recebidas.

Uma outra maneira de entrar em contato com "Vendedores de vagão" (um vendedor de vagão é alguém que pega qualquer número de produtos de diferentes empregos e empresas, coloca-o no vagão de trem e viaja pela sua rota vendendo para pessoas que eles sabe que comprarão dele porque são seus clientes. Eles são vendedores excelentes e, quando recebem uma comissão decente, podem fazer um trabalho maravilhoso para vender o seu produto). A melhor maneira de entrar em contato com eles é alugar uma lista de "Vendedores de vagão" de um vendedor de listas e escrever uma carta detalhada descrevendo o produto que deseja vender e quanto de comissão oferece.

Na minha pagina da internet e no meu kit WBS estou oferecendo varias oportunidades para você o leitor a tornar-se um revendedor dos meus livros e manuais. (011-3061-2698 ou pagina da internet www.seminarios.com.br e clique sobre o botão "REVENDEDORES" OU "CLONAR"). Por exemplo você pode comprar uma dúzia de manuais ou livros (capa em 4 cores 180 paginas) PENSE E ENRIQUCE) Por preços muito acessíveis e revender cada livro por preços de 10 a 20 reais. O mecanismo de como vender esta sendo dado gratuitamente quando você faça seu primeiro pedido.

Quanto o maior de número de pessoas você consegue tornar revendedores, maior será o valor de seus lucros. Construindo o meu negócio a partir do zero nos últimos dez anos, percebi que, uma vez que você estabeleça uma rede distribuidora - ou uma lista de pessoas que vendam para você - pode adicionar centenas de produtos relacionados, sendo que os pedidos continuam entrando e entrando. Dê-se uma chance e veja como isso pode ser fácil e lucrativo para você!



**COMO FAZER LUCROS EXCELENTES
USANDO SUA SECRETÁRIA
ELETRÔNICA
COMO FAZER LUCROS EXCELENTES
USANDO SUA SECRETÁRIA
ELETRÔNICA**

Fazer propaganda não precisa ser caro. Existem muitas maneiras de anunciar de maneira barata. A melhor delas são os anúncios classificados. Infelizmente, muitas pessoas não utilizam os classificados de maneira certa. Elas tentam vender um produto diretamente do anúncio. A melhor maneira de usar um classificado é com o "método de duas etapas".

Tradicionalmente, esse fato tem significado que o cliente responde diretamente a um anúncio classificado a fim de obter maiores informações, como as apostilas, panfletos, etc. que você manda ao cliente para vender.

Há uma maneira nova, no entanto, de obter clientes que comprem os seus produtos, usando um anúncio nos classificados. É fácil para o cliente, rápido e, geralmente, obtém uma resposta MAIOR do que pelos anúncios de espaço. Ele é chamado de "ANÚNCIO CLASSIFICADO QUE SE EXPANDE". Esse método de propaganda requer uma secretária eletrônica. Está bem. Você precisa de uma secretária eletrônica que possa dar uma mensagem de SAUDAÇÃO de no mínimo três minutos.

O seu anúncio dirige os leitores a telefonarem ao número da sua secretária eletrônica, onde ouvirão uma poderosa mensagem de venda a respeito do seu produto ou serviço. Eles então estarão dirigidos a mandar um pedido ao endereço que você dá na gravação, ou então eles podem deixar seus nomes e endereços, e você lhes mandará sua LITERATURA DE VENDA de produto (pagamento à vista na entrega).

O primeiro e mais importante passo é escrever uma mensagem de venda para o seu produto. Tenha em mente que se você puder deixar uma mensagem de três minutos, terá somente dois minutos para descrever os benefícios de seu produto ao seu cliente potencial. Note que eu não disse para você descrever o seu produto. Descreva os benefícios.

Por exemplo, se você estiver vendendo um livro sobre os segredos de como tornar se bem sucedido no negócio de mala direta, não lhes diga: "Meu livro tem um capítulo sobre listas de envio e um capítulo sobre mandar mercadoria através de outro fornecedor e um..."etc. Dê-lhes uma poderosa explicação sobre como eles se beneficiarão diretamente utilizando o seu produto:

"Você não desperdiçará dinheiro algum com listas-lixo de envio de mala direta depois de ler meus segredos do capítulo 4... Você aumentará sua margem de lucro usando os métodos de mandar mercadoria através de outro fornecedor descritos no capítulo 6".

Isso é muito mais persuasivo e convincente à pessoa que estiver ouvindo, e fará muito mais pedidos. Pratique a leitura de sua mensagem com entusiasmo. Esteja certo de que ela cabe em dois minutos, sem parecer apressada. Entregue-a de maneira já realista e excitante. Seu objetivo é fazer com que o ouvinte fique excitado, de maneira que ele esteja pronto a partir com o dinheiro e possa dividir os incríveis segredos do seu produto. Não os engane, dê-lhes a impressão de que está confiando neles. Isso funcionará.

Agora grave sua mensagem. Não se preocupe se você não soar tão bem como num anúncio de TV. Apenas fale claramente e com emoção. Use os três minutos de sua mensagem para dar mais alguns detalhes. Dê ao cliente uma fácil maneira de compreender a versão do seu endereço, para mandar-lhe uma outra carta de venda. Dê-lhe também detalhes completos sobre seu PAGAMENTO.

A seguir vem o anúncio classificado. Existe uma maneira de escrever um classificado para esse fim que é melhor do que as outras maneiras. Aqui está uma amostra que você deveria ser capaz de adaptar ao seu produto. Ele usa o produto descrito abaixo:

"Dobre os lucros do seu
negócio de mala direta!
Inacreditável mensagem
gravada conta segredos...
Ligue (011) 3471-6169, 24
horas!"

Por não precisar usar palavras sobre seu endereço, você pode ser mais sucinto no seu anúncio. O anúncio acima, no entanto, tem apenas quinze palavras, que é o mínimo em muitas publicações. E, no entanto, é excitante com "Dobre...Lucros", "Inacreditável" e "segredos" sendo a ação das palavras. "24 horas" também pode ser um termo motivante aos leitores. E tudo isso terminará lotando a linha de telefone colocada no anúncio, então esteja certo de usar uma segunda linha e não a sua linha principal... você não será capaz de receber outros tipos de telefonemas!

O que vai acontecer é que as pessoas ligarão ao ver o anúncio e, se sua mensagem de venda for boa, eles pedirão seu produto. Tente colocar um classificado de 15 palavras que realmente venderá seu produto! Isso não é possível. Agora, "expandindo" seu anúncio classificado, pode realmente fazer vendas com despesas muito mais baixas do que se tivesse enviado informações ou colocado anúncios de espaço.

Pode ser difícil utilizar uma secretária eletrônica, pois ela faz com que duas pessoas não possam lhe telefonar ao mesmo tempo, sendo que enquanto uma recebe a sua mensagem a outra recebe sinal de telefone ocupado. Mas já existe no Brasil um programa ainda melhor, chamado de Telefone Virtual ou correio de voz ou caixas LIGUE-VOZ. Para Ter um melhor idéia de como o correio de voz funciona, ligue para meu correio de voz e escute uma mensagem gravada de 3 minutos. (011-3471-4079 ou 011-34714074). A mensagem pode ser ouvida por mais de uma pessoa por vez, sem dar sinal de ocupado, sendo que depois, sua caixa ligue voz vai terminar a mensagem da saudação e pedir da pessoa que acabou de ligar e ouvir sua mensagem a fazer uma das seguintes coisas:

- ❖ Deixar recado do endereço e CEP assim você pode enviar-lo suas literaturas ou catalogos.
- ❖ Ou ele pode ser apontado para outras fontes de informação tais como; pagina de internet, outra caixa ligue-voz, ir para algum local, anotar o endereço (seu) e enviar para você selos,

Se você fez com que sua mensagem de saudação faz com que ele vai deixar um recado, você então pode resgatar os recados ou as mensagens e ter controle de quantas mensagens recebeu. A sua linha de telefone não precisa ser ocupada com isso. Esse esquema funciona assim:

Você pode usar os serviço das caixas LIGUE VOZ e LIGUE FAX da empresa American Seminars 011-3256-4666 Ou 011-3061-2698. Esta empresa oferece uma linha de telefone virtual que você pode controlar de qualquer telefone, gravar sua mensagem de saudação de 3 minutos de qualquer lugar e hora.

O preço é só R\$ 120 para cada 3 meses (R\$ 40 mês - preço ano 2006) Reais por mês ou se você pede um plano semi-anual e o serviço sai mais barato ainda.

Ligue para minhas linhas virtuais (elas estão sendo atualizadas de vez em quanto e escute as mensagem excitantes que eu use para vender meu peixe:

ligue para 3471-6169, 3471-4072, 3471-4074, 3471-4079

011-3471-4016 (este é uma linha de fax virtual. Ligue de qualquer aparelho de fax para este telefone e disca a senha 7451 e você vai receber na sua maquina de fax 5 paginas de texto oferecendo a você algo super legal, comprove!)

Ou ligue para 011-3471-4090 e aperte o botão START em seguida para receber varias paginas via seu aparelho de fax.

Se você quer aprofundar neste assunto, sugiro que você visite a pagina www.seminarios.com.br e ali pode encontra um relatorio titulado: 22 maneiras para ganhar dinheiro com sua caixa Ligue-Voz e Ligue- Fax.

COMO FAZER FORTUNA COM SEMINARIOS DE AUTO APERFEIÇOAMENTO

Robert Abraham Abergel



COMO FAZER SUA FORTUNA COM SEMINÁRIOS DE AUTO-AJUDA

Desde os tempos mais remotos, as pessoas mais ambiciosas do mundo têm atribuído alguns "segredos indescritíveis" ao sucesso dos ricos. Essas pessoas têm gasto e continuarão a gastar, milhões de dólares para cultivarem estes "segredos" entre si.

Particularmente a partir do começo da década de setenta, tem existido uma demanda crescente por parte do público para assistir a aulas, workshops e seminários de auto-ajuda que possibilitem-no a alinhar seus pensamentos e ações através dessas pessoas que já tenham atingido o sucesso.

A popularidade de livros best-sellers do tipo "como fazer" VENCER É ACREDITAR... PENSE E TORNE-SE RICO... COMO DESENVOLVER UMA PERSONALIDADE VENCEDORA... SUPERANDO A TIMIDEZ... IMAGINANDO... NOVAS OPÇÕES DE VIDA... VENCENDO COM NEGÓCIOS... COMUNICAÇÕES VISUAIS-VERBAIS BEM SUCEDIDAS... CONVERSANDO DE MANEIRA TRANSFORMADORA... INTELIGÊNCIA EMOCIONAL... e muitos outros incontáveis dá um reforço à "necessidade" de seminários de auto-ajuda. Você pode promover e dar esses seminários tanto como uma visão geral do assunto quanto como um especialista de determinada área específica - e obter dinheiro quase que além de sua imaginação atual! O potencial desse mercado ainda mal começou, proporcionando uma verdadeira oportunidade de construção desse campo para aqueles que têm a energia e a iniciativa para entrar em ação.

Uma versão mais profunda de 2 horas em fitas K-7 (SUPER SEMINARIO: COMO TORNAR SUA FALA PARA DINHEIRO) esta disponível na minha pagina da internet www.seminarios.com.br Robert Abraham : (011) 3061-2698

Dale Carnegie -- autor do livro "Como ganhar amigos e pessoas de boa influência"-- foi certamente um dos primeiros, se não o primeiro professor de seminários de auto-ajuda relacionado ao mercado. Voltando-se à grande depressão dos anos 30, ele reconheceu a necessidade das pessoas de melhorarem o aproveitamento próprio. Fez um acordo com a diretoria local YMCA, fazendo todo o mundo saber que estava oferecendo aulas de auto-ajuda. O resto da história é uma das

clássicas e verdadeiras a respeito de um desempregado que se tornou multimilionário.

Um seminário de auto-ajuda é conduzido praticamente da mesma maneira que um encontro do tipo Toastmaster's (uma reunião gratuita aberta ao público feito a fim de ensinar como perder o medo de falar em público)... Ele pode ser feito em qualquer lugar, desde uma atmosfera informal como a sala de estar de alguém, como um lugar dos mais formais possíveis, o Centro de Convenções do Hilton Hotel.

Basicamente, um seminário de auto-ajuda é uma reunião na qual uma ou mais pessoas conversam a respeito de um assunto específico. Na maioria das vezes, apenas um determinado aspecto da auto-ajuda, como "O desenvolvimento de uma atitude mental positiva" por exemplo, torna-se a linha condutora do seminário. Em outras palavras, os seminários mais bem sucedidos são aqueles que lidam com "áreas especializadas" de auto-ajuda.

As pessoas que dão seminários geralmente acabam fazendo seus discursos com sessões de perguntas e respostas. Muitos deles acabam por circular pelo meio do público, com muitas oportunidades de compras de livros de auto-ajuda e fitas de acordo com os desejos diários de motivação do público, reforçando o que esse mesmo acabou de ouvir. Às vezes até mesmo como uma característica do seminário -- existe uma grande quantidade de motivação projetada nesses encontros. Na linha final, o maior objetivo desses seminários é a motivação, mais do que o aprendizado de algo que o público na verdade já conhece. As palavras favoritas da maioria daqueles que dão seminários é geralmente "Essa é a diferença entre ter um sonho e tomar ação diante desse mesmo -- uma questão de dizer Eu posso, acreditando e então realizando -- porque você pode!"

Os seminários bem sucedidos são geralmente baseados no conceito de dar ao espectador a força para acreditar que pode. Os palestrantes geralmente falam a partir de experiências adquiridas de suas próprias vidas. Seminários de auto-ajuda dão ao público os instrumentos -- e a motivação -- para ter sucesso Assim, um seminário bem organizado e apresentado que ajude as pessoas a chegarem ao caminho do sucesso não pode ajudar, mas bem ter sucesso, porque somos uma sociedade orientada de maneira bem sucedida -- essa é uma venda fácil, que proporciona um potencial de renda ilimitado, somente através de sua habilidade de expressar-se.

Você não precisa de um escritório para tornar-se grande com seminários de auto-ajuda. O público não fará visitas, é você quem leva o programa até ele. Seminários de auto-ajuda são atraentes a quase todo mundo, desde trabalhadores simples até os maiores executivos.

O custo médio para assistir-se um seminário é por volta de 300 Reais - - de modo que a maioria do seu público virá de uma faixa de renda alta -- mas se você entregar os aspectos promocionais de maneira adequada, também conseguirá pessoas de baixa renda que assistam o seminário.

Muitos promotores de seminários empregam times de vendedores para telefonarem a grandes executivos para que eles banquem alguns custos

parcialmente ou até mesmo paguem a conta para o patrocínio de um "grupo de seminário" de determinada empresa. Em troca, a empresa desses executivos pode ser divulgada pelo seminário, ou então o palestrante pode oferecer alguns ingressos do seminário aos empregados da empresa. Muitos palestrantes especializados produzem mais do que 100000 dólares por ano com uma motivação regular e/ou seminários de auto-ajuda dessa moda.

No entanto, no começo, você iniciará estagiando seminários para o público em geral, em restaurantes, salões de festas, salões de dança e centros de convenções. Isso incluirá custos de publicidade, taxas de aluguel do espaço e um inventário atual dos materiais que quiser vender às pessoas que assistirem aos seus seminários.

Geralmente, é melhor que você faça a uma propaganda intensiva de rádio durante a semana que preceder a data do seu seminário. Numa área metropolitana de meio milhão de pessoas, você deveria gastar meio milhão de dólares em propaganda de rádio, mais por volta do mesmo custo para anunciar num jornal caro. Alguns promotores de seminários investem um quarto de seus orçamentos em jornal, e metade em rádio. É claro, o empréstimo de seu orçamento em jornais deve ser relacionado a sua própria experiência relativa ao mercado publicitário. A propaganda de televisão não é muito recomendada, a não ser convites para serviços comunitários em "talk shows".

A maioria dos promotores gastam todos os seus esforços e dinheiro para promoverem uma série de seminários grátis. Estes seminários grátis geralmente trazem multidões, sendo que vendedores de empresa especiais envolvem todo mundo em histórias super-motivadoras que fazem com que esse público fique com água na boca e queira mais. Estes seminários grátis duram em média de 45 minutos a 1 hora, tendo como objetivo único a motivação do público.

Para cada pessoa que sai do seminário é entregue uma apostila relativa ao que ela acabou de assistir. É uma tentativa feita em função de conseguir o comprometimento de alguém -- no mínimo um depósito pelo custo do evento, que geralmente é feito a semana toda. Aqueles que comprometerem-se a assistirem o maior seminário são então contatados por vendedores telefônicos profissionais e receberão informações completas a respeito do horário do seminário e a data do mesmo. Com uma boa propaganda, vendedores motivadores, programas atrativos de brochuras e vendedores por telefone experientes, você pode contar com a presença de 30 a 35% daqueles que assistiram aos seus seminários grátis.

Se você não tiver a confiança ou inclinação para participar-- ser o principal palestrante-- você pode contratar pessoas treinadas em seus seminários, profissionais de especialidades médicas, experts conhecidos através do jornal de sua área e/ou palestrantes conhecidos nacionalmente que queiram trabalhar em palestras.

Finalmente, uma reiteração do fato de que existem milhões de pessoas por todas as partes do país querendo e podendo pagar pelas suas aulas de auto-ajuda. Você pode começar com encontros em sua sala de estar ou

restaurante local. Colocar isso em movimento só depende de você e de um empurrão para fazer acontecer. Muita sorte, vá em frente.

O PROCESSO DE DAR SEMINÁRIOS, PASSO A PASSO

Passo 1: Encontre um assunto de atração em massa e estude-o completamente (neurolingüística, auto estima, inteligência emocional, etc). O maior medo de qualquer um que queira ser o palestrante do próprio seminário é o de falar em público. Para superar este medo você deve fazer três coisas:

A. conhecer muito bem o assunto escolhido

B. praticar seu seminário em um grupo pequeno de amigos e receber o feedback honesto

C. fazer uma série de transparências, que servirão a um duplo propósito: eles ajudarão a lembrar o material e facilitarão o entendimento e a explicação do material ao público.

Se você não puder encarar um público, poderia ainda contratar um palestrante para falar no seu seminário. O pagamento do palestrante é determinado de acordo com a sua fama e prestígio. Se acontecer do seu seminário ser barato, você ainda pode fazer um bom dinheiro se o palestrante que você contratar for ciente de todos os seus custos. Nesse caso você deveria ser totalmente honesto com ele e mostrá-lo seu lucro líquido.

Passo 2: Uma vez que você tiver todo o material relativo ao seu assunto pronto, deve procurar por um lugar a ser alugado para o seu seminário. Este lugar pode ser o seu próprio escritório ou uma sala especial de um hotel. Eu sugiro que você cheque os preços dos hotéis, porque alguns são muito baratos, sendo que você pode ficar surpreso com os tipos de negociações. Alguns outros são realmente muito caros, não faça essa opção. Eu, pessoalmente, já negocieei 150 Reais por dia por uma sala para 120 pessoas, num hotel no coração de São Paulo.

Passo 3: Determine o preço. Essa é uma parte muito importante, porque, quanto mais barato for o seminário, mais ele será percebido e procurado; da mesma forma, quanto mais caro ele for, o menor número de pessoas vai atrair. Se você tiver um assunto quente, poderá fazer seminários muito baratos e ainda ganhar muito dinheiro.

Passo 4: Determine sua abordagem de mercado. Como você deveria vender seus seminários? Campanha pelo correio: use uma campanha pelo correio quando seu seminário custar 60 Reais ou mais. Você poderia comprar uma lista de nomes atualizada em sua região e enviá-la com uma carta bem convincente. Existem cartas que podem dar-lhe bons resultados e outras que não. Para ter algumas idéias de como escrever essa carta, veja o meu relatório: "Como escrever cartas de venda de dêem resultados".

Passo 5: Determine a data de seu seminário. Quanto mais caro ele for, mais longo será o ciclo de publicidade. Se seu seminário custar apenas 60 Reais, você deveria começar com uma campanha de 3 semanas de antecedência. Agora, se seu seminário for do tipo caro, comece a promovê-lo por volta de 5 a 6 semanas antes.

Passo 6: Vamos dizer que você já esteja preparado com o material relativo ao seu assunto, tenha feito uma reserva para o local dos seminários num hotel e também tenha começado sua campanha publicitária. Se já tiver feito tudo isso, só falta responder aos telefonemas e assistir a entrada de dinheiro. Se você perceber que recebe uma resposta por semana pelo seu anúncio, quer dizer que deve modificar o anúncio imediatamente. Eu repito que o segredo para uma boa propaganda é testar, testar e testar.

ANUNCIANDO SEU SEMINÁRIO

Não há dúvida de que o maior custo de seu seminário é o de propaganda. Dependendo do seminário, você poderia colocar dois tipos de anúncios: os de espaço ou os classificados. Os anúncios de espaço são muito caros, podendo custar-lhe milhares de dólares. Se o seu seminário endereçar lugares relacionados a finanças ou a marketing, o único lugar onde você deve anunciar é na Gazeta Mercantil, o que custa caro. Nesse papel você poderia anunciar seminários extremamente caros (eu trabalhei com uma firma que promoveu um seminário para banqueiros que custava 1200 Reais por dia, por pessoa). Em termos de preço, nunca anuncie seu preço, a não ser que seu seminário seja muito barato. Anunciar seu preço fará com que os interessados fiquem curiosos, sendo que eles simplesmente não telefonarão e você perderá a oportunidade de ter um cliente ou um participante no seu seminário.

Dependendo da publicação, quanto melhor for a tiragem, mais essa mesma custará. A minha experiência foi que a Folha é muito melhor que o Estadão para promover seminários. Isso porque os leitores da Folha são mais sofisticados do que os do Estadão. Se seu seminário custar menos de 60 Reais, você pode colocar um classificado no jornal escolhido e esperar pelas chamadas. Aqui, novamente, você deve ser dotado de habilidades para escrever anúncios que obtenham boas respostas. A regra para isso é simples:

SEMPRE TESTE O SEU ANÚNCIO.

Você nunca poderá saber o resultado de um anúncio ou de uma carta de venda se não publicá-los e esperar pelos resultados. O objetivo desse anúncio é fazer com que os interessados tenham curiosidade e fazer com que comprometam-se a assistirem seu seminário e pagarem o preço. Você deve ser capaz de atender o telefone e vender, pelo telefone. Senão, perderá um monte de clientes potenciais.

MÉTODO DE PAGAMENTO:

Novamente o método de pagamento será diferente se você vender um seminário barato ou caro. Se seu seminário for barato, faça com que as pessoas comprometam-se ao encontro. Você pode dizer-lhes que o seminário tem um número limitado de vagas, sendo que eles deveriam fazer suas reservas imediatamente. Anote seus nomes completos e números de telefone. Com esse método você pode esperar por 40 a 50% de taxa de "não-comparecimento". Fora isso, se tiver um seminário muito barato, de 30 Reais, por exemplo, ainda poderá obter uma renda excelente. Veja como:

Você anotou o nome de 200 pessoas que disseram que compareceriam > Dessas 200 pessoas você sabia que somente 100 - 120 realmente compareceriam Vamos dizer que 100 pessoas compareceram ao seminário. Esse é um lucro total de R\$3.000 Reais por um dia de trabalho. Descontando os gastos, você tem por volta de 2.000 a 2.500 Reais, o que não é nada mal para apenas uns dias de trabalho. Seminários baratos apresentam a vantagem de baixo risco e freqüência alta. Você pode fazer um seminário barato com uma freqüência de uma vez por semana, dependendo do assunto a ser tratado. As desvantagens de seminários caros são o alto risco, o alto custo de propaganda e o longo ciclo - baixa freqüência. Se você for novo nesse assunto eu sugiro que comece com um seminário pequeno, trabalhando de maneira a iniciar de maneira moderada e depois ir aumentando, porque, exceto o risco de um seminário caro, você pode colocar muito dinheiro no bolso.

Você pode variar esse método fazendo com que os clientes depositem o dinheiro em sua conta e que você mande o recibo para eles por fax, com os respectivos nomes. Se o seu seminário for do tipo caro, mande um fax aos clientes que inclua o programa do seminário com informações sobre o preço e o pagamento incluindo o número de sua conta, deixando um espaço para que eles preencham com seus dados pessoais e mandem-lhe de volta como prova de pagamento. Você deve fazer isso para que as pessoas comprometam-se a ir ao seu seminário, senão, perderá dinheiro. Eu já fiz um grande número de seminários no Brasil, com um grande alcance, sendo que minha experiência tem mostrado que, em um dia, você pode fazer de 1000 a 60,000 Reais, dependendo de sua clientela.

OUTRAS OPÇÕES DE PUBLICIDADE SUPLEMENTARES

- Posters em quadro de boletins
- Propaganda de rádio
- Publicidade grátis (compre o relatório "como conseguir publicidade grátis para o seu negócio")
- Folhetos deixados em lojas de livros e outras localidades chaves
- Encartes de jornal. Você pode pedir ao jornal para inserir um encarte - um papel lustroso que explique o seu seminário. Isso pode ser caro, mas, novamente, dependendo do público, você pode conseguir lucros altos.

OUTROS PONTOS A SEREM LEMBRADOS

Sempre ofereça um material suplementar aos participantes, como uma apostila Ofereça um diploma. Eu fiquei surpreso ao ver como as pessoas apreciaram seus "Diplomas". Ele realmente aumenta valor ao seu seminário Ofereça coffee breaks (compre algumas bolachinhas ou tenha o suporte de algum restaurante com café e outros comes e bebes. Se negociar bem, pode obter acordos muito bons) Se for um caro seminário num hotel, ofereça almoço aos participantes, eles apreciarão. Sempre negocie de maneira a mais proveitosa possível.

Como você pode ver, os seminários podem dar-lhe muito dinheiro se tiver um assunto quente. Os seminários pertencem à categoria de venda de informação. Você realmente vende ar, mas esse "ar " tem um valor

muito alto. Dê uma olhada nesse relatório que você está lendo. Eu coloquei, nessas poucas folhas de papel, anos de minha experiência, tentativas e correções. Sim, eu caí muitas vezes, mas, ao invés de você cair e gastar centenas e milhares de reais desnecessariamente, comprou esse relatório e duplicará o mesmo processo. Esse relatório também pertence à categoria de "venda de ar", mas veja os lucros: vendendo-lhe tinta no papel eu mostro-lhe que o ar pode ser a mais lucrativa comodidade.

Eu já proporcionei seminários muito famosos com um grande alcance de assuntos. Se você estiver interessado, eu posso ser contratado para dar um seminário que você tenha organizado em sua cidade. Aqui está uma lista de alguns dos meus seminários

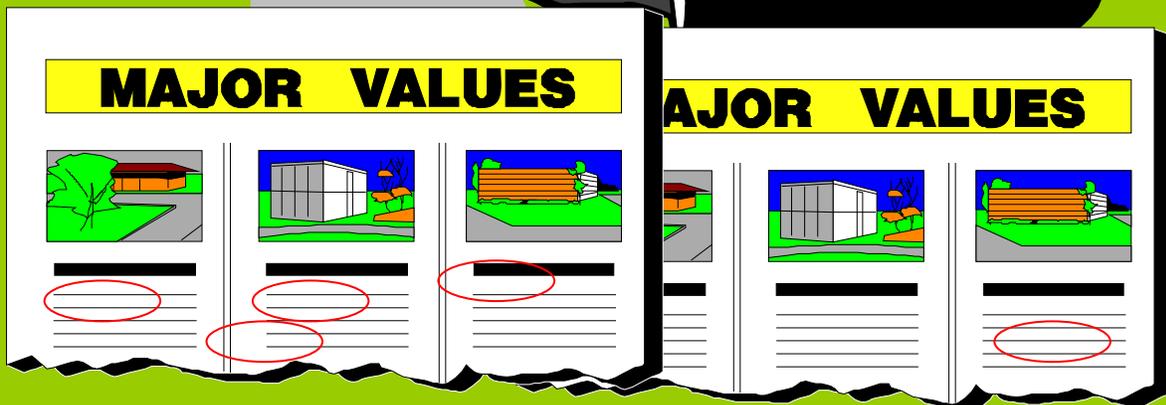
- Memória Poderosa POWER MEMORY
- Segredos de fechamento de vendas
- A psicologia da venda
- Métodos de vendas avançados
- Truques e segredo de negociação
- Segredos de persuasão poderosa
- Múltiplas fontes de renda
- Neurolingüística
- TORNE SE UMA CALCULADORA HUMANA

Se você quiser fazer dinheiro, também pode promover um seminário no qual eu seja o palestrante. Você organiza o evento e eu dou o seminário por uma taxa a ser discutida. Se você for uma pessoa ambiciosa e com iniciativa, eu o encorajo a fazer isso. Uma outra maneira que poderia dar-lhe dinheiro seria promover minhas vendas de seminários no mercado. Sempre que você trouxer uma empresa que feche negócio comigo, ganhará comissão. Se quiser promover as vendas de meus seminários a empresas que tenham um time de venda, ligue para mim e eu fornecerei o material dos seminários.

Uma versão mais profunda de 2 horas do mesmo tema, gravada em 2 audio CDs (SUPER SEMINARIOS: COMO TORNAR SUA FALA PARA DINHEIRO) esta disponível na minha pagina da internet www.seminarios.com.br

Robert Abraham : (011) 3061-2698

Como fazer fortunas com anúncios Classificados



COMO FAZER UMA FORTUNA COM ANÚNCIOS CLASSIFICADOS*

(*Uma apresentação mais profunda em fita cassete esta disponível em nossa pagina da internet www.seminarios.com.br e também o manual "TATICAS DE GUERRILHA PARA GANHAR FORTUNAS COM A INTERNET" - 75 paginas)

Você está pronto para fazer dinheiro- montes dele? Se você estiver pronto para cumprir com seus sonhos e realizar seus objetivos, os anúncios classificados de mala direta são a sua passagem para o sucesso.

Você tem o necessário agora mesmo. Os anúncios classificados são a melhor maneira de receber respostas \$ Real por \$ Real em propaganda, sendo que você pode ganhar muito dinheiro no produto em que estiver investindo. Os anúncios classificados são os mais fáceis de serem escritos, os mais fáceis de serem colocados nas publicações e os mais baratos. Eles requerem somente uma simples continuação e trazem centenas de \$ Reais em vendas.

As pessoas lêem os classificados com um propósito. Estão procurando especialmente por algum produto, serviço ou informação que seja atraente. Um classificado bem colocado trará centenas ou até milhares de respostas, mês a mês, ano a ano. Você não precisa ter uma escritório para fazer dinheiro com classificados de mala direta. Qualquer iniciante pode realizar uma segunda renda fixa ou desenvolver um estável e integral negócio através de anúncios classificados.

Mas você deve ser persistente. Você deve QUERER FAZER DINHEIRO, e Ter vontade de continuar seguindo em frente com o seu negócio... Se fizer isso, verá que ser bem sucedido é fácil - apenas siga os passos, um por um, subindo a escada até o seu ponto mais alto.

O QUE EU DEVERIA VENDER?

Dê uma olhada nos anúncios classificados nas revistas e jornalzinhos que você ler. Eles estão cheios de ofertas de serviços, produtos e informações... E soam bem. Os anúncios mostram entusiasmo pelos materiais que estão sendo oferecidos.

Em qual deles você poderia entrar? Existem muitos tipos de interesses especiais que podem ser encontrados constantemente. Qual deles você poderia oferecer pela mala direta? Talvez você já tenha um produto a ser distribuído, como selos ou moedas, uma engenhoca, ou um kit de "faça você mesmo". Ou talvez você possa vender por atacado, ou produtos excelentes que dêem um bom lucro. Convênios estão sempre em demanda. O tipo de produto mais bem sucedido na mala direta é a INFORMAÇÃO. Informação especializada em forma de idéias, economia de dinheiro ou auto-ajuda pode ser feita facilmente com gastos muito pequenos e ser lida e VENDIDA COM UM ALTO LUCRO. Informação na forma de como construir ou fazer algo é um *best seller* constante. As pessoas

sempre estão procurando por maneiras mais simples, mais baratas ou melhores de melhorarem suas vidas. O que você pode oferecer para elas?

A ABORDAGEM EM DUAS ETAPAS

O método comprovado de venda de itens de mala direta ou de informação é chamado de abordagem em duas etapas. Basicamente, você coloca um pequeno anúncio classificado nas costas de uma revista ou jornalzinho. O anúncio não menciona preço, mas diz para o leitor escrever a fim de obter maiores detalhes. Uma vez que você receba um pedido de informação, mande informação a respeito do que tem para oferecer, e veja as pilhas de pedidos irem aumentando. Essencialmente, um classificado de mala direta compra um nome e negócios potenciais. Ele deve apenas equilibrar os gastos aos verdadeiros pedidos. O verdadeiro dinheiro vem de vendas subseqüentes. O lucro começa na segunda venda e torna-se maior na medida em que as vendas continuam.

POR QUE NÃO COLOCAR O PREÇO NO CLASSIFICADO?

Você terá muito mais respostas de um anúncio classificado de informação gratuita do que de mercadorias, por qualquer preço. E, já que você quer um CLIENTE POTENCIAL, você terá maiores pedidos de informação por materiais que quiser vender posteriormente. Pedir uma pequena taxa para cobrir a postagem ou preço de pedido de informação nunca fará com que você atinja o equilíbrio.

As pessoas não ficarão incomodadas se você cobrar uma pequena taxa, mas não tente lucrar dessa forma. Lembre-se que seu objetivo maior é obter clientes potenciais e depois verdadeiros compradores. Se perceber que seu anúncio está atraindo pessoas que não estão interessadas na sua oferta, você pode mudar a propaganda a algo mais específico como o que você realmente tem para oferecer.

ONDE COLOCAR OS CLASSIFICADOS

O melhor conselho para colocar anúncios classificados é seguir o líder. Procure onde estão sendo vendidas outras mercadorias da mesma categoria que a sua e faça o mesmo. O negócio de mala direta não é um lugar para ser muito diferente, especialmente como iniciante. Mesmo que seu produto deva ter uma atração diferente da dos outros, mantenha-se com a maioria e anuncie nas mesmas publicações. Procure por negócios repetitivos. Você pode rever matérias das costas da revista ou do jornalzinho na sua biblioteca ou comprar algumas cópias das publicações nas quais você deveria anunciar. Se um certo anúncio tiver aparecido periodicamente, pode ter certeza de que é vencedor.

Escreva para obter detalhes de algumas das ofertas similares à sua. Você deveria até mesmo comprar uma amostra ou duas do produto, de modo a ter uma boa idéia do que tem sido oferecido, como os anúncios são colocados e que tipos de preços são bem sucedidos. Se você tiver um produto específico ou informação que seja apropriada a um tipo especializado de revista, cheque todas as revistas que possuam o mesmo tópico... Que publicação carrega a maioria dos anúncios? Como é a circulação dessa publicação? Uma revista com uma circulação maior deve

custar mais para colocar um anúncio, mas economizar colocando anúncios mais baratos não seria um bom investimento se isso não trouxer pedidos.

Considere seu anúncio \$ Real por \$ Real. Quantas pessoas lerão seu anúncio pelo custo tomado para colocar o classificado? Muitos produtos têm razões especiais e os anúncios classificados não são diferentes. Em dezembro, geralmente muitas respostas variadas aparecem, por causa da época de festas, sendo que esse não é um bom mês a ser incluído nos seus testes .Os meses de verão geralmente são mais lentos para respostas de classificados e pacotes de mala direta. O melhor momento para testar seus anúncios são os de outono, inverno e primavera.

O QUE É TESTAR?

O elemento mais importante na propaganda do negócio de mala direta é o teste. Você precisa não somente descobrir se o seu produto venderá, como também qual seria o melhor preço a ser pedido por ele. Você deve testar as revistas. Uma não deve levar ao mesmo número de respostas do que outra. Ou, após três meses, ela pode não puxar mais resposta alguma. Então mude para outra publicação. Você deve tentar muitas publicações, ao mesmo tempo, com o mesmo anúncio para poder julgar qual das revistas apresentou a melhor resposta \$ Real por \$ Real. No entanto, não seja muito precipitado em desistir de uma publicação.

Às vezes demora três ou quatro meses para que as inserções repetidas dêem as suas porcentagens apropriadas. As pessoas tornam-se mais seguras com um anúncio repetido, ou então devem deixar o anúncio passar pela primeira ou segunda vez, até elas decidirem pedir por maiores informações. Outros tipos de elementos que você deve estar testando são os tipos de pedidos por maiores informações e o pacote que contenha a carta de venda e a brochura. Você também precisará testar a frequência e o número de vezes para continuar com o envio das malas depois de ter uma boa lista de clientes. Testar é o número do jogo e é aí onde você precisa ser perseverante. Não desencoraje-se. **DÊ-SE UMA CHANCE.** Por causa do baixo custo de anúncios classificados vale a pena a sua insistência.

VOCÊ PODE LUCRAR

TIPOS DE ANÚNCIOS

Existem três tipos de anúncios classificados; qualificados, parcialmente qualificados e cegos. O anúncio qualificado é específico. Ele inclui vários detalhes para informar o leitor sobre o que você está vendendo... As pessoas que respondem aos anúncios qualificados em alto grau, geralmente estão especificamente interessadas e produzem a melhor qualidade de prospectos com a mais alta porcentagem de vendas. Já que o anúncio deve ter poucas palavras a mais, é mais caro de ser colocado. O anúncio parcialmente qualificado oferece um benefício especial, assim como dinheiro ou auto-ajuda.

Os leitores têm alguma idéia a respeito do que você oferece, mas não conhecem as especificações ou maiores detalhes. Já os anúncios cegos oferecem somente poucos detalhes, são baratos de serem colocados

devido ao tamanho ser pequeno e trazem o maior número de respostas. No entanto, os anúncio cegos produzem a menor porcentagem de verdadeiros pedidos porque são respondidos com freqüência só para matar a curiosidade do leitor.

O melhor lugar para começar é - você adivinhou- o meio. Um classificado parcialmente qualificado é um bom anúncio de teste. Ele não precisa ser muito específico a respeito do seu produto, trazendo pedidos de informação que podem ser usadas outra vez e mais outra, para itens relacionados. Você pode reescrevê-lo com maiores detalhes ou organizá-lo para utilizar novamente mais tarde. Qual é a melhor norma? LUCRO. Se você comparar os verdadeiros pedidos recebidos com o número de pedidos de informação recebidas através de cada um de seus anúncios, terá a razão de conversão. Dirija-se aos anúncios que funcionaram melhor a você e seu produto.

CODIFICANDO O ENDEREÇO

Como você determina que resposta a respeito de pedido de informação veio de qual anúncio? Você codifica o nome da empresa ou o endereço através do nome de sua rua de modo a poder determinar que anúncio trouxe cada resposta. Isso é chamado de "codificar o endereço", que é uma das dicas mais importantes na propaganda de mala direta feita através dos anúncios classificados. A simples chave para isso é uma carta em duas partes e um número de código.

A carta representa o nome da publicação e o número representa o mês no qual o anúncio apareceu. Você pode inventar qualquer código, desde que não perca de vista a publicação em que ele apareceu. Você pode também adicionar o código do endereço unindo com um hífen o nome da rua para incluir o código. Ou então você pode codificar o nome da empresa adicionando iniciais específicas. A maneira mais certa é adicionar o código ao endereço na forma de qualquer departamento, divisão, ou número da suíte. Tenha cuidado para que isso não entre em conflito com nenhum outro endereço próximo.

ESCREVENDO ANÚNCIOS CLASSIFICADOS

Escrever sua cópia vencedora para um anúncio classificado é fácil. São tão poucas as palavras a serem utilizadas, que você não precisa se preocupar a respeito de ser um bom escritor ou um profissional em publicidade. Você é seu próprio expert em vender seu produto. A seleção de palavras é o aspecto mais importante da cópia de um anúncio classificado. Você precisa escolher precisamente, mas não economize excessivamente em palavras a fim que o anúncio não custe muito caro.

A melhor maneira de preparar uma cópia é primeiramente escrevendo a respeito de seu produto ou serviço por extenso. Vá em frente, listando todos os benefícios. Examine minuciosamente as características e coloque-as no papel. O que se sobressai? O que é tão bom a respeito de seu produto? O que ele pode fazer pelo leitor que gastará seu tempo escrevendo por maiores informações? Como seu produto pode ajudar? Ele mostrará como fazer dinheiro, oferece auto-ajuda, pode ajudar a concluir algo atraente e significativa? Escolha um título que aponte o aspecto ou a característica mais relevante do seu produto. Siga com

poucas palavras ou detalhes e termine com um pedido para que o leitor escreva a fim de obter maiores informações... A melhor palavra num anúncio classificado é "grátis", mas você deve seguir em frente com algo grátis.

ECONOMIZE COLOCANDO ANÚNCIOS

A maioria dos classificados cobram uma certa quantia por palavra, de maneira que deve querer manter suas palavras importantes e precisas. Uma vez que você tenha escrito seu anúncio, dê uma olhada mais profunda nele. É possível eliminar palavras extras sem que o significado mude? Você deveria ser capaz de eliminar conjunções como "e", artigos como "o", "um" e "uma", ou preposições como "para", "com" ou "de". Talvez você possa diminuir o nome de sua empresa para siglas ou usando somente uma palavra. Cada parte do seu endereço conta como uma palavra: o número, o nome da rua, o aspecto da rua (alameda, avenida), o código (se for separado), a cidade e o Estado. Muitos publicadores deixam que você inclua o CEP sem cobrarem nada. Ao invés de palavras, use figuras para representar os números, mas não use contrações ou abreviações. Você deve pagar por cada palavra, então utilize-as completamente. Dessa maneira você não terá confusão nenhuma quando as pessoas fizerem pedidos.

RESPONDENDO AOS PEDIDOS DE INFORMAÇÃO

Quando você começar a receber respostas dos anúncios classificados, deve mandar imediatamente sua literatura de venda, definitivamente em uma semana. O objetivo é converter o pedido de informação em venda e a venda em PURO LUCRO. Sua literatura de venda pode ser uma página que estabeleça o seu produto. Não precisa ser um catálogo caro e colorido. Ao longo do tempo, quando seu negócio for em frente, você deve preparar um pacote de venda e uma série de ofertas a serem seguidas.

Você pode constatar, pelo tipo de pedido de informação, se a pessoa é um comprador ou não. Cartões-postais ou cartas são máquinas de dinheiro potenciais. O mais importante é FAZER UMA VENDA. Datilografe o nome da pessoa e seu endereço numa etiqueta e faça no mínimo três cópias de carbono dessas etiquetas para usar em malas subseqüentes. Seu segundo pacote de venda deveria ser enviado um mês depois do pedido de informação ter sido recebido e um outro um mês depois também. Vendas subseqüentes serão o que irá FAZER A SUA FORTUNA. Seus classificados trazem os pedidos de informação, o primeiro pedido estabelece um bom cliente e o resto dos pedidos são ouro puro. Testar é a única maneira de descobrir que tipo de plano funciona melhor para que você receba pedidos. Você precisará achar que pacote de venda funciona melhor e a freqüência com que deverá enviar a mala direta.

O PACOTE DE RESPOSTA

Um típico pacote-resposta (chamado de conversa de venda), consiste numa carta pessoal, brochuras, uma forma de pedido e um envelope de retorno... O quão elaborada você quiser fazer a sua conversa vai depender de quão bem sucedido o seu produto deve parecer para ser vendido e a quantidade de dinheiro que você quiser investir. Sempre comece pequeno. Uma simples página de oferta pode funcionar tão bem

quanto um catálogo bem elaborado. Depois que você tiver construído poucos produtos bem vendidos, deveria imprimir uma simples página de brochura ou catálogo. Mesmo nisso, você não deve partir para a impressão colorida antes do seu produto dar-lhe essa garantia.

Você não precisa de uma agência de publicidade para juntar seu pacote de venda, mas você pode usar os serviços de uma se quiser. Esteja certo de investigar o tipo de agência e o que ela pode fazer por você. Você deveria ter uma agência, uma base comprovada em publicidade e deveria também dar uma olhada no que já tem sido produzido. Converse com clientes e veja se a agência os influenciou. Por que você não precisa de uma agência de publicidade? Porque você pode produzir toda a literatura de venda que necessitar. Você é o melhor vendedor ao seu produto você O CONHECE. Se tiver feito a pesquisa apropriada, já descobriu o que é a competição, quanto custa o produto dos outros e que tipos de atrativos estão vendendo. Assim como você deve fazer escrevendo e colocando os anúncios, faça o mesmo que seus competidores. Mesmo que você não deva (e não possa legalmente) tirar diretamente deles, pode certamente copiar o formato e idéias gerais que eles projetem.

Se alguém tem vendido algo bem sucedido por anos, faça o mesmo que ela. Adapte seu produto. É claro, você não pode copiar exatamente mas tome notas do que FAZ O PRODUTO VENDER.

COMO PREPARAR LITERATURA DE VENDA

A carta de venda promove você assim como seu produto. É um atrativo pessoal para um cliente potencial. Você quer que a pessoa se sinta especial e tenha uma razão para não somente ler o resto da literatura, mas PARA COMPRAR O SEU PRODUTO. A aparência da carta de venda é o aspecto mais importante. Ela deve ser feita no papel timbrado com o nome da empresa, impressa de maneira limpa e atrativa convidando a pessoa a ler.

Mesmo que ela possa ter qualquer comprimento, não deve ultrapassar uma página. Mas ela deve ser duplamente espaçada e datilografada de maneira clara e fácil de ser lida. As cartas de venda mais efetivas são impressas em duas cores... A segunda cor oferece atração aos olhos e enfatiza a venda dos benefícios do seu produto.

A maneira mais barata de produzir duas cores é imprimir o preto num título em duas cores. Você deve usar a segunda cor em parágrafos alternados, ou parágrafos especiais, com a intenção de chamar a atenção dos olhos. Azul, vermelho ou verde é difícil de ler, então mantenha as áreas da segunda cor pequenas importantes ao leitor.

Outras maneiras efetivas de usar uma segunda cor é com observações escritas à mão nas margens da carta de venda, como palavras sublinhadas e nas assinaturas. Escreva a carta de venda como se estivesse escrevendo a um amigo; mantenha-a direta e pessoal. Apresente-se e apresente seu produto de maneira digna, honesta e desejável. O começo da carta deveria ter uma linha líder, como no anúncio classificado. Ela enfatiza os benefícios do produto e aponta o atrativo mais forte.

Não se tente a usar dois ou três atrativos de uma vez só. Escolha só um e guarde os melhores dos outros para testá-los em cartas de venda enquanto você testa os resultados. Siga com a atração, ampliando PORQUE o produto é desejável... Enfatize o valor desse produto ao leitor. Crie credibilidade. Ele fará da pessoa uma pessoa melhor, ou mais rica, ou mais segura? Ele pode prevenir preocupações, pobreza, doença? Por que as pessoas deveriam querer tê-lo? Você deve admitir o que o produto não faz, e então apresentar muitos aspectos positivos, colocando o que o produto poderá fazer.

Na próxima seção, mencione o preço e fale imediatamente sobre a garantia de devolução. O leitor ficará mais convencido de que o produto cumprirá com tudo o que foi afirmado por você se você tiver vontade de confiar ao seu produto uma devolução suficiente.

E, finalmente, aponte novamente os benefícios principais ou características do produto e direcione ao pedido. Se estiver oferecendo uma recompensa especial no caso da pessoa fazer o pedido imediatamente, coloque isso na carta. Inclua uma boa razão relativa ao porquê da pessoa não dever esperar, mas PEDIR AGORA.

FORMAS DE PEDIDO

Se você tiver uma conversa de venda de uma página, precisa prover espaço para uma outra forma de pedido. Ele deve ser bem definido por uma linha ou linha pontilhada em volta, e deve ser grande o suficiente para alguém escrever um pacote completo com carta de venda e brochura. Imprima formas de pedidos separadas. Mencione o benefício, o nome do produto e a garantia. Você deve querer usar a primeira pessoa dinamizando ao pedido. Por exemplo, "Sim, Por favor invista em mim..." Inclua o preço no cartão, talvez num estilo do tipo "Eu incluo meu cheque por \$ ____ ." Garanta um espaço adequado para o nome e endereço, com linhas compridas a serem preenchidas... Você também deveria querer colocar um código se estiver usando mais de um atrativo de venda.

IMPRIMINDO UMA BROCHURA

Preparar uma brochura ou catálogo de venda não é tão difícil como deve parecer. Não precisa ser um livreto lustroso, nem tão caprichoso. Você pode mandar até mesmo uma descrição de uma página do produto e um atrativo para fazerem pedidos. A brochura ou catálogo de venda é uma representação visual do seu produto. Ele enfatiza as características, assim como os benefícios e vai direto nos detalhes sobre o produto. Pense a respeito do que você está vendendo. Quais são os melhores pontos de tamanho, número de páginas, resistência ou leveza. O autor é uma autoridade bem conhecida? Como é um negócio melhor que o outro no mesmo assunto? Se estiver vendendo um produto, talvez precisará incluir as cores disponíveis, tamanhos, ou tipos de materiais. Ou enfatizar a clareza, fácil de seguir instruções que são incluídas. Quando você não tiver mais idéias, só dê uma olhada nos outros catálogos e brochuras e compare. Que tipo de informação é incluída? Siga o exemplo. O aspecto mais importante da brochura é a utilização

de ilustrações. Novamente, elas não precisam ser séries de fotografias coloridas...

Mesmo que fotografias sejam maneiras muito boas de se vender , não se incomode em usar nada que seja menos do que excelente em qualidade. Tenha cuidado se quiser usar um modelo. Lembre-se, você QUER VENDER. Uma maneira excelente de ilustrar seu produto é com linhas simples desenhadas. Mesmo se você não puder preparar um trabalho artístico final, provavelmente pode pensar no que e como colocá-lo na página. Páginas amarelas locais, anúncios de jornal, máquinas de composição e impressoras são bons lugares para achar um artista para fazer o trabalho final por um preço razoável.

Uma vez que você tenha uma boa idéia sobre o tamanho e campo de interesse da sua brochura, estará pronto para o duro layout. E é fácil. Apenas faça de conta que você é um artista. Está certo, você não tem de desenhar para fazer um duro layout. Escreva à lápis no modelo para o tópico. Você pode fazer uma linha composta como rascunho de um desenho ou indicar o tamanho da fotografia. Desenhe linhas para indicar o corpo da cópia. Escreva todas as palavras para a brochura numa cópia acurada, limpa e datilografada. Não esqueça nada que será impresso, e não abrevie nada. Então leve esse rascunho a uma máquina de composição ou impressora. As impressoras geralmente podem trabalhar junto com você para escolher o estilo, tamanho e particularidades do layout. Ou então, devem conhecer artistas ou designers que possam ajudá-lo por uma pequena taxa. Eles geralmente trabalham perto com poucas máquinas de composição, mas você pode trabalhar diretamente com uma máquina de composição para ter o modelo colocado numa forma final.

ENVIANDO

Você pode obter uma permissão de taxa de carga no correio se mandar pelo menos duzentas malas diretas idênticas a serem entregues. O aspecto mais importante em enviar sua literatura de venda é a qualidade da lista de pessoas para quem você estiver enviando. Uma parte de mala direta brilhante não funcionará se for mandada à pessoa errada. É por isso que deve ser claro quando colocar seu anúncio classificado e é por isso também que você precisa testar que tópico usar e quantos detalhes incluir.

A sua própria lista de mala direta é a melhor, porque a partir do momento em que você codificou as respostas soube porquê essas pessoas responderam. Você já desenhou o perfil do seu cliente potencial, já escreveu uma parte de mala direta dirigida ao comprador, e FARÁ DINHEIRO a partir desse comprador. Mesmo que você possa comprar ou alugar listas de nomes e endereços de listas de clientes potenciais, nunca poderá ter certeza do quanto essa lista responderá ao seu pacote de venda. Se precisar de mais nomes, apenas coloque mais anúncios classificados. Teste títulos diferentes, revistas diferentes e diferentes produtos.

MANTENDO REGISTROS

É extremamente importante manter registros apurados na mala direta. É só através dessas folhas de arquivo que você pode determinar que

anúncio traz o melhor, que linha de propaganda é a mais sedutora e o quão bem seu produto está vendendo. Bons registros são a subsequência de um bom teste. Mantenha cópias de todos os anúncios classificados e material de conversão numa encadernação de três argolas ou pasta de recortes. Você também deve incluir nesse livro, ou numa pasta separada, um registro de todos os códigos que você já usou, as folhas separadas de registros por código ou publicação vão lhe ajudar a ser capaz de comparar que anúncios estão trazendo os lucros.

Você pode fazer sua própria folha de registros com uma caneta e uma régua. E então tire algumas cópias. Você vai precisar de uma folha separada para cada anúncio que colocar... No topo da folha, coloque nome da publicação na qual o anúncio apareceu; o número ou a data da matéria; a data na qual a matéria foi colocada à venda; o código de endereço; o tamanho e custo do anúncio; o tipo de anúncio utilizado; o preço do produto; e (para ser calculado posteriormente) o lucro.

O corpo da folha de registro tem duas categorias principais: pedidos de informação e vendas. Primeiro, o número de vendas deveria ser listado numa coluna à esquerda. Elas não precisam necessariamente coincidir com os dias do mês, mas de preferência começar com o primeiro dia em que chegaram os pedidos de informação. Os subtítulos abaixo de "Pedidos de informação" deveriam ser: data recebida, número recebido, número total, dinheiro de vendas, e número total de dinheiro de vendas. Essas folhas de registros vão lhe ajudar a colocar em ordem as respostas aos anúncios classificados, pedidos de literatura de venda e o quanto de dinheiro você está produzindo.

Para calcular o custo por pedido de informação, divida o custo de envio dos pacotes de venda pelo correio pelo custo do anúncio e divida pelo número de pedidos recebido. A razão da conversão é o número de pedidos comparado ao número de pedidos por maiores informações. Por exemplo, se você obtiver vinte pedidos de cem pedidos por informação, a conversão é equivalente a vinte por cento.

CALCULANDO CUSTOS/ RAZÕES DE CIRCULAÇÃO

Para avaliar efetivamente seu custo de propaganda, você precisa calcular seu Custo por palavra/ Razão de circulação. Essa razão lhe mostra quanto custará por palavra para cada 1.000 pessoas que obtiverem a revista. Quanto menor for essa razão, maior será o custo efetivo. Por exemplo, se

você quiser anunciar na "National Enquirer" (nos EUA), custaria \$8.95 por cada palavra, e custaria \$.0023 por cada 1.000 pessoas que obtiverem a "National Enquirer". Nesse exemplo, se você colocar um anúncio de 10 palavras, isso custar-lhe-á \$ 89.50, e será mandado a 3.500.000 pessoas. Pode parecer que esse seja um anúncio muito caro, mas o custo para fazer com que suas 10 palavras atinjam 1.000 pessoas é só ($\$.0023 \times 10$) = \$.023! Está certo - dois centavos! Para cada conjunto de 1.000 pessoas! Portanto, aprenda a avaliar a circulação/razão de custo, já que isso irá lhe dizer o custo relativo, que é importante. Como um maior exemplo, considere a propaganda na "O pescador" (revista). Nela o custo por palavra é só \$.22. Bom negócio? NÃO! Nesse caso o seu Custo Por Palavra para cada 1.000 pessoas é de \$.0227. Portanto, seu custo para colocar um anúncio de dez palavras

para cada 1.000 pessoas é (\$.0227 x 10) = \$.227! É mais de dez vezes mais caro do que no "Notícias Populares"! No entanto, se você estiver vendendo algo relacionado a pescar, deveria funcionar melhor anunciando na "O pescador" do que no "Notícias Populares".

COMO CALCULAR O LUCRO

Calcule o total de dinheiro das vendas. Esse é o seu lucro bruto. Subtraia o custo de conversão e o custo do anúncio. Este é o seu lucro líquido, o que realmente conta. Apenas mantenha-se no negócio, e poderá VER O LUCRO CRESCER mais e mais através de cada anúncio, cada conversão, cada venda.

EXPANDINDO E CRESCENDO CADA VEZ MAIS RICO

Ao longo dos anos, bons compradores compram muitas vezes seus investimentos iniciais num espaço de anúncio classificado. Um primeiro comprador indica uma segunda venda; depois disso, você obtém uma clientela regular que compra por anos. Promova o campo de interesse que você selecionou; não expanda seu negócio em áreas separadas. Cultivar a sua primeira lista de clientela toma paciência e teste, mas você achará retorno nisso tudo. Talvez você tenha começado com um produto a ser oferecido e está pronto para tentar outro. Você pode publicar novos e separados anúncios classificados nas revistas e testar bem à sua outra oferta.

Malas diretas regulares dependem do número de itens que você tem, o tamanho da sua lista, e seu investimento. Mas continuar é muito importante. Talvez você esteja no estágio de imprimir uma pequena brochura/catálogo de duas páginas que ofereça de 5 a 10 itens. Você pode enviar esse catálogo aos pedidos de informação relativos aos classificados. Ou pode usar qualquer combinação de uma página que ofereça aquilo que você já usou no passado. Sempre anuncie junto com aquilo que vende. Soltar qualquer coisa que não traga resposta alguma desde quando você tenha anunciado é um teste muito ruim.

ATRATIVOS EXTRAS

Quando você começar a andar normalmente com seu negócio de mala direta, poderá tentar qualquer número ou incentivo para solicitar pedidos. Você pode oferecer um presente grátis, ou qualquer outra coisa grátis, certificados, cupons de preços fabulosos. Você deveria oferecer uma amostra, ou uma garantia especial. Uma maneira de levar a um pedido é indicar que o número de mercadoria que você possui é limitado ou que você não fará estoque de um certo item por muito tempo...Limitações de tempo trarão respostas mais rapidamente. Você deve oferecer um preço até um certo período de tempo e então indicar um aumento depois disso.

Uma maneira bem sucedida de levar a pedidos maiores é oferecer um desconto em grandes pedidos. Dessa maneira, vale apenas pedir por dois ou três itens, para você porque é mais negócio e mais lucro em enviar e entregar e para o cliente porque o preço é reduzido. O que os outros negociantes de mala direta fazem? Que tipos de incentivos eles usam? Como sempre, cheque com os competidores. O que já foi comprovado de

ser bem sucedido para eles provavelmente funcionará bem para você também. Que tipo de oferta "especial" você pode fazer para levar a maiores, mais rápidas ou mais freqüentes pedidos?

SATISFAÇÃO GARANTIDA

Você não deve somente imprimir uma garantia em todos os seus anúncios e literaturas de venda, mas também honrá-los; nunca se dê a chance de cometer faltas na mala direta ou avaliar menos na postagem. Entregue um produto completo. É somente através de clientes satisfeitos que você tornará seu negócio repetitivo, e é através do negócio repetitivo que você FARÁ SEU DINHEIRO. Não tente sair com nada menos do que você promover e representar por todas as afirmações que fizer. A honra requer devoluções prontamente e educadamente. Um cliente satisfeito com a sua honestidade pode representar um bom comprador e deve comprar de você ofertas posteriores.

FAZENDO MAIS ATRAVÉS DE UM VENCEDOR

Você obteve um produto bem sucedido. A conversão por pedidos é alta, as devoluções são poucas, e a procura através do anúncio classificado é ótima. Como você pode fazer mais dinheiro, mesmo se pensar que já saturou seu mercado? A maneira mais fácil de aumentar seus pedidos de informação é colocando um outro anúncio na mesma publicação, só que com outro título. Se a seção dos classificados for grande, você deve pedir para que um seja colocado no começo e o outro em direção ao final. Mesmo que muitos leitores espertos notem que o endereço é o mesmo, isso ainda faz com que exista uma grande procura e um número relevante de pedidos por informação. Essa técnica também é boa para testar cópias e ver através de que título aparecem maiores respostas. Esteja certo de codificar cada anúncio separadamente. Essa é uma boa maneira de fazer isso sem ir a outras publicações. Novamente, codifique os endereços, e tenha um cuidado extra para responder apropriadamente as cartas de inquéritos ou consultas dos seus clientes potenciais (as pessoas que responderam ao seu anúncio) .

VOCÊ E A LEI

Você não precisa de uma permissão federal ou estatal para operar um negócio de mala direta. No entanto, o material que você envia deve ser legitimado, e você não pode ser decepcionante ou deixar de assumir com aquilo que você afirma ou anuncia. Se oferecer algo "grátis" ele deve ser realmente grátis, e todas as afirmações a respeito de dinheiro devem ser honradas. Se utilizar testemunhas na propaganda, elas devem ser reais e avaliáveis para investigação. Fraudes são descobertas e processadas.

Os governos federais e estaduais lhe requerem a relatar todas as entradas de dinheiro, mas você certamente pode obter qualquer dedução legal. Uma vez que você tenha feito uma grande quantia de dinheiro, sempre cada \$ Real é levado em conta para completar o seu relatório. Se você mantiver registros apurados e relatar as informações próprias às autoridades, não Terá qualquer tipo de problema .

HAJA AGORA

Anúncios classificados são a melhor maneira de se Ter um alto retorno, com entrada de dinheiro, através de recursos limitados. Você pode comprar os extras que queria, tirar uma férias exóticas - ou até mesmo criar uma lucrativa renda anual. Um dos melhores aspectos desse tipo de empreendimento é que o número de sucessos crescem ao mesmo tempo em que os mal sucedidos decrescem. Você pode aprender enquanto vai em frente e LUCRA CONSTANTEMENTE. Cultive pensamentos positivos. Como pode ver, não há nada difícil, muito caro ou arriscado em fazer um bom dinheiro através de anúncios classificados. Qual é a melhor maneira de começar? Milhares de pessoas ganharam uma confortável entrada de dinheiro através de classificados - com grande felicidade e satisfação em seus próprios negócios. Você também pode bem obter sucesso se convencer de que quer. A fé é um simples estado mental... mas tem provado que esse estado mental pode TRANSFORMAR O DESEJO EM DINHEIRO VERDADEIRO. Não há hora de começar.

(*Uma apresentação mais profunda em 1 audio CD esta disponível em nossa pagina da internet www.seminarios.com.br e também o manual "Como tornar pequenos anúncios para grandes lucros" - 75 paginas)



TEMPESTADE MENTAL
Como desenvolver uma
idéia para grande
riqueza usando "Mind
Storming"

ROBERT ABRAHAM ABERGEL

TEMPESTADE MENTAL (Mind Storming)

O programa em audio CD - DESPERTANDO O GENIO DENTRO DE VOCE COM MIND STORMING (como visto na TV) é uma versão mais elaborada deste relatório e está disponível em nossa pagina da internet www.seminarios.com.br. Esta palestra de 1 hora gravada em 1 audio CD esta incluida gratuitamente (como brinde) na compra do curso POWER MEMORY PARA EXAMES - nosso maior sucesso em vendas- o curso que revolucionou a preparação para exames no brasil. Ligue para adquirir o seu:011-3061-2698 ou 011-3256-4666

Sua mente é o maior instrumento ativo que você possui. Não existe qualquer problema que você não possa superar ou qualquer objetivo que não possa atingir quando utiliza as forças inacreditáveis do seu cérebro. O fato é que você é um gênio em potencial. Você tem a capacidade de funcionar em um alto grau de inteligência e criatividade nunca tido antes. De acordo com um especialista em cérebro chamado Tony Buzan, seu cérebro contém 100 bilhões de células. Cada célula é conectada e interconectada com 20.000 outras células do cérebro. Isso significa que a quantidade de permutas ou pensamentos que seu cérebro pode criar é maior do que o número de todos os átomos conhecidos no universo.

De acordo com o instituto da Stanford University nós não utilizamos 10% como acredita-se, mas sim 2% da capacidade de nosso cérebro. Uma pessoa comum opera num nível muito, mas muito baixo de performance e resultados. Exercícios de Tempestade Mental (ou "Mind Storming") podem ajudá-lo a focar na solução dos problemas, objetivos e desafios. Quanto mais você se concentra em qualquer que seja o pensamento, problema ou objetivo, maior será a atividade de sua capacidade mental, estimulada e focada na resolução daquele problema ou alcance daquele objetivo.

O método seguinte tornou muitas pessoas ricas e foi desenvolvido por Nightingale Conant, um norte-americano motivador. Eu ensinei esse método para milhares de pessoas e negociantes. Na primeira vez que elas utilizaram este método, foram capazes de obter resultados que estavam muito além de suas expectativas.

A LEI DA CAUSA E EFEITO

"Mind Storming" é um método que utilizamos para gerar idéias. Diferente do "Brain Storming", que é feito em grupo, esse método é utilizado a fim de gerar idéias sozinho. Sua mente possui ouro, sendo que você precisa saber como cavar esse ouro. Esse ouro representa as suas idéias. Pense nisso. Tudo que está a sua volta é o resultado da qualidade de suas idéias. Em outras palavras, as idéias seguem a lei da causa e efeito, que defende a existência de um efeito para cada causa. Assim, se você quiser mudar o efeito (suas condições de vida atuais), tudo o que precisa fazer é mudar as causas (seus pensamentos,

suas idéias). Simplificando: As idéias ou pensamentos são as causas e suas condições presentes são o efeito.

O método que você vai aprender agora vai revolucionar a sua maneira de pensar e lhe ajudar a gerar idéias de qualidade para os problemas que estiver enfrentando. Esse método também é conhecido como "O método das vinte idéias". Vejamos como funciona.

PENSE NO PAPEL

A tempestade mental é baseada no conceito de que "pensar no papel" é a melhor maneira de se pensar. Por quê?

1. Quando você pensa no papel, sua mente é capaz de focar muito melhor o problema.
2. Quando você pensa no papel pode ver as palavras (ou idéias) claramente e sua mente não se preocupa em ficar lembrando das idéias. É a mesma razão pela qual você não deve embarcar em seu dia de trabalho sem uma lista de coisas a serem feitas. Essa lista deveria ser escrita e não memorizada, pela simples razão de que sua mente não exerce qualquer energia desnecessária tentando se lembrar da lista.
3. Pensar no papel é um ato criativo. Ele ajuda a sua mente a ser muito mais criativa.
4. O processo do pensamento é limitado por não ser linear, ou seja, as idéias não fluem uma após a outra mas numa forma genealógica. Uma daquelas idéias ou passos da sua idéia pode ser mais desenvolvida quando pensamos no papel, podemos ver como um idéia pode desenvolver e fluir.

Vamos começar com o primeiro método de Tempestade Mental. Primeiro, sente-se num lugar calmo no qual você não seja perturbado. Tome um pedaço de papel limpo e escreva no topo da página o problema que você tem. Esse problema poderia ser escrito de várias maneiras. Lembre-se de que um problema é o lado oposto de uma solução, sendo que, recolocando um problema você pode obter um ponto de vista diferente para a solução. Vamos dizer que seu problema seja dinheiro. Você trabalha como assalariado mas não tem dinheiro suficiente para arcar com as despesas. Então escreva a questão seguinte:

COMO EU POSSO FAZER PELO MENOS R\$ 3.000 POR MÊS?

ou

COMO EU POSSO AUMENTAR MEU SALÁRIO PARA R\$ 1.000 A MAIS POR MÊS?

ou

O QUE MAIS EU POSSO FAZER DEPOIS DE MINHAS HORAS DE TRABALHO QUE ME PROPORCIONE UMA RENDA EXTRA DE PELO MENOS R\$ 1.000 POR MÊS?

ou

O QUE POSSO FAZER DURANTE MINHAS HORAS DE TRABALHO QUE POSSA AUMENTAR MINHA RENDA PELO MENOS R\$ 1.000 POR MÊS?

Como você pode ver, uma reformulação da pergunta pode realmente fazer diferença na maneira em que você elabora a solução. Depois de selecionar a pergunta mais iluminada à solução, escreva-a no topo do papel e escreva no mínimo 20 soluções para o problema (é por isso que o método também é conhecido por "o método das 20 idéias"), você verá que não é tão fácil quanto parece. É claro que as primeiras 3 a 5 respostas serão fáceis. As próximas 5 a 10 serão mais difíceis e as últimas 10 serão as mais difíceis de todas. Mas esse exercício é mais eficaz em estimular sua criatividade quando você realmente se concentra em encontrar mais e mais respostas diferentes para a mesma pergunta. Um homem de negócios que estava trabalhando em cima de um problema por seis meses obteve sua melhor solução ou visão na sua vigésima resposta, pela primeira vez que fez esse exercício.

EXTRAINDO AS RESPOSTAS

Como você vai descobrir, as primeiras poucas respostas ou soluções possíveis ao seu problema poderiam ser óbvias e fáceis de produzir, respostas como trabalhar mais duro, horas adicionais ou treinamento adicional; no entanto, à medida em que você continuar a escrever suas soluções, descobrirá o quanto difícil é produzir novas soluções. Quando você chegar na solução número 14 ou 15, poderá achar que não há mais nada a adicionar à lista, mas você deve persistir e se comprometer consigo mesmo de que não levantará da cadeira enquanto não tiver completado as 20 respostas. Você descobrirá que as últimas poucas soluções carregam a solução crítica ao seu problema. Muitas pessoas que tentaram esse método relataram que sua solução "de ouro" foi a última a ser produzida.

Quando você escrever suas soluções, seja o mais criativo e provocativo possível. Diga a si mesmo: E se minha suposição for totalmente errada? Desafie conceitos prévios e até mesmo opostos. Por exemplo, você pode escrever a solução óbvia ao seu problema: Trabalhar mais duro ou horas extras. Você poderia desafiar esse pensamento escrevendo uma solução exatamente oposta como "trabalhar de maneira mais esperta e menos em meu trabalho de maneira que eu possa ter mais tempo disponível para trabalhar no meu negócio em casa".

Quando tiver terminado de escrever suas soluções, reveja as respostas e selecione no mínimo uma solução que você esteja pronto para tomar ação adiante. Quanto mais rápido você tomar ação numa idéia nova, mais rápido correrá o fluxo de novas idéias focadas naquele objetivo ou problema. E, quanto maior o número de idéias que você experimentar, mais certo estará de fazer a coisa exata, no momento exato, tendo o que as pessoas chamam de "sorte".

IDÉIAS E AÇÕES

As idéias são a maior comodidade hoje em dia, sendo que utilizamos idéias para melhorar nossas vidas, mas idéias sozinhas sem ação nenhuma significa absolutamente nada. Uma pessoa comum tem de 2 a 3 idéias por ano que possam fazê-la milionária. No entanto, poucas pessoas ao menos pensam a respeito de suas idéias. Nunca aconteceu de

você ter pensado em uma maneira de fazer dinheiro e um ano ou dois depois ter visto alguém pondo essa idéia em prática e fazendo milhões de dólares com ela? Qual é a diferença entre você e a outra pessoa? É que a outra pessoa simplesmente agiu em cima dessa idéia e você não. Você deve se comprometer a pegar pelo menos uma das idéias geradas por você e ir em frente com ela.

Existe uma conexão direta entre sucesso e ação. Na verdade, uma pesquisa norte-americana mostra que todas as pessoas bem sucedidas são movidas por ações. Elas se movem rapidamente. Agem rapidamente. Elas pegam uma idéia e a colocam imediatamente em prática. O problema é que muitas pessoas simplesmente não agem em cima de suas idéias por terem medo.

Eu não posso elaborar suficientemente nessa matéria, mas posso lhe contar que medo de sucesso é um verdadeiro matador de boas idéias. Algumas pessoas tem medo de agir porque tem medo do sucesso. Uma outra idéia matadora conhecida é o " síndrome de amanhã. Este síndrome é baseado simplesmente em postergar uma ação ou procrastinar a um nível em que nada é feito. Uma outra idéia matadora comum é conhecida como "mas eu não tenho isso... ou Eu tenho que esperar até terminar o carnaval... etc. Você deve se lembrar de que as condições no universo nunca são perfeitas. Sempre existirá algo negativo que impedirá o seu progresso. Mas isso não é para você. Você deve tomar ação agora mesmo e começar o seu progresso.

USE A TEMPESTADE MENTAL NUMA BASE DIÁRIA

Em nosso mundo as idéias representam o futuro. Idéias representam progresso. Representam riqueza. Não existe nada nesse mundo que não tenha começado com uma idéia. Você deve fazer o mesmo. Você deve ter um hábito de gerar idéias numa base diária. Eu já disse anteriormente que uma pessoa comum produz de 2 a 3 idéias por ano, dirigindo de volta do trabalho, sendo que cada uma delas pode fazê-la milionária. Agora imagine-se fazendo o método das vinte idéias numa base diária. Cada dia gerando vinte idéias. Se você fizer somente nos dias de trabalho, supondo que você não trabalhe nas férias, trabalhando 250 dias por ano, com 20 idéias por dia, no final do ano você terá gerado 5.000 novas idéias. Se selecionar uma dessas idéias por dia e trabalhar em cima dessas idéias, sua vida brilhará com oportunidades e chaves para o futuro.

As idéias são a maneira de atingir os objetivos. As idéias são a maneira de superar os obstáculos. As idéias são os instrumentos a serem utilizados para resolver os problemas. Serão as idéias que farão com que você se torne mais rico, mais feliz, mais satisfeito, mais contente e bem sucedido. É entre as idéias que todos os elementos da sorte estão contidos.

Quando você fizer do exercício de tempestade mental a primeira coisa a ser feita toda manhã, sua mente brilhará com criatividade pelo dia inteiro. Você verá novas possibilidades e potencialidades e terá idéias para tirar vantagem delas em cada rodada. As outras pessoas ficarão maravilhadas de quão rapidamente você aparece com idéias novas para atingir os objetivos, com soluções diferentes para

problemas persistentes. E quanto mais você desenvolver uma reputação de ser altamente criativo, mais oportunidades você terá usando suas novas habilidades criativas.

Existem dois tipos de pessoas quando se considera a tempestade mental. Existem aquelas que escutam e balançam a cabeça positivamente e com muito entusiasmo, que depois vão para casa e não fazem nada com suas idéias. E existem aquelas que executam e tomam a ação imediatamente a partir de suas idéias. É essencial que você tome ação de uma boa idéia no momento em que a pensa . Existe uma relação direta entre sucesso e velocidade de implementação. Se você tiver uma ótima idéia ou visão e não fizer nada, não se surpreenda se nada mudar. O fato de que você pode produzir uma idéia também quer dizer que você pode implementar essa mesma idéia.

A tempestade mental estimula seu reticular córtex (uma área do cérebro localizada no meio dos dois hemisférios e cuja função principal é trabalhar como um mecanismo de "acender") e aumenta sua sensibilidade e conhecimento a um grau bastante elevado. Você se torna incrivelmente perceptivo para notar pequenas coisas que podem ser combinadas com outras idéias para criar novas respostas e soluções para lhe ajudar a se mover rapidamente. Sua super consciência mental global é iniciada por 3 fatores:

1. objetivos desejados intensamente,
2. problemas pressionadores,
3. questões bem elaboradas.

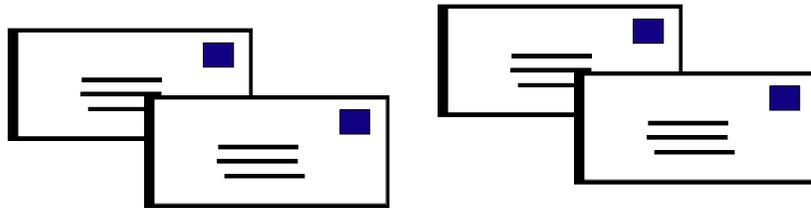
Você precisa utilizar todos esses três sempre que puder aumentar suas habilidades criativas. Objetivos desejados intensamente se voltam a um desejo ardente que gera entusiasmo e excitação, estimula sua super consciência mental e faz com que você esteja altamente alerta e ligado às possibilidades que estão ao seu redor. Problemas pressionadores que você deseja intensamente resolver acompanhados por exercícios regulares de tempestade mental são ótimos estimulantes da criatividade. E finalmente, questões bem elaboradas que sejam talvez a melhor maneira para estimular e provocar novas idéias sempre são chaves para impulsionar sua criatividade. Tente fazer esse exercício de tempestade mental numa base diária e veja o quão profundamente ele mudará sua vida.

A propósito, o programa em fita cassete **DESPERTANDO O GENIO DENTRO DE VOCE COM MIND STORMING** é uma versão mais elaborada deste relatório e esta disponível em nossa pagina da internet www.seminarios.com.br ou por telefone: 011-3061-2698

Boa Sorte!

Robert Abraham Abergel

COMO FAZER LUCROS ENORMES DA SUA PRÓPRIA CASA VENDENDO INFORMAÇÃO PELA MALA DIRETA



COMO FAZER LUCROS ENORMES DA SUA PRÓPRIA CASA VENDENDO INFORMAÇÃO PELA MALA DIRETA

Vender informação pela mala direta é um dos negócios operados mais rentáveis hoje em dia nesse país. E você pode começar um pequeno negócio por sua conta - e o fazer florescer. Você não precisa ser um escritor ou ter experiência em como abrir um negócio.

Todos os passos ligados a dar início a um negócio de mala direta são simples, fáceis de serem seguidos e pode lhe gerar uma segunda renda fixa, ou até construir uma alta empresa integral muito lucrativa.

Você já está cansado de ser obrigado a comparecer ao trabalho todos os dias? Frustrado de não poder sustentar todas as coisas extras da sua vida que você deseja? As vantagens em abrir o seu próprio negócio são infinitas. Mas, na maioria das vezes, você deve ter um sentimento de cumplicidade e cumprir seu serviço a favor dos outros, assim como você também ajuda outras pessoas a adquirirem o conhecimento desejado- E ELAS PAGARÃO POR ISSO. Você não tem a necessidade de desistir de nada.

Todas as informações confidenciais dadas nas páginas seguintes requerem o mínimo de despesas, podem ser feitas em casa e necessitam somente de uma pequena, mas constante, parcela de seu tempo. O que você precisa é desejar FAZER COM QUE ISSO FUNCIONE. Se você tiver a perseverança para levar isso adiante e a disciplina para completar cada um dos passos, estará no caminho certo para criar algo muito especial para você mesmo.

POR QUE VENDER INFORMAÇÃO?

As livrarias hoje em dia fornecem apenas livros em massa no mercado e brochuras, as lojas de discos oferecem somente gravações de artistas populares. Onde você pode obter informação a respeito de algum tópico específico? Até lojas especializadas são limitadas em seus campos de interesse e a informação por elas coberta é limitada.

Você pode fazer pedidos de itens de seu interesse pelo correio com a segurança e a privacidade de sua casa. E não tem de fazer compras por aí pelas lojas, desperdiçando tempo e gasolina. E você tem uma conexão direta com o vendedor da informação, estando sempre capacitado a escrever questões específicas e obtendo respostas - especialmente com Newsletters (jornalinhos direcionados para um grupo específico de pessoas, usualmente com tiragem pequena) e cursos.

A mala direta em casa oferece uma ALTA MARGEM DE LUCRO. Produzir informações escritas ou gravadas é muito barato comparado ao preço que você pode receber. Você pode operar com baixas despesas gerais, o negócio é fácil de abrir e não existe vendedor intermediário. O cheque vem DIRETAMENTE A VOCÊ.

O QUE EU POSSO VENDER?

Pessoas são bem sucedidas porque têm conhecimento de algo especial. E conhecimento especial e "como-fazer" são os tipos de informação mais vendidas de maneira bem sucedida pela mala direta. Há uma necessidade infinita por informações especiais que você provavelmente tem em mão, ou pode obter facilmente... Isso oferece o conhecimento interior e as idéias necessárias a muitas pessoas, mas você não tem de ser um expert para produzir e vender esse tipo de informação. Informação especializada pode ser algo qualquer, de um jogo de receitas a uma lista das pegadas de cavalo mais rápidas do campo. Nisso também pode ser incluído lugares a serem visitados, como estradas costeiras, hospedarias de campo ou restaurantes finos da área.

Ou pode ser também algo referente a fontes confiáveis para mercadorias de qualidade. Ou então pode ser pedaços de informação a respeito de algum assunto. "Como-fazer" pode ser algo sobre como fazer para encontrar um bom lugar para acampar. Também pode ser planos, instruções a respeito de como fazer algo, encontrar um lugar especial ou alcançar algum objetivo. Isso pode pertencer a esportes, hobbies ou auto-ajuda. Ou pode ser relacionado diretamente às centenas de publicações especiais sobre esquiar, decorar ou escrever letras de música.

VOCÊ TEM IMAGINAÇÃO

A informação não é limitada a livros e fitas cassetes. Ela vem de inúmeras formas. Algo vendido por um preço pequeno e de poucas páginas deve ser ser planos e direções a serem tomadas... Uma pequena parte (por volta de 50 páginas) pode ser um relatório, um manual, uma apostila ou panfleto. Depois, se você entrar com múltipla impressão, ilustrações de fotografias e outros itens a serem oferecidos, deve produzir catálogos, brochuras, apostilas ou diretórios.

Se você for realmente bom no que fizer, deve começar até com uma palestra ou curso por correspondência, já que ambos podem lhe fazer ganhar uma grande quantidade de dinheiro e garantir uma entrada de dinheiro fixa por anos. Pense sobre o que você deve ter para oferecer, e quanto de comissão quer receber... Talvez você queira preparar um pequeno relatório, tirar algumas fotocópias e testar os resultados. Ou talvez esteja preparado para um projeto maior, como séries de livros ou fitas cassetes.

VOCÊ CONHECE ALGO ESPECIAL

Como sua vida é única, você possui conhecimento e experiências que podem ser úteis a outros. Você já passou por milhares de tarefas em sua vida que pode ensinar ao amigos, crianças ou associados ao seu trabalho. O que às vezes pode ser difícil a alguém pode ser fácil a você, e aí está porque você ajudou alguém. Essa é a informação especial, esse CONHECIMENTO ESPECIALIZADO, que vende por um alto lucro.

O que tem tomado seu interesse em especial? Você provavelmente faz coisas diferentes e bem feitas. Você sabe fazer algo que seus parentes

achem ótimo? Você leu sobre algum assunto específico - como um interesse sobre animais de estimação?

Talvez exista alguma coisa que você gostaria de consultar, pesquisar e compartilhar, algo que outras pessoas também estejam procurando. Você não tem nenhuma idéia? Consulte o relatório "Como desenvolver uma idéia para grandes riquezas usando mind storming" (disponível em nossa pagina da internet www.seminarios.com.br ou dado como brinde quando você compra o curso POWER MEMORY PARA EXAMES 011-3061-2698). Você pode gerar suas próprias idéias.

Pense sobre o que você poderia escrever ao longo do dia. Você pode conhecer algo especial no seu trabalho. Você pode cozinhar uma receita deliciosa. Pode saber como consertar coisas facilmente. Olhe em prateleiras de revistas e lojas de livros para ter algumas idéias. Sempre há algo que você "sempre quis saber sobre". "Tente também nas bibliotecas e páginas amarelas para outras fontes. Converse com sua família e amigos. Encoraje-se.

QUEM VAI COMPRAR?

Olhe nos anúncios classificados dos jornais. Preste atenção aos repetidos. Os anúncios que oferecem o mesmo tipo de material, mês a mês, são os vencedores.

Você também pode ser um vencedor. Você pode produzir e vender informação facilmente na forma de pequenos relatórios ou grandes apostilas e obter o mesmo lucro desses outros. Dê uma olhada no preço. Invista um pouco e compre alguns produtos oferecidos que pareçam com o tipo de coisa que você gostaria de oferecer.

Estude o mercado. Do que você gosta? O que você evitaria? Analise seu potencial de clientela. O que aquela pessoa espera receber? O mesmo que você. Você é um exemplo perfeito do seu cliente. E mesmo que você esteja com vontade de pagar por alguma informação especial que seja barata de reproduzir, você espera pelo VALOR DO SEU DINHEIRO. É isso que torna o negócio repetitivo e transforma o potencial em dinheiro verdadeiro.

VOCÊ TEM ALGO A DIZER

Seu entusiasmo mostrará. A quantidade de prazer que você obtiver do começo passará através das páginas do relatório. Vá em frente - seja criativo. Mas mantenha lealdade para com os fatos. Escreva sobre aquilo que você conhece. Isso precisa ser original e único. Você deveria ter algo diferente a ser oferecido, algo importante a ser dito, especialmente se escrever sobre algum assunto bem conhecido.

É FÁCIL PREPARAR UM MANUSCRITO

Depois de ter escolhido um tópico e decidido sobre quantas páginas utilizar, e agora, o que fazer? Você não precisa se tornar uma

autoridade mundial no seu assunto, mas deve pesquisar a respeito. Leia várias apostilas ou relatórios similares no formato e assunto. Compare o tipo de informação e a densidade da pesquisa. Talvez você queira fazer a inscrição de um jornal ou revista para saber um pouco mais sobre o assunto. E, claro, converse com outros que possam lhe dar algumas idéias.

Mantenha-se em movimento. Você pode começar escrevendo da maneira que pesquisou, assim não se prende a mínimos detalhes. Prepare uma lista básica dos pontos que gostaria de cobrir, e escreva a respeito deles. Você pode escrever. Não tenha medo - não há ninguém avaliando o seu desempenho. Você possui a habilidade de colocar as idéias no papel numa seqüência lógica que faz sentido às pessoas que lêem. É isso. É tão fácil.

ALGUÉM PODE AJUDAR?

Em qualquer estágio da escrita você pode contratar alguém para lhe ajudar... um "escritor-fantasma" pode preparar um manuscrito baseado na sua idéia e síntese... Um editor pode melhorar até mesmo a pior cópia numa prosa perfeita e completa... Até mesmo uma boa datilografia pode fazer uma cópia rigorosa, pontuar e tornar o texto mais legível. Todas essas pessoas podem ser achadas colocando um pequeno anúncio classificado nos jornais ou revistas. Você ficará surpreso - isso não custa caro e você não precisará agonizar em cima de seu manuscrito.

DICAS SOBRE COMO ESCREVER

Se você pode escrever uma carta, pode escrever um pequeno relatório. Na verdade, essa é a melhor estratégia - é como se estivesse escrevendo uma carta a um amigo. Mas esteja atento para supor uma inteligência básica por parte de seu leitor - não subestime-o. Mesmo que você esteja dando algumas informações novas, essa pessoa pode ter, e geralmente tem, um bom conhecimento a respeito do assunto.

A melhor escrita é clara, fácil de ser lida e segue uma seqüência compreensível. Tenha cuidado para não ser repetitivo. Cada idéia ou ponto em questão deve ter um começo, meio e fim.

Use subtítulos para quebrar os blocos da redação e escreva parágrafos pequenos com frases simples. Isso não é um concurso de melhor redação, mas esteja certo de usar as regras básicas gramaticais e de pontuação.

Já que você não pode confiar no entendimento completo do seu leitor, esteja certo de explicar tudo muito bem, especialmente se houver desenhos, gráficos, etc. Novamente, você não precisa ser um artista para desenhar uma figura simples, já que ela é clara e explica o que você deseja comunicar.

Você deve ter algo a dizer. Releia seu manuscrito e corrija-o várias vezes para ter certeza de ter algo valioso a oferecer. Essa é a chave básica para bem ter sucesso vendendo informação.

A forma standard do manuscrito é datilografada, espaçada duas vezes com margens ao lado e no topo de 1 1/2 polegada aproximadamente e no mínimo 1 polegada de margem no final da página. Se você não for um expert em datilografia e não tem uma máquina de escrever excelente, contrate alguém para completar a cópia final. Não é caro e é extremamente necessário, já que É O SEU PRODUTO.

VÁ DEVAGAR NO INÍCIO

Você tem seu manuscrito e está pronto para imprimir. Não gaste muito dinheiro imprimindo muitos volumes desses relatórios - não ainda. Investigue suas casas de impressão locais "instant press". Foto offset é muito barato e é uma maneira eficiente de reproduzir cópias de várias centenas a várias milhares.

Se quiser fazer um teste com poucas dúzias no começo, até fotocópias são justas no preço. Já que você tem um manuscrito limpo, as cópias serão limpas e fáceis de ler - um produto para orgulhar-se.

E SOBRE FITAS CASSETES?

Fitas cassetes pré-gravadas são uma maneira excelente de vender informação pela mala. E também há um grande lucro nisso! Motoristas ouvem fitas cassetes enquanto estão dirigindo e vendedores as usam para seguirem em seminários e encontros de venda. Com todo o equipamento de som usado hoje em dia, a informação gravada tem uma ótima demanda.

Você ficará surpreso de quanto é barato para gravar e duplicar em massa suas fitas para o negócio de vender informação. Primeiro, você deve ter um manuscrito preparado para ser lido, e deveria pegar alguém que tivesse uma voz agradável para fazer as gravações.

Já que você precisa somente de um bom gravador de voz, pode comprar as fitas cassetes por um preço bem baixo. Você pode usar um bom gravador em casa para gravar sua informação, mas ele deve ter um som excelente, sem ruído ou interferência. E, é claro, esteja certo de eliminar sons de fundo que possam baixar o valor de seu produto. Lembre-se, isso é um negócio, e o seu produto deve apresentar uma alta qualidade. Depois, quanto os pedidos forem surgindo, você poderá ir a um estúdio de gravação para produzir a mais fina qualidade de gravação.

Serviços de duplicação em alta velocidade produzirão suas fitas em massa com um preço bastante razoável... (entre R\$1 e R\$2 por fita). Investigue a qualidade e compare os custos antes de se comprometer.

Assim como uma matéria impressa, as fitas cassetes são feitas bem facilmente. Você deveria comprar caixinhas plásticas para poder vender as fitas. Depois você pode até ter cartas impressas inseridas nas fitas cassetes para alcançar um produto de boa aparência.

COMO SE PROTEGER

Para proteger seus direitos contra qualquer um que esteja usando o que você tem publicado, *copyright* sobre o material. Tanto o material

impresso quanto o gravado podem ser *copyrighted*. (Para saber como proteger suas obras intelectuais adquira o curso em fitas cassetes "COMO GANHAR FORTUNA PUBLICANDO SEU PRÓPRIO LIVRO" disponível na página www.seminarios.com.br 011-3061-2698)

Uma vez que você protegeu suas obras com o aviso de "Copyright", não se preocupe, porque eles estão protegidos contra cópias não autorizadas. Mas o quanto antes você mandar informação ao público, isso já se torna domínio público, a não ser que ele carregue um aviso de que é *copyright* .

A nota pode aparecer numa dessas três formas: a palavra "copyright", "copr.", ou a letra "C" com um círculo em volta.© Ela deve aparecer na página do título e deve incluir o nome do dono e o ano de publicação.

Para maiores informações, telefone para a Câmara Brasileira do Livro (011) 225-8277.

ABRINDO O NEGÓCIO

O melhor do negócio de iniciar é vender informação porque ele requer muito pouco para iniciar. Você precisa somente de um pequeno espaço da sua casa para trabalhar, com uma superfície de trabalho e poucas coisas comuns de papéis timbrados.

Você quer usar seu próprio nome ou criar o nome de uma empresa? Os dois possuem vantagens que podem ajudá-lo, mas é essencial que ele caia bem. Se escolher o nome de uma empresa, cheque as leis de Estado para estar certo de fazer qualquer registro necessário. Se você está pensando em usar um número de caixa postal ao invés do seu próprio endereço, desista. Isso porque as pessoas não confiam num número de caixa postal devido as fraudes feitas no passado através da mala direta.

Você precisará de papel timbrado que dê uma boa impressão, envelopes e etiquetas de envio. E você não precisa gastar uma fortuna por uma impressão elaborada num papel de alta qualidade. Se tiver qualquer habilidade artística, pode criar seu próprio logotipo e datilografar com letras de carimbo disponíveis em lojas de arte. Você não precisa ter um nome muito comprido no seu logotipo. Basta o seu sobrenome ou suas letras iniciais.

Esteja atento quando pedir o logotipo e checar as diferenças de preço entre notas de papel e cópias adicionais por ter usado uma cor diferente do preto ou por ter usado duas cores.

Mantenha-se com tamanhos padronizados e claros, impresso em preto no papel colorido comum dá a ilusão de duas cores impressas e parece legal. Impressoras de offset podem produzir de 500 a milhares de folhas de limpa impressão por um pequeno preço se você fornecer a folha matriz de boa qualidade.

Quando o seu negócio for gerando dinheiro, você poderá adquirir uma balança de alta qualidade para medir os custos de envio e que poderá economizar custos relativos ao correio e outros gastos.

VENDENDO POR ATACADO

Você não precisa publicar seus próprios escritos ou idéias para abrir um negócio lucrativo ligado à venda de informações. É fácil fazer uma conexão com muitas empresas distribuidoras de livros pelo correio por atacado. Esses vendedores de livros podem com bastante frequência suprir catálogos, ou pelo menos suprir uma cópia básica para que você reproduza por conta própria.

Você também pode distribuir materiais de outras pessoas. É claro, você paga pelos direitos autorais, mas não existe despesas gerais na preparação.

Existem muitos livros que sobram das editoras. Não se preocupe se estes livros não venderem nas lojas. COMO você marca os livros é tão importante quanto o que está dentro deles... Estas publicações sempre relatam o custo dos livros varejo, mas você pode obter uma grande desconto de marca de 50%.

Não tente vender livros por atacado a alguém desconhecido. Você deve conhecer pelo menos um pouco sobre suas listas - pessoas as quais você tenta vender. A melhor maneira de obter vendas de outras publicações é estabelecer primeiramente sua própria lista de nomes de clientes potenciais e então oferecer livros, relatórios e catálogos de materiais relativos ao assunto em questão.

APENAS TESTANDO

Anúncios classificados, anúncios de espaço e ofertas de mala direta são as maneiras de vender informação pelo correio. Desde que você ainda não tenha entrado nas despesas de massa produzindo seus materiais, você pode arriscar um pouco no tipo de propaganda que deseja fazer.

Você pode dizer se seus materiais venderão? Coloque anúncios de teste, cheque resultados e analise que tipo de desenho ou atração seria melhor ao seu produto. Então analise as respostas para o verdadeiro produto. Surgiram muitos envios para reembolso? Você obteve uma alta porcentagem de pedidos relativos a algum anúncio em especial? Para calcular um teste bem sucedido, você precisa somar a porcentagem de respostas para você ir em frente, obter lucro, e lucrar muito. Vá em frente - sonhe. ACREDITE QUE ISSO ACONTECERÁ -e você terá lucro.

Uma das coisas testadas são o preço, o tipo de publicação e a atração. Anúncios bem sucedidos numa publicação podem ser utilizados em outra... Se um anúncio parece não funcionar, tire-o fora e tente outra vez. Não se desencoraje. Você precisa de persistência para continuar

testando e colocando anúncios que não sejam caros. Pessoas bem sucedidas ganham com maior freqüência porque CONTINUAM NO JOGO.

COLOCANDO ANÚNCIOS CLASSIFICADOS

Você já deu uma olhada em todas as revistas que tratem do mesmo assunto que você? Escolha o tipo de publicação aos quais os leitores tenham demonstrado os mesmos interesses ligados ao que o seu material oferece. O produto deve ser atraente a centenas de leitores dessas publicações. Cheque os anúncios classificados para materiais similares... Por quanto tempo eles têm permanecido? Esteja preparado para colocar seu anúncio por meses seguidos. Com freqüência uma grande figura não traz resultado até o segundo, terceiro ou quarto anúncio repetido.

Tenha cuidado se estiver tentando uma grande audiência com uma grande distribuição de publicação - seu produto não deve ter uma atração em massa, sendo que deve custar mais para ser anunciado numa revista de circulação maior. Por outro lado, publicações locais e pequenas possuem somente uma figura limitada para uma informação especializada - a não ser que seja regional.

A melhor maneira de se vender informação é com uma abordagem em duas etapas. (ensinado no manual Como ganhar grandes lucros com pequenos anúncios disponível em nossa pagina www.seminarios.com.br e no 011-3061-2698). Poucos itens são comprados diretamente de um pequeno anúncio por um preço alto, mas há uma grande resposta para coisas de graça. Coloque um pequeno e barato anúncio na seção de classificados da publicação que escolher. O anúncio deveria levar ao ponto, acurado ao tipo de informação e instigante. Você deveria colocar alguns dos benefícios que o leitor receberia, como por exemplo ganhar dinheiro extra ou aprender um segredo especial. Inclua algumas palavras sobre "detalhes de graça" ou "escreva para informação de graça". Esses anúncios, chamados de anúncios classificados líderes, constrói listas sonoras de clientes potenciais por retornos contínuos e um estabelecimento sólido.

Se você colocar diferentes anúncios em várias revistas, abaixo de diferentes títulos, como pode dizer de onde veio a resposta? Codifique seu endereço. Ele é chamado de colocar código no endereço. Você deveria incluir sempre nome e endereço completos no anúncio classificado. No nome da empresa ou na folha de papel do endereço, você coloca seu código que indica a revista na qual o classificado foi colocado e em que seção.

Geralmente, as chaves vem em forma de divisão, departamento e um número para indicar o mês em que o anúncio apareceu.

Uma vez que você receba inquéritos e consultas dos classificados, mande sua literatura de venda - uma carta de venda impressa ou brochura. Você pode ter uma descrição de uma página do seu produto que inclua uma forma de fazer pedidos, ou pode ser melhor elaborado e produzir um pacote de venda.

Mas nessa conversão - de inquéritos e consultas a pedido - é que você FARÁ SEU DINHEIRO.

ANÚNCIOS DE ESPAÇO

Mesmo que os anúncios classificados produzam inquéritos e consultas e clientes potenciais por um preço baixo, às vezes você tem um produto que venderia melhor de outra maneira. Anúncios de espaço são a melhor maneira de fazer propaganda se você precisar mostrar o seu produto. Uma pequena linha desenhada de um de seus produtos com um preço razoável e maiores detalhes como informação sobre catálogos grátis irão trazer clientes a longo prazo.

Comprar espaço nas publicações não é difícil. Você nem precisa de uma agência de propaganda para fazer isso por você. Na verdade, você pode economizar o custo da agência estabelecendo a sua própria, dentro de casa.

Algumas publicações oferecem um desconto adicional de 15% para anúncios de um pequeno negócio de mala direta. Cheque com a publicação a respeito da lista dos preços e detalhes dos módulos dos anúncios de espaço disponíveis no jornal.

Uma correspondência direta é uma maneira muita tentada e geralmente bem sucedida no negócio de mala direta. Mas não tente fazer isso como iniciante - apenas se tiver uma venda certa e puder bancar com as despesas de impressão de um pacote. Cada pacote de mala direta tem uma carta de venda, uma brochura e uma forma de pedido e um envelope de retorno.

A carta de venda deve ser pessoal e ter uma ótima aparência. Use um papel timbrado de duas cores. Ela deve discernir as características de seu produto que atraiam, de preferência... Ela deve ser colorida, com ilustrações e parecer profissional.

A sua própria lista de clientes potenciais dos líderes classificados é a melhor listagem para vender materiais relacionados. Você também pode alugar listas de empresas e pegar etiquetas de colagem pré-endereçadas. Mas tenha cuidado para escolher listas relacionadas aos seus materiais. Toda a propaganda de mala direta deve ser testada antes. Um bom teste para um negócio pequeno é de duzentos a trezentos pedaços.

ESCREVENDO UMA CARTA DE VENDA

Se você planeja vender algo que não escreveu, deveria ser totalmente familiar com o conteúdo da informação que deseja vender. Leia a respeito ou escute sobre o produto. Por que alguém deveria comprá-lo? Uma boa cópia do anúncio chama a atenção do leitor. Tente algumas frases animadoras até conseguir alguém com quem você se sinta feliz. Aumente a curiosidade do leitor. Qual é a essência do benefício do seu produto? Faça uma lista das características e benefícios. Isso mostrará como ganhar dinheiro? Você ensina algo de novo com isso? O leitor aprenderá como fazer algo importante? Seja verdadeiro no que você escrever, não minta para o leitor. Não dê ao produto as características ou benefícios que ele não possui. Quando você é honesto com o cliente, repetirá seu negócio novamente e novamente.

Converse com o leitor diretamente. Use frases curtas com muitos verbos de ação e faça com que seu leitor seja persuadido a AGIR AGORA, enquanto possui seu escrito em mãos. E sempre ofereça uma devolução de dinheiro como garantia. A honestidade da abordagem vai superar todos os seus futuros problemas. Então preencha os detalhes dos produtos para isso parecer essencial de ser obtido. Esteja certo de incluir uma forma de pedido, também como parte da carta ou separadamente.

VOCÊ É BEM SUCEDIDO

A melhor parte é quando chegam os cheques e você cumpre com as promessas anunciadas, mandando informações. Existem regulamentações governamentais a respeito do tempo de suas respostas, então esteja certo de mandar seu pedido dentro de trinta dias de ter recebido o requerimento, ou você deve informar o cliente a respeito do atraso e oferecer uma devolução completa.

Aqui está como você deve colocar suas habilidades de organização a serem testadas. É importante que você mantenha os inquéritos e consultas e pedidos em ordem, sendo que você tem a certeza de mandar os materiais próprios a cada pedido. Você deveria investir num carimbo que marcasse o inquéritos e consultas ou pedido com a marca "recebido" e um outro carimbo que marcasse a data de chegada e a data com a qual o pedido ou inquérito e consulta foi respondido.

ANALISANDO RESULTADOS

Seus anúncios estão funcionando? Uma revista é melhor do que a outra? Quantos inquéritos ou consultas você tem recebido? Quantos deles se convertem em vendas? Quanto de dinheiro você está produzindo?

Uma maneira fácil de analisar isso é manter arquivos apurados das respostas. Você pode determinar se quer manter os anúncios classificados ou se precisa mudar sua carta de venda. Para controlar seus resultados, você pode usar anotar tudo numa forma detalhada. Você deveria ter uma página separada para cada anúncio que colocar, ou para cada chave. No topo da folha deve ter a seguinte informação: o nome da publicação, a matéria número ou data, a data em que a matéria foi colocada à venda, o endereço chave, o tamanho e custo do anúncio, o anúncio que você usou, o preço do produto e o produto em si.

As colunas de papel gravado devem ser divididas em duas categorias: inquéritos ou consultas que vieram dos classificados e pedidos colocados a partir da literatura de venda em resposta aos inquéritos ou consultas. No lado esquerdo, numere consecutivamente numa coluna vertical. Estes números indicam o número dos inquéritos ou consultas que você recebeu ao seu classificado ou pedidos vindos da literatura de venda. Os tópicos abaixo dos inquéritos ou consultas são "data recebida, número recebido e o pagamento total".

Os tópicos abaixo de pedidos devem ser: número de pedidos recebido, dinheiro total, vendas à vista e dinheiro total pelas vendas à vista. Ao invés de decidir se o seu classificados foi um bom investimento, você pode determinar a quota por inquérito ou consulta, dividindo o

número de inquéritos ou consultas pelo custo total por anúncio classificado. Compare três meses equivalentes aos classificados e compare os resultados totais aos anúncios de outra revista. Qual deles providenciou o maior número de respostas?

Vendas e lucros são mais importantes. Quantos pedidos você tem recebido? Você pode achar o custo de anúncio por pedido primeiramente adicionando o custo da literatura de venda ao custo do anúncio. Então divida o número total de pedidos dentro daquela soma.

Para somar o quanto de lucro puro você possui, simplesmente pegue o dinheiro total das vendas à vista, subtraia o custo de seu produto por pedido e o custo de envio e entrega, subtraia o custo de envio da literatura de venda por pedido e o custo do anúncio. Mesmo que os seus lucros e gastos sejam equivalentes nas primeiras semanas do seu negócio VOCÊ ESTARÁ NO CAMINHO. O tesouro de vender informações não é para ser pego de primeira. Ele é construído perseverantemente, de pouquinho em pouquinho até trazer uma grande entrada de dinheiro.

IMPRIMINDO SEUS RELATÓRIOS

Os anúncios de teste funcionaram e você obteve mais pedidos do que imaginava. O que fazer? Talvez você tenha somente algum material de fotocópia para ver se ele estaria em demanda ou então você preparou alguns outros produtos . Agora você produz em massa. No entanto, não seja muito precipitado. Calcule com cuidado a quantidade de retornos e a possível demanda.

Quando tiver um item de sucesso, será o momento de ir datilografando e imprimindo. Datilógrafos locais podem lhe advertir a respeito do estilo, tamanho e tipo da sua matéria a ser imprimida. Discuta isso inteiramente e tenha certeza de saber exatamente a estimativa dos custos - isso pode ser espantosamente caro.

Pronto para ir à impressão. Compare preços. Pegue pelo menos três pontos comparativos das impressoras. E esteja certo de dar uma boa olhada ao trabalho que eles fazem. O tipo é limpo, é bem alinhado no papel, nada deformado? Estão todos claros naquilo que esperam? Então pode começar.

QUAIS SÃO AS LEIS?

O negócio de venda de informação é encorajado pelo governo, mas existem regras e regulamentos a respeito da conduta própria na maneira de fazer negócios. O aspecto mais relevante pelo qual as autoridades procuram é a fraude, então você deve ter cuidado para anunciar somente aquilo que você estiver realmente vendendo. Mesmo que a maioria dos anúncios realcem os benefícios e bons aspectos dos produtos, esteja certo de não enganar o comprador de maneira alguma.

Você pode usar testemunhas numa cópia adicional e literatura de venda. Na verdade, elas são uma maneira excelente de se vender. Se você possuir um produto genuíno para vender, use uma abordagem de venda honesta e pague seus impostos, você nunca terá problema com a lei.

O QUE FAZER COM TODO ESSE DINHEIRO?

Mesmo que você nunca tenha feito contabilidade, você pode manter registros apurados para si mesmo - e para o governo. Faça uma listagem de todas as despesas relativas ao negócio. Cuidadosamente anote a data, a quantidade exata, o tipo de aquisição (como selos, fotocópias, etc.) e o lugar da aquisição. MANTENHA TODOS OS RECIBOS. Coloque-os em ordem e clipe-os a uma página. Quando tiver um número grande de clientela, pode organizar os recibos de acordo com o vendedor. Faça uma listagem de todas as entradas de dinheiro. Você será responsável e pode ser chamado. Numa página ou coluna separada, anote cada cheque ou dinheiro relativos aos pedidos que receber, e a origem e data do cheque. Use uma conta de negócios separada para todas as transações de negócios. Isso torna tudo mais claro e simples para que você analise seu lucro e mantenha registros separados de suas contas pessoais.

CRIANDO UM NEGÓCIO REPETITIVO

Uma vez que você tenha um negócio de sucesso com um monte de pedidos chegando, não tente expandir muito rápido. Escolha cuidadosamente um ou mais produtos para adicionar ao seu negócio e passe por todas as etapas de teste. Mesmo que você se sinta muito bem a respeito das respostas as suas primeiras aventuras, nunca ponha um lucro de volta em maiores propagandas caras ou numa impressão mais elaborada. Mantenha algum lucro - pelo menos um pouco por vez.

Não é muito bom ter o seu próprio negócio? E, realmente, você não gastou muito tempo, nem dinheiro. Na verdade, seu pequeno investimento já deve ter duplicado ou até mesmo triplicado. Se você quiser alcançar tudo aquilo com o que sempre sonhou, vá em frente - comece. Agora.

Se você precisar de um conselho jurídico especializado nesse assunto, o serviço de um profissional é recomendado.

COMO FAZER R\$300,00 a R\$1.000,00 REAIS, POR SEMANA, COM SUA CÂMERA!

Uma das maneiras mais fáceis de se fazer dinheiro extra é com uma câmera. Um maior número de pessoas possuem câmeras do que rádios, e a fotografia é o hobby que cresce com a maior velocidade no mundo. Usar uma câmera ainda é um instrumento de entrada de dinheiro extra altamente ignorada!

Com um pouco de imaginação, uma tendência artística e uma pequena habilidade para vender, o homem ou a mulher comuns, ou até mesmo um adolescente, pode fazer um dinheiro extra de R\$1.000,00, por semana, com sua câmera.

Você também não precisa ter uma das mais populares e caras, ou caros anexos e equipamentos. Em muitos instantes, uma Polaroid ou outra câmera simples servirá às vendas perfeitamente. O único pedaço de equipamento extra em que você deve querer investir seria um tripé, para montar a câmera em algumas situações.

Assim como milhares de pessoas procuram por um grande controle em cima de seu destino financeiro, o sonho de um trabalhador independente tornou-se mais viável do que nunca. Só a idéia de lançar um pequeno negócio para tornar-se seu próprio chefe e obter independência financeira, leva muitas pessoas a arriscar a poupança de suas vidas inteiras numa única invenção.

O espírito empreendedor é, claro, uma parte de uma ótima tradição nacional. O problema é que muitas pessoas dedicam muito de seu tempo a idéias mal pensadas e a altos riscos e aventuras que proporcionam pouca chance de sucesso.

Sempre há alguma aposta envolvida quando você começa um negócio, seja seu investimento de R\$50, R\$500 ou mais Reais. Mas uma vez que você tenha começado a ver seu negócio como uma "aposta", a sua chance de perder aumenta muito! Os empreendedores mais astutos e bem sucedidos sabem que lançar um negócio funciona melhor quando você toma princípios que colocam as chances de ganhar em seu favor.

TOME AQUILO QUE VOCÊ JÁ APRENDEU E CONSTRUA SEU NEGÓCIO EM VOLTA DISSO

Se você decidir entrar nos ranques de fotógrafos freelancers independentes descobrirá, em breve, que não há mistério algum em ser capaz de fazer milhares de dólares todo ano. Esqueça a noção de poder abrir um negócio só por ter uma câmera largada por aí, sobre a qual você sabe um pouco ou quase nada a respeito.

Se você tentar o casual "aprender no trabalho" em relação à fotografia, seus competidores aumentarão seus erros, promovendo os

clientes a se desviarem de seus produtos e serviços. Então seu negócio estará começando devagar no momento em que você adquirir o conhecimento que precisava para tornar-se bem sucedido .

Nunca espere ser pago pelas pessoas enquanto você exercita com elas e desperdiça seus tempos e dinheiro. E nunca se comprometa a fazer algo que não seja capaz. Ser honesto com você mesmo e com seus clientes será seu lucro no seu empreendimento.

A melhor abordagem para começar seu negócio freelance de fotografia é começar devagar e construir uma base de conhecimento e experiência. Em outras palavras, tome o conhecimento presente que você tem com sua câmera e construa uma empresa em volta disso. Comece oferecendo um serviço particular onde você pode ser competitivo desde o primeiro dia que estiver aberto para o negócio.

VOCÊ NÃO PRECISA DE UM ESTÚDIO E DE UMA MOBÍLA PROVINCIAL FRANCESA PARA COMEÇAR

Você não tem que abrir um estúdio com uma elegante mobília provincial francesa, cristaleiras e quadros caros nas paredes para entrar num negócio freelancer como fotógrafo. É justamente o contrário: você nem precisa de um estúdio!

O que você precisa é de duas luzes ou lâmpadas especiais de fotógrafos. , uma sala de revelação em preto-e-branco. A partir daí, é tão fácil para você ir aos seus clientes como é para eles irem a um estúdio.

A quantidade de dinheiro que você vai ganhar vai depender de quanto tempo dedicar ao seu negócio. A beleza de ser um fotógrafo freelancer é você poder criar seus próprios mercados e estabelecer suas próprias metas. Se entrar num negócio freelancer com a intenção de ganhar um dinheiro extra trabalhando nos fins de semana, deveria ser capaz de fazer de R\$1.000 a R\$2.000 Reais, por semana, se não fizer nada mais do que fotografar casamentos seguidos de pacotes de negócios. Se decidir entrar no negócio por tempo integral, então poderá ganhar por volta de R\$50.000 Reais ou mais, dependendo de sua especialidade.

Isso realmente uma coisa muito importante; você deve ter a habilidade de usar seu equipamento para produzir uma boa fotografia. As pessoas estão dispostas a pagar muito bem se você produzir resultados de boa qualidade. Elas não gostam de pagar por um trabalho pobre que não seja agradável ou efetivo.

SER BEM SUCEDIDO É VENDER O QUE VOCÊ JÁ SABE PARA PRODUZIR

Neste relatório estamos supondo que você já saiba alguma coisa sobre operar uma câmera, tirar fotografias, exposição, iluminação, composição e procedimentos de sala escura. Aí está o final da produção. Transformar esses conhecimento numa fotografia vendável é o próximo passo.

A primeira regra a ser lembrada é a de que, se você está oferecendo um trabalho e não sabe sobre até mesmo o básico, seria melhor dizer "não, obrigado" e contar ao seu cliente a razão de estar passando adiante. Conte-lhe a sua especialidade no momento. Quando aparecer o próximo trabalho, você já terá estabelecido uma reputação de ter sido honesto e a mesma pessoa voltará 1) porque ela respeita sua honestidade; e 2) porque se você diz que pode fazer um trabalho é porque pode realmente.

FAÇA PROPAGANDA DE SEU TRABALHO NUM PORTIFÓLIO

Faça um portfólio de qualidade com impressão de 8 x 10 para mostrar aos seus clientes potenciais. Isso deve consistir de impressões tanto em cores como em preto-e-branco. Monte essas impressões de 8 x 10 em atrativas molduras de 11 x 14. Dessa maneira você pode incluir algumas impressões de 11 x 14 também. (todas as medidas são em polegadas = 2,54 cm)

Um portfólio completo deve incluir alguns slides de 35mm. Coloque-os em folhas próprias para isso, que podem abarcar 20 slides. Se você tem a intenção de produzir transparências de 24 x 22 para contratos comerciais e industriais, essas folhas são viáveis.

Quando estiver satisfeito com seu portfólio, chame agências de propaganda e mostre ao diretor de arte sua capacidade. Marque encontros com diretores de arte e moda de lojas de departamento e butiques. Mostre negócio e firmas industriais e considere de antemão como seus departamentos de propaganda e relações públicas poderiam utilizar seus serviços.

Esteja preparado para mostrar seu trabalho a qualquer pessoa e a qualquer hora. Todo mundo pode ser um cliente potencial e você nunca saberá quem será o próximo a estar precisando de seus serviços. Carregue seu portfólio no carro, sempre. Se tiver orgulho de seu trabalho, mostre-o! Faça da propaganda uma parte do seu cotidiano.

SABER O QUE COBRAR PELO SEU TRABALHO

A primeira coisa a ser lembrada é que você não vai entrar num negócio para deixá-lo. Ser justo a você mesmo e aos seus clientes é o princípio que você deve seguir quando estiver colocando seu preço. A maneira de fazer isso é determinar a quantidade que vai lhe recompensar adequadamente ao seu tempo, talento e investimento em equipamentos básicos de trabalho a trabalho. Não caia na armadilha de pedir menos pelo seu trabalho porque você não está trabalhando dentro de um estúdio, ou não possui equipamentos caros e novos em folha. Você ainda tem despesas gerais!

Nas horas em que suas despesas parecerem intermináveis, enquanto você paga por acessórios de foto, acessórios de correio, propagandas, despesas de viagens, água e eletricidade, no caso de utilizar sua sala escura, equipamentos e acessórios da sala escura, taxas, licenças de negócios, papéis de negócios, custos de portfólio, cartões de negócios e depreciações no seu veículo e equipamentos de fotografia,

nunca se deixe convencer por ninguém que você deveria trabalhar por menos porque não possui despesas gerais.

A decisão de quanto pedir pelo final de seu trabalho é algo que você deve decidir por si mesmo. A área em que você vive, a economia desta área, a competição e quanto você precisa são todos fatores de influência.

Essas são as duas maneiras básicas de avaliar sua remuneração: 1) Você pode cobrar por cada fotografia individualmente ou por trabalho. Num trabalho você deveria saber exatamente quantas fotos eles requereriam e levariam em conta pelas diferenças na sua quota de preço; ou, 2) Você pode cobrar por hora de trabalho, o que compensa pelo seu tempo e talento. Sua taxa cobrada por hora não inclua os rolos de filme que você fotografa, cópias, processamento ou impressões pedidas pelo seu cliente. Sua taxa por hora é somente o seu tempo, começando da hora em que você saiu de casa até ter terminado seu trabalho e voltado para casa. Em alguns casos, cobrar pela hora não seria prático. Por exemplo, seções de dança, pacotes de graduação, escolas de dança ou pequena liga de times. Por outro lado, fotos comerciais, onde você pode ser chamado para tirar uma foto individual que acabe levando de 1 a 2 horas para ser feita, não pagaria o suficiente se você tivesse pedido pela foto.

GANHE R\$50.000 POR ANO TRABALHANDO UM DIA POR SEMANA!

Sendo uma economia boa ou má, uma coisa é certa - sempre existirão casamentos e trabalho para fotógrafos freelancers. A propaganda boca-a-boca funciona bem independente do produto ou serviço que você estiver vendendo. Mas ela funciona especialmente bem se você for um fotógrafo no negócio de fotos para casamentos. Quando uma noiva fica satisfeita com a qualidade de seu trabalho, pagará R\$1.000 pelo seu tempo, talento, álbuns para cada um dos casais de pais dos noivos, fotos de parede e seu álbum. Mas é em seu álbum que todo mundo que ela sempre conheceu, ou vai conhecer, que todo mundo será convidado para olhar.

A maior parte de seu trabalho virá de referências dadas pelas noivas que ficaram felizes com o seu trabalho. Você também pode promover o seu trabalho, no entanto, mostrando amostras do seu trabalho para floristas, lojas de noivas, boutiques, e buffets que normalmente tem muitos negócios relacionados a casamentos. Somente conte-lhes que você ficaria feliz de mandar-lhes o seu trabalho, se eles fizerem o mesmo.

Sempre assine contrato com a noiva de modo a não existirem desentendimentos. Especifique exatamente as fotos que serão tiradas, e de quem. Sempre inclua um "Parágrafo Dispensa" que coloque que você não é responsável pelas perdas de fotografias resultantes de mau funcionamento da câmera, acidentes no desenvolvimento, ou filme perdido no envio pelo correio. Você também deve incluir um "Dispensa Modelo", que dará a você o direito de usar qualquer uma das fotos como amostras de compras de propagandas.

CALCULANDO SUA REMUNERAÇÃO

Tenha certeza de que a noiva tenha entendido completamente o que é a sua remuneração, e o que ela pode esperar de receber como serviço . Existem muitas maneiras através das quais você pode colocar o seu preço nos casamentos:

- 1) Ofereça um pacote completo que inclua uma foto do casamento no jornal, um porta-retrato formal da noiva, e uma cobertura do ensaio, festa, casamento e recepção.
- 2) Cobertura da festa de ensaio, do casamento e da recepção.
- 3) Casamento e recepção
- 4) Só o casamento

Casamentos podem ser uma mina de ouro. Não é incomum que um pacote completo que inclua um álbum 8x10 para a noiva e um álbum 4x5 para cada casal de pais faça R\$1.000 Reais ou mais. Muitos fotógrafos pedem no mínimo R\$500 pelos casamentos. Até mesmo se você fizer dois casamentos, por fim de semana, no mínimo pode fazer facilmente R\$52.000 Reais por ano. Dois pacotes completos de casamento, por semana, faria mais de R\$100.000 por ano. Isso é que é trabalhar um dia por semana! Agora imagine quanto dinheiro você poderia fazer trabalhando em tempo integral!

OUTROS TRABALHOS DE FREELANCE QUE PODEM TRAZER MUITO DINHEIRO A VOCÊ! RECITAIS DE ESCOLA DE DANÇA

Recitais de dança acontecem somente uma vez por ano, mas tirar fotos de lindas crianças em suas fantasias pode significar um aumento substancial de sua conta no banco. Escolas de dança existem em todos os lugares e de todos os tamanhos. Oferecendo um pacote de uma 8 x 10, duas 5 x 7, quatro fotos de carteira e uma foto 5 x 7 da classe, você pode fazer, em qualquer lugar, de R\$ 1.000 pelas classes menores até R\$5.000 pelas classes de 400 a 500 alunos. Se você responsabilizar os professores por posar os alunos e oferecer uma pose por criança, pode fotografar as maiores classes em apenas alguns dias.

FOTOS DE ESPORTES DE CRIANÇAS

Esportes de crianças, como Pequena Liga de baseball, futebol, hipismo e basket oferecem uma oportunidade muito lucrativa de fazer um dinheiro fácil e à vista para um fotógrafo freelancer. Todos os times (e as centenas de pais que os assistem) querem fotos do grupo e individuais de todos os jogadores. A maioria das ligas terão no mínimo 8 a 10 times, com mais de 30 crianças num time, dependendo do esporte. A pessoa a ser abordada para trabalhar por arranjos para uma seção fotográfica seria o técnico, um diretor, comitê ou responsável. Lidar com uma pessoa só funciona melhor. Cheque com o departamento de recreação da cidade ou do Estado. Eles saberão quem estará usando suas facilidades.

FOTOGRAFIA DE CASAS APARTAMENTOS E DE ARQUITETURA

Alguns de seus melhores clientes podem ser agentes de imobiliária , contratadores comerciais e residenciais e arquitetos. Agentes de imobiliária sabem que fotografias são mais efetivas em fazer propagandas de casas ou negócios do que um classificado típico. Fazer toda a listagem de um imóveis pode aumentar sua renda substancialmente.

FOTOGRAFIA DE SEGUROS

Empresas seguradoras reembolsarão um plano de seguros de um proprietário somente por aqueles itens que tiverem documentado. Cada vez mais, os regulamentadores estão impulsionando seus clientes a fotografar tudo que é coberto pelo seu seguro em suas casas ou negócios. É difícil argumentar com um inventário fotográfico e, por essa razão, as pessoas pagarão para que você fotografe suas propriedades e organize-as em uma caixa de depósitos segura.

Organize um serviço de fazer um inventário fotográfico de seguros e negócios do tipo. Com essa idéia, você contata empresas de seguros e determina se elas aprovarão e endossarão as fotografias que você tirar dos planos de seguros de casas, negócios pessoais e negócios de reclamação a respeito de propriedades. Muitas aprovarão e, através delas, trabalhando também com a ajuda de um agente segurador, da própria agência ou por conta própria entre em contato com os donos das propriedades e venda a idéia de tirar fotografias dos bens de decoração e outros objetos da casa que eles tenham colocado no seguro.

Você tira fotos - um inventário dos bens na forma de fotos endossados e de tudo que eles estejam reivindicando ou gostariam de colocar em reivindicação numa apólice de seguros - e então identifique as fotografias, dando um jogo delas para o dono da propriedade e outro jogo para seu agente segurador ou para a empresa.

Inventários de fotos de propriedades de decoração e pessoais ainda é um negócio novo mas, em todos os lugares nos quais ele tem sido introduzido, é definitivamente comprovado de ser um super fonte de renda para as pessoas que tenham vontade de se apressarem em ganhar.

PORTA-RETRATOS DE FAMÍLIA

Quando você tirar retratos de famílias, é melhor que não utilize um estúdio. As pessoas sempre agem e parecem mais naturais quando estão em seus próprios lares ou quintais. Os animais de estimação da família também são fáceis de serem incluídos quando estão aos arredores da família. Você pode divulgar seu próprio serviço "fotografia em área exterior" de porta-retrato de família no jornal de Domingo . Note o fato de que eles não terão nem mesmo que deixar seus confortos e privacidade de suas casas, porque você irá até eles. Cobrar uma taxa inicial, o que inclui o primeiro porta-retrato (16 x 20 e 20 x 24 não são incomuns) mais despesas de viagem e outros custos de

fotografia. Promova sempre porta-retratos com cartões de Natal, dos quais serão oferecidos pelas etiquetas.

IGREJAS E SINAGOGAS

Quando os membros da Igreja tornam-se velhos o suficiente para se tornarem membros regulares eles são confirmados e admitidos oficialmente na Igreja. As Igrejas sempre querem grupos de fotos da classe inteira mais fotos individuais de cada família. Um bar mitzvah na fé Judaica é parecido com o de ser confirmado. Quando um garoto completa 13 anos, torna-se então um membro reconhecido de sua religião e a Sinagoga numa cerimônia especial. Com uma confirmação e um bar mitzvah há ocasiões muito alegres que são seguidas por uma recepção pela família, amigos e membros religiosos.

SHOWS DE ANIMAIS E PORTA-RETRATOS DE ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO

Animais de estimação e outros animais adicionam-se a um negócio multi-bilionário na América. O que os donos de animais gastam todo ano em comida, tratamento, lugar para o animal sentar, andador , produtos de saúde e acessórios é de ficar espantado. Ofereça seus serviços como um fotógrafo de animais de estimação e outros animais e eles também comprarão de você. Existem fotógrafos freelancers que fazem uma boa qualidade de vida indo somente de um show a outro que destaque cavalos, gatos e cachorros. Entre em contato com seu veterinário local, que poderia ser capaz de lhe providenciar os nomes e endereços de patrocinadores dos vários shows e organizações.

NEGOCIANTES DE ANTIGUIDADES E LEILOEIROS

Alguns negociantes de antiguidades tem fotos tiradas de seus itens para vender, e mandam as fotos ou slides coloridos de partes especiais ou diferentes para outros negociantes ou clientes. Quando leiloeiros são contratados para leiloarem itens de um estado, falência, um grande negócio ou indústria, ou qualquer outro trabalho que tenha itens de valor em suas listas de venda, eles usarão freqüentemente slides coloridos para TV, anúncios classificados, brochuras e outras fatias promocionais.

CURSOS DE GOLFE E CLUBES DE CAMPO

Você pode fazer algum dinheiro fácil fazendo parceria com um clube de golfe ou clube esportivo para ter fotos de ação tiradas de jogadores de golfe quando houver torneios e tiver muita gente. Organize sua câmera deixando-a pronta para algumas fotos de ação enquanto cada jogador dá seu golpe.

FOTOS DE CRIANÇAS E PÔNEI

Voltando aos anos 40 e 50, os fotógrafos viajariam pelo país e iriam de porta em porta. Por uma remuneração extra, as crianças poderiam colocar um chapéu de cowboy, coletes e feno e subir num pônei mansinho para terem suas fotografias tiradas. Tudo o que você deve fazer é alugar um pônei manso, ter umas três peças (um tamanho serve para todas as crianças) de roupas de cowboy e um assistente presente no caso do pônei se tornar arisco, ou da criança decidir pular do pônei. Então faça uma parceria para aparecer em festivais de "dias loucos", festivais, carnavais de escola, reuniões de família, promoções de shopping centers, paradas ou qualquer outro lugar onde as muitas pessoas aparecem reunidas.

FOTOGRAFANDO ESCOLAS E BANDAS COMUNITÁRIAS

Faça parceria ou acordo com a banda ou o clube para tirar fotos coloridas da banda e de seus membros. Mande pelo correio amostras de impressões para diretores de bandas fora de sua região e arranje encontros para mostrar seu trabalho e explicar as ofertas do pacote e remuneração.

FOTOS DE GRADUAÇÃO

Entre em contato com o consultor de classes avançadas e faça um acordo para tirar fotos de alunos avançados em suas capas e gorros enquanto exercitam antes da cerimônia de graduação verdadeira. Se não tiver um portátil, use cortinas do palco. Pegue emprestado um diploma da escola que cada graduante possa segurar.

FOTOGRAFIAS DENTRO DE LOJAS

Uma das idéias mais fáceis é visitar uma loja de roupas de criança em um de seus movimentados shopping centers, ou o departamento infantil em uma de suas grandes lojas de departamento. Venda ao gerente ou ao dono da loja a idéia de se colocar num canto da loja ou departamento e tirar fotos das crianças compradoras. Ele pode promover o fato de você estar na loja tirando fotografias por preços especiais durante algumas horas - talvez nas tardes de Sexta-Feira ou o dia inteiro nos Sábados - nas propagandas dele, de maneira que ele patrocine suas figuras em sua loja por causa de você. Você pode chamar a atenção a sua organização de "estoque" e gerar maiores negócios com poucas idéias promocionais de merchandising.

Você precisará de uma folha ou parte do material ou uma certa coleção imaginativa num segundo plano. Mas isso você pode fazer facilmente por conta própria. Você também deve ter um poster bem chamativo, que chame a atenção ao que você faz e os preços que você está pedindo. A não ser que você seja um artista comercial, gaste dinheiro para ter essa qualidade gráfica das matérias. A próxima e última coisa necessária será um recibo feito de duas partes ou cupom.

Isso pode ser um simples pedaço de papel de 5 cm de largura por 12 de comprimento. Do lado esquerdo desenhe linhas aos seus clientes para preencherem com seus nomes, telefones e endereços. Você também deveria querer incluir um espaço para informações adicionais como o

nome das crianças da família, suas idades e quantidade, para futuros esforços, mas mantenha-se breve e simples.

Ao lado direito do cupom, tenha seu nome de negócios, endereço e número de telefone mais uma linha rápida a respeito de diferentes tipos de fotografia que você pode oferecer, e talvez um slogan de negócios como "Satisfação Garantida ou então Você Não Paga".

Para adicionar um pouco mais de classe nesse cupom, pegue o resumo básico dessa idéia até uma loja instantânea de impressão. Conte-lhes o que você deseja; mostre-lhes o seu resumo; e tenha tudo datilografado por eles. Então ponha uma borda caprichada em volta de todo o cupom e o imprima em papel colorido. A melhor cor de papel para isso é de uma nota de dolar com gradação de cor verde. Se você quiser dar a isso ainda mais classe, você poderia ter o cupom imprimido em verde, um cartão de estoque leve. Você vai querer dividir o lado de "informação" desse cupom do lado do "cartão de negócios" com uma linha pontilhada e perfurações.

Se você dispôs esse cupom de maneira propícia, deveria ser capaz de pegar sete deles num pedaço de papel A-4 ou cartão de estoque. Isso significa que a impressora pode imprimir e cortar 7.000 deles por volta do mesmo preço de imprimir 1.000 circulares ou folhetos. Na sua impressora, negocie pela melhor divisão mas, no final, isso não deveria custar mais de R\$60 por todos os 7.000 cupons que virão desses 1.000 pedaços de papel ou cartão de estoque.

Agora, quando você pega a foto de alguma pessoa, independente de ser uma organização comum ou fora do setor da sua atividade, ou até na rua, você dá ao seu cliente um dos cupons-recibos e conta-lhe que sua impressão ficará pronta em poucos dias. Ele preenche a parte de informação do cupom e lhe devolve, ficando com a porção do seu "cartão de negócios".

Quando as impressões estiverem prontas, você pode telefonar para seu cliente e lembrá-lo - oferecendo-se para entregar e pagar; mande-lhes através do correio com uma conta a pagar ou entre em acordo com uma loja para tomar conta deles até que as pessoas chamem por eles e paguem no mesmo momento.

A maioria das lojas, dentro de boliche e outros negociantes a varejo, ficarão gratos em dar suas partes disso para você, porque isso traz os clientes de volta aos lugares de negócios e providencia outras oportunidades de venda para eles. Por via das dúvidas, esteja certo de incluir uma circular de propaganda com cada jogo de fotos que você entrega. Essa circular deveria explicar como o cliente pode obter mais impressões, como pode obter ampliações de suas fotografias favoritas e detalhes falando sobre todos os outros serviços de fotografia que você oferece. Nos parágrafos seguintes nós damos os pontos de especial interesse de algumas idéias que têm funcionado bem, mas, você deve manter seus olhos abertos para observar idéias promocionais adicionais que podem ser adaptadas para caber bem ao seu negócio.

• Você deveria visitar todas as casas de festas para crianças e contar aos seus donos a respeito de seus serviços como fotógrafo. Quando

tiver uma festa de aniversário, ele irá convidá-lo para tirar fotografias.

- Outro lugar muito importante para prospectar seus serviços. Bufftes e halls de eventos para casamentos e outros eventos. Deixe o dono saber de seus serviços e você será considerado como um fotógrafo para o próximo evento.

- Hotéis e convenções ou seminários. Muitos seminários estão tomando espaço por toda a cidade e você deveria estar nesses lugares para tirar fotografias. Você deveria apresentar-se para a pessoa responsável pelos eventos no hotel e contar-lhe a respeito de seus serviços e experiências. Você deveria sempre oferecer a esta pessoa uma parceria se ela recomendar você ao trabalho e também sempre manter sua palavra e pagar sua parte. Você pode oferecer-lhe 10% de seu lucro ou apenas um cálculo arredondado como R\$50 se for contratado por ela.

- Eu vejo com muita frequência festas de aniversário sendo feitas em restaurantes. Isso também poderia ser uma outra excelente oportunidade de fotografia e o dono do restaurante deveria informá-lo, quando possível, da oportunidade.

- Vista um ajudante numa roupa de palhaço e tire fotos das crianças no colo dele ou com ele pondo seu braço em volta das crianças. Ponha um quadro de propaganda de sanduíche num ajudante e faça-o caminhar pelo shopping center fazendo propaganda do fato de você estar na Loja de Crianças tirando fotografias.

- Promova um concurso de "Bebê do Ano" onde você tira fotos dos bebês, disponha as fotos num "quadro de amostra" e ofereça um cachê de R\$100 mais o preço de merchandize num grande desenho no final do ano.

- Organize uma barraca num meio arborizado e promova "Foto instantânea". Seja um fotógrafo andante e tire fotos espontâneas de fregueses e promova um concurso de "O freguês do ano". Trabalhe com um palhaço e tenha-o "grudado" às crianças e pergunte se elas gostariam de tirar fotos com ele. Crie um jogo portátil barato, como um avião, um carro de corrida, cumprimentando uma pessoa famosa numa cena ou "figuras de balão" e tire fotografias de pessoas de pé ou nesses jogos.

- Vá até um jogo de futebol e tire fotos dos jogadores. Vá até os centros de boliche e tire fotos espontâneas dos jogadores em ação. Faça o mesmo sempre que tiver um evento de esportes acontecendo. Esteja no lugar certo e sempre pronto que houver uma oportunidade de tirar fotos de times.

- Você deveria seguir ou contratar alguém para seguir uma Pequena Liga de Times, através de sua estação, e tirar fotos espontâneas e de ação. Você deve então colocar as melhores fotografias num álbum de fotos com o nome do time e o ano na frente. Você deveria ser capaz de vender um desses álbuns para cada membro do time.

- Também existe a idéia de "apenas sair andando pelo parque" numa tarde de domingo. Você pode tirar espontâneas e interessantes fotografias de casais, crianças e pessoas em geral passando o tempo com seus parentes.

- Não perca de vista os anúncios de novos nascimentos. Mande literatura de propaganda para as novas mães e siga com esforços de novos telefonemas para organizar fotografias de recém-nascidos.

- Não perca de vista as notícias de casamentos nos jornais dos fins de semana. Mande suas literaturas de venda para noivas e siga com esforços de telefonemas para tirar fotos de casamentos.

Uma vez que você tenha decidido usar sua câmera para gerar rendas extras e seja isso o que você realmente pretende fazer, saia e use sua câmera, comece a tirar fotos e dê a si mesmo a oportunidade de criar. Dê a si mesmo essa chance e você rapidamente vai ser implorado a pensar em muitas centenas de idéias para tirar fotografias, idéias de merchandising para promover seus serviços e ângulos de venda para aumentar seus lucros.

O mais importante é começar, independente do quanto pequeno você começar, e comece a seguir a idéia de que isso ainda é sua infância. Essa idéia que pode produzir novos conceitos para o lucro de cada dia da semana. Uma idéia que pode ser divertida, assim como também ter retorno financeiro para você! Você tem a idéia e o plano - o resto é por sua conta. Você pegou a bola; agora corra com ela!



**como conseguir publicidade
gratuita para seu negocio**
Robrt Abraham Abergel

COMO CONSEGUIR PUBLICIDADE GRÁTIS PARA O SEU NEGÓCIO

Você gostaria de expandir o volume de seu negócio? Você pode fazer com que milhares de pessoas fiquem sabendo de seu serviço, loja ou seus produtos, sem gastar nada. Querendo desde fazer mais vendas ou conseguir uma oferta na televisão, você pode ampliar seu potencial de venda através de publicidade grátis.

Você não precisa levantar um mastro de bandeira ou contratar um urso dançarino para atrair a atenção e as vendas. Na verdade, com apenas um telefone, cartas de venda e folhetos você pode fazer muito mais dinheiro do que deve estar fazendo agora.

Com que tipo de negócio que necessite de uma quantidade maior de clientes você está envolvido? Você deve ter uma loja na vizinhança ou está procurando por uma exposição para uma celebridade ou político. Talvez tenha uma nova invenção que não esteja conseguindo vender, ou então uma linha resumo recente do *design* de uma mobília que deseje aumentar o número de vendas. Como você tem conseguido clientes? Você deve estar fazendo propagandas em jornais e revistas ou jornais de comércio. Ou então deve estar contando com um acordo de distribuição que venda seus produtos a varejo. Talvez você seja um autor dependendo de uma editora que possa promovê-lo, mas tudo parece decair. Ou então ainda você poderia ser um jovem cômico, tentando pegar alguns trabalhos a mais para fazer sua carreira crescer.

Independentemente de seu negócio ou empreendimento, a publicidade grátis está disponível. E você não precisa de nenhuma base ou treinamento para publicar. O que realmente precisa é acreditar em si mesmo e no seu produto e o cuidado e perseverança para continuar quando alguma idéia não funcionar. Dê uma olhada nos variados tipos de publicidade. Seja qual for o seu objetivo, como aumentar suas vendas ou ter fama nacional, a publicidade grátis está disponível.

O QUE É PUBLICIDADE?

Publicidade é fazer com que algo seja conhecido pelo público, espalhar informação ao mercado local ou nacional. É uma informação com valor de notícia, usada para atrair a atenção do público. Todo o mundo utiliza a publicidade. Políticos, industriais, celebridades e até mesmo os fabricantes de carro de Detroit utilizam a publicidade para aumentar suas causas e ganhar atenção.

E a publicidade não está limitada a grandes organizações. Pequenas comitativas e empreendimentos utilizam os jornais locais para publicar a respeito de eventos e esforços. A publicidade difere da propaganda no momento em que é grátis. Mesmo que alguns grupos ou indivíduos façam tickets com suas marcas para menções grátis nas publicações, geralmente a publicidade é a cópia de uma notícia valiosa que a publicação produz.

A publicidade é uma forma de promoção, mesmo que a promoção de um produto ou serviço possa requerer outros esforços que custe dinheiro à empresa. Uma boa publicidade é uma das melhores maneiras de fazer com que as pessoas saibam que você tem um negócio que vale a pena.

CONHEÇA O SEU PRODUTO OU SERVIÇO

Para conseguir publicidade, você deve estar totalmente familiarizado com o produto, serviço ou negócio que estiver promovendo. Se for o seu próprio produto, você será a melhor pessoa para descrever seus benefícios e características. Se quiser publicar algo mais, converse com todos os envolvidos para obter o maior número de fatos e detalhes possível.

Considere o rádio de seu mercado. Se você tiver um negócio local, como uma loja varejista ou prestadora de serviços, a maioria de seus clientes será dos arredores. Se você estiver localizado numa cidade grande, deve ter um rádio que atinja um número muito maior de pessoas, mas, ao mesmo tempo, a competição também será muito maior.

Seu empreendimento deve ser regional ou estatal e seus clientes devem vir de centenas de km, pessoalmente ou por telefone, para utilizarem

seus serviços. E, se você for um industrial maior, seus clientes devem vir do país inteiro - ou então você deve ter um alcance internacional.

Desenhe o perfil de seus clientes. Quem são eles e o que eles fazem? Se você tiver um serviço, qual a frequência com a qual esse serviço é utilizado? Se tiver um produto, ele é algo consumido mais e mais vezes, ou é uma compra para a vida toda?

Quanto seus clientes pagam pelo seu produto e qual é o seu grau de competitividade com os outros fabricantes dos mesmos produtos? Se tiver um produto não muito comum, está alcançando a maior clientela possível?

EXAMINE O MERCADO

O que querem seus clientes? Às vezes, o preço mais barato não é o elemento mais importante. Com as embalagens de hoje, muitos clientes esperam e pagam por boas embalagens. Onde essas pessoas vão para comprar seus produtos? Eles são vendidos a varejo ou através de publicações nas revistas? Ou então são itens especiais disponíveis pela mala direta ou em algumas regiões do mundo?

Finalmente, por que seus clientes compram esse serviço ou produto em particular ou utilizam esse tipo de negócio que você tem? Um estúdio de arquitetura e design produz ("Blue-print") impressões azuis para que os arquitetos possam construir para proprietários e indústrias. Mas o seu produto deve ser destinado a um determinado grupo de pessoas, algo difícil de ser definido.

Você pode descobrir o que os consumidores querem a partir de seu exame ou pesquisa do mercado (Market research). Você pode obter cópias de exames do mercado feitas por empresas especiais ou fazer o seu próprio. O melhor lugar para fazer um exame é no comércio de seu produto. Você deve fazer um questionário e pedir para que os clientes preencham. Você também pode ter cartões impressos com testes a serem preenchidos facilmente, de maneira com que as pessoas não percam muito tempo.

Industriais utilizam exames com garantias. Aqueles que aplicam também incluem poucas questões ao longo da garantia que o consumidor manda de volta.

A maioria dos industriais têm seus próprios times de pesquisadores de mercado para testar seu produto. Produtores de brinquedos pegam algumas crianças e assistem suas reações diante do produto. Editoras de livros fazem com que as pessoas olhem para as capas e decidam qual livro comprar. Até mesmo os industriais automobilísticos fazem exames de mercado e obtêm opiniões a respeito de estilos e preços.

Antes de procurar por publicidade ou até mesmo fazer propaganda, CONHEÇA O SEU PRODUTO. Seja familiar com as pessoas que comprarem o seu produto ou serviço e tenha um entendimento completo da competição em geral e um alcance de todo o mercado.

ONDE PUBLICAR

Dependendo do seu produto, você tem uma gama completa de possibilidades para anunciar sem pagar - publicidade grátis. Decidir o tipo de mídia é tão importante quanto como conhecer o seu produto e as pessoas que compram o mesmo. Eu sugeriria que você visitasse sua biblioteca local e pegasse o livro "Anuário Brasileiro de Mídia". Esse livro contém o nome de todas as publicações no Brasil, de jornais, revistas, papéis semanais e mensais. Esse livro informativo também inclui os nomes de todas as estações de rádio possíveis por região e os nomes de todos os canais de TV por região. O livro também possui uma tiragem de todas as publicações, endereço de correspondência, telefone e fax do editor. A tiragem de variados papéis pode ajudá-lo a decidir a quem enviar o release. Se o jornal tiver uma circulação de apenas 5.000 cópias seria melhor endereçar jornais com 50.000 cópias. Para ajudar você na tarefa de localizar os melhores jornais para enviar seu release, use o "DIRETÓRIO DOS JORNAIS E REVISTAS" . Este diretório é uma ferramenta valiosa porque ele inclui todos os dados mais importantes dos jornais:

- O nome do jornal
- O telefone
- O fax
- A cidade e estado
- A tiragem
- A freqüência (jornal diário, semanal, bis-semanal , mensal, bi mensal, trimestral)

Usando esses dados, você pode direcionar sua campanha com precisão e eficaz. O diretório esta sendo atualizado anualmente e esta disponível em nossa pagina da internet www.seminarios.com.br

O número do fax do editor deve tentá-lo a mandar o release, mas NÃO mande, simplesmente porque um release por fax não é tido seriamente, no entanto, um release que inclua fotos e um relatório bem feito será considerado muito mais do que um mero fax. Como um produtor, você deve deixar amostras do seu produto. As revistas de marcas seriam um bom lugar para novos produtos e comparações da qualidade do produto. Se você quiser publicar diretamente nas publicações nacionais, jornais metropolitanos e suplementos de domingo são maneiras de recorrer ao mercado.

Para um empreendimento local, tanto para um negócio lucrativo quanto para uma instituição de caridade, os jornais locais são os melhores lugares para publicar grátis.

Uma vez que seu produto ou serviço tiver uma importância nacional, a televisão e o rádio podem ser bons recursos de publicidade. Até mesmo os canais públicos locais podem produzir shows interessantes a respeito das pessoas locais e dos produtos.

Para importância internacional, os jornais de sindicatos e serviços telegráficos podem suprir a publicidade que você precisar. Não seja muito ambicioso de início; mexa-se para alcançar os maiores mercados. Comece com notícias locais e então expanda à medida que o interesse pelo seu produto aumentar.

TORNE A SUA NOTÍCIA VALIOSA

Para qualificar a publicidade, sua informação deve ser valiosa. Qualquer fato anunciado nos jornais, revistas ou jornais de comércio deve ser importante aos leitores - até mesmo com informação para um evento, ou visões importantes de uma indústria. Você deve ter um produto novo ou uma linha de produção que possa ser publicado nas revistas. Se não, deve alcançar determinados ângulos para conseguir a publicidade que procura.

Uma base diferente ao inventor do produto ou ao dono do plano de produção pode fazer boas notícias ao novo produto. Ou então você pode propor idéias fresquinhas ao seu serviço. Por exemplo, um pequeno item a respeito de pessoas famosas usando o serviço é uma informação valiosa, chamativa, ou uma combinação diferente na biografia do dono do produto pode fazer uma boa história.

Alguns negociantes produzem literatura que aponta os fatos da indústria em particular - sendo histórica ou contemporânea. Por exemplo, um noticiário de televisão foi feito num grupo de empresas que checam a qualidade de casas para compradores interessados. Ou, um panfleto a respeito de corte de preços nas construções de casas é natural numa indústria construtora.

SEU MELHOR ÂNGULO

O que é diferente a respeito de seu produto ou serviço que pode se tornar valioso como notícia? Mesmo que nada se destaque de primeira, você verá que pode pensar em diversos ângulos que são chamativos do

ponto de vista publicitário. Que tal anedotas? Histórias de fracassos podem ser tão interessantes quanto contos de fadas. O quanto as pessoas podem ter problemas se seus negócios estiverem fora do campo pode ser uma notícia valiosa. E não se esqueça de uma simples consistência . Um negócio que tem sido lucrativo por vinte anos é uma aposta certa aos jornais locais.

Se quiser publicar a respeito de um evento, considere o rádio dos participantes. Uma convenção nacional de marca poderia ser interessante nacionalmente nas revistas e publicações equipadas em função daquela indústria em particular. Outros eventos locais podem ser publicados em jornais metropolitanos. Os eventos mais ligados à vizinhança local podem ser publicados através de panfletos e pequenos anúncios, ou até mesmo através de escolas.

Procure por tendências comuns do seu produto ou serviço. Pense sempre sobre o que faz com que ele seja diferente dos milhares de outros. Faça listas. Faça uma lista das características do seu produto que deseja publicar; liste as pessoas que utilizam seu produto ou serviço; liste a razão pela qual as pessoas o utilizam.

O que você apresenta? São mais pessoas jovens que utilizam? Mais mulheres, ou membros de grupos específicos? Você deveria utilizar um ângulo de publicidade a uma pessoa que não esteja no seu grupo típico de consumidores vendendo ou usando seu produto ou serviço.

A consideração mais importante em escolher um ângulo é fazer com que seu produto seja uma informação valiosa, de modo que o editor publique-o.

COMO ESCREVER O RELEASE

O termo "Release impresso" (Press Release) parece amedrontar a maioria das pessoas à morte. Não muitas pessoas tomam um tempo para até mesmo pensar em escrever seus próprios Releases. Esperamos que este breve artigo possa ajudar a esclarecer alguns dos mistérios que rondam essa forma simples de marketing.

O primeiro fato a ser lembrado é que um Release é um item de "notícias". Ele precisa "informar" as pessoas, NÃO vendê-las algum produto. Por exemplo, você está lendo esse relatório porque quer aprender algo que fará com que adquira BENEFÍCIO. Você não está lendo isso somente para comprar algo mais. Se o dinheiro for a força condutora do seu negócio, você não irá muito longe. Seus maiores objetivos devem estar em servir seus clientes, providenciar um produto de alta qualidade e mais do que o mérito do dinheiro. O truque é poder fazer tudo isso e, ao mesmo tempo, continuar fazendo dinheiro.

As pessoas não querem saber sobre as montanhas que você tem de escalar, que mares tem de atravessar ou de que tipo de tribo você teve de aprender a fórmula secreta. Ao invés disso, elas querem saber O QUE é a fórmula secreta. Pegou a idéia?

Os circulares de venda que você imprime e envia vende o seu produto. Um Release informa os outros a respeito de seu produto. Ao invés do

objetivo principal ser a venda do seu produto e o recebimento de pedidos dos seus clientes imediatamente, um Release informa ao seu cliente exatamente como o seu produto poderia beneficiá-lo. Isso deveria ser transmitido na forma de um Release "chamativo". Se você tiver um circular de venda para vender um produto, poderá facilmente transformá-lo num Release sem grandes dificuldades. Trata-se somente de um novo ângulo de marketing para apresentar seu produto ao público.

O que se segue é um exemplo de um típico Release para os nossos serviços de publicidade:

PRESS RELEASE (EXEMPLO)

"Muitas pessoas estão entrando no negócio de mala direta hoje em dia, mas muitas delas estão roubando muito através disso. As pessoas recebem promessas de grandes riquezas num período curto de tempo. Os anúncios enganosos brincam com suas emoções fazendo com que elas acreditem no fato de ser tão fácil fazer dinheiro. É muito triste.

No entanto, um novo livro acabou de ser posto em release para ajudar a resolver esse tipo de problema para a pessoa de mais idade. Pela primeira vez na história, um diretório REAL foi organizado listando os nomes e endereços de 179 pessoas honestas e confiáveis ligadas ao negócio de mala direta. As pessoas podem escrever DIRETAMENTE a essas últimas e receber informação GRÁTIS para entrarem no negócio imediatamente!

É inacreditável. Sem tentar vender-lhe nada, você pode obter esse livro por apenas R\$ 4,95 - um preço com o qual qualquer um pode arcar. Encontre com os verdadeiros negociantes de mala direta que se preocupam com seus produtos e querem ajudar os outros a começar a fazer o mesmo que eles. Disponível somente através da "Editora TAL", endereço TAL CEP TAL."

Como você pode ver, esse é um curto mas doce release (de Nova Iorque), no entanto, você deveria ser capaz de ver a "valiosidade" dessa notícia. O foco principal está no fato de que a maioria das pessoas roubam quando começam seu negócio de mala direta. A solução para este problema é um novo diretório disponível pela primeira vez na história. A venda é feita lentamente porque o leitor naturalmente desejará ter isso em mãos. Ele não pede por dinheiro - somente conta ao leitor como obter uma cópia se ele quiser.

Aqui está um ótimo teste para um verdadeiro Release. Já que seu papo de venda é incluído no último parágrafo, leia o Release em voz alta. Ele ainda seria chamativo SEM seu papo de venda? Se a resposta for sim, provavelmente será um Release.

Os Releases vêm em muitas formas devido ao tipo de produto a respeito do qual você esteja escrevendo. No entanto, a regra básica ainda funciona. Se você nunca tiver escrito um antes, será um pouco difícil. Não se desespere. Pegue o último jornal e leia alguns artigos informativos. Note como cada artigo é escrito e baseie o seu no mesmo formato. Depois que fizer alguns, poderá entender como se faz.

Quando seu Release é escrito para sua satisfação pessoal, a melhor maneira de torná-lo uma publicação é: Esteja certo de digitá-lo. O formato standard é espaçado duas vezes e não maior do que duas páginas 8 ½ x 11. Esteja certo de colocar seu nome, endereço e número da página no topo de cada página.

Escreva as palavras: "Para um Release imediato" no topo. Se você estiver mandando o Release para somente uma publicação, conte-lhes que esta é a sue primeiro contato.

FAZENDO CONTATO

Seja o que for que você estiver vendendo, como produtos, kits, ou novos releases, o mais importante é fazer com que eles sejam publicados e mandados para a pessoa certa. Se ele não chegar nas mãos dessa pessoa, poderá terminar na cesta de lixo.

Quando você decidir o tipo de mídia a ser utilizada, entre em contato com as pessoas que façam funcionar. A nível local, um jornalzinho de cidade pequena terá um editor ou uma pessoa específica que tome conta do tipo de notícia que você deseja fazer. Telefone para a publicação e pegue o nome dessa pessoa. Converse brevemente e diga que mandará uma notícia.

Um jornal maior e metropolitano é um lugar muito ocupado. Considere a seção que interessa à sua notícia. Muitos jornais têm seções de entretenimento, turismo, negócios, esportes, seções gastronômicas. Entre em contato com o editor.

Os editores muito raramente têm tempo disponível para solicitar publicidade a estranhos, então seria melhor que você tentasse entrar em contato com um assistente. Converse de maneira breve, apresente-se e diga que mandará um Release.

Para um mensagem de rádio, entre em contato com o diretor do programa ou o assistente. Faça chamadas telefônicas suficientes para ter certeza do nome da pessoa a quem você mandará o Release. Diretores de programas de televisão serão mais difíceis de contatar; seja perseverante. Com uma perseguição ativa, você pode ter a sua mensagem anunciada através de qualquer um deles.

A maneira mais fácil de contato para promover um novo produto é com os editores de revistas de marca ou revistas nacionais que tenham uma seção de novos produtos. Você deverá enviar uma amostra, ou pelo menos uma fotografia ou desenho do produto. Precisarão também incluir todos os fatores e características pertinentes. Editores de revistas também podem ser difíceis de serem encontrados, mas tente. Se você falar diretamente com a pessoa que pega novos produtos, seria bom tentar. Se não, esteja certo de entrar em contato com a pessoa que mexe com o ângulo por você escolhido.

Assim que você tiver entrado em contato com a pessoa certa para utilizar o seu material, mande-o imediatamente. Se tiver conseguido um encontro pessoalmente, siga com uma nota que confirme o dia e a hora. Alguns dias depois de enviar os seus materiais, telefone novamente.

Pergunte simplesmente se ela recebeu a informação; não force a barra para ter o compromisso de mandar um release. Chamando a atenção aos seus materiais, você terá uma chance maior.

Uma versão muita mais elaborada chamada "Marketing de Guerrilha - Segredos de como receber milhares de reais em propaganda gratuita" esta disponível em nossa pagina da internet www.seminarios.com.br



Como começar seu lucrativo serviço de consultoria

Robert Abraham Abergel

COMO COMEÇAR O SEU PRÓPRIO E BEM SUCEDIDO NEGÓCIO DE CONSULTORIA

Um consultor trabalha com a gerência de um negócio, a fim de melhorar a lucratividade deste mesmo. Trabalhando com o topo da gerência, você pode ficar tranqüilo a respeito do pagamento: um consultor é um indivíduo muito bem pago. Alguns consulentes ganham por volta de 100 dólares por hora. Outros, pedem 1.500 dólares por dia pelos seus serviços, sendo que outros ainda trabalham com uma taxa fixa anual de 12.000 a 30.000 dólares por ano em qualquer uma das grandes corporações.

Até poucos anos atrás, o título "consultor" era mais ou menos limitado a diplomatas aposentados e trabalhadores colocados no topo das corporações. Em outras palavras, até bem recentemente, a posição de um consultor ou consulente era mais honorária do que a atual. Mas isso tudo foi modificado dramaticamente nos últimos anos.

O número de consultores destinados a resolverem quase qualquer problema que pudesse existir na vida das pessoas aumentou para a resolução de dez falências ou mais durante os últimos dez anos! E o campo de consultoria continua aumentando. Na verdade, a consultoria independente é um dos negócios que tem crescido mais rapidamente no país hoje em dia!

Um consultor é um expert em reconhecer problemas e achar soluções que caibam a esses problemas. A necessidade de pessoas que resolvam problemas de negócios - entre grandes e pequenos negociantes em geral - nunca tinha sido melhor do que hoje. As mudanças freqüentes de humor do comprador, somadas às infinidades de situações de crise que um negociante enfrenta, quase que diariamente, criou esse "mercado de venda" ao consultor de prontidão.

Pedir ajuda a um consultor quando os problemas aparecem é tão natural quanto esperar que o sol nasça toda manhã. Quando você não se sente bem, pelos serviços de um médico. Se o seu carro não funciona bem, você o leva a um mecânico. E é da mesma maneira com um homem de negócios quando encontra um problema inesperadamente; legal, de venda, ou relativo à relação com seus clientes.

Outro lado onde pode haver a necessidade de um consultor, é no caso de um empreendedor se entusiasmar mais do que deveria e investir precipitadamente num negócio no qual ele não possui muita experiência ou até mesmo não possui experiência alguma. Muitos sonhadores investem todas suas economias em projetos questionáveis sem nem mesmo considerar a idéia de trazer um consultor de negócios competente para analisar e avaliar seus planos.

Até mesmas pessoas experientes estão propensas a superestimarem suas próprias idéias. A imagem do resultado final e a dedicação de um certo

entusiasmo em direção ao alcance de um objetivo são os pré-requisitos mais importantes ao sucesso; no entanto, muito entusiasmo e dedicação também podem ser perigosos. A não ser que estes sejam baseados numa base sólida de pesquisa, pode fazer com que as pessoas busquem precipitadamente arco-íris inexistentes. E é aí onde você pode entrar como um consultor de negócios.

Não é necessário que você tenha possuído ou operado um negócio bem sucedido para se tornar um consultor de negócios bem sucedido. Como também não há a necessidade de você ter gerenciado ou tido um título que comprovasse uma alta posição nos negócios. No entanto, você deverá ter a habilidade de vender o seu trabalho e um certo conhecimento na área em que pretende ajudar as pessoas.

O primeiro passo é fazer uma avaliação honesta a respeito do seu próprio treinamento e experiência. Você deve ser um consultor tributário ambicioso nunca antes reconhecido por suas habilidades. Deve ser também especialmente bom em áreas gerais do tipo design de sistemas, marketing, publicidade, distribuição de vendas, ou até mesma eficiência, administração de tempo, organização de horário, expedição ou produtividade.

Existem centenas de consultores pelo país especializado em vários campos incluindo Mala Direta e operações de Mala Direta. As maiorias dessas pessoas gozaram um certo grau de sucesso nesse campo, sendo que descobriram a maneira mais fácil - aconselhando outras pessoas a como melhorar seus desempenhos neste campo.

Há consultores para pessoas que desejam ter sucesso com venda nas feiras , merchandising de planos para festas, ou até mesmo operações de marketing multi-nível. O mais importante de tudo isso é escolher uma área na qual você já tenha alguma experiência; uma área na qual você já tenha gastado algum tempo aprendendo a respeito e, é claro, uma área na qual você goste de trabalhar.

Quase todo mundo tem medo de se envolver com alguma responsabilidade. Essas pessoas alegam não ter experiência ou conhecimento. Como no caso de uma jovem menina que conhecemos, que estava procurando por emprego como vendedora.

Ela tinha trabalhado por cinco anos como assistente de um gerente pessoal de um plano de fabricação, quando nós a aconselhamos a tornar-se uma consultora para pessoas que estivessem procurando por emprego, ou então dar início ao seu próprio serviço de recuperação. Ela alegou falta de conhecimento, experiência e habilidade.

Quase todas as pessoas já tiveram um treinamento especial em certa linha de trabalho, sendo que também tiveram de assimilar melhor essas mesmas linhas através de estudos ou educação específica; sem esquecer o fato de que a maioria trabalhou a vida inteira ou quase numa linha ou empenho específicos.

Então, por que uma mulher que tenha trabalhado por 20 anos como garçonete não poderia se apresentar como uma consultora para o programa de treinamento de garçonetes numa organização de

restaurantes? Um natural em levantar operações eficientes e em resolver problemas para negociantes que estivessem começando ou expandindo o rendimento de suas produções.

A verdade é que a maioria das pessoas não percebe a quantidade de conhecimento que possuem realmente, ou a provável venda de seus treinamentos, conhecimentos ou experiência. O importante é olhar para os seus poderes educacionais, combiná-los com algum treinamento especial ou à experiência no próprio trabalho e oferecer todo esse seu conhecimento para ajudar outras pessoas com seus problemas nas linhas de trabalho que você conhecer melhor.

Você não precisa de um tipo de escritório luxuoso para começar, especialmente se começar o seu negócio numa base de tempo-livre. Um quarto de hóspedes, uma seção do seu porão, ou até mesmo um canto da sala de jantar funcionarão muito bem. Se você tiver a sua própria contabilidade/arquivamento, precisará de um livro-razão de qualquer tipo e uma ou duas estantes-arquivo. Precisarão também de um bom computador e um processador de dados se estiver pensando em fazer sua própria correspondência.

Ao invés de arcar com a despesa de comprar um telefone só para seus negócios, use seu telefone residencial e treine todos os membros de sua casa para atendê-lo de maneira a tratarem de negócios durante os horários semanais de trabalho. Guarde cópias de todas as cartas de venda enviadas e, é claro, de todas as propostas de emprego às quais você se submeteu.

Levante seu sistema de arquivo com seu plano final em mente, assim você poupará muito tempo e frustrações. Disponha as pastas que costumam ficar penduradas aos lados das suas gavetas de maneira a permitir-lhe posicionar o título de pasta-arquivo em qualquer lugar de um lado ao outro do topo do arquivo.

Assim, quando você adicionar clientes ao seu arquivo, poderá mantê-los em ordem alfabética sem precisar ter uma gaveta de aparência confusa na qual você precise pesquisar por cada título. Também seria uma boa idéia manter sua contabilidade ativa em uma gaveta, sua contabilidade "desejada" em outra e todas as cópias de cartas, propostas, informações de contatos de negócios e outros guardados numa terceira gaveta.

Você também vai precisar de cartões de negócios. Sua loja de impressão mais próxima pode fazer isso e ajudar-lhe a selecionar tipos de letras e design.

A escolha de alugar, arrendar ou comprar uma máquina de fazer cópias vai depender de você. Mas lembre-se de que o negócio não poderá andar sem cópias de arquivamento. Papel carbono significa uma privação de eficiência, sendo também que ir à esquina tirar cópias vai custar-lhe tempo e dinheiro.

Então esteja certa de colocar algum tipo de máquina copiadora nos seus custos de investimentos iniciais do seu negócio. Se for impossível

logo no começo, use o velho papel carbono - você deve Ter uma cópia a ser arquivada.

Se você for um bom datilógrafo, poderá escrever cartas de venda, sendo que a sua disponibilidade de tempo a dedicar a isso deve ser um fator decisivo para se pensar numa datilógrafa. Se você não for nem um pouco capaz de datilografar - sendo que sempre terá pelo menos algumas cartas a serem datilografadas pessoalmente - nós sugerimos que você volte novamente às maiores possibilidades e alugue, arrende ou compre o melhor e mais moderno computador que puder. Mais tarde, quando você realmente mudar para aquele escritório dos seus sonhos, esses serão equipamentos aos quais você não precisará mais se preocupar.

Uma vez que você tenha decidido a área da sua especialização e para consultar na qual queira estar e tenha levantado o seu escritório ou espaço de trabalho, o próximo passo será fazer com que as pessoas saibam que você está disponível ao trabalho.

Indiscutivelmente, use uma certa dose de senso comum e conhecimento já aplicado, antes de gastar qualquer quantia de dinheiro em propaganda. Genericamente falando, você obterá alguns clientes, independentemente da área de problema à qual for especializado, anunciando no jornal da sua área.

No entanto, nós não recomendaríamos mais do que um pequeno anúncio nas edições de domingo, a não ser que você seja um consultor de Mala Direta, multi-nível ou venda de garagem.

Cheque com sua Câmara de Comércio por uma lista de freguesia e publicadores de negócios especializados na sua área. Pegue também uma amostra do jornal de negócios na banca ou escreva ao publicador e peça por uma amostra.

Dê uma olhada aos fornecedores do tipo de negócio ao qual você queira servir. Cheque os estilos e tipos de propaganda que o editorial carrega, e então selecione aqueles que corresponderem às suas necessidades. Basicamente, a não ser que a publicação atinja as pessoas às quais você deseja servir, não publique independentemente do estilo, qualidade ou relações de propaganda.

Rádio ou televisão provavelmente seria um completo desperdício de dólares destinados à propaganda, a não ser que você esteja oferecendo um serviço ligado à Mala Direta ou marketing de multi-nível. O melhor horário para qualquer propaganda que vá ao ar, a fim de atingir seus melhores clientes potenciais, parecem ser as horas da noite que precedem os noticiários, quando essas pessoas estão ainda trabalhando em cima de seus projetos ou relaxando um pouco antes de irem dormir.

Se utilizar propagandas que vão ao ar, o comercial é muito importante. Realmente concentre-se nisso e utilize muito senso comum para escrever a mensagem. Até mesmo se você contratar os serviços de um redator de material de propaganda, esteja certo de falar aos seus clientes potenciais e convencê-los de poder ajudá-los a resolverem seus problemas ou melhorarem a lucratividade de seus negócios.

Finalmente, onde anunciar. Coloque um quarto de página nas páginas amarelas do seu diretório telefônico. A pessoa destinada a esse trabalho pode ajudar, mas lembre-se, você deseja chamar a atenção do seu cliente em particular e oferecer uma promessa de acabar com os seus problemas.

Sempre converse com o tipo de pessoas que você deseja atingir, enfatizando os benefícios de seus serviços. Não é um bom negócio apontar ou até mesmo discutir preço no anúncio ou no telefone, quando as pessoas responderem. Sempre pegue o nome, endereço e número de telefone e então explique a respeito de seus serviços em geral. Levante um encontro para ver o negócio e a operação deste, analisar as necessidades e fazer uma proposta escrita para resolver os problemas.

Deve existir um bom número de fatores envolvidos para estabelecer sua remuneração, mas começando com um negócio pequeno e iniciante e, até que sua linha atinja 50 clientes regulares, você deveria apostar no máximo por 50 dólares a hora. Conte com uma ou duas horas por cliente em um dia, dedicando dez dias por mês para trabalhar com seus clientes, você estará falando em 1.000 a 1500 dólares por mês de cada cliente. Multiplicando isso por 50 clientes, você estará ganhando 5.000 a 7.500 dólares por mês. Para um operador independente, você está bem empregado.

Pessoas que têm acesso a informações sigilosas nesse negócio dizem que uma pessoa pode deixar seu emprego regular na Sexta-Feira, começar um negócio de consultoria na Segunda-Feira e, no período de seis meses, Ter uma renda de mais de 100.000 dólares por ano. Isso já basta para dizer que um negócio de consultoria iniciante ganharia de 30.000 a 60.000 dólares, fora as despesas de escritório e outras taxas, no seu primeiro ano de negócios.

Há ainda um outro método muito importante de achar novo clientes, via solicitação por Mala Direta. Ele é feito tanto por cartão-postal como também por carta de venda. Por uma lista de envio de negociantes locais, cheque as páginas amarelas do seu diretório telefônico, abaixo do título "Listas de Envio". Informe ao publicitário o tipo de lista de envio que você necessita - se ele não tiver, pergunte pelos nomes das pessoas que possam suprir-lhe essas informações. Alternativamente, você também poderia compilar a sua própria lista de envio dos clientes potenciais que poderiam estar mais interessados nos seus serviços.

Marque os nomes que você gostaria que estivessem na diretoria do negócio e pague alguém para colocar esses nomes no computador para você. O computador deveria ser capaz de suprir-lhe com etiquetas de endereço destacáveis por um custo nominal. Colocar sua lista no computador desde o começo vai fazer com que você economize milhares de Reais em dinheiro e incontáveis horas de trabalho.

Sua solicitação na forma de anuncio deveria ser baseada basicamente numa elaboração da sua propaganda impressa. Em outras palavras, um anúncio ou um Consultor de Mala Direta seria transferido para um cartão postal nessas linhas:

VOCÊ ESTÁ TENDO ALGUM PROBLEMA EM RECEBER RESPOSTAS COM O SEU NEGÓCIO DE MALA DIRETA???

Eu posso lhe ajudar! Mostrar-lhe como duplicar, talvez até mesmo triplicar os resultados da sua mala direta ! Expanda seu mercado! Aumente sua lucratividade!

Seja o que for que você precise, eu posso AJUDAR! Seja quais forem o seus problemas, eu posso RESOLVÊ-LOS! Ligue agora, e deixe-me explicar.

Depois da mensagem no cartão-postal, adicione o seu número de telefone e seu nome, seguidos de sua identificação como um Consultor de Mala Direta.

Uma solicitação de carta de venda de Mala Direta simplesmente usa mais palavras do que o cartão postal, soa mais suave e força o leitor a responder da maneira com que você o direciona. Sua carta de venda pode ter qualquer extensão necessária a contar sua história e atingir seus objetivos. Para ser bem sucedida, no entanto, deve incorporar a forma "AIDA":

A = Atenção;
I = Interesse;
D = Desejo;
A = Ação por parte do leitor

Outro ponto a ser lembrado ao escrever as cartas de venda: Sempre atraia pelas necessidades e desejos por parte da pessoa que estiver lendo a carta. Ela começará a ler a fim de ver se seus serviços podem beneficiá-la.

Ela estará muito interessada em maiores lucros, custos de produção reduzidos e maior eficiência. Ela também estará procurando por respostas aos seus problemas mais urgentes. Mantenha estes elementos em mente quando estiver escrevendo uma carta de solicitação de venda, sendo por você mesmo ou por um cliente.

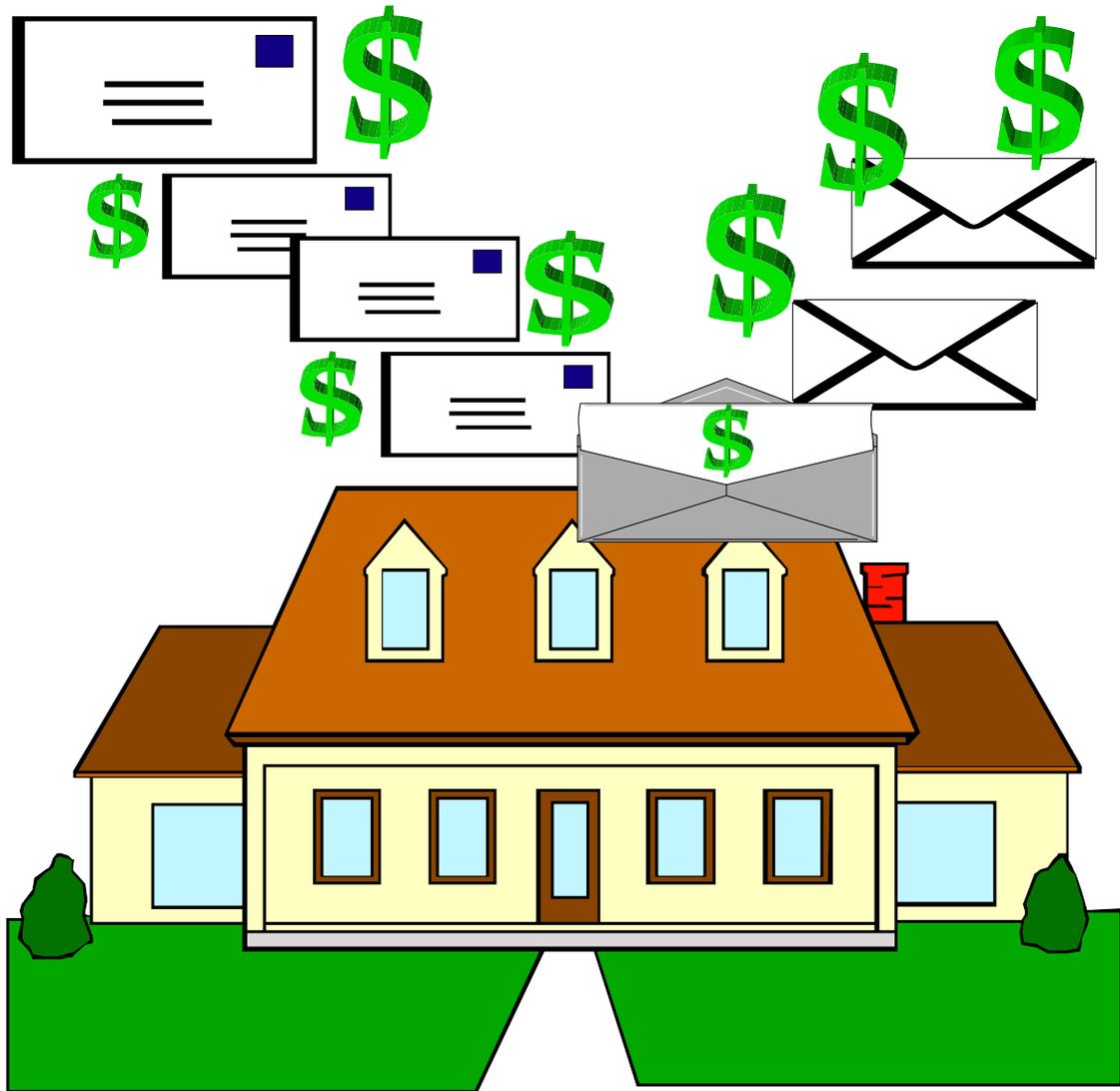
As pessoas que recebem cartas de venda respondem mais a uma carta que esteja bem datilografada, em oposição a uma que seja feita por uma máquina de composição. Mas a carta datilografada deve ser uma "carta perfeita", não apresentando um tipo ou estilo muito diferente. (Recomendamos o curso de 2 horas gravado em 2 audio CDs: COMO TER SUCESSO EM MALA DIRETA E INTERNET - trata-se de um curso que ensina o mecanismo de venda e como criar cartas de venda que chama atenção e vendem mais. Visite nosso site: www.seminarios.com.br)

Como um consultor, seu cabeçalho deveria ser simples, ao mesmo tempo em que estivesse transmitindo ao leitor um senso de classe. Seu papel deveria ser da melhor qualidade possível - não vistoso, mas mandando uma sutil mensagem de sucesso. Estudantes de Mala Direta mostram que melhores números de respostas são recebidas quando um papel bege-claro ou amarelo-apagado é usado.

Basicamente, sua carta de venda deve fazer por você o mesmo que o cartão postal - fazer com que a pessoa que receba, telefone para você e permita-lhe marcar um encontro para discutir suas necessidades como seu cliente. Se tiver escrevendo um anúncio escrito ou uma carta de venda, o mais importante é que você tenha o objetivo claro em sua mente - o que você deseja que o leitor faça. Com isso em mente, você não precisará usar a abordagem de "venda difícil" convincentemente, como alguém que estivesse pedindo por dinheiro no primeiro contato.

Tudo o que falta é encontrar com o cliente potencial, escutar seus problemas e, ouvindo o que ele precisa, escrever uma proposta para resolver seus problemas. Isso significa vender o seu trabalho ao cliente potencial - assegurando a ele de que você sabe do que está falando e de que pode fazer com que ele se torne mais bem sucedido.

Aqui está - um plano que pode te levar ao sucesso como um Consultor de Negócios. Lembre-se, no entanto, que nenhuma soma de pesquisa, leitura, prática de escutar ou investimento pode lhe tornar bem sucedido antes de você colocá-la em prática. Ação por sua parte é o ingrediente mais importante a ser adicionado - e isso só depende de você. O Seu futuro está em suas mãos.



**como ganhar grandes lucros
com negocio de mala direita
trabalhando em casa
Robert Abraham Abergel**

COMO COMEÇAR E OPERAR O SEU LUCRATIVO PRÓPRIO NEGÓCIO DE MALA DIRETA SEM SAIR DE CASA

Qual é a quantidade de dinheiro que você deseja produzir? Você precisa de uma renda fixa? Você quer ter o seu próprio negócio, ser o seu próprio chefe e tomar as suas próprias decisões? Você está pronto a empenhar-se para ser bem sucedido, tanto financeira como pessoalmente? O negócio de mala direta é uma maneira de sempre se sair bem : Você pode comprometer somente uma parte do seu tempo ou dedicar-se integralmente, satisfazer-se em relação à sua posição social, ter segurança financeira ou até mesmo respeito social. Se você está à procura disso, então o pedido por reembolso postal foi feito para você.

(Recomendamos o curso de 2 horas gravado em 2 audio CDs: COMO TER SUCESSO EM MALA DIRETA E INTERNET - trata-se de um curso que ensina o mecanismo de venda e como criar cartas de venda que chama atenção e vendem mais. Mais um curso que virou o maior sucesso de vendas no Brasil é o Milionário de Bolso. Leia mais sobre eles aqui: www.seminarios.com.br)

Hoje em dia há inúmeras maneiras de entrar nesse negócio, sendo que você não tem a necessidade de ser criativo, esperto, ou até mesmo ter inventado algo novo. Você só precisa ter vontade e determinação para atingir seus objetivos.

O que você quer da sua vida? Você já está cansado de lutar para manter o orçamento? Talvez você já esteja cansado de compensar horas de trabalho e de viver como escravo do relógio. Se você gosta de independência, pode facilmente tomar simples decisões e estar preparado para investir energia no seu projeto, porque você SERÁ BEM SUCEDIDO.

O negócio de mala direta não é um esquema para tornar-se rico instantaneamente. Ele não lhe transformará num milionário da noite para o dia. Mas pode construir um estável e lucrativo negócio na sua própria casa, grande ou pequeno, de acordo com o que você desejar. Algumas companhias de mala direta que produzem milhões de dólares por ano começaram humildemente. Não somente distribuidoras conhecidas como a "Sears" ou a "Montgomery Wards", como também dúzias de empresas menores e outros clubes que começaram devagar, testando anúncios, preços, adquirindo clientes que vão comprando novamente ao longo do ano. Pense grande e com confiança. A única maneira de abrir um negócio desse tipo é TRABALHANDO POR CONTA PRÓPRIA. Esse é um investimento a longo prazo que pode trazer-lhe GRANDES BENEFÍCIOS.

AGINDO POR OPORTUNIDADES

É comprovado o fato de que várias pequenas e grandes empresas tiram grande proveito da mala direta. E, mesmo que algumas delas façam isso ilegalmente (e sejam descobertas), o governo federal promove empreendimentos do tipo. Pense sobre o que você recebe por correspondência: quase diariamente saem catálogos e folhetos de todos os tipos possíveis de empresas vendendo revistas, livros, roupas, artigos domésticos e até mesmo pacotes de viagens. Alguns deles você poderá descartar sem nem mesmo olhá-los, outros você deverá ler e outros ainda você comprará, especialmente se já conhecer a empresa e tiver experimentado seus produtos anteriormente.

Um empreendimento honesto ligado à mala direta é algo para orgulhar-se a respeito. Tão válido quanto abrir uma loja, esse negócio necessita de um investimento tão mínimo que, com perseverança, você quase não gasta, mas ganha. Assim como em muitos outros empreendimentos para ganhar dinheiro, nos quais trabalha-se para alguém, a fim de possuir e operar o seu próprio negócio, a mala direta requer energia, mas não de maneira a acabar com o seu entusiasmo ou confiança. Quanto mais pensamento positivo você nela depositar, maior será o retorno trazido pela mesma.

Decida o quanto você deseja ganhar, a quantidade de energia que pode ser depositada nesse negócio, e o que você pretende com ele. Você pode operar um negócio bem sucedido no seu tempo vago com um investimento financeiro bem baixo, mas fazê-lo funcionar dependerá só de você.

DO QUE VOCÊ PRECISA?

Você pode iniciar um pequeno negócio de mala direta dentro de casa, partindo da mesa da cozinha... tudo o que você precisa é de um endereço para correspondência, poucos dólares para um anúncio nos classificados e um PRODUTO QUE VENDE. Se você está somente começando nesse negócio, não é necessário investir em equipamentos elaborados ou numa cara fabricação. Na verdade, você deve achar vários produtos para vender, que requerem mínimos investimentos e trazem o máximo de lucratividade.

Uma vez dado o início você precisará dos materiais básicos, como um grampeador, uma fita de celofane, envelopes, etiquetas para o endereço e uma pasta-arquivo. Você também terá a possibilidade de investir numa estante e numa escrivaninha. Será necessário o uso de uma máquina de escrever ou alguém que datilografe tudo o que for necessário.

Eventualmente você pode precisar de um contador postal, uma boa qualidade de escalas postais e armazenagem para os produtos a serem vendidos. Mas mesmo que você estabeleça um grande e lucrativo negócio, este pode continuar a ser operado em casa, com recursos limitados.

COMO ACHAR AQUILO QUE VENDE

O segredo básico para obter sucesso na mala direta é seguir o líder. Especialmente quando você estiver começando, por que deveria gastar tempo e dinheiro testando produtos, preços e lugares para fazer propaganda a respeito? Comece com sua banca de jornais ou biblioteca. Estude cada cópia de anúncio de revista que mostre produtos de mala

direta. Dê uma boa olhada na seção de classificados. Então tome nota de uma dúzia desses, especialmente alguma oferta de produto grátis. Dê uma olhada na literatura à venda que você tomou de volta. Você pode até comprar alguns produtos, para verificar o que realmente é vendido pelo preço pedido. Vê o padrão?

Se você rever antigas publicações dessas revistas numa biblioteca, verá que os anúncios são repetidos de mês em mês. Publicitários que continuam tomando o espaço dos anúncios têm PRODUTOS QUE VENDEM. O que são esses produtos? Quais são esses produtos? Quais deles você promoveria? Considere as tendências nas mais variadas lojas. Você pode notar anúncios muito similares para os produtos listados um dia após o outro. TODOS ELES VENDEM. E é aí que você deve começar.

O QUE VENDER

Que produtos chamam a sua atenção? Quais deles você gostaria de vender de primeira, e posteriormente como uma linha de produção? Talvez você já tenha tido algum interesse em produtos específicos, como selos, moedas, jóias ou livros. Projetos e kits são ótimos para vender em publicações de decoração e artesanato. Você também pode fazer algo em casa, que possa ser facilmente descrito em instruções e manufaturá-lo num kit barato para "faça você mesmo".

A mala direta é uma maneira excelente de distribuir estoques de empreendimentos que trabalhem a varejo. Se você tiver uma loja ou um projeto de fábrica, não será necessário investir em estoque. Um simples folheto ou catálogo de informações é a melhor maneira de fazer o seu negócio. Informações especializadas são os produtos mais rentáveis nesse tipo de negócio. Mesmo que você mande fitas cassetes ou pequenos relatórios, você pode manter as despesas baixas e os lucros altos. Informações especializadas a respeito de produção em massa podem ser surpreendentemente baratas e ter uma demanda bem alta. Se você quiser desenvolver uma linha de produção, pesquise cuidadosamente o que já tem sido vendido por anúncios de mala direta. Não tente inovar, pois muitos outros já tentaram antes de você. Siga o caminho já feito e venda um produto competitivo por preços também competitivos nas mesmas publicações de qualquer outro.

Há poucas regras a serem seguidas na hora de escolher o que deve ser vendido. Primeiramente a margem de lucro. Não trabalhe com nada que não garanta uma boa margem de lucro por item. Calculando os custos de propaganda, do próprio produto e os de correio, você tem de obter um bom lucro em relação a cada um deles, considerando também o peso do produto e a agilidade com a qual este é enviado (SEDEX, Encomenda normal) . Você pode colocá-lo num envelope e enviá-lo? Pacotes almofadados ou pequenas caixas também são fáceis de serem mandados - pense duas vezes antes de enviar produtos pesados.

O produto é regular nas publicações? Algum outro negócio de mala direta envia este mesmo produto e de maneira rentável? Tome algumas amostras de concorrentes, entre em contato com as fábricas e informe-se sobre a margem de lucratividade.

Não tente distribuir novidades, engenhocas ou itens muito baratos através deste negócio. Os catálogos a respeito de casas e outros empreendimentos maiores que têm uma cobertura do mercado podem vender ou vendem seu produtos em lojas a varejo? A não ser que o produto seja especial, esse mesmo não manterá uma clientela alta se não estiver pronto para as lojas locais.

Há vendedores independentes vendendo o produto? Mesmo que este não seja vendido em lojas de varejo, evite itens que sejam solicitados por telefone. Evite também qualquer produto que seja distribuído por pessoas que trabalhem com distribuição a varejo. O seu produto deve ser fácil de ser anunciado, sendo que você deve ser capaz de anunciá-lo em poucas palavras. Novas invenções raramente vendem pela mala direta.

E, finalmente, considere o potencial do produto. Se você começar com bolsas monogramadas, vai querer continuar com uma linha de malas, bolsas e pastas? Onde você pode ir depois de obter sucesso com o seu primeiro produto? Se você estiver produzindo e distribuindo informações, qual será o potencial para mais produtos ligados ao mesmo assunto?

Um elemento básico no negócio de mala direta é criar um negócio repetido. Se você mantiver-se numa linha similar de produtos, poderá vender para os mesmos clientes continuamente. Eventualmente, poderá vender também produtos similares através do mesmo negócio. Você pode achar novos produtos através desse negócio, que vendam ano após ano. E você ficará satisfeito com o seu negócio, ou também poderá substituir seu estoque para aumentar o potencial de venda e o lucro efetivo.

Pense com cuidado a respeito da linha de produto na qual você quer entrar. Você estará convivendo com isso por um tempo, e deverá estar entusiasmado. Porque será através do seu produto que seus desejos se realizarão e que VOCÊ FARÁ O SEU DINHEIRO.

NÃO TRAPACEIE

Você não precisa de uma licença ou permissão especial para vender produtos pelo correio. Em alguns Estados, você precisará de um número especial de identificação e será exigido a coletar impostos de consumo. O negócio de mala direta está sofrendo modificações. Houve um tempo em que alguns anúncios para os produtos faltaram com suas promessas ou simplesmente planejaram fraudes. O governo federal e as autoridades ligadas ao correio são severas especialmente com esse tipo de empreendimento hoje em dia. Primeiramente porque clientes irados não possuem outro recurso, mas também para fazer uma limpeza geral da indústria, sendo que qualquer empreendimento que apresente alguma suspeita é investigado. Se você for sério em operar um negócio de mala direta por um longo período de tempo, não seja um fora-da-lei. As autoridades podem excluí-lo imediatamente, e a fraude é processada.

É contra a lei operar uma loteria por correspondência. E tanto os anúncios quanto qualquer literatura vendida por correio para produtos importados deve informar que o produto foi importado. Você deve enviar o produto dentro de trinta dias ou devolver o dinheiro. Além das

leis principais, as autoridades julgarão em cima da representação. Quase todos os anúncios apresentam maiores benefícios do que o produto, mas o seu produto deve corresponder ao que anuncia.

Naturalmente há sombras em todas essas áreas, mas se o seu produto corresponder ao anúncio e você não enganar seus clientes de maneira alguma, você não terá qualquer problema.

O SEU PRODUTO

Qual é a maneira mais barata de produzir o seu produto e corresponder a pedidos para ter um grande lucro? Se você estiver vendendo informações, primeiro teste o potencial de venda com fotocópias da reportagem ou dos folhetos, ou até mesmo faça reviver uma publicação antiga.

Se você quiser distribuir um produto, entre em contato com vários fabricantes que possam fazer merchandising e obter preços competitivos. Investigue maneiras de fazer o produto gastar o mínimo possível de material sem deixar de apresentar qualidade. E cheque a reputação da firma. O seu merchandising é conhecido pela qualidade? Qual a velocidade com a qual eles podem lhe entregar as novidades que você encomendou?

Nos primeiros meses de teste, você deverá pagar por preços altos pelos produtos, em pequenas quantidades. Não invista em grandes quantidades até você ter a certeza que haverá uma demanda garantida. Você deverá vender poucos produtos artesanais primeiramente. Mantenha um estoque adequado para atender os pedidos, e considere a produção em massa. Ou então, você pode trabalhar com o consentimento de alguém que venda produtos em outros lugares. Você tenta um produto e faz vendas, recebe uma porcentagem e outras pessoas recebem também uma porcentagem. Então você trabalha numa relação de negócios viável.

QUE PREÇO?

Quando você investigar os produtos que quiser vender, considere o preço que deseja obter deles. Há uma boa margem de lucro? Quantas vezes precisará um cliente adquirir sua linha de produtos no período de um ano? A sua linha de lucratividade é o guia para decidir não somente o preço do seu produto, mas também os custos de fabricação e a viabilidade deste mesmo.

A única maneira de saber como colocar um preço no produto é testando os preços os mais altos possíveis que o mercado sustentará. Para testar preços, você vende textos com dois preços: o resultado das vendas lhe mostrará o melhor. Por exemplo, se você obtiver duas vezes os pedidos de um produto pelo menor preço possível, será um grande lucro manter o preço mais baixo. No entanto, se não houver uma grande diferença no número de pedidos, vá para o preço maior. Considere o potencial do seu produto e a linha de produção. Você desejará expandir dentro de produtos similares e não vai querer tirar pouco proveito do tempo investido.

ONDE ANUNCIAR

Anuncie onde estiver o concorrente. Se tiver o mesmo classificado com mesmo produto ou similar, coloque o seu anúncio na mesma publicação. Assim como você seguiu os líderes na escolha de produtos, siga-os nas publicações. Mesmo que algumas delas custe mais que outras, não queira economizar buscando lugares mais baratos para anunciar. Seu anúncio trará as melhores respostas onde for testado antes.

Não tente colocar anúncios numa revista na qual não haja produtos similares aos seus, mesmo que você tenha um pressentimento de que ele trará pedidos. Para um iniciante, é melhor seguir os profissionais e listar onde eles anunciam.

Há dois tipos de propagandas para publicações. Os anúncios classificados, que são colocados todos juntos numa seção, localizada na parte de trás de uma publicação que contém apenas palavras e são sempre razoavelmente baratos de serem colocados. Anúncios de espaço (aqueles que podem conter desenhos, logotipos e outras coisas além das palavras) são os anúncios que vão através de toda a publicação. São melhores utilizados se você precisar mostrar um desenho ou foto do seu produto. Mesmo que sejam muito mais caros do que os classificados, a resposta ao produto pode ser melhor com um investimento extra.

COLOCANDO ANÚNCIOS NOS CLASSIFICADOS

Os anúncios classificados são os principais vencedores para o negócio de mala direta. Seu investimento em Reais por palavra num classificado atrairá muito mais dinheiro como resposta. A melhor maneira de usar os anúncios classificados é com uma abordagem de dois passos. Primeiro você coloca um anúncio pequeno que descreva o seu produto ou serviço. Dá seu endereço e informação completos, mas menciona alguns detalhes ou informações gratuitas. Não peça por dinheiro ou dê um preço. Das cartas que você receber como resposta de seu anúncio, envie uma mala direta descrevendo seu produto detalhadamente. Você pode até mesmo escrever seis páginas dando papo de venda e também um cupom de resposta. Essa carta é muito efetiva para gerar pedidos. Escrever anúncios classificados é muito fácil, mas o que os outros estão fazendo? Leia os anúncios classificados dos outros e aprenda com eles. Você descobrirá que, em cada anúncio, existe uma ou duas palavras chaves ainda no título, que chama a atenção do leitor. Ele é geralmente seguido com uma oferta ou promessa ligada ao produto. Depois vem uma descrição do produto em si e, finalmente, a oferta que impulsiona a pessoa a agir.

Coloque o anúncio classificado nas publicações que escolher abaixo das categorias que mostram o seu produto mais efetivamente. Dê pelo menos três meses para testá-lo. Então veja os pedidos de informações se transformando em verdadeiros pedidos e os pedidos se transformarem em dinheiro.

COLOCANDO ANÚNCIOS DE ESPAÇO

Se o seu produto for melhor visto com uma representação visual do tipo de um desenho ou uma fotografia, então você se sairá melhor com uma

polegada. Eles vêm em todos os tamanhos de uma polegada até duas páginas completas. E escolher o tamanho do anúncio de espaço é um negócio que dependerá de seus testes das respostas.

Você deve usar um espaço grande o suficiente para incluir um cupom. O fato de que as pessoas respondem mais rapidamente se tiver um espaço para preencherem seus nomes e colocar o pedido tem sido comprovado. Quer isso seja uma conveniência ou uma simples indicação do tipo de informação a ser incluída, os negociantes de mala direta descobriram que 75% dos pedidos vêm de respostas pelo cupom.

Como classificado, use um título que chame a atenção das pessoas. Ao longo da ilustração e do cupom, descreva o produto e aponte alguns benefícios de obtê-lo. E esteja certo de mencionar a garantia. A regra geral é fácil para decidir o tamanho do seu anúncio de espaço é testando as respostas. Aumente o tamanho do anúncio até que ele chegue ao tamanho certo. Alguns produtos vendem independentemente do tamanho do anúncio. E alguns outros precisam aumentar o espaço do anúncio.

OFEREÇA DEVOLUÇÃO DE DINHEIRO

Um elemento importante em todos os tipos de propaganda, especialmente na mala direta, é oferecer devolução de dinheiro no caso do cliente não ficar satisfeito. A razão é muito simples. Um maior número de pessoas responderão a um anúncio que declarar garantia. Se um comprador puder devolver o produto pela devolução, quer dizer que seu risco será menor. Desde que seu produto cumpra com as promessas anunciadas, você terá uma baixa taxa de devolução. Para essas devoluções que tiver, atenda aos pedidos prontamente. A devolução daquele produto específico não significa que você tenha perdido um cliente potencial.

UTILIZE UM CÓDIGO DE ENDEREÇO

Sempre que você colocar um anúncio, seja classificado ou anúncio de espaço, precisa codificar o endereço de maneira que saiba de onde vem o pedido. Dê uma olhada nos classificados que tem estudado. Vê aqueles códigos? Departamento WD-5, Divisão 9A; Gaveta 4B. Esses são todos os códigos de endereços a serem utilizados para contar e tabular suas respostas. Eles são geralmente importantes para testar a atração de seus anúncios. Você pode usar qualquer combinação de letras e números para codificar o endereço. A maioria dos negociantes usam as palavras departamento, número da suíte, número da sala, divisão ou gaveta. Um código simples consiste das iniciais do nome da publicação e o número indicando o mês desta mesma. Por exemplo: se você utilizar a Veja na terceira semana do mês de janeiro, seu código será VJ-1.3 ou Departamento VJJ3. O VJ refere-se à Veja, o outro J ao mês de Janeiro, e o 3 à terceira semana de Janeiro. Mas você pode usar qualquer código que seja fácil de manter para saber de que publicação chegou a carta.

MALA DIRETA

Uma vez que você receba requerimentos relacionados aos anúncios nos classificados, comece a mandar cartas com papo de venda sobre seu produto, convidando o possível cliente a comprar.

O propósito da abordagem ser feita em duas etapas nos classificados é obter listas de clientes potenciais para quem vender os produtos. Assim como um vendedor dá um papo de venda com o produto, você também deveria vender a sua oferta com uma efetiva literatura de venda. A maioria dos pacotes da mala direta consistem em uma carta, uma brochura ou circular, e um cartão resposta ou cupom a ser cortado do circular e mandado de volta. Muitas pessoas responderão diretamente ao produto sozinho e outras da literatura de venda. Mas para esses milhares de outras que quiserem saber mais sobre aquilo que estão comprando, você deve fazer a algo que faz com que eles não jogam fora sua carta de venda mas mandando a você o cupom com o dinheiro ou comprovante de pagamento.

A carta de venda deveria ser pessoal e direta. Converse honestamente com o cliente potencial, contando a ele as virtudes e benefícios do produto. Aponte as características e utilidades. E apele para ele agir. Cartas de testemunhas são eficientes maneiras de venda, especialmente se você precisar convencer o cliente potencial a respeito dos verdadeiros resultados do produto. Mas esteja certo de que essas pessoas realmente fizeram essas declarações.

Comece pequeno. Use papel colorido para imprimir muitas centenas de circulares de uma página que descrevam seu produto e inclua um cupom. Você não deve criar uma elaborada fotografia em quatro cores do seu produto, simplesmente descreva e ilustre os benefícios e aspectos do produto. Quer você use uma pequena circular, uma brochura colorida ou um catálogo de quarenta páginas, INCLUA UM OUTRO CUPOM. O cupom é a parte mais importante na literatura de mala direta. Ele torna mais fácil o fato de fazer pedidos. Em poucas palavras, o comprador sabe o que é o produto, entende que ele pode devolve-lo no caso de mal qualidade, e espera receber o que é anunciado.

Daqui para frente sua melhor opção é continuar oferecendo produtos para suas listas de clientes potenciais. Qualquer inquérito que você receba será um cliente potencial independentemente de qualquer pedido. Se a sua primeira mala não teve retorno, continue com malas subseqüentes. Você terá de testar para ver a freqüência, você terá de acompanhar as respostas de maneira efetiva. Algumas empresas de mala direta envia ofertas várias vezes por ano, algumas outras só manda catálogos anualmente.

TESTANDO RESULTADOS

Como você sabe qual dos anúncios funcionou mais? Quais revistas lhe dão o melhor retorno por dinheiro? Que preço é o mais lucrativo para vender o produto? Que papos de venda funcionam mais?

Mantenha um arquivo completo de todos os inquéritos e pedidos, e faça comparações para determinar os melhores caminhos a serem tomados.

Testar uma característica escondida no negócio de mala direta determina o sucesso. E o teste não precisa ser caro ou atrapalhar seus lucros. A melhor atitude na direção do teste é como um jogo. Desenhe os limites de seus riscos e faça diferentes curvas na estrada quando o negócio não for rentável. Se você considerar o teste no negócio de mala direta como um labirinto, será aquele que encontrará o sucesso.

Uma das melhores características do negócio de mala direta é que ele não requer um grande investimento. Então, cada passo da sua maneira de testar, indo em frente com as altas respostas e descartando as baixas respostas, você terá pouco a perder e TUDO A GANHAR.

Um dos elementos necessários a serem testados é a atração do anúncio da revista. Compare cada publicação com a próxima. Quais delas são as mais lucrativas? É claro que você terá de testar o preço. Qual o preço máximo que você pode colocar num produto sem perder pedidos?

Se estiver utilizando anúncios de espaço, poderia estar testando por qual tamanho vem a melhor resposta pelo dinheiro que você investiu. Outro elemento que você pode testar é o conteúdo do anúncio, especialmente os títulos. Você poderia querer testar alguns títulos diferentes para ver qual é o mais efetivo. A coisa mais óbvia a ser testada é o produto em si. O anúncio mais esperto com o preço mais atraente não adiantará nada se o produto não vender. E se o seu produto não tiver sucesso, jogue-o fora e tente outra coisa. Não vale a pena colocar tanto esforço por algo que nunca funcionará.

MANTENDO DADOS

A maneira de determinar os resultados do teste é com uma ficha de dados. Use uma ficha separada para cada código que utilizou. No topo do papel inclua as informações vitais como a publicação na qual o anúncio foi colocado, que tipo e tamanho de anúncio foi utilizado, quanto custou o anúncio, que cópia do anúncio foi utilizada, o nome do produto e seu preço.

Separe as tabulações em duas categorias principais: inquéritos ou consultas e pedidos. Se usar um anúncio de espaço, deve ter menos pedidos do que diretamente de um classificado, mas precisa manter os dados de todas as respostas.

Ao longo da coluna da esquerda, verticalmente, escreva números consecutivos. Esses irão corresponder diretamente aos dias que você recebeu as respostas, começando com o primeiro dia que você recebeu um pedido ou ordem. A seção dos inquéritos ou consultas deveria ser dividida em três colunas de datas recebidas, números recebidos e um número total de quantos até hoje.

A seção dos pedidos deveria ser dividida em data recebida, número diário de pedidos, número total de pedidos, número diário de vendas e dinheiro total das vendas. Os totais dar-lhe-ão uma indicação diária de como vai o seu anúncio.

Suas pastas-arquivo dar-lhe-ão informação suficiente para decidir se seus investimentos de propaganda estão compensando. Para saber sobre o lucro, subtraia o custo dos produtos somado ao dos anúncios do

dinheiro total das vendas. Como isso se compara com seu investimento em dinheiro? O quanto esse anúncio funciona bem?

Comparando o número de inquéritos ou consultas ao número de pedidos, você pode ver o quão efetiva é o seu pacote de mala direta. Qual a porcentagem de pessoas que fazem pedidos através da literatura de venda? Como você pode aumentar isso? Por exemplo, se você mandou mil pacotes de mala direta, que tenham custado R\$300 e recebeu 50 pedidos, sendo que cada pedido tenha sido de vinte e cinco Reais (R\$750,00) então você ganhou 450 reais. Agora a sua porcentagem efetiva é $300/750 = 40\%$, o que é considerado muito bom.

PREENCHENDO OS PEDIDOS

Enviar os pedidos é uma parte agradável. Dependendo do tipo de produto que tiver, você pode embrulhar previamente uma quantidade para manter em suas mãos. Assim que receber a mala, archive os inquéritos ou consultas e pedidos imediatamente. Uma maneira fácil de fazer isso é separar as malas por códigos de endereços e fazer uma pilha com a sua pasta arquivo. Assim que você abrir a mala deve grampear os pedidos com os envelopes, a fim de saber de onde vem a resposta.

Muitos negociantes de mala direta têm seus próprios pequenos serviços de computação para etiquetar. Agora que computadores domésticos estão custando menos, pode ser um bom investimento quando você recebe muitos pedidos. Se o seu cliente não incluir um CEP, esteja certo de procurar esse CEP e mande seu pacote de volta com um endereço e CEP completos.

Diferentes companhias de mala direta possuem diferentes métodos de clientes. Você pode criar listas separadas de compradores conhecidos; listas de pessoas que respondem especificamente por anúncios de algumas publicações, listas de pessoas que fizeram pedidos de itens específicos de anúncios de espaço.

EXPANDINDO

Você tem um bom produto; colocou um anúncio de sucesso; está obtendo um bom lucro. E agora? Não seja tão ansioso para expandir o negócio em áreas ou produtos não antes testados. A única maneira de construir seu negócio de mala direta é devagar, com a razão e testes cuidadosos. O primeiro lugar para expandir seria um outro produto. Você pode enviar literatura de venda para as pessoas que trouxeram o primeiro produto e para aquelas que mandaram pedidos de informações mas não compraram.

Ou você pode expandir sua propaganda. Coloque o mesmo anúncio em várias publicações. Talvez você esteja pronto para tentar um anúncio de espaço melhor do que um classificado. E sobre o produto em si? Se você teve uma grande quantidade de respostas, a produção em massa é a única maneira de alcançar a demanda lucrativamente. Se tiver um produto, volte ao fabricante e renegocie em grandes quantidades.

Você deve ter vendido cópias de informações por você originadas. Mesmo que fazer offset e a impressão possam ser caros, eles podem valer a pena se você souber que pode vender cinco ou dez mil cópias.

Enquanto a sua linha de produto aumenta - até meia dúzia de itens - você pode produzir uma pequena brochura ou catálogo. Livros especiais são vendidos freqüentemente pela mala direta na forma de uma brochura que serve como catálogo. Existem figuras dos livros e uma descrição abaixo de cada figura. Seus produtos também são boas opções para um catálogo. Talvez você esteja vendendo itens especiais feitos à mão e tenha expandido com sucesso para meia dúzia. Você pode chamar um artista para desenhar um lindo catálogo que destaque as melhores características dos seus produtos e tornam-lhes atraentes aos seus clientes.

O negócio de mala direta é uma oportunidade única porque é feita sob medida especialmente para sua sensibilidade. Você pode vender os produtos que sejam atraentes a você e que você acha que valham a pena. E você pode ter uma relação cara-a-cara com as pessoas que pedirem os seus produtos.

Você escolhe produtos a serem anunciados para a sua linha e quanto tempo e dinheiro gostaria de investir. É através dos seus próprios desejos que ele faz muito sucesso.

A MARGEM DE LUCRO

A palavra final no negócio de mala direta é quanto lucro é feito de seus esforços. Você não está nesse negócio para equilibrar seus lucros aos seu custos ou ter seu nome impresso nas revistas. Você está dentro disso para distribuir uma boa qualidade de produtos a preços justos para um mercado faminto.

Milhares de itens são vendidos com sucesso pela mala direta, e muitos por pequenos negociantes que trabalham em casa sozinhos. Quando você pode escolher um produto com uma alta margem de lucro e colocar anúncios baratos que produzam grandes vendas, pode acabar fazendo grandes lucros.

SEUS MELHORES CLIENTES POTENCIAIS SÃO CLIENTES QUE JÁ TENHAM FEITO UM PEDIDO DE VOCÊ. Quando alguém fizer um pedido de você, mande-lhe uma outra mala por mês, durante, pelo menos, três meses. Se nenhuma compra for feita depois de três meses, deixe o nome por volta de seis meses, e então não mande mais nenhuma mala. Você verá que 90% da sua clientela fará compras repetidas se você seguir esse procedimento religiosamente. Continue tentando novas circulares. Reorganize aquelas que produzem vendas. Elimine os "não-compradores". Quando achar uma circular que produza alguns pedidos, tente tê-la impressa com SEU NOME E ENDEREÇO. Quanto mais você enviar circulares, mais rentável o negócio vai se tornar por várias razões:

- Você gradualmente desenvolverá uma LISTA DE CLIENTELA. Isso SEMPRE produzirá mais pedidos que uma lista fria, nunca antes tentada. Você deve manter-se enviando NOVAS circulares para essa lista REGULARMENTE.

- Seus envelopes estarão carregando boas coisas. Através de uma experimentação constante, você pode gradualmente desenvolver um

verdadeiro dinheiro fazendo pacotes de Mala Direta. Quando achar algo que funcione, mantenha-se firme nele!

O negócio de Mala Direta não tem limites - se você tiver muita direção e imaginação. Você pode gradualmente aumentar o número de suas malas. Enquanto as semanas e meses passam, você também pode aumentar a qualidade de suas malas.

Enquanto sua reputação de um confiável Negociante de Mala Direta se espalhar, distribuidores por atacado e outros negociantes de mala direta começarão a mandar-lhe novas ofertas - quase que diariamente. TOME UM TEMPO PARA ESTUDAR ESSAS OFERTAS - e então atue em cima das melhores.

Decida de modo a entrar no negócio de mala direta com os dois pés - e então PERMANEÇA NELE! Essa será a mais agradável e excitante experiência da sua vida!

VINTE E UM TRUQUES DE ENVELOPE!

Quando seus envelopes não são abertos, você não pode fazer dinheiro! Antes de poder obter um pedido, o recipiente da sua carta de mala direta deve primeiramente abrir o envelope. Infelizmente, muitas pessoas recipientes de mala direta simplesmente descartam o material sem abrir o envelope.

Devido aos altos custos de impressão, envelopes e selagem, seu pacote de mala direta representa um grande investimento. Você simplesmente não pode arcar com esse investimento e então ter seu material de venda descartado em envelopes fechados. Com os métodos seguintes, você terá uma redução substancial no número de envelopes fechados e um prazeroso aumento de lucro nas vendas.

1. Se seu envelope parecer "mala-lixo", será tratado como "mala-lixo" (em outras palavras, jogado no lixo antes de ser aberto). A solução é simples - não envie seu material em envelopes que pareçam com "mala-lixo".
2. Evite usar etiquetas, porque elas fazem seus envelopes parecerem "mala-lixo".
3. Datilografe os endereços nos seus envelopes.
4. Escreva ou imprima os endereços de maneira organizada nos seus envelopes.
5. Se você não tiver tempo de usar os métodos 3 ou 4, então pague alguém para endereçar-lhe os envelopes. Pague-lhes por cada envelope que endereçarem, não pague pela hora de trabalho.
6. Se você precisar usar etiquetas, use etiquetas coloridas.

7. Se etiquetas coloridas forem muito caras, pode usar brancas com uma caneta marca-texto. Canetas fluorescentes são especialmente boas nesse caso. Você pode encontrá-las em papelarias, lojas de descontos variados, farmácias de desconto, etc.
8. Use envelopes coloridos. (* O Correio não apreciará seus envelopes e etiquetas coloridos. Esses itens criarão problemas para seus equipamentos de leitura ótica.)
9. Use postagem de primeira classe e imprima PRIMEIRA CLASSE em várias partes do envelope. Um selo barato, com tinta vermelha, faz uma impressão "oficial".
10. Não coloque carimbo de borracha no endereço de volta dos seus envelopes. Isso parece extremamente não-profissional.
11. Evite usar etiquetas nos endereços de volta - isso também parece falta de profissionalismo.
12. Pague uma loja de impressão para imprimir seus endereços de volta nos envelopes. Isso não sai caro, e cria uma imagem mais profissional.
13. Use uma impressora colorida para endereçar os envelopes.
14. Use uma caneta colorida para endereçar os envelopes. Eu gosto de tinta vermelha, por exemplo.
15. Enderece seus envelopes na parte de trás.
16. Imprima ou carimbe uma pequena mensagem nos seus envelopes. Essa é uma maneira muito eficaz com o material que é enviado a pessoas que pedem informações a respeito dos anúncios nas revistas. Por exemplo, quando recebemos pedidos de informações a respeito, carimbamos essa mensagem: "Você pediu essa Mala GRÁTIS".
17. Selos comemorativos são mais atrativos do que os do correio, e custam o mesmo preço. Use-os. É uma fácil maneira de obter seus envelopes abertos.
18. Utilize canetas marca-texto para desenhar algo nos seus envelopes. Até uma série de listras, em cores variadas, chamam a atenção.
19. Ao invés de comprar um selo de primeira classe, compre vários selos de denominações menores que somem o mesmo preço. Eles chamam a atenção porque parecem ser mais caros.
20. Grandes companhias de mala direta ocasionalmente colocam algum tipo de objeto sólido dentro de seus envelopes. Por exemplo, algumas companhias de propaganda em especial usam lápis, canetas, calendários de bolso, etc baratos. Você também pode usar essa idéia. Para melhores resultados, tente colocar o objeto na sua oferta
21. Use envelopes que tenham janelas.

22. Com os envelopes de janela, o endereço do recipiente deve estar dentro do envelope, de maneira a ser mostrado pela janela. Tire proveito disso. Coloque o endereço em algum tipo de Cupom Dinheiro que pareça com um cheque.

23. Use envelopes grandes, é caro, mas o envelope será aberto.

24. "Quanto mais você fala, mais vende". Use um envelope grande e inclua bastante material de venda. Essa é uma maneira efetiva com ofertas de preços altos.

Alguns desses métodos são um pouco excêntricos, e alguns são mais caros que outros, mas todos eles lhe ajudarão a ter seus envelopes abertos e aumentar suas vendas.

Nós lhe prometemos vinte e um métodos, mas na realidade lhe damos vinte e quatro! É por isso que acreditamos em dar aos nossos clientes mais do que o válido por seus pagamentos. Eu recomendo que você tente fazer isso com o seu próprio negócio - você verá que isso custa grandes dividendos e devolve curiosos pedidos de informação que se transformam em pedidos sólidos, E FOI VOCÊ QUE FEZ ISSO.

Vá em frente - teste. Comece com um pequeno anúncio classificado por poucos meses. Veja o que os pedidos de informação lhe trazem. Mande de volta algumas literaturas dos pedidos. Você ficará surpreso de ver como isso será fácil.

Se precisar de algum conselho LEGAL especializado ou alguma assistência nesse assunto, o serviço de um profissional é recomendado.



**30 dias por uma renda
que dure a vida toda
Robert Abraham Abergel**

30 DIAS POR UMA RENDA QUE DURE A VIDA TODA!

INTRODUÇÃO

Obrigado por pedir uma cópia deste manual. O que você vai ler é um Extraordinário Novo Método de Criação De Renda Permanente E Ilimitada, para você mesmo e sua família. Não existem segredos ou truques nesse programa somente a necessidade de segui-lo, estritamente, baseado no fato de que ele pode facilitar a tornar seu futuro financeiro seguro e possivelmente permitir-lhe uma aposentadoria muito mais adiantada do que já pode ter imaginado.

Esse método extraordinário tem sido elogiado por suprir uma pessoa comum com uma renda segura e de confiança, que continua a crescer, independentemente das condições econômicas atuais. O melhor de tudo, é que ele pode suprir-lhe com tempo e liberdade necessários a curtir a vida enquanto a renda vai aumentando. Esse manual foi escrito de maneira consistente e fácil de ser entendida, de maneira que qualquer pessoa pode captar as idéias e colocá-las em prática logo.

O objetivo deste manual é mostrar-lhe como estabelecer uma Renda Permanente a ser curtida por você no período de trinta dias. Depois desse período, você trabalha simplesmente para aumentar essa renda até atingir o nível de conforto que deseja. É aí que o verdadeiro divertimento começa! Então, sem grandes demoras, vamos entrar nesse negócio!

POR QUE AS PESSOAS NÃO SÃO MAIS RICAS?

A resposta é muito simples. As pessoas vivem para simplesmente ganhar uma renda suficiente para sobreviverem, ou qualquer quantia fixa de dinheiro, de maneira a trabalharem muito e estarem sempre muito ocupadas. Nós nunca parecemos dispor de tempo, dinheiro ou experiência para entrar num "negócio" fora da nossa área ou simplesmente não queremos nos arriscar. Então, muitos de nós nos resignamos ao fato de termos de trabalhar a serviço de alguém. Essa é uma situação triste e pode ser até perigosa...

Não há ainda mais nada com segurança no trabalho e até com um emprego existe o risco de você perdê-lo, rapidamente, de uma hora para outra. Estatísticas do governo mostram que só 2% dos americanos que atingem a aposentadoria são ricos. Na verdade, das pessoas que estão em circulação trabalhando, somente 1% estão ganhando R\$ 85.000 por ano! Com segurança nenhuma e uma chance muito pequena de independência financeira... Sem mencionar a rotina das 9 às 17, a pressão, a falta de tempo livre e a falta de controle por sua parte, você deveria estar convencido agora mesmo de que um emprego não é a melhor resposta.

Mudar o seu futuro financeiro não é mais um desejo ou sonho... é uma necessidade!

ENTÃO QUAIS SÃO AS OPÇÕES?

Existem muitas oportunidades na América, mas quais delas vão realmente colocar dinheiro no seu bolso e continuar colocando por anos e anos? Existem franquias incontáveis e pequenos negócios que você pode começar, mas você tem R\$100.000 a investir e 80 horas por semana a dedicar a nesse negócio? A maioria de nós não têm.

Eu tenho certeza de que você já assistiu aqueles comerciais que passam à noite oferecendo riquezas instantâneas, não assistiu? Alguns deles soam tentadoramente... Mas onde estão todas essas pessoas que têm feito milhões de \$ Reais com esses programas variados? Eu lhe direi... Elas são as mesmas que estão nos comerciais! Acho que podemos passar esses programas em frente.

Existem também um monte de programas de como fazer dinheiro que prometem riqueza, mas nunca entregam. Muitos deles são os mesmos planos de sempre, do tipo de carta-corrente ou enchimento de envelopes. Você já encontrou alguém que fez dinheiro com isso? Eles não funcionam! Ponto final!

É claro que isso é MLM, multi-level marketing, ou network marketing. Essa indústria apareceu com uma onda nos últimos anos e está dando origem a muitas pessoas ricas. Infelizmente, também têm criado muitas pessoas mal sucedidas. O problema é que você simplesmente não possui qualquer controle sobre a sua renda porque é dependente daquela empresa que faz seu pagamento. Assim, você está sujeito a mesma insegurança que tinha no seu emprego. Ainda está à mercê de uma empresa, e se ela fracassa... Acontece o mesmo a sua renda! (Você tem que ler o relatório chamado "WBS -Sistema de Construção de Riqueza" O Caminho Rápido Para Enriquecer Com Empresas De Marketing De Rede No Brasil Sem Vendas Pessoais, sem reuniões, sem nenhum contato pessoal, apenas R\$3,00)

Você poderia entrar no negócio de mala direta. O campo de mala direta está sendo valorizado rapidamente agora mesmo e muitas pessoas estão ganhando muito com isso... Especialmente pessoas que suprem informações! No entanto, muito poucas pessoas fazem isso no negócio de mala direta porque não possuem um plano comprovado e não possuem conhecimento a respeito de "marketing-direto". Esse definitivamente não é um campo para inexperientes!

Todos esses cenários são direcionados a um problema básico: A maioria de nós parecemos nunca ter tempo, dinheiro ou experiência para dar início a um negócio ou, simplesmente, não queremos nos arriscar. Também sempre somos dependentes de uma única fonte de renda que nos dá muito pouco controle sobre nosso futuro financeiro. Se algo acontecer a essa fonte de renda... Nós podemos perder tudo! Essa é uma das piores situações em que qualquer um pode se encontrar mas, infelizmente, a maioria de nós enfrentamos isso todos os dias da nossa vida. É óbvio que algo deve ser feito... e rapidamente! Bom, a boa

notícia é... alguma coisa tem sido feita a respeito desse dilema e agora você vai ler sobre isso!

O SEGREDO PARA CRIAR UMA RIQUEZA ESTÁVEL

Um estudo feito sobre as pessoas mais ricas da América revelou que a maioria delas veio de vários níveis da vida, sem habilidades especiais ou quaisquer talentos. Seus sucessos têm pouco a ver com suas experiências ou circunstâncias, mas com seus conhecimentos de uma sólida oportunidade na qual eles trabalharam em cima. Então o primeiro segredo foi o de que eles agiram.

Em segundo lugar, eles se tornaram seguros de que suas rendas continuariam crescendo mesmo que eles não estivessem trabalhando ativamente. Algumas pessoas chamam isso de "realeza" ou "direitos autorais", porque a renda continua sem qualquer esforço extra. Isso é muito importante, porque você não pode tomar a dianteira se tiver de repetir o trabalho mais uma vez e mais outra a fim de fazer uma renda. A maioria das pessoas simplesmente não podem tirar um tempo livre por muito tempo antes de suas fontes de renda estancarem-se completamente. Mas como você pode curtir seu dinheiro se deve continuamente sacrificar-se por ele? É por isso que uma renda contínua é muito importante.

E finalmente, esses indivíduos ricos se tornam seguros de terem obtido rendimentos a partir de várias fontes, de modo a nunca estarem dependentes de somente uma fonte para sobreviverem. Algumas das fortunas de família foram criadas a partir de um método de divisão de renda em muitas áreas de maneira que eles nunca estariam à mercê de uma única empresa ou investimento. Essa é uma das maneiras de criar uma riqueza, a longo prazo, nas circunstâncias voláteis de hoje, sendo que ela tem sido comprovada de ser bem sucedida por séculos! Na verdade, esse método tem sido responsável por mais fortunas pessoais ao longo dos últimos 80 anos do que qualquer outra prática financeira!

Mas aqui está a questão bilionária: Como pegar esses métodos e usá-los para construir uma renda permanente para si mesmo... Começando hoje? Aqui está a resposta...

CRIANDO SUA PRÓPRIA RENDA PERMANENTE

Para criar uma renda permanente para si mesmo, você precisará aplicar todas as lições valiosas que já discutimos. Você precisará estar certo de ter uma contínua e repetida renda que continue da mesma maneira, estando você trabalhando ou não. Você precisará de muitas fontes de renda, de maneira a nunca estar à mercê de uma única empresa ou indústria. Isso vai lhe garantir um estilo de vida rico e recompensador, no qual você possa contar. O segredo para colocar esses princípios em prática hoje, a seu benefício, está na sua abordagem.

O SEGREDO

Para criar uma estável e contínua renda para você e sua família, você precisará usar os mesmos princípios que têm funcionado e criado fortunas por séculos, mas ao invés de criar um "Portifólio" ou investimentos do tipo de Vanderbilts ou Rockefellers, você vai criar

um grupo de "portifólios" no topo das oportunidades disponíveis hoje em dia! Da mesma maneira que assessores de investimentos agrupam os melhores investimentos juntamente num portfólio ou fundo, você vai criar um grupo poderoso de produtos e serviços de maneira que nunca dependa de nenhuma fonte de renda.

Existe um monte de programas maravilhosos disponíveis hoje em dia, que oferecem várias oportunidades de independência financeira. Eles oferecem produtos e serviços que são necessários a qualquer um e podem produzir facilmente um bom lucro que vá em frente. O problema é que, se você direcionar todo seu tempo e dinheiro apenas em um produto ou serviço e alguma coisa acontecer à empresa, ao produto ou à indústria, você pode ser cortado fora do negócio da noite para o dia! Essa é a armadilha em que muitas pessoas caem, de maneira que elas estão sempre começando de novo e nunca vão em frente.

No entanto, se você combinar alguns dos melhores produtos e serviços num grupo rentável e colocar seus esforços atrás desse grupo ao invés de somente em um programa, você poderá ter a segurança de estar recebendo rendas de várias fontes diferentes e o poder de ter sua renda multiplicada por cada programa. Esse é um conceito muito poderoso e inacreditável, que pode possibilitar uma pessoa comum a ganhar dinheiro da mesma maneira que a pessoa mais rica que possa existir na América. Agora você pode ter seu próprio "Portifólio" no topo das oportunidades financeiras para construir uma renda permanente para si mesmo e sua família.

NOTA: Você não precisa se preocupar a respeito de achar os programas certos ao seu Portifólio. Um programa de pesquisa foi instituído há 6 anos para revelar as melhores oportunidades ao sucesso financeiro. Os melhores programas de todos foram pesquisados, testados e então cuidadosamente selecionados para esse Portifólio. Esses programas representam alguns dos mais rentáveis produtos e serviços para se ganhar uma renda contínua. Agora você terá acesso a esses melhores programas para uso próprio! Falaremos mais sobre isso depois!

Agora, você deve ter percebido que deve ter uma contínua e repetida renda que seja protegida por várias fontes, a fim de ter realmente a liberdade e segurança para curtir o dinheiro que estiver recebendo. Nós não podemos gastar 80 horas por semana tentando nos sobressairmos sobre as outras pessoas e ainda curtir nossas vidas... E nós, certamente, não podemos arriscar tudo contando com apenas uma fonte de renda. Há muitas pessoas entrando na fila de falimento pessoal, hoje em dia, para comprovar esse fato. Então nós precisamos agir agora mesmo, para construir uma renda permanente que não nos faça falir, mesmo que os tempos se tornem difíceis.

O QUE SERÁ NECESSÁRIO

Para construir uma renda permanente que lhe dê a liberdade e o tempo para curti-la, você precisará de programas comprovados que ofereçam produtos desejáveis e serviços necessários a todos. Os produtos e serviços devem suprir uma contínua e repetida renda, de maneira que você não tenha que repetir seus esforços toda semana para

ir em frente. Isso tornará possível que você curta muito tempo livre enquanto ainda aumenta sua renda.

A maioria das pessoas ricas no país descobriram essa estratégia anos atrás. Você não as vê sendo escravizadas pelo trabalho numa escrivaninha ou telefonando para outras pessoas dia após dia, vê? É claro que não! Elas percebem que você deve ter uma renda que continue crescendo, mesmo que estejam de férias ou simplesmente relaxando na piscina. Eu tenho certeza de que esse tipo de renda parece desejável a você... não parece?

Depois, suas fontes de renda devem ser organizadas num grupo ou portfólio como se fossem investimentos num fundo mútuo. Isso divide o risco e supre o máximo de segurança à sua renda. O segredo aqui é começar com uma fonte de renda e utilizar os lucros dessa mesma para financiar o resto. Em outras palavras, você começará com um produto ou serviço e vai utilizar o dinheiro que você ganhou para crescer; não somente melhorar seu estilo de vida, como também para expandir em outros produtos e serviços. Se fizer isso, pode trabalhar somente com lucros e nunca terá de usar nenhuma de suas economias. É assim que você constrói fortunas pessoais em um período de tempo muito curto. É assim que o grande dinheiro foi feito na América.

Eu espero que você note que a estratégia que acabou de ler é uma das técnicas mais poderosas de criar um estilo de vida que a maioria das pessoas pode somente sonhar a respeito. Esse método pode suprir uma renda permanente e muito tempo livre para curtir-la... e esse é o tipo de vida que todos nós queremos.. não é mesmo? Tempo para relaxar sem se preocupar com dinheiro... a habilidade de sair de férias a qualquer momento e a qualquer lugar.. a sensação de acordar de manhã e saber que pode fazer o que quiser com o dia... ao invés de seu emprego tomar conta de você. Isso tudo é chamado de liberdade e é sobre isso que esse manual fala. Agora você tem o conhecimento para criar o estilo de vida dos seus sonhos, sendo que ninguém pode lhe roubar esse conhecimento. No entanto, eu tenho certeza de que você deve estar pensando "como eu posso fazer essa estratégia trabalhar por mim hoje?". Bem, eu tenho algumas boas notícias para você. Esse trabalho já foi feito para você.

Um programa de pesquisa foi desenvolvido pelo sucesso financeiro. Agora você terá acesso a alguns dos melhores programas e oportunidades disponíveis em nenhum outro lugar. Esse grupo de produtos e serviços foi colocado junto ao longo dos últimos 6 anos, sendo que representa o melhor que a América tem para oferecer. O portfólio tem produtos e serviços que são necessários a qualquer um, sendo também que a maioria deles supre uma repetida e contínua renda.

Será mostrado a você exatamente como utilizar esses produtos e serviços para construir uma renda permanente a você e sua família. Todo esse trabalho de suposição já foi retirado, dando-lhe o benefício de anos de desenvolvimento por expertos nesse campo. É uma oportunidade muito excitante e recompensadora tomar parte num programa que está mudando as vidas das pessoas por todo o país!

Uma vez que você tenha terminado de ler este manual, vá para as informações incluídas (se essas informações foram supridas) ou ligue ou escreva para a pessoa que lhe entregou o manual, para maiores detalhes. Por falar nisso, por favor, não confunda esse programa com alguns outros planos "multi-level" de portfólio ou aqueles programas "lifetime" que você deve ter visto se estiver nesse mercado. Estes programas são feitos estritamente em volta do "multi-level" ou empresas de "network-marketing" e são muito limitados a esse mercado específico.

Esse programa não é limitado a certos tipos de oportunidades, sendo que é criado nos mais bem sucedidos princípios que têm criado fortunas em Estados por anos e anos. Com o portfólio de produtos e serviços líderes e instruções completas, você pode construir uma renda permanente que tomará conta de você e sua família por muitos anos. Se isso soa bem, escute isso...

UMA FERRAMENTA VALIOSA!

Como parte desse programa, você terá o Direito de Distribuir esse manual para ajudar a construir seu próprio negócio. Essa é uma ferramenta valiosa, porque você nunca terá de "vender" ou empurrar produtos, tentando explicar os conceitos valiosos desse mesmo. Tudo o que você precisará fazer será introduzir esse manual que está lendo agora, deixando-o trabalhar por você. Esse manual vai explicar os conceitos de lucratividade que discutimos e as informações suplementares (você vai receber mais tarde) vão introduzir os maravilhosos produtos e serviços. Você simplesmente permite que as pessoas leiam essa informação valiosa e elas instantaneamente entenderão o programa e ficarão ansiosas para iniciarem uma vida melhor.

A beleza desse método é que qualquer um pode fazer isso agora... Mesmo sendo tímido, introvertido, ou simplesmente não tenha tempo para conversar com as pessoas. Deixe que o manual fale por você e comunique os benefícios desse programa. Essa é uma das maneiras mais eficientes e fáceis de construir uma renda contínua sem ter de "vender" pessoalmente algo a alguém!

Uma das melhores partes de usar esse método é que agora você pode compartilhar esses conceitos com centenas ou até milhares de pessoas pelo país inteiro, simplesmente dando uma cópia desse manual em suas mãos. Então elas verão o quanto esse programa é fácil e lucrativo, ficando gratas de estarem envolvidas, o que também vai ajudar a expandir o seu negócio. Assim que elas também começarem a compartilhar esse manual com outras pessoas, você vai receber uma renda de todos os produtos e serviços que elas comprarem ou venderem. Você terá o seu próprio grupo de negociantes trabalhando por você todos os dias! Essa é uma maneira poderosa de construir uma renda substancial que possa durar a vida toda... E isso tudo pode começar simplesmente entregando alguns manuais. Simplesmente tire cópias desse manual e você estará no negócio!

Você pode entregar ou enviar esses manuais pelo correio a pessoas que estejam interessadas em melhorar suas vidas (e quem não está

interessado hoje em dia?). Quase todo mundo poderia usar mais dinheiro hoje, sendo que você possui uma das ferramentas mais poderosas de mostrar às pessoas como fazer isso. Na verdade, muitos agradecerão pela informação valiosa, querendo estar envolvidas logo no negócio. Que maneira maravilhosa de ajudar os outros ao mesmo tempo em que constrói uma renda para si mesmo. Não há nada melhor que isso... E você vai adorar a sensação de estar ajudando aos outros!

ALGUMAS IDÉIAS ÚTEIS

Mesmo que você já esteja recebendo informações a respeito de dicas, técnicas e estratégias para começar agora... Eu vou incluir algumas idéias úteis aqui mesmo para dar-lhe muitas opções.

1. Obviamente, você pode dar esse manual para amigos, familiares, ou outros conhecidos. Você pode simplesmente lhes perguntar suas opiniões a respeito disso e se eles gostam disso... Então você pode lhes dar a informação que eles precisavam para começarem.

2. Você pode fazer cópias de folhetos e entregá-los em grandes quantidades em áreas de tráfego como lojas, supermercados, lavanderias, etc. Com permissão. Essa é uma maneira rápida de alcançar o mundo aí fora.

3. Você pode colocar anúncios classificados nos jornais, jornaizinhos e revistas nas seções de "ajuda procurada" ou "oportunidade de negócios". Quando receber respostas, poderá mandar também um folheto ou pedir por 2,00 a 10,00 \$ Reais para mandar o manual. Essa é uma maneira barata e que alcança milhares de pessoas num período de tempo muito pequeno.

4. Você pode desenvolver uma carta de venda e alugar uma lista de "procuradores de oportunidades" de uma empresa de lista de mala direta (encontrada nas páginas amarelas) para enviar uma carta. Fortunas têm sido feitas a partir dessa técnica. A carta de venda pode pedir por poucos \$ Reais para cobrir os custos de postagem e do manual. Você também pode usar folhetos para obter prospectos e então enviar as informações. As idéias de utilização de mala direta são infinitas.

5. Você pode escrever um anúncio de espaço (de 1/4, 1/2, ou uma página inteira de anúncio) e colocá-lo em revistas que destacam maneiras de se ganhar dinheiro extra. Obviamente, isso vai depender de quanto você está pensando em gastar, mas você também pode trabalhar por isso assim que sua renda for aumentando através dos outros métodos.

Existe um número infindável de maneiras de alcançar o mundo afora através de outras pessoas, mas o ponto principal é que esse manual fará com que seu trabalho seja muito mais fácil, já que você não terá de se sentar e explicar tudo para cada pessoa com a qual conversar. O manual foi escrito para fazer isso por você e ajudar outras pessoas a começarem logo. Essas idéias não têm preço para quem estiver procurando por segurança financeira. Esse manual é uma fonte muito importante para qualquer pessoa, sendo que agora você tem o direito de distribuí-lo!

Pense, agora você pode construir um negócio nacional ou até mesmo universal com o conforto de sua própria casa... e não importa onde você more. Você não precisa conversar com ninguém se não quiser, porque pode fazer tudo pelo correio! Você estará usando um dos métodos mais poderosos de criar uma riqueza permanente e, finalmente, terá o tempo disponível para curtir essa renda! Esse é realmente o programa mais lucrativo e excitante disponível hoje!

UM TEMPO DE VIDA DE BENEFÍCIOS

Então, o que você ganhou lendo esse manual até agora? Vamos ver...

1. Primeiro, agora você conhece uma estratégia de criar uma renda permanente que possa dar-lhe a liberdade e o tempo para curtir a vida. Uma renda contínua e protegida é essencial para qualquer um que esteja procurando criar uma riqueza permanente. Essa é uma das lições mais importantes que você nunca havia aprendido antes e que pode lhe suprir de um tempo de vida de segurança e independência para você e sua família.

2. Você terá acesso a um dos portfólios de produtos e serviços dos mais lucrativos disponíveis hoje. Esses produtos e serviços podem lhe prover de uma renda contínua e repetida e a oportunidade de ajudar outras pessoas no mesmo processo.

3. Você tem o Direito de Distribuir esse manual para ajudar a construir o seu negócio. Esse recurso maravilhoso vai ajudar a introduzir outras pessoas nessa estratégia valiosa, o que vai ajudá-las a expandir o seu negócio. É uma ferramenta maravilhosa, que beneficia a todos.

4. Você receberá maiores instruções e materiais que vão explicar mais e com maiores detalhes como colocar esse programa em funcionamento agora mesmo. Simplesmente, volte à informação incluída nesse manual ou então telefone ou escreva à pessoa que lhe entregou isso para obter maiores detalhes.

5. Agora você tem um negócio que pode funcionar no próprio conforto e privacidade da sua casa. Você pode fazer suas próprias horas de trabalho e ser o seu próprio chefe. Você pode curtir de completa independência e liberdade enquanto ajuda também outras pessoas. Que maneira maravilhosa de ganhar uma renda que dure a vida toda.

6. Você tem a oportunidade de ganhar uma renda ilimitada. Você pode escolher ganhar um dinheiro extra de R\$1.000 por mês ou de R\$10.000 por mês! Os métodos discutidos nesse manual podem lhe prover de tudo isso e muito mais! Só você pode decidir o quanto quer ganhar, porque a sua renda depende unicamente dos seus próprios esforços, mas

esteja certo de que esse programa pode fazer com que você atinja seus objetivos, não importa o quão altos eles sejam.

7. Você pode aproveitar agora um nível de segurança que não é oferecido por nenhum outro negócio, emprego ou programa. Com uma fonte de renda segura e diversificada, você nunca estará à mercê da economia, de um emprego ou da sua experiência. Agora você estará controlando o seu futuro financeiro, ninguém mais! Essa é uma sensação inacreditável e poderosa, de saber que você tem o tempo, o dinheiro e a segurança para fazer tudo que sempre quis.

8. Esse programa foi desenvolvido para possibilitar que você aproveite tudo o que você sempre quis na vida. A vida é muito curta para ser gasta em preocupações a respeito de dinheiro ou ser escrava de um emprego a semana inteira. Não estabeleça a mesma velha rotina. Eu lhe desafio...

TOME O DESAFIO DOS 30 DIAS!

Dedique seus próximos 30 dias para construir uma renda permanente. Levante uma fonte de renda que lhe dê a liberdade de explorar o mundo ou comprar a casa dos seus sonhos. Pense, nos próximos trinta dias, você poderá começar a criar um renda que tome conta de você por anos e anos! Isso pode acontecer.

Esses métodos foram comprovados por si mesmos ao longo de décadas. É o momento de você voltar à sua vida e aproveitar cada minuto dela. É hora de acordar de manhã excitado com todas as possibilidades que existem por um dia. Isso é viver... Quer dizer, realmente viver!

Então dê esse primeiro passo agora mesmo em direção a uma vida melhor. Poucas semanas de esforço nesse mês podem significar um tempo de vida de felicidade e liberdade para você e sua família. Os princípios discutidos nesse manual têm sido usados para criar mais fortunas familiares do que quaisquer outros. A razão disso é muito simples... Eles funcionam! Então Comprove Isso A Você Mesmo Ainda Hoje!

AQUI ESTÁ O QUE FAZER

Para começar hoje, por favor, leia a informação incluída a esse manual (se a informação tiver sido suprida) ou entre em contato com a pessoa que lhe entregou esse manual para obter maiores detalhes. Também é uma boa idéia ler esse manual novamente, porque você pode ficar até mais bem informado e incentivado nessa segunda vez. Será um tempo bem empregado.

Uma vez que você tenha a informação do portfólio, simplesmente faça cópias desse manual e coloque-o no maior número possível de outras mãos. Em poucas semanas, você poderá estar a caminho do seu estilo de vida que muitas pessoas podem somente sonhar a respeito. NÓS LHE DESEJAMOS TUDO DE MELHOR AO SEU SUCESSO!



**TRUQUES CRUEIS E
SECRETOS DE NEGOCIAÇÃO
(E COMO DEFENDER SE)**



Robert Abraham Abergel

Negociação

Este relatório pode ser usado **para acompanhar** o programa em audio CD: "Truques Segredos da Negociação do Mundo Real" (curso de 6 horas de gravação) que esta disponível na pagina www.seminarios.com.br O curso ensina Técnicas dinâmicas divertidas e praticas que vão mudar sua vida. Você pode até entender algumas das tecnicas aqui, mas este curso não tem competição. Ligue agora e pede este incrível curso 011-3061-2698 e 011-3256-4666

Importância da Negociação

- Nada acontece a menos que uma venda seja feita com lucro
- Um Real\$ negociado é um Real\$ de lucro puro e não um Real Bruto!.
- A negociação atualmente é mais difícil porque você está tratando com especialistas ou pessoas astutas que fizeram alguns cursos.
- A negociação do dia a dia possui os mesmos princípios que a negociação governamental, grandes empresas, etc.

Proposições Iniciais

Aqui temos um resumo de todas as macetes e truques para você aplicar em seus negocios

Você sempre peça mais do que você espera obter

- A lei da Gordura

Por que pedir mais?

1. Você simplesmente poderá conseguí-lo
2. Você terá espaço para negociação
3. Cria um clima no qual a outra pessoa sente que venceu
4. Eleva o valor percebido do que você está oferecendo
5. Se você está lidando com uma personalidade egoísta, dará a ela a satisfação de vencer.
6. Evita que a negociação chegue a um impasse (Exemplo de Sadam - Neste cenário os americanos pretendiam chegar a um impasse)
7. Quanto menos você souber sobre o produto ou serviços, mais deve perguntar porque está mal informado e quando você pergunta mais e então faz concessões, estabelece rapidamente uma afinidade com o seu oponente.

Quanto Mais você tem que pedir?

"Faixar" (coloque no faixa) seu oponente!

Veja o seguinte exemplo: Vamos dizer que você quer comprar um relógio na loja e o preço do etiqueta é R\$200. Se você quer pagar R\$170,00 você não vai pedir 170,00 mas você vai pedir a pagar 140,00 (pedindo mais desconto) e nos maioria dos cassos você vai acabar no meio - R\$170,00

Faixa (Ícone: Faixa vermelha)

<u>Preço inicial</u>	<u>Objetivo</u>	<u>Sua proposta</u>
R\$200	R\$170	R\$140

Sua proposta inicial deve ser no mesmo valor da diferença entre seu objetivo e o preço.

Sempre comece mencionando o preço mais alto, indicando que você é flexível: "O preço do nosso produto X , com esta garantia, característica e benefícios é TAL mas dependendo das suas necessidades e das quantidades necessárias, poderemos ajustar este preço" ...

"Flinch" espanta se diante de propostas. Por quê? (Ícone: Espantalho)

- "Flinch" - Puxa muito caro! - Uma reação visual a uma posição
- Se você não hesitar, o seu oponente poderá interpretar isso como um sinal de que pode pedir para você pagar mais, mas se você demonstrar hesitação, ele paralisa esse processo.
- Se você não hesitar, seu oponente poderá pensar que pode conseguir o número que deseja. (O primeiro preço que um vendedor lhe pede)
- Se você não hesitar, seu oponente poderá pensar que pode pedir mais.
- Uma concessão geralmente é seguida de uma hesitação. Se você não hesitar, isto fará da outra pessoa um negociador mais inflexível.

Vendedor: Esta foto custa \$20

Comprador: (não parece suprendente) Sem reação

Vendedor: E se você quiser colorido, é R\$25

Comprador: (Ainda não parece suprendente) sem reação

Vendedor: E você precisa a caixa que custa R\$3,00

Ou

Vendedor: Esta foto custa \$20

Comprador: ("Flinching") Vinte dólares? Puxa ...

Vendedor: Eu lhe darei uma colorida sem custo adicional por \$ 15.

Comprador: Mas ainda é muito dinheiro.

Vendedor: O.K. você me parece simpático e normalmente não faço isso, mas darei a caixa de graça também.

Nunca diga sim à primeira oferta (Ícone: Cimento)

- Se você disse SIM na primeira oferta, seu oponente vai achar que você foi "facil" demais e ele poderia Ter pedindo mais e desde que ele não pediu mais, ele vai tentar embutir outros custos em cima do preço. Você nunca diga SIM a primeira oferta, Porque há um conjunto previsível de respostas que vêm à mente de qualquer pessoa quando você diz OK.

E essas reações previsíveis são: (O exemplo do carro)

1. Algo deve estar errado

2. Deixei o dinheiro em cima da mesa

- Nunca diga sim à primeira oferta
- Isto faz com que o outro lado ache que venceu (especialmente com advogados). Se um advogado disser sim à primeira oferta, achará que perdeu e tenderá a ser contrário à decisão.

Nunca Briga (a menos que você usa isto como uma tecnica para demolizar seu oponente) Evite o Confronto (sempre concorda) (Ícone: Avião Concorde)

- Não discuta com as pessoas em qualquer negociação. Isto cria uma parede de confronto entre vocês.

- Concorde usando a fórmula *Sentir Senti Achei*. (Sei exatamente como você se sente, em verdade também senti da mesma maneira, mas depois de experimentá-lo achei que...).
- Esta fórmula também é útil quando alguém pede a sua opinião; utilizando-a você se permite um valioso tempo de raciocínio.
Diga "Sim, e" não diga "Sim, mas ..."

Use a expressão:

Eu entendo e ao mesmo tempo (Eu entendo sua preocupação com o preço do X e ao mesmo tempo sei que você deseja baixar seu nível de risco)

Use a técnica do aperto (Ícone: Morsa)

- Responda a uma proposta ou contraproposta com a técnica do aperto:

Use a expressão:

"Sinto muito, mas você tem que melhorar isso".

- Não diga: ~~"Você pode fazer melhor que isso?"~~
 - Depois de você dizer a frase de aperto, cale-se ... Não diga nada. O próximo a falar perde.
 - Um bom negociador responderá: "Bem, o quanto ainda tenho que melhorar?"
 - O encerramento silencioso: Dar o preço e então calar-se
 - O dólar negociado é um dólar de lucro em cima do preço mínimo, não um dólar tirado da receita bruta.
- Se for utilizado com você, responda com um contra-ataque:
- Exatamente quanto melhor que isso tenho que fazer? Isto fará com que a outra pessoa defina-se especificamente.
 - Não pense em porcentagem, pense em dólares. É a maneira mais rápida de ganhar dinheiro. Você não leva a porcentagem ao banco.
 - Um dólar negociado é um dólar de preço mínimo. Conscientize-se de quanto vale o seu tempo em termos de horas.

A propósito, este relatório pode ser usado para acompanhar o programa em fitas cassetes "Truques Segredos da Negociação do Mundo Real" (curso de 6 horas de gravação) que esta disponível na pagina www.seminarios.com.br Técnicas dinâmicas divertidas e praticas que vão mudar sua vida. Ligue agora e pede este incrível curso 011-3061-2698

Proposições Intermediárias

Autoridade Superior (Ícone: Automóvel)

- Nunca deixe o seu oponente saber que você é aquele que toma as decisões. Mantenha sempre uma vaga autoridade por detrás de si. (Um comitê, uma diretoria, seu pessoal de marketing. Etc.).
- Não diga ~~"tenho que verificar com meu chefe"~~. Sempre transforme a autoridade em algo plural.

- Mesmo que a empresa seja sua e todos saibam que você é aquele que toma as decisões, ainda assim você pode usar este esquema referindo-se à sua organização.
- Deixe o seu ego em casa. Não deixe que a outra pessoa o induza a admitir que você tem autoridade.
- É um meio eficiente de pressionar as pessoas sem confrontação.
Usando a autoridade superior
- Você pode pressionar as pessoas sem confrontação
- Equilibra a sua contrapartida. A pessoa sente-se frustrada.
- Você fica protegido contra vendedores ou compradores astutos.

Se estiverem lhe forçando a tomar uma decisão antes de você estar pronto a fazê-lo, ofereça-se para decidir, mas deixe-os cientes de que a resposta será "não", a menos que lhe dêem tempo para verificar com o seu pessoal.

Se estiverem usando a autoridade hierárquica em cima de você, reverta a sua posição de abertura em cada nível e apresente os seus próprios níveis de autoridade hierárquica.

Nunca ofereça dividir a diferença (Ícone: Divisória)

- Não cair na armadilha de dividir a diferença é a coisa correta a ser feita.
- Dividir a diferença não significa dividir bem no meio, porque você pode fazer isso mais de uma vez.
- Nunca ofereça dividir a diferença por si mesmo; ao contrário, incentive a outra pessoa a oferecer a divisão da diferença.

Use a expressão:

"Parece que estamos próximos de um acordo e a única diferença entre nós é de \$200. O que você sugere que façamos?"

- Por que não oferecer dividir a diferença por si mesmo? Porque se você oferecer, estará preso ao preço, no entanto, se ele oferecer, você ainda pode verificar com a autoridade superior e possivelmente reduzir o preço ainda mais.
- Fazendo com que eles ofereçam dividir a diferença, você os coloca numa posição de sugestão de compromisso. Então, você pode relutantemente concordar com a proposta, fazendo com que sintam que venceram.

Peça sempre peça algo em troca (Ícone: Troco - moedas)

- O valor de um objeto material pode elevar-se, mas o valor dos serviços sempre parece baixar.
 - Não faça uma concessão e confie que o outro lado o agradecerá posteriormente.
 - Negocie os honorários antes do serviço ser prestado.
- Quando o outro lado lhe pedir uma pequena concessão, sempre peça algo em retorno.

Use a expressão:

"Se podemos fazer isso por você, o que você pode fazer por nós?"

Com isso você ganha 3 vantagens:

1. Provavelmente conseguirá uma concessão como retorno à sua concessão.
2. Eleva o valor do seu produto ou serviço, de modo que você pode usá-la como uma compensação comercial posteriormente.
3. Paralisa o processo de hesitação. O seu oponente não lhe pedirá mais concessões porque sabe que terá que lhe dar algo de volta.

A colocação da frase é muito importante. Não diga: "~~Você está me pedindo X e por sua vez você tem que me dar Y~~". Poderá parecer ofensivo demais, o que poderá colocar em risco o negócio.

Estratagem de Finalização

Bom rapaz / mau rapaz (Ícone: Anjo)

A técnica mais familiar que você vê nas histórias policiais na TV. Um policial é rude e interroga o criminoso tratando-o grosseiramente. De repente, recebe misteriosamente uma ligação telefônica e desaparece. Um novo policial entra. Ele é um rapaz simpático, agradável e fácil de lidar. Poderá oferecer um cigarro e dizer

"Olhe, sou profundo conhecedor de tudo por aqui, por que não me deixa falar com o outro policial e veremos o que podemos fazer ... Tudo que ele realmente quer saber é onde você conseguiu a arma".

- Este método é realmente utilizado com maior frequência do que você pensa. Provavelmente aconteceu com você de ter-se ouvido dizer a um vendedor: "O que você acha que o seu chefe pode aceitar?"
- Sempre que você estiver lidando com duas pessoas: marido e mulher; gerente e seu chefe; vendedor e seu gerente de vendas, etc. Estará dando o testemunho deste método.
- É uma maneira muito eficiente de pressionar a outra pessoa sem criar um confronto.
- A beleza desta técnica está no fato de que funciona, ainda que todos saibam que está sendo usada. (Exemplo de Carter e Reagan).

A Técnica Contrária A Este Método É:

1. Identificar o método e dizer: "Você não vai bancar o bom rapaz comigo, vai?"
2. Ou quando você se encontrar sendo vitimado por este método, simplesmente diga a um deles: "O que quer que você me diga, atribuirei a ele também".

O Beliscão (Rato + queijo suíça)

Sempre quase antes de fechar qualquer acordo, belisque (pedir mais uma concessão pequena) Com um beliscão bem cronometrado, você pode conseguir coisas no final da negociação com as quais você não poderia ter conseguido fazer com que o outro lado concordasse antes.

- Funciona porque a mente da outra pessoa reverte-se, depois de ter tomado uma decisão. Ele poderia estar lutando contra o pensamento de comprar de você no início da negociação. No entanto, depois de ter tomado a decisão de comprar, está comprometido com você e neste ponto você pode retornar e conseguir aquela garantia estendida, ou o produto atualizado, ou quaisquer serviços adicionais.

- A diferença entre um bom vendedor e um super vendedor é essa tentativa extra: voltar ao seu cliente em perspectiva e fazer-lhe novas propostas.
- Não permita que a outra pessoa continue com o beliscão:
 1. mostrando por escrito o custo de qualquer recurso ou serviço adicional.
 2. Não revelando que você tem autoridade para fazer qualquer concessão.
- É muito mais fácil conseguir mais alguma coisa depois de ter conseguido fazer com que a outra parte se comprometa. (O estudo da pista de corrida). Depois de ter feito a venda, o vendedor pode voltar e pedir ao seu cliente para olhar a opção de garantia. Há chances de que possa conseguir.
- Um outro exemplo é o do comprador que está assinando o cheque para o carro que acabou de comprar e diz: "Este preço inclui um tanque cheio de combustível, certo?" O vendedor fica numa posição estranha. De um lado, acabou de fazer uma venda e sente-se bem. E quando as pessoas sentem-se bem, tendem a dar mais facilmente. A tática contrária ao beliscão é fazer o outro sentir-se inferior dizendo: "Ora vejam, você acabou de fazer um bom negócio. Não me faça fazer isto". Evite o beliscão pós negociação, abordando e amarrando todos os detalhes e usando os estratagemas que fazem com que sintam que venceram.

A oferta retirada (Ícone: Vara de pescar)

- Retirar uma oferta é um estratagema, portanto use-o apenas com alguém que estiver dando voltas para longe de você.
- Você pode fazer isto recuando para a sua última concessão de preço, ou retirando uma oferta para incluir um detalhe (frete, instalação, treinamento, etc.).
- Para evitar o confronto direto, dê ao mau garoto uma vaga autoridade superior. Continue a posicionar-se como se estivesse do lado da outra pessoa.
- A tática contrária a este esquema é simplesmente insistir que o outro lado resolva seus problemas internos antes de reiniciarem a negociação real. Também, esteja preparado para afastar-se.

Fait accompli (Ícone: Feto)

- Esta expressão francesa quer dizer "Feito". Significa que um negociador presumirá que a outra pessoa aceitará a solução presumida, ao invés de enfrentar o problema de reabrir a negociação. Baseado neste princípio, é muito mais fácil pedir desculpas que pedir permissão.
- *Fait accompli* não cria um sentimento amistoso entre as partes envolvidas.
- Não use o *fait accompli* a menos que você não se preocupe com a maneira pela qual a outra parte vai reagir, porque não lhe agradaria.
- Às vezes o *fait accompli* é feito tão escandalosamente que você tem que sorrir.
- O modo mais sutil do *fait accompli* é exercer pressão sobre o outro lado. Se você cobrado em excesso, enviar-lhes um cheque com o valor correto com pagamento completo e o endosso no verso do cheque, pode ser muito mais simples que discutir o ponto de vista com eles.
- Se você estiver assinando um contrato e discordar de qualquer um dos pontos, faça as alterações e envie o contrato corrigido de volta para eles. Eles podem muito bem aceitar as alterações, ao invés de assumir o problema de reabrir a negociação.

Posicionamento para fácil aceitação (Ícone: Poste + Fóssil)

- Se a outra pessoa estiver orgulhosa de sua capacidade de negociar, a sua necessidade egoísta de ganhar pode impedi-lo de conseguir um acordo. Posicione a outra pessoa de modo a sentir-se bem acerca de concordar com você, com uma pequena concessão feita no último momento.
- Suponha que você acabou de fazer uma negociação e está muito próximo de um acordo, mas o seu oponente não quer arredar pé neste ponto. Faça uma pequena concessão, não importa o quão pequena. A idéia é fazê-lo sentir-se bem, criando assim uma atmosfera que tornará a aprovação mais fácil.
- Considerando que o momento é mais importante que o tamanho da concessão, esta pode ser ridiculamente pequena e ainda assim ser eficiente.
- Nunca se regozije quando fizer uma venda e nunca revele seu preço mínimo, nem mesmo para um amigo. Eles poderão se ressentir disso por muitos anos. Sempre congratule-se com a outra pessoa quando terminarem a negociação. No entanto, diga :

Use a expressão:

"você certamente fez um bom negócio"

(os advogados fazem isso. Nas cortes se enfrentam e fora delas são amigáveis e congratulam-se uns com os outros).

Este relatório pode ser usado para acompanhar o programa em fitas cassetes "Truques Segredos da Negociação do Mundo Real" (curso de 6 horas de gravação) que esta disponível na pagina www.seminarios.com.br Técnicas dinâmicas divertidas e praticas que vão mudar sua vida. Ligue agora e pede este incrível curso 011-3061-2698

Mandamentos e regras de Negociação

Diminuindo concessões (Ícone: Demi Moore com concha)

- O modo pelo qual você faz concessões pode criar um padrão de expectativas na mente da outra pessoa.
- Não faça concessões de igual tamanho, porque o outro lado continuará a pressionar para obter mais concessões de preço.
- Não faça da sua última concessão a maior, porque isto cria hostilidade.
- Nunca conceda seu limite inteiro de negociação, porque a outra pessoa pede a "sua última proposta final", ou reclama que ele ou ela "não gosta de negociar".
- Diminua as concessões para comunicar ao outro lado que está conseguindo o melhor negócio possível.

Vamos dizer que você vende X por R\$ 140.00 e você tem permissão de conceder R\$10,00 de desconto. Amaneira que você "dar"este 10,00 Rais é muito importante, veja o seguinte exemplo:

1ª concessão 5,00
2ª concessão 2,70
3ª concessão 1,30
4ª concessão .70
5ª concessão .20

Nunca fala numero, sempre deixe o outra pessoa afirmar sua posição - Faça com que o outro lado comprometa-se primeiro (Ícone: Agenda)

- Se puder, faça com que o outro lado comprometa-se tomando uma posição primeiro, por vários motivos:
 1. A primeira oferta deles pode ser muito melhor do que você esperava.
 2. Isto lhe dá informação sobre eles antes de você ter que lhes dizer qualquer coisa.
 3. Isto permite que você inclua a proposta deles.
- Mas, suponha que não funcione. Suponha que você tenha pedido ao vendedor para estabelecer a sua posição e ele comece com um preço muito mais alto do que você esperava. (É tão alto que você não pode sequer incluir a oferta). Tente este método:
 4. Declare pobreza.
 5. Aplique a pressão da autoridade superior (minha esposa vai me matar por até mesmo perguntar o preço).
 6. Use o poder da concorrência (estive procurando um produto semelhante ao seu que me parece uma verdadeira barganha, mas antes de ir em frente, pensei em verificar quanto você pediria pelo seu).

Bancar o tolo é inteligente (Ícone: Tolo)

- Quando você estiver negociando, é melhor agir como se soubesse menos que todos os demais, não mais.
- As pessoas tendem a ajudar os outros que não parecem tão inteligentes ou informados.
- De um lado, os negociadores sofisticados tendem a comprometer-se com os seguintes enganos, por causa do seu ego ou posição:
 1. Pensam estar seguros antes de pensar bem nas coisas.
 2. Não verificam com ninguém mais antes de ir adiante.
 3. Alguém que não tem que consultar especialistas antes de se comprometer.
 4. Alguém que se orgulhe de pechinchar, ou de pedir uma concessão.
 5. Alguém que nunca será atropelado por um supervisor.
 6. Alguém que não tem que manter notas extensas sobre o andamento da negociação e consultá-las freqüentemente.
- Por outro lado, um negociador de poder que compreende a importância de bancar o tolo, ganha as seguintes vantagens:
 7. Pede tempo para pensar mais.
 8. Posterga a decisão enquanto consulta um comitê ou especialistas.
 9. Pede concessões adicionais.
 10. Usa o bom rapaz mau rapaz para exercer pressão sobre o outro lado, sem confrontá-lo.
 11. Pede tempo para pensar com a desculpa de rever suas notas.
- Não exagere agindo como tolo demais, particularmente na área de sua especialidade.

Demonstrar opções para você e falta de opções para ele (Ícone: Menu)

- As opções lhe dão o poder. Se você puder demonstrar ao seu oponente que tem opções, ou de maneira inversa, que ele tem poucas opções ou nenhuma, você terá um tremendo poder na negociação.
- Não é realmente importante se você tem as opções. O que importa é que seu oponente pense que você as tem. A percepção da opção é o importante.
- O exemplo Hiroshima

- Exemplo Bert Lance (diretor de orçamento federal do Presidente Jimmy Carter). Ele foi capaz de conseguir \$20 mil usando a atitude "Afasto-me de mim com o seu dinheiro nojento", tendo recebido 381 empréstimos de 41 bancos.

Nunca mostra quanto você se importa (Ícone: Porta)

- Exemplo Terry Anderson - mantido como refém por 6,5 anos porque sua irmã (Peggy Sue) lutou para manter suas fotos em todos os documentos. Realmente incentivou a sua importância, ao invés de compreendê-la.
- Reféns em Beirute
- Reféns no Irã.

Não deixe a outra parte redigir o contrato / Leia o contrato sempre (Ícone: Contrato)

- Não deixe a outra parte redigir o contrato, porque isto o colocará em desvantagem.
- Não se trata de tirar vantagem do outro lado. Ambos podem genuinamente pensar que chegaram a um acordo sobre um ponto, quando verdadeiramente a interpretação de ambos pode ser substancialmente diferente, quando o redigirem.
- Se você estiver encarregado de redigir o contrato, é uma boa idéia manter anotações e colocar um X ao lado delas, de modo que se atinja o seguinte resultado.

1. Lembrar de incluir todos os pontos que você queria.
2. Quando você redige o contrato, você pode ficar relutante de incluir um ponto no contrato, a menos que possa recordar especificamente que o outro lado concordou com ele. Suas notas lhe dão a confiança de incluí-lo ainda que você não lembre dele claramente.

Uma vez a negociação verbal tenha terminado, consiga a assinatura de um memorando de acordo o mais rapidamente possível. Quanto mais esperam antes de se colocar por escrito, maiores as chances de esquecerem sobre o que concordaram.

- Na era dos contratos gerados por computador, é um triste fato da vida que você tenha que relê-lo sempre que for colocado na sua frente.
- Se, por exemplo, você discordar de uma cláusula de um contrato, de modo que a outra pessoa tenha que rescrever o contrato inteiro com os fatos corrigidos, no entanto, você pode descobrir (possivelmente anos mais tarde) que o outro lado alterou uma outra cláusula de modo a lhe ser vantajosa. Naturalmente, você pode acioná-lo, mas não terá argumentos para tanto, porque assinou o contrato e geralmente descobre que teria provavelmente esquecido de que concordou com essa cláusula.

Dinheiro Quebrado - Evite a usar numeros redondos mas SIM, use numeros impares fragmentados por que eles possuem mais credibilidade. (Ícone: Cofre de porcelana quebrado)

- Os vendedores adoram quebrar o preço de um produto de modo ridículo. "Somente vai lhe custar 55 centavos por dia mais, quando você investir nesta casa".

Aqui estão alguns outros exemplos de dinheiro quebrado

1. Taxas de juros expressas como porcentagem e não como um valor em dólar

2. A quantidade do pagamento mensal destacada, ao invés do verdadeiro custo do item.
 3. Custo por tijolo, telha, pés quadrados, ao invés do custo total dos materiais.
 4. Um aumento da taxa por hora por pessoa, ao invés do custo anual do aumento para a empresa.
 5. Prêmios de seguro como um valor mensal ao invés do custo anual.
 6. O preço da terra expresso em pagamentos mensais.
- Portanto, quando você negociar, divida o investimento em valores ridículos, de modo que pareça ser menos dinheiro, mas aprenda a pensar em termos reais de dinheiro. Não deixe as outras pessoas usarem a técnica do dinheiro trocado com você.
 - Use números e preços ímpares.
 - Um número específico possui credibilidade
 - Números redondos quase sempre convidam a contrapropostas. (É por isso que o sabonete IVORY tem 99,4% de pureza).

SEMPRE MOSTRA - As pessoas acreditam no que vêem por escrito ou desenho (Ícone: Olho)

- As palavras impressas têm um grande poder sobre as pessoas. A maioria delas acredita no que vêem por escrito.
- Portanto, em todas as chances que tiver, coloque as coisas por escrito. Por exemplo, se você tiver vendedores trabalhando para você e tiver que colocar em vigência uma alteração de preço, certifique-se de que eles a tenham por escrito.
- Se você tiver um grande artigo em promoção e não tiver um método de criar uma proposta gerada por computador - pare tudo e imprima todas as suas cotações de preço usando uma listagem de computador.
- Considerando que as pessoas não questionam o que vêem por escrito, você sempre deve apresentar evidências de reforço por escrito para dar apoio à sua proposta.
- Use o poder da legitimidade quando lhe for vantajosa. Por outro lado, desafie o poder da legitimidade quando lhe for vantajoso. ("*Candid Camera*" de Allen Funt - Delaware).

Não deixe o outro lado usar emoções e desviar você do assunto principal! Concentre-se nos assuntos (ícone: raqueta de tênis)

- O secretário de estado Warren Christopher disse: "tudo bem ficar aborrecido na negociação enquanto você estiver no controle e estiver fazendo-a mediante uma tática específica. É quando você está aborrecido e fora do controle que você sempre perde".
- Não fique aborrecido pelas emoções que ocorrem durante a negociação - a outra parte o abandona ou a outra parte grita com você, ou usa algumas outras táticas emocionais. Simplesmente lembre-se de concentrar-se nos assuntos. Você deve se perguntar "que progresso fiz desde ontem."
- Um negociador de poder sabe que a única coisa que afeta a negociação é o movimento de concessões entre os jogadores.

Use pressão do Tempo (Ícone: Relógio)

- Quando você está negociando com pessoas, nunca revele o seu prazo.
(Conversações para paz no Vietnã, primavera de 1968 com Linden Johnson, Averel Harriman).

- Numa situação na qual ambos os lados estão trabalhando em torno do mesmo prazo, qual lado deve usar a pressão de tempo e qual lado deve evitá-la? A resposta é que o lado que possui a maior força (mais opções) poderá usar a pressão do tempo, mas o lado com menos poder (menos opções) deve evitar a pressão do tempo e negociar bem antes do prazo. (Exemplo do proprietário - inquilino, Carter- General Cedras).
- Quando mais você mantiver o outro lado envolvido na negociação, mais provavelmente ele se aproximará do seu ponto de vista. Isto funciona de outro modo também, quanto mais você perder tempo na negociação, mais provavelmente terá que fazer concessões. Por que funciona dessa maneira? Por que sua mente subconsciente está agora gritando, "Você não pode afastar-se de mãos vazias depois de todo o tempo e esforço que perdeu com isso. Você deve fazer alguma coisa."
- Sempre que você passar do ponto de se retirar do negócio, está na realidade declarando-se um perdedor.
- Desconsidere qualquer investimento de tempo e dinheiro (já foi, mesmo que você faça o negócio ou não). Sempre observe os termos da negociação, como existem naquele momento e pergunte-se "Desconsiderando todo o tempo e dinheiro que investi até agora, devo ir em frente?"
- Nunca seja relutante para puxar a tomada se o negócio não fizer qualquer sentido. Não se renda à tentação de correr para a conclusão da negociação.
- Sob a pressão do tempo, as pessoas tornam-se mais flexíveis. Quando você não tem a pressão do tempo, provavelmente conseguirá um negócio melhor.
- No exemplo (Carter/General Sader), a pressão do tempo foi aplicada sobre Carter e não sobre o General Sader. Como consequência, Carter concedeu coisas que não tinha que conceder.

Use informação (Ícone: Computador)

- Por que os países mandam espões para outros países? Por que os times de futebol enviam pessoas para estudar a estratégia de seus oponentes?
- Não tenha receio de admitir que não sabe.
- Não tenha receio de fazer a pergunta. (Sam Donaldson -Gen. Schwarzkopf).
- Faça perguntas abertas
 - *Estratagema 1: Estratagemas para perguntas abertas::*
Repita a pergunta ou afirmação
Eles: Você cobra muito caro.
Sua resposta: Você acha que cobramos caro?
 - *Estratagema 2: Pergunte sobre o que acha e não sobre o que aconteceu..*
O que você acha da recusa da nossa proposta?
Nota: O que os levou a recusar nossa proposta?
 - *Estratagema 3: Pergunte sobre a reação.*
E qual a sua reação a isso?
E qual foi sua resposta a isso?
 - *Estratagema 4: Peça uma reformulação*
Seu preço é muito alto.
Não entendo, por que você diz isso?
Não acho que vocês o consigam até o prazo.
Você não acredita que o façamos até o prazo?
Onde você faz a pergunta faz a diferença.
- Quando as pessoas estão em seu ambiente de trabalho, são cuidadosas ao partilhar informações. Saia do ambiente de trabalho e a informação flui muito mais livremente.
- Pergunte a outra pessoa, não com quem você vai negociar.
- Pergunte a alguém com quem você já tenha feito negócio no outro lado.
- Pergunte às pessoas mais abaixo na hierarquia corporativa.

- Tire vantagem da partilha do grupo de companheiros.
- Não existe uma má negociação, há apenas negociações nas quais não sabemos o suficiente sobre o outro lado.

Esteja preparado para se afastar (Ícone: Pessoa assinando tchau)

- De todos os pontos de pressão na negociação, este é o mais poderoso. Projeta para o outro lado que você vai se afastar da negociação, se não conseguir o que quer. Aprenda a desenvolver um poder na hora de se afastar.
- Há um ponto mental que você transmite quando não vai mais se afastar. O minuto em que você passa do ponto, quando está querendo dizer, "Estou preparado para me afastar disto", você perde a negociação (exemplo do carro).
- O objetivo não é afastar, o que qualquer idiota pode fazer. Patton: Mantenha o objetivo claro. "O objetivo não é para você morrer pelo seu país. É para você conseguir que aquele pobre diabo morra pelo seu país".
- Numa situação difícil, não ameace afastar-se sem a proteção do bom rapaz mau rapaz por trás de si.
- Você desenvolve um poder ao se afastar, aumentando suas alternativas. Lembre-se das opções que lhe dão o poder. Portanto, se você encontrar a casa dos seus sonhos e planejar fazer uma oferta por ela, aqui está o que deve fazer para encontrar outras casas das quais você também goste. Dessa maneira você será um negociador mais duro.

Nunca diga, "é pegar ou largar" Seja mais sutil que isso:

- Lamento, mas tem que ser nosso preço final.
- Nunca nos desviamos da nossa lista de preços publicada.
- Uma excelente maneira de ser firme, sem antagonizar o outro lado é usar a autoridade superior: "Eu adoraria fazer melhor que isso, mas as pessoas da matriz não permitiriam".

Como você lida com o método do pegar ou largar:

Quando alguém usa isso com você (poderá ser expresso mais sutilmente como "esse é nosso preço, não negociamos").

1. Retire-lhe a máscara. Diga-lhe que a sua autoridade superior insiste em obter concessões e se permanecerem com essa posição, não há maneira de você poder entrar num acordo, talvez você até mesmo se afaste e espere que ele ligue novamente.
2. Antes de se afastar do negócio, considere primeiro se o outro negociador tem muito a perder se você se afastar. Se for um funcionário de vendas de uma loja de varejo que não ganha comissão, provavelmente tem pouco a perder, se tiver, e então o deixará ir embora.
3. Passar por cima da cabeça das pessoas nem sempre significa exigir ver o chefe ou ligar para o chefe para reclamar. Uma maneira mais gentil é perguntar quem tem autorização para fazer uma exceção à regra? "você se importaria de verificar com o seu supervisor para saber se pode convencê-lo a fazer uma exceção à regra. Tenho certeza de que se alguém pode convencê-lo, este alguém é você". Até mesmo mais firme: "Você se importaria se conversássemos com o seu supervisor sobre isso?"
4. Encontre um modo pelo qual a outra pessoa possa modificar a sua posição, ao mesmo tempo em que livra a cara. Se você estiver lidando com alguém que ganha comissão: "posso entendê-lo perfeitamente, mas certamente se eu estivesse pretendendo lhe pagar um bônus, você até faria uma exceção à regra, não é Joe?" Ou você poderia tentar, "Joe. Deixe-me perguntar-lhe uma coisa. O que lhe custa mudar de posição sobre isso, somente um pouquinho e somente desta vez?"

Quando alguém tenta passar para você seus problemas, testa as problemas e ver se elas são verdadeiras. A batata quente (Ícone: Batata quente)

- Quando alguém lhe lança seu problema, sempre teste-o para saber a sua validade imediatamente. O motivo para fazer isso na hora é que se você não o fizer, o seu oponente presumirá que você já comprou o seu problema e irá trabalhar nele. Se alguém lhe disser antes de lhe dar o seu folheto de vendas "Quero que você saiba que minha empresa não pagará um centavo a mais do que \$ 100 por metro cúbico". Ou, "eu tenho apenas \$20.000 como entrada para a casa". Você poderia responder: "Suponha que eu tenha uma bonita propriedade que por acaso seja uma excelente compra, você faz qualquer objeção a lhe mostrar a casa, ou devo mostrá-la para meus outros clientes?"
- Uma outra forma de batata quente :
"Simplesmente não o incluímos no orçamento"
Você poderia responder, "bem, quem tem autoridade para exceder o orçamento?"
Ele poderá responder que seria o vice presidente
Então você dirá, "bem você quer ir adiante com isto, não é? Por que não liga para o vice presidente e verifica se pode conseguir o O.K. dele para ultrapassar o orçamento."
Ou:
"Não o incluímos no orçamento"
Você também pode perguntar quando termina o ano orçamentário. Se a data estiver bem próxima, pode pedir para embarcar a mercadoria e faturar do seu cliente no próximo ano orçamentário.

Use ultimato apenas se você quer uma saída do acordo, se não evite-o O ultimato (Ícone: Tomate, língua, bolo, menu)

Ultimatos são afirmações de alto perfil que tendem a transmitir medo aos negociadores inexperientes. Você deve usar ultimatos apenas:

- No final da negociação. Nunca o use como um estratagema inicial.
- Torne um ultimato crível, fazendo-o por escrito e mostrando-o ao outro lado.
- Torne o ultimato agradável, quando possível: Não diga, é pegar ou largar.
- Se possível, acompanhe o ultimato de um limitado menu de opções.
- Um ultimato é um poderoso ponto de pressão, mas tem uma técnica importante: Se você disser que vai encerrar amanhã ao meio dia, então deve realmente estar preparado para encerrar, caso contrário às 12:01 de amanhã, você perderá todo o seu poder de negociação (Achillie Lauro Hijack)
- Se você disser a um fornecedor que a menos que ele possa entregar amanhã ao meio dia, você irá comprar da concorrência, o que é melhor que você esteja preparado para fazer amanhã ao meio dia? Certo, comprar dos concorrentes. Porque se o prazo passar e você não tiver feito o negócio, terá perdido todo o seu poder de negociação.
- Você deve usar a opção do ultimato apenas se estiver preparado para seguir em frente.
- Não blefe ao dar um ultimato, caso contrário o outro lado simplesmente aguardará o vencimento do prazo para saber se você estava falando sério.
- A tática contrária ao Ultimato baseia-se na sua fraqueza como um ponto de pressão - Simplesmente deixe o prazo passar.

1. Faça um teste do ultimato, assim que possível. Se lhe disserem que o embarque deve ser feito amanhã ao meio dia, teste o ultimato perguntando se um embarque parcial ao meio dia resolveria o problema.
 2. Recuse-se a aceitar o ultimato. Diga-lhes que você não tem absolutamente nenhuma idéia se pode cumprir o prazo, mas que podem estar certos de que fará tudo o que for humanamente possível para conseguir.
 3. Ganhe tempo. Quanto mais tempo ficarem sem concretizarem a ameaça, menos provavelmente o farão no futuro. Portanto, os negociadores terroristas sempre ganham tempo. Na medida em que o tempo passa, a balança pesa dramaticamente em favor do negociadores.
 4. Blefe e deixe o ultimato passar sem tomar providência.
- Um ultimato pode ser usado como uma desculpa para livrar-se de alguém, dizendo-lhe se você não fornecer isto para mim até amanhã, usarei os outros fornecedores, quando na verdade eles vêm planejando usar o outro fornecedor, mas não tinham podido livrar-se de você sem uma desculpa apropriada (sua falta cometida ao deixar de entregar os produtos a tempo).

Sempre congratule-se com o outro lado (Ícone: Gong)

- Os negociadores de poder sempre querem que a outra parte pense que venceu nas negociações.
- Nunca vanglorie-se ao concluir a negociação.
- Sempre congratule-se com a outra parte por um esplêndido trabalho, não obstante o quanto você ache que a outra pessoa tenha se saído mal.

Este relatório pode ser usado para acompanhar o programa em fitas cassetes "Truques Segredos da Negociação do Mundo Real" (curso de 6 horas de gravação) que esta disponível na pagina www.seminarios.com.br Técnicas dinâmicas divertidas e praticas que vão mudar sua vida. Ligue agora e pede este incrível curso 011-3061-2698

Lidando com problemas na negociação (Ícone: Projetor)

Lidando com o Impasse

Discordância total acerca de uma questão que ameaça a negociação inteira. Para lidar com um impasse: use a *técnica de por de lado*: "vamos colocar este problema de lado por ora para voltarmos a ele posteriormente" ... Crie o momento, resolvendo questões menores primeiro, mas não reduza a negociação a apenas uma questão."

Lidando com o Empate

Ambos os lados ainda estão falando, mas não há progresso.

Para lidar com um empate: Mude a dinâmica da negociação, alterando um dos elementos.

1. Você pode mudar uma localização
2. Retire um dos jogadores ou acrescente ou substitua um deles.
3. Sugira continuar durante o almoço.
4. Explore a possibilidade de mudança no financiamento, tal como crédito prolongado, depósito reduzido, reestruturação de pagamentos. Lembre-se de que sua contrapartida não vai querer admitir abertamente uma posição financeira fraca.

5. Alivie a tensão falando sobre hobbies, jogando conversa fora ou contando piadas.
6. Sugira mudanças nas especificações, embalagem, ou entrega.

Lidando com o beco sem saída

A falta de andamento frustrou ambas as partes até o ponto de se afastarem das conversões. Para lidar com o beco sem saída: Use um árbitro (que tenha poder para regular) ou use um mediador (que tenha poder para regular)

Vantagens de usar o mediador

- Um mediador ouve melhor
- Um mediador é mais persuasivo porque ambos os lados percebem nele alguém que tem menos a ganhar.
- Um mediador pode conseguir fazer com que as partes conversem novamente, sem qualquer promessa de concessões.
- Um mediador pode criar competição entre os dois lados dizendo: suas posições não são razoáveis. Eu os verei amanhã depois de cada um ter apresentado uma oferta razoável. Pegarei qualquer uma das ofertas que me parecer mais razoável.
- Um mediador pode controlar melhor os jogadores, retendo informações deles.
- Não veja o fato de ter que recorrer a um terceiro como uma falha sua. Há muitos motivos pelos quais terceiros podem chegar a uma solução à qual as partes da negociação não puderam chegar sozinhas.
- O terceiro deve ser visto como neutro por ambos os lados. Caso contrário: Como trazer um mediador e fazer com que o seu oponente confie nele e o aceite como sendo de certa forma neutro?
- Faça com que o mediador diga: "Não sei no que fui envolvido. Por que não me contam suas posições e então poderemos ver o que seria mais justo?"
- Faça com que o mediador faça uma pequena concessão imediata.
- Não confunda um impasse com um beco sem saída. Os verdadeiros becos sem saída são muito raros, de modo que você provavelmente somente chegou a um impasse.

Lembre-se também de que sempre existe a possibilidade de um beco sem saída e se você não estiver pronto para sair da mesa de negociação, então estará revelando o seu poder. Esteja preparado para afastar-se.

Estratagemas Anti - éticos

Estratagemas anti-éticos são freqüentemente utilizados nos negócios. O motivo pelo qual você está aprendendo sobre eles aqui é apenas para reconhecê-los quando forem usados contra você e proteger-se de suas tristes conseqüências.

A isca

Inventar uma situação falsa para conseguir uma concessão numa situação real. Inventar uma condição ou plantar artificialmente uma condição que pareça ser vital a fim de fazer o negócio. Esta condição artificial é a isca. Sua finalidade é chamar a atenção da outra parte para esta questão artificial e pedir uma concessão quando esta situação for retirada.

A tática contrária para a isca é:

1. Permaneça concentrado em questões reais.
2. Reconheça este método quando utilizado com você.

O arenque vermelho

Uma variação da isca. Com este esquema a outra pessoa faz uma exigência falsa que subseqüentemente retirará, mas apenas em troca de uma concessão da sua parte.

A tática contrária a esta do arenque vermelho é:

1. Identificar o esquema
2. Permanecer concentrado e manter os olhos na negociação real.
3. Não deixe a outra pessoa vincular a sua exigência falsa a uma concessão.

Procura de vários orçamentos

Impressa A	Impressa B	Impressa C
Molduras	Molduras	Molduras
19,200	17,200	18,200
Azulejos	Azulejos	Azulejos
2,300	2,700	2,800
Telhado	Telhado	Telhado
5,700	5,900	6,700
Carpentária	Carpentária	Carpentária
3,900	3,700	4,100
Carpetes	Carpetes	Carpetes
1,900	1,700	2,100
Encanação	Encanação	Encanação
1,800	1,900	1,800
<u>Pinta</u>	<u>Pinta</u>	<u>Pinta</u>
<u>1,200</u>	<u>1,100</u>	<u>1,300</u>
Total	Total	Total
36,000	34,200	37,000

A procura de vários orçamentos é um estratagema que um comprador pode utilizar contra o vendedor. Quando um vendedor pede uma cotação de preços discriminada por item para alguns fornecedores e então pega a melhor característica de cada orçamento e cria a sua própria lista discriminada por itens.

- Quando um comprador diz ao vendedor que vai verificar com a empresa b ou c seus preços, o vendedor primeiro deve concordar com o comprador (você deve sempre concordar com a outra parte). "Concordo plenamente com você. Você deve mesmo verificar com as empresas b e c antes de comprar, mas deixe-me fazê-lo economizar tempo, dizendo o que eles têm".
- A outra proteção que você pode usar contra a coleta de preços, é considerar o fato de que a outra pessoa não tem tantas opções. Quando ela recorre à colheita da cereja, realmente tem que comprar x da empresa a. Y da empresa b, etc. Isto significa que o comprador voltará a ser seu próprio contratante e isto pode exigir mais conhecimento ou habilidade do que ele possui, ou pode criar muito trabalho extra ou pressão que não justifica a economia.

O engano deliberado

- Requer uma vítima que também não tenha ética. O vendedor comete deliberadamente um engano e não cobra um dos itens da lista. O que acontece é que o comprador pensa que está para adquirir algo sem pagar e como conseqüência, baixa sua guarda e negocia sem muito empenho sobre as outras questões. No final, o vendedor "descobre o erro" e cobra do cliente.
- A tática contrária a esta é ser honesto. Quando você verifica que o vendedor cometeu um engano, simplesmente saliente-o dizendo: "Suponho que você não vai me cobrar o item X porque está tentando me fazer tomar uma decisão agora?"

O descuido

Uma empresa está enviando um cheque de pagamento, depois de deduzir 3%. Anexa ao cheque está uma nota dizendo: "Todos os nossos outros fornecedores nos dão descontos para pagamento em 10 dias, portanto, supomos que você também nos dará".

Ou um vendedor que escreve no seu prospecto: "Considerando que não recebi sua decisão, enviarei o modelo de luxo, a menos que receba sua resposta dentro de 10 dias".

- O descuido recai sobre as pessoas ocupadas ou preguiçosas; presume-se que ao invés de tomar uma providência, o outro lado tomará a saída mais fácil e o deixará seguir adiante com isso. Uma vez você tenha deixado de responder, a lei do precedente se tornará vigente.
- A tática contrária é ligar para a outra parte sobre o assunto e explicar gentilmente que você espera deles um nível mais alto de ética.

Aumento gradativo

Aumentar as exigências depois de ambos os lados terem chegado a um acordo.

A tática contrária a esta é:

- Proteger-se com a autoridade superior. Dizer-lhes que você não está ofendido pela sugestão, mas a diretoria nunca negociaria depois do que foi feito.
- Aumente gradativamente suas exigências em retorno. Diga-lhes que você está feliz que eles queiram reabrir as negociações, porque o seu lado também repensou o assunto. Naturalmente, você nunca vai renunciar a um negócio, mas considerando que depois de terem decidido recusar a proposta, o seu preço também se elevou.
- É melhor evitar ao aumento gradativo do que negociar com ele. Evite-o:
 1. Conseguindo grandes depósitos de imediato.
 2. Amarrando todos os detalhes. Não deixe nada para ser tratado posteriormente. Questões não resolvidas convidam a aumentos gradativos.
 3. Construa um relacionamento pessoal com a outra parte, de modo que seja difícil para ela ser cruel.

Informação Plantada

- Este esquema baseia-se no fato de que tendemos a acreditar na informação que obtivemos de uma maneira anti-ética.
- Simplesmente saber sobre a informação plantada o ajudará a difundir a tática. Sempre que você está negociando com base em informação que o outro lado escolheu para lhe dar, você se torna vulnerável a este esquema.
- Na possibilidade do outro lado ter plantado a informação para você descobrir, você deve ficar ainda mais vigilante.

Características pessoais do negociador de poder

Para ser um negociador de poder, você precisa desenvolver estas características pessoais:

- A coragem de sondar na busca de mais informações.
- A paciência para sobreviver ao outro negociador.
- A coragem de pedir mais do que espera obter.
- A integridade para pressionar para obter soluções vencedoras.
- A disposição de ser um bom ouvinte.

Considerando que você pode ouvir 4 vezes mais rápido que o interlocutor pode falar, você tem que ocupar a mente com o conteúdo do que ele está dizendo.

1. Você pode aumentar a sua compreensão do que está sendo dito, tomando notas desde o começo da conversação. Isto transmite à outra pessoa que você se importa com o que ela está dizendo.

2. A outra pessoa é então muito mais precisa no que está lhe dizendo.

Atitude dos negociadores de poder

- A disposição de conviver com ambigüidade

Pessoas que como outras ficam muito mais confortáveis com a ambigüidade. Pessoas que preferem coisas têm problemas com isso. Por este motivo, engenheiros, contadores, etc. Enfrentam momentos difíceis na negociação. Preferem que tudo seja colocado em preto e branco. Vamos ver se você pode conviver com a ambigüidade. Responda às seguintes perguntas:

1. Se você vai a uma festa, primeiro gosta de saber quem provavelmente encontrará lá?
2. Se sua esposa o está levando a um jantar com amigos num restaurante, você gosta de saber exatamente a qual restaurante estão indo?
3. Você gosta de planejar suas férias nos mínimos detalhes?

As crenças dos negociadores de poder?

- Negociar é um assunto de duas vias, com pressão sobre ambos os lados: A pressão é exercida sempre sobre a outra pessoa, caso esta se comprometa durante as negociações exatamente tanto quanto em você. Sempre tendemos a pensar que temos a mão mais fraca na negociação. O motivo para esta concepção errônea é porque não sabemos sobre as pressões que estão sendo feitas do outro lado.

Um negociador de poder sabe como compensar o fato de que sempre pensamos que somos a parte mais fraca das negociações. Porque alguma coisa trouxe o outro lado até a mesa de negociação.

- Compreender que a negociação é jogada mediante um conjunto previsível de regras.
- Você deve superar seu embaraço ou timidez porque numa sociedade ocidental, somos relutantes a negociar.
- Aprender a concentrar-se nas questões, a despeito das emoções. O movimento das concessões de meta determina o sucesso da negociação.
- Para o negociador de poder, a palavra não nunca é uma recusa - é simplesmente uma interessante abertura para o posicionamento na negociação.

Poder de negociação vencer ou vencer

- Não reduza a negociação a uma única questão.
- As pessoas não querem a mesma coisa.
- Pergunte: O que posso conseguir deles? O que posso lhes dar que não me desviaria da minha posição.
- Mesmo quando as posições estão a 180 graus de distância, o interesse de ambos os lados pode ser idêntico.
- Não tente retirar o último \$ da mesa.
- Coloque alguma coisa na mesa. (Faça mais do que eles barganharam).

Desenvolvendo o poder sobre o outro lado

- Poder legítimo
- Poder de recompensa e de punição
- Poder reverente
- Poder carismático
- Poder do conhecimento
- Poder de situação
- Poder de informação

Este relatório pode ser usado para acompanhar o programa em fitas cassetes "Truques Segredos da Negociação do Mundo Real" (curso de 6 horas de gravação) que esta disponível na pagina www.seminarios.com.br Técnicas dinâmicas divertidas e praticas que vão mudar sua vida. Ligue agora e pede este incrível curso 011-3061-2698

Sinais de linguagem corporal

- Não seja levado pela interpretação da linguagem corporal por-que existem montanhas de livros que interpretam uma postura como um sinal X quando isto não é verdadeiro!
- Não basta que você sabe todas as tecnicas verbais , você tem que saber como "ler" seu oponente
- Lembre-se de que somente as mudanças da linguagem corporal são válidas. Não suponha que se alguém cruza os braços, é hostil. O ponto seria se seus braços não estivessem cruzados enquanto você estivesse falando e de repente quando você dissesse alguma coisa, a pessoa os cruzasse. É aí que a linguagem corporal se torna importante.

Apertos de mão

- Aperto de Mão - Aperto de mão firme comum mas não forte demais.
- O aperto de mão dos políticos-
- O aperto de mão dos ministros -
- Apertar a mão com um braço sobre o ombro da outra pessoa
- Cuidado com qualquer outra coisa do que o aperto de mão comum.
- Cuidado com a pessoa que limpa a palma da mão úmida no paletó ao levantar a mão para apertar a sua - sinal certo de nervosismo.
- Apertos de mão de homem e mulher.

Disposição ao sentar-se

- Se você estiver negociando sozinho com duas outras pessoas, tais como marido e mulher, certifique-se de não sentar-se entre eles, porque se você o fizer eles podem trocar sinais entre si, sem que você possa captá-los. Sua melhor aposta é fazê-los sentar-se primeiro e então posicionar-se de frente para eles.
- Quando um grande grupo está negociando com um outro grupo, é comum sentarem-se em lados opostos da mesa.
- Se os grupos estiverem em números desiguais, então o grupo maior tentará manter a mesma separação de modo que o seu número maior no seu lado da mesa domine o outro lado.
- Se você for membro do grupo menor, tente dividir a disposição de modo que fique disperso dentre os membros do outro grupo, tendendo a eliminar aquele sentimento de maior poder.
- Quando duas pessoas da mesma equipe de negociação sentam-se juntas, tendem a ser percebidas como falando em uma só voz, enquanto que se ficarem separadas, tenderão a apresentar duas opiniões, o que lhes dá um pouco mais de força.

Dicionário dos principais sinais corporais

1. Fumar - ao contrário de uma opinião popular, as pessoas não fumam quando estão nervosas. Elas fumam quando estão relaxadas
2. O botão do paletó - os homens mantêm o paletó fechado até que sintam-se mais confortáveis com você. Se você verificar que os membros do outro grupo

- ainda estão com os paletós fechados, mantenha a conversa amena até que os veja desabotoar os paletós, sinalizando que estão mais relaxados (exemplo da recepção de casamento).
3. Velocidade em que pisca os olhos - ao entrar numa negociação, preste atenção na velocidade com que o outro lado pisca os olhos. Se você observar que durante a negociação essa velocidade de piscar de olhos muda num ponto específico, você conseguirá deduzir que, ou a pessoa está muito alerta, desconfortável, sob grande tensão ou até mesmo pode não estar lhe dizendo a verdade.
 4. Cabeça inclinada - ligeiramente inclinada, especialmente se a mão tocar o queixo, a pessoa está prestando atenção.
 5. Cabeça ereta - provavelmente não está prestando atenção.
 6. Batida no queixo com o polegar ou dedo indicador - interessado no que você está dizendo
 7. Nós dos dedos dobrados embaixo do queixo - mesmo tipo de interesse
 8. Queixo apoiado pela parte de trás das mãos - um claro sinal de aborrecimento
 9. Batida na lateral do nariz - exagerando ou mentido para você
 10. Quando uma pessoa pega a orelha - está lhe dizendo que quer ouvir mais sobre o que você diz.
 11. Coçando o topo da cabeça - A pessoa está embaraçada ou desconfortável.
 12. Dedos batendo na mesa - indicam impaciência
 13. Torcendo as mãos - grande tensão
 14. Granindo - (duas mãos reunidas, apenas tocando as pontas dos dedos) um sinal de confiança
 15. Homem coloca uma das mãos no peito - indica sinceridade
 16. Mulher coloca uma das mãos no peito - choque ou proteção.
 17. Tocar acima do nariz enquanto os olhos estão fechados - a pessoa está realmente se concentrando no que está acontecendo.
 18. Mão na parte de trás do pescoço - (dedo no colarinho ou palma da mão esfregando a parte de trás do pescoço) - sinal certo de aborrecimento. As pessoas realmente sentem calor no colarinho ou dor no pescoço às vezes.
 19. Mão atrás do pescoço - arrogância. Olhando por cima dos óculos - Desaprovo ou não acredito em você.
 20. Limpar repetidas vezes os óculos - (o mesmo com aquele que fuma cachimbo) - a pessoa precisa de mais tempo para pensar. Neste ponto, pare de falar ou diga algo irrelevante enquanto a pessoa cogita aquele ponto.
 21. Colocar alguma coisa na boca (caneta, lápis, ponta do óculos) - Gosta do que ouve, mas quer ouvir mais.
 22. Tirar os óculos e os lançar na mesa - estão aborrecidos e querem livrar-se de você.
 23. Tirar os óculos e colocá-los na mesa - Não o ouvem mais.

Espaço - Proximidade

0cm -45cm - a zona íntima

45 cm - 120cm - a zona pessoal

120 cm - 210cm - a zona social

210 cm e acima - a zona pública

Depende da experiência nacional

Depende de se a pessoa veio da zona rural ou do ambiente da cidade.

Tamanho do corpo - se você estiver falando com alguém consideravelmente mais baixo que você, você deve afastar-se consideravelmente mais do que o faria se estivesse conversando com alguém da sua altura, caso contrário, você tenderá a subjugar aquela pessoa. Um outro modo de diminuir este efeito subjugante, é virar-se de lado um pouco enquanto conversa com a pessoa de modo que você não projete uma parede gigante.

Mensagens ocultas e sinais verbais sutis

- Você não só precisa conhecer todas as técnicas, todos os truques, todos os significados de sinais ocultos da linguagem corporal, você também tem que conhecer os significados sutis de frases, sobretudo você tem que proteger-se evitando dar esses sinais de maneira não intencional. Você não só precisa ser habilidoso ao analisar seus significados ocultos, mas precisa ser cuidadoso em não demonstrar seus próprios significados ocultos.
- Presidente dos EUA -discursos Enviando o secretário de imprensa
- Ouça muito cuidadosamente às palavras que o outro lado usa. Se algo lhe soar estranho, tome nota palavra por palavra para analisar posteriormente.

Introduções

Palavras que precedem uma parte importante da conversação. Geralmente precedem um anúncio monumental.

- Conforme você está ciente
 - Antes que eu esqueça
 - A propósito
- Eventualmente

Balões de Ensaio

- Eu ainda não pensei muito sobre isso mas ...
 - Apenas suponha que nós ...
 - Pensando bem ...
 - O que aconteceria se nós ...
- O outro lado decidiu-se no sentido de que gostam de experimentar algo sobre o qual não têm certeza se você vai aceitar ou não. Estão soltando um pequeno balão de ensaio. Isto lhe diz duas coisas:

Legitimadores

- Francamente
- Honestamente
- Para dizer a verdade

Apagadores

Mas, contudo - apagam tudo que foi dito antes, mesmo se alguém tiver passado os últimos 10 minutos

Opostos

- Em minha humilde opinião - provavelmente querem dizer exatamente o contrário. Não são humildes e adoram mostrar sua opinião.
- Quando você pergunta a opinião de alguém sobre outra pessoa e este responde: "Ela é uma excelente frequentadora da igreja". Isto provavelmente quer dizer que o fato dessa pessoa ir à igreja aos domingos é seu único atributo.
- E se alguém lhe diz "Podemos tratar dos detalhes mais tarde", isso provavelmente significa que você tem um longo caminho a percorrer. Você não está tão perto de um acordo quanto quer acreditar.
- Não se preocupe - Se sua filha ligar para você às 3 horas da manhã e lhe disser para não se preocupar, o que você deve fazer? Começar a se preocupar.
- Não estou sugerindo - Não estou sugerindo que você não gostou do meu produto (Uma excelente técnica para acusar alguém de uma maneira não acusatória).
- Não estou ofendido - O mesmo que acima. Sua finalidade principal é fazer com que a outra parte sintam-se culpada de uma maneira não acusatória.

Decepções

Uma afirmação inocente seguida de um "mas" é chamada de decepção, porque tem a finalidade de fazer exatamente

<p>elogiando o seu produto e você estiver quase certo de que irá comprá-lo, quando essa pessoa diz a palavra "mas", você sabe que tudo até esta palavra foi apagado.</p>	<p>aquilo, enganar a outra pessoa.</p> <ul style="list-style-type: none">• Sou apenas um rapaz do interior, mas...• Não sou estudioso da lei, porém...• Nunca me formei na faculdade, mas ...• Nunca entendi completamente isso, no entanto .. <p>Não é da minha conta, mas ..</p>
<p><u>Preparadores</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Não quero ser pessoal• Não quero pressioná-lo• Não quero me intrometer	<p><u>Justificadores</u></p> <p>Palavras que dão fundamento ou desculpa para uma falha</p> <p>"Tentarei fazer o melhor"</p> <p>"Verei o que posso fazer"</p> <p>"Tentarei manter o orçamento abaixo de 300 horas da folha de pagamento por hora"</p>

Este relatório pode ser usado para acompanhar o programa em fitas cassetes "Truques Segredos da Negociação do Mundo Real" (curso de 6 horas de gravação) que esta disponível na pagina www.seminarios.com.br Técnicas dinâmicas divertidas e praticas que vão mudar sua vida. Ligue agora e pede este incrível curso 011-3061-2698