

Livros da Gringa

**MARKETING SECRETS
BLACKBOOK #03**
RUSSELL BRUNSSON

LIVE#13



CONHEÇA SEU PROFESSOR



Fernando Brasão

Tiozão assumido, pai do Fernandão Brasão Jr. e Thor Brasão (Dogs lindos), amante de mocassim e cerveja com churrasco.

Ex professor de matemática, Fernando Brasão, também conhecido como Big Brasa, não é irmão do The Rock, embora o porte físico seja muito semelhante.

Nota do estagiário: Mereço um aumento, né, chefinho?

Criador da comunidade “**Família Big Brasa**,” que reúne dezenas dos maiores nomes do mercado digital brasileiro, que já venderam 7 dígitos, 8 dígitos e até mesmo 9 dígitos.

APÓS FALHAR NOS SEUS 7 PRIMEIROS NEGÓCIOS, QUER AJUDAR O MAIOR NÚMERO DE EMPREENDEDORES A NÃO PASSAREM PELOS MESMOS DESAFIOS QUE ENFRENTOU EM SUA JORNADA.

Só lembrando!

Esse e-book é um material complementar da Live #13 - Marketing Secrets Blackbook “Livros da Gringa”

É EXTREMAMENTE RECOMENDADO QUE VOCÊ ASSISTA A LIVE E UTILIZE ESSE EBOOK COMO SUPORTE*

INSCREVA-SE NO CANAL



/FERNANDO BRASÃO



O QUE É A SÉRIE LIVROS DA GRINGA?

Apaixonado por empreendedorismo e educação, Fernando Brasão juntou essas duas paixões e criou o projeto “Livros da Gringa”, onde ensina o melhor conteúdo sobre empreendedorismo, marketing digital e vendas.

Cadastre-se para participar das lives e receber os Ebooks que já foram produzidos

Acesse agora mesmo o site
WWW.FERNANDOBRASAO.COM
e seja avisado de tudo!

*A live e o ebook não substituem a leitura completa do livro. Indica-se fortemente a sua compra.

SEGREDO #67

Avalie o seu Funil
PARTE 01



Fernando Brasão
[@fernandobrasao](https://twitter.com/fernandobrasao)



SEGREDO #67 - AVALIE SEU FUNIL - PARTE 01

Antes de colocar seu funil no ar, lembre-se que se falhar de primeira, vai te ensinar muito mais que acertar logo de cara. E que essa derrota vai te ajudar a lucrar mais no longo prazo.

Não tente avaliar seu funil com teorias e opiniões. Você precisa de tráfego. Quando você tiver tráfego, você pode entender e fazer ajustes.

Cerca de 90% das vezes, você vai colocar campanhas que não vão performar bem de primeira. Você tem que analisar, fazer ajustes e tentar novamente.

Sempre pedem ao Russell

“Você pode avaliar meu funil antes que eu lance?” Ele sempre recusava e dizia “Lance primeiro”. Não dá pra ter ideia do que vai acontecer, até colocar pra rodar. Deixe que as pessoas votem com seus cartões de crédito. É a única coisa que importa.

SEGREDO #68

Avalie o seu Funil
PARTE 02



Fernando Brasão
[@fernandobrasao](https://twitter.com/fernandobrasao)



SEGREDO #68 - AVALIE SEU FUNIL - PARTE 02

AGORA QUE SEU FUNIL ESTÁ RODANDO, COMO SABER SE ELE ESTÁ FUNCIONANDO?

Você tem que olhar para vários KPI's:

- 01 Qual seu custo de aquisição de cliente?
- 02 Qual o seu ACV (Average cart Value)?
- 03 Qual a sua taxa de conversão na página?
- 04 Qual a taxa de conversão do upsell?

Russell estava ajudando um amigo com um projeto. O custo de aquisição de cliente inicial estava por volta de 20 dólares. Assim o funil de entrada não estava empatando (dando break even), então precisava de ajustes.

Nesse momento, antes das mudanças, o average cart value (quanto colocam na média no carrinho) estava em cerca de 17 dólares. Contando todos os custos, ele estava negativo em 13 dólares por venda.

Primeiro eles tentaram reduzir o custo de aquisição de clientes. Fizeram uma live e anunciaram o replay. Perceberam que reduziram de 20 para 6 dólares.

Então passaram a fazer lives diárias e anunciar com 10 dólares cada uma, e focar nas que tinham melhores conversões.

Depois eles olharam para a taxa de conversão na página de entrada. Ela estava boa. Então olharam para o order bump, que estava com apenas 11% de conversão e o upsell ainda pior. Eles então mexeram na copy, mudaram os preços e enfim conseguiram chegar ao break even logo nesse funil de entrada, que é sempre a meta do Russell.

SEGREDO #69

Funnel Fridays



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #69 - FUNNEL FRIDAYS

FAÇA ROTINEIRAMENTE COMO UMA LIVE NO FACEBOOK, INSTAGRAM, GOOGLE, ZOOM, TANTO FAZ. A IDEIA É VENDER FAZENDO.

Toda sexta, Russell cria um novo funil em até 30 minutos. A ideia é fazer alguma coisa legal para que as pessoas pudessem vir e acompanhar. Não é pra ser algo complexo como em webinários. Em vez disso eles assistem ele usando o software com produtos e serviços reais, em tempo real.

O que acontece quando você mostra o produto sendo usado em live? As pessoas começam a desejar tê-los também. Eles começam a imaginar o que eles seriam se eles pudessem fazer o que o que você está fazendo. Então eles acabam comprando. O vídeo continua vendendo no replay, e eles continuam fazendo outros tutoriais. Embaixo do vídeo, colocam a chamada de ação para comprar o software.





PARTE # 05

Vendas



Fernando Brasão
@fernandobrasao



PARTE #05 - VENDAS

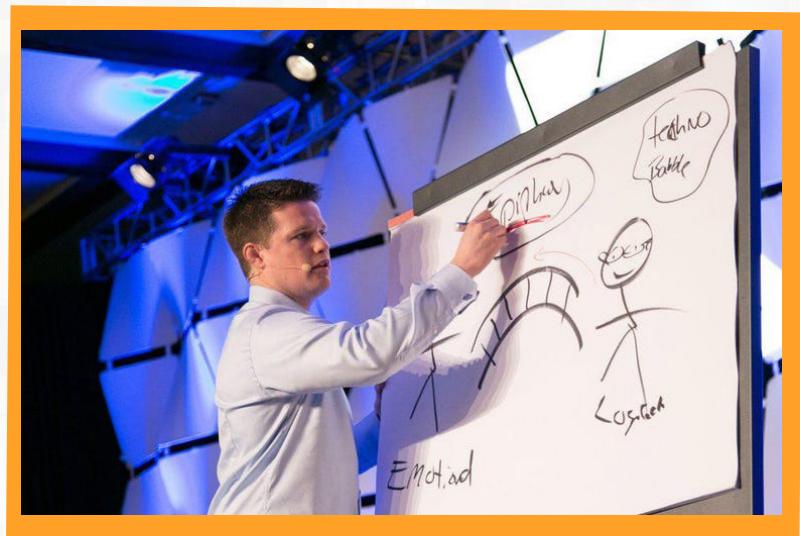
“Se você acredita no produto ou serviço que está vendendo, você tem a obrigação moral de fazer de tudo em seu poder para colocar ele nas mãos dos seus clientes.”

Clickfunnels, funis de vendas, marketing - Russell sabe que eles têm o poder de mudar a vida de um empreendedor. Ele tem a obrigação moral de fazer tudo que pode para vendê-los, porque ele realmente acredita.

Exemplo de uma cliente de Russell, Pam

O negócio dela é sobre difundir a consciência do suicídio de médicos e como prevenir isso. Ela mandou um livro a Russell com os dizeres: “Obrigada por criar o software que está me ajudando a salvar incontáveis vidas.”

“É por isso que eu vendo. É por isso que não tenho medo de usar de vendas agressivas e táticas de marketing para conseguir colocar Clickfunnels nas mãos de todo empreendedor que eu conseguir.”



SEGREDO #70

Teste da Praça de alimentação



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #70 - TESTE DA PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO

A MELHOR MANEIRA DE DIZER SE SUA OFERTA VAI SER VENDIDA PARA UM MERCADO FRIOS É FAZER ESSE EXERCÍCIO

- 01 Vá até uma praça de alimentação de sua cidade.
- 02 Suba em cima de uma mesa limpa e assovie muito alto.
- 03 Tente pegar a atenção de todo mundo.
- 04 Quando você tiver a atenção de umas 100 pessoas, fale:

“Ei, quem está interessado em...” e anuncie sua oferta.

Alguma pessoa levantou a mão? As pessoas entenderam sua proposta?





Se usássemos Clickfunnels como um exemplo, aqui está a evolução da forma como você explica, para chegar ao entendimento do público em geral:

“Você gostaria de aprender como construir um funil de vendas?” Ninguém sequer sabe o que é isso!

Então, tente o ângulo de fazer dinheiro.

“Quem quer ver meu funil de vendas que faz 17.947 dólares por dia?” Ainda assim não vai ter tanto interesse, pois eles não sabem o que funil de vendas é.

Então tente:

“Quem aqui quer um site de fazer dinheiro de graça?”

Agora sim. Estamos realmente nos comunicando com todos. A maioria das pessoas em uma praça de alimentação vão entender sobre dinheiro e websites.

Isso não quer dizer que você nunca deva usar termos técnicos ou falar coisas mais avançadas. Você tem que ter ofertas dos dois tipos. Uma mais focada no público frio e geral e outras focadas no seu público quente, onde você pode usar de palavras mais sofisticadas.

Lembre-se

Reescreva sua mensagem várias vezes até ter uma proposta que passe no teste da praça de alimentação.

SEGREDO #71

O Conto de dois vendedores



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #71 - O CONTO DE DOIS VENDEDORES

Em um dia comum na vida de Russell ele decidiu que queria comprar uma geladeira do modelo subzero. Mas ele não queria amanhã, na próxima semana... Tinha quer ser naquele dia.

Então ele saiu e foi até uma loja e falou com a primeira pessoa que ele viu, que queria comprar uma geladeira dessas. A pessoa levou ele a uma showroom e disse que uma consultora iria estar com ele em breve.

Passado alguns minutos a consultora chegou dizendo a ele que ela era a única disponível na loja e que teria que sair, por isso não poderia atender ele naquele momento. Então Russell decidiu tentar novamente dizendo:

“Eu estou aqui porque quero comprar uma geladeira hoje. Eu quero sair da sua loja com uma geladeira.” Ela respondeu perguntando qual modelo. Russell respondeu que queria o modelo subzero. Então a resposta da consultora foi:

“Essa vai ser no mínimo 10 mil. Ela provavelmente estará fora do seu orçamento.”

Ali estava Russell, pronto para assinar um cheque de 10 mil dólares para a consultora e ela o surpreendeu fazendo julgamentos sobre seu orçamento.





Outro dia Russell entrou no Lovesac.com para fazer um pedido. Rapidamente um dos atendentes entrou em contato com ele e eles tiveram uma conversa com o seguinte problema: a empresa demoraria pra entregar os produtos escolhidos em seis semanas, porém Russell não queria esperar tanto tempo.

Na mesma conversa, o atendente disse que não conseguia que a entrega fosse feita em menos tempo mas propôs a Russell que mostraria o que ele tinha disponível em estoque para que a entrega fosse feita mais rápida.

O atendente fez o possível para que Russell tivesse uma boa experiência. E quando ele estava prestes a terminar a compra, ele falou: ***"Oh, use este cupom que irá te economizar mil dólares."*** Russell colocou o cupom e realmente ganhou o desconto. E o que Russell fez? Comprou mais produtos.

QUAL DOS VENDEDORES VOCÊ É?



SEGREDO #72

O Conto de dois marqueteiros



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #72 - O CONTO DE DOIS MARQUETEIROS

Uma vez, dois rapazes entraram no programa Inner Circle do Russell. Eles se chamavam Joe e Mike. Mike era um rapaz que havia acabado a escola e tinha juntado algum pouco dinheiro.

Joe ficou sabendo do programa de Russell e convidou Mike para entrar junto dele, pois Joe sabia algumas coisas sobre marketing, e Mike não sabia nada.

Eles concordaram em entrar para o programa. Nem um dia depois, Mike chamou Joe para ver se ele tinha confirmado a sua inscrição no programa e Joe respondeu: ***“Vi que não tinha dinheiro pra isso. Então não entrei.”*** Mike ficou assustado pois ele tinha dado tudo que tinha para entrar com Joe.

Mas mesmo nessa situação, Mike apareceu no programa e aos encontros. Ele não sabia NADA sobre marketing. Mike chegou mostrando um suplemento que ele vendeu por meio de uma empresa de vendas diretas e eles começaram a mapear um funil para ele. Por ele não saber nada do assunto, demorou 4 meses para que ele chegasse ao lançamento de seu primeiro funil. Ele fechou o mês fazendo cerca de 30 mil dólares.

Enquanto isso, Joe voltou a matricular-se na escola pois o seu negócio não havia ido pra frente.





Russell teve mais um caso de “**Joe**” no programa Inner Circle. Sempre que alguém entra no programa, há uma consulta inicial. Russell faz um mapeio para um modelo de negócio, cria um funil e dá a eles tudo que precisam. Depois de dois meses, esse “**Joe**” recorreu a Russell e disse que não havia feito nada e dizendo:

“Eu não consigo me lembrar o que você havia me dito pra fazer. Podemos fazer uma outra ligação para que você possa me explicar novamente o que me disse a dois meses atrás?”

Ele não anotou nada. Ele não mandou nenhuma mensagem a Russell ou a qualquer um do seu time. Ele esperava que as pessoas compensassem sua falta de comprometimento, foco e persistência. Quando Russell disse a ele que não iria ajudar, ele queria o reembolso. Pessoas de sucesso não dão desculpas. Elas vão em frente mesmo quando as apostas são altas. Mesmo que elas não saibam nada quando começam.

QUAL DESSES MARQUETEIROS VOCÊ É?



SEGREDO #73

*O Segredo do Marketing que Russell
aprendeu de um artista de rua*



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #73 - SEGREDOS DO ARTISTA DE RUA

Durante uma viagem a Londres, Russell teve o privilégio de assistir um artista de rua malabarista fazendo centenas de dólares em um show de minutos com pessoas apenas passando por ali. Foi assim que ele fez:

Ele começou com uma tosse. Cada vez mais alta, mais e mais, até que um monte de pessoas começaram a se reunir em volta dele. Essa tosse continuou por 5 minutos - quase ao ponto de ficar esquisito - mas chamou a atenção de muitas pessoas e deixou Russell muito curioso.

Quando conseguiu a atenção de muitas pessoas o artista falou:

“Todos vocês, eu estou bem! Eu estava tentando conseguir a atenção de vocês pois um show sem atenção é apenas um acidente.”

Esse é o primeiro passo nas vendas. Conseguir a atenção das pessoas.





O show começou e durou cerca de 45 minutos. A parte de malabarismo com fogo foi apenas por um minuto. Ele gastou a maior parte do tempo contando piadas, fazendo a diversão das pessoas e construindo um relacionamento. Ele estava deixando as pessoas super animadas e ansiosas para o clímax, que era o malabarismo com fogo.

Em vendas online, você tem que conseguir essa atenção momentânea e transformar isso em um relacionamento. Puxe-os para dentro. Use uma página de captura. Leve-os para a próxima etapa.

A questão é que ele poderia apenas ter pegado seu monociclo e começado o malabarismo de fogo e isso teria levado menos de um minuto. Mas se ele tivesse feito isso, ele não teria feito nenhum dinheiro. Em vez disso, ele demorou e treinou seu público.

Ele tinha todos nós respirando juntos (fingindo que sopravamos o fogo). Respirar em sincronia é uma das formas mais rápidas de criar conexão. E mais importante, ele educou a gente do porquê a gente deveria pagar pelo seu entretenimento.

Essa é a parte do seu processo de vendas onde você mostra sua perspectiva de como e o porquê eles devem comprar. Não deixando nada ao acaso - fale a eles o que eles exatamente têm que fazer.

ENTÃO AQUI ESTÃO AS ETAPAS DE UM BOM MARKETING

- 01 Consiga a atenção.
- 02 Crie conexão.
- 03 Treine sua audiência no que você quer que eles façam.
- 04 Justifique o valor.
- 05 Faça o show.
- 06 Chame para ação.
- 07 Faça um Follow Up com aqueles que não agiram/ouviram.

SEGREDO #74

*Como transformar seus
concorrentes em parceiros*



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #74 - COMO TRANSFORMAR SEUS CONCORRENTES EM PARCEIROS

Na comunidade de Russell, eles se chamam de **“Funnel Hackers”**. A ideia é que possamos olhar o que nossos concorrentes estão fazendo e adaptar para os nossos próprios funis, e pegar o seu tráfego.

Quando você decide entrar em um mercado, é claro que você tem que passar e analisar tudo do funil de seus concorrentes. O que você NÃO está tentando fazer é roubar tudo que eles fizeram e fazer da mesma maneira.

Nos negócios, o seu ângulo diferente deve ser sempre aplicado. Veja o nicho de perder peso: tem a menina dos abdominais, a da dieta de cortar carboidratos e o rapaz da dieta “paleo”. Descubra seu ângulo e como você pode fazer parte do ecossistema que não está sendo usado.

Quando você faz isso, todos seus concorrentes vão começar a ser seus parceiros pois você não está na competição direta. Vocês podem servir aos mercados uns dos outros, coexistirem e fazer muito mais dinheiro do que se tivessem tentando competir cara a cara.

Lembre-se:

Encontre seu lugar no ecossistema, e depois use do que aprendeu ao analisar todo o funil dos concorrentes, e crie uma oferta de valor que vai te colocar como parceiro de outras pessoas no mesmo ecossistema.

SEGREDO #75

Seja o Premium



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #75: SEJA O PREMIUM

Faça os clientes se comprometerem quando estiverem no mais alto nível de entusiasmo e agitação. Quando pedem orçamento, não demore dias para enviar. Seja rápido e o melhor disparado, para que seja uma decisão fácil.

Se Russell precisa de fazer alguma coisa em casa, ele chama um empreiteiro. Ele vai até lá, olha o projeto, e diz a ele que ele vai enviar um orçamento. A empolgação de Russell morre um pouco nesse ponto, mas ele entende. Então ele espera por duas, três e até quatro semanas antes de pegar a cotação. Quando é enviada, não está tão empolgado quanto estava na primeira vez.

Não só isso, ele geralmente nesse momento já tem várias outras cotações e agora não há emoção e empolgação, apenas comparação de preço. Nesse ambiente, se você não é o mais barato você perde. O sistema de proposta tradicional está quebrado. Em vez disso, você tem que ser o premium mais cobiçado.





Você precisa posicionar-se como o melhor. É a única alternativa. Posicionar-se como a loja mais cara da cidade, a que faz aquilo melhor. Vá atrás do mercado premium. Você pode focar em ser o mais barato ou o mais premium, mas nunca vai querer estar no meio.

Se você colocar a cotação na mão deles e ficar aguardando o retorno, você vai perder tudo. Você vai perder toda sua vantagem de negociação. Tente fechar um acordo de imediato, e que seja muito bom para você.

Faça com que você seja um líder de ponta. Eles que têm que aplicar e justificar o porquê você deve trabalhar com eles. Quando você faz isso, tudo muda. Agora você está no assento do motorista, e agora você consegue seguir seu negócio da forma que quer, colocando o seu preço, ao invés de fazer da maneira que seus clientes preferem.



Nós devemos fazer as negociações serem nos nossos termos e não nos termos deles. Assim que você fizer nos termos dos seus clientes, eles vão te comer vivo se você deixar.

SEGREDO #76

Vendas Emocionais



Fernando Brasão
@fernandobrasao

SEGREDO #76: VENDAS EMOCIONAIS

O objetivo em qualquer processo de venda é fazer eles acreditarem que irá funcionar **PARA ELES**. É isso. Muitas pessoas pensam que o ensino, as táticas e as estratégias fazem parte do processo de vendas, mas não.

Há algumas coisas que produzem mudança nos humanos:
Ação, crença e dor.

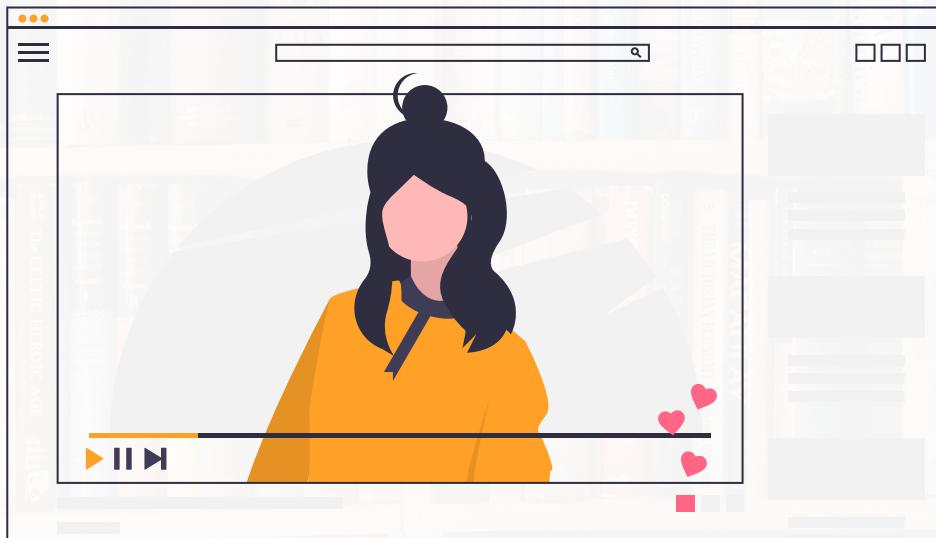
Se você acredita em alguma coisa realmente profundamente, sua vida vai refletir nessa crença. Se você sentir dor quando coloca sua mão no forno, você vai parar de fazer isso. Se você tem ações positivas (como fazer coisas legais para sua esposa depois de terem brigado), essa ação vai ajudar a mudar como você se sente perante a situação.

O processo de vendas deve incluir histórias que vão ajudar a criar uma resposta emocional para que eles realmente acreditem que a mudança é possível para eles e não só para você.





Finalmente, conexão. Criando um vínculo por meio da autenticidade e vulnerabilidade. Laços de histórias contadas criam um vínculo que sua perspectiva vira a deles para que eles queiram trabalhar com **VOCÊ** para alcançar seus sonhos.



Se você pensa que dar a sua melhor estratégia vai criar compradores, você está enganado. Vai dar a eles conhecimento sim, mas geralmente não vai criar crença, dor ou a inspiração para agir. Por quê? Pois quando preenchemos nossas cabeças de conhecimento é como se estivéssemos comendo uma grande refeição. Nos sentimos cheios.

**SENTIR-SE CHEIO
GERALMENTE LEVA A UMA
SONECA, NÃO A TOMAR
ATITUDE DE AGIR.**

O seu grande dever como uma pessoa de vendas é fazer seu público acreditar em alguma coisa diferente, no momento que eles chegarem ao final do seu pitch de venda. Trabalhe a crença, dor e ação nos seus webinários.

SEGREDO #77

O Método da Porta dos Fundos



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #77: O MÉTODO DA PORTAS DOS FUNDOS

Algumas vezes você tem algumas coisas que são difíceis de vender. Use o método da porta dos fundos que vai ficar muito mais fácil.

Russell vende o seu Mastermind. Muitas pessoas têm Masterminds, então fica uma coisa difícil de vender pois você meio que tem que ficar se gabando, meio que para provar que é melhor que o do outro. Usando o método da porta dos fundos elimina qualquer sentimento estranho de vendas e orgulho que você possa ter sobre a autopromoção. Ache alguma coisa que as pessoas realmente querem na sua oferta.

Russell e sua equipe tinham essa coisa que é realmente poderosa e que as pessoas querem. Em vez de vender a ideia, eles venderam o produto único que elas realmente querem. Então, na hora de vender, ele falava que essa coisa é grátis e está inclusa de graça para quem é do Mastermind.



Outro exemplo é do amigo de Russell que é quiroprático. Ele está tentando vender ajustes às pessoas e é difícil. Então, em vez disso, ele criou uma apresentação que ensina às pessoas uma rotina matinal de 30 minutos. Lá tem exercícios, yoga, alongamentos. E no final dessa apresentação, ele dá a eles um rolo de espuma, uma garrafa de um óleo especial e um CD de meditação... Porém só se eles forem até a sua clinica e fazer o ajuste.

Ele simplesmente treinou seu público em 30 minutos do porquê eles precisam dessas coisas. Eles ainda conseguem sair e comprarem por conta própria, ou podem entrar para o programa e ganhar de graça. O posicionamento é tão poderoso pois a venda não parece uma venda de forma alguma.



SEGREDO #78

O Poder de uma camiseta



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #78: O PODER DE UMA CAMISETA

Como você se mantém memorável? Como você cria uma cultura que cria um cliente fiel? Dê a eles uma camiseta.

Russell foi a uma exposição. Eles estavam definitivamente em desvantagem - o estande deles era pequeno e na parte de trás da exposição.

A primeira coisa que eles fizeram foi criar um “**buzz**” com um monte de camisetas escritas na frente “**#Funnel Hacker**”. Nas costas, tinha escrito “Distribuído por ClickFunnels” e a logo. Eles prometeram uma camiseta pra todas as pessoas que fossem ao seu estande.

Eles entregaram cerca de **600 a 700 camisetas**. Na manhã seguinte, haviam cerca de **400 outdoors ambulantes** no evento, fazendo propaganda da Clickfunnels!

Custa a eles milhares de dólares por mês, com camisetas. Mas a cultura que isso cria é insana. Camisetas não são tão caras para fazer e são uma das maneiras mais rápidas para reduzir os cancelamentos e reembolsos.

E as pessoas usando elas, significa mais branding e mais vendas.



SEGREDO #79

Leve seu show para a Estrada



Fernando Brasão
[@fernandobrasao](https://twitter.com/fernandobrasao)



SEGREDO #79: LEVE SEU SHOW PARA A ESTRADA

Olhe para os negócios como se fossem uma peça. Você cria o show. Você o coloca na estrada.

Depois de Chicago, São Francisco, Dallas, Atlanta e Austin. Levando o show para diferentes localidades você faz mais dinheiro pois você continua criando novos públicos.

O problema é que muitos empreendedores ficam entediados de vender a mesma coisa várias vezes. Nós queremos criar coisas novas e vender aquilo. É nosso desejo como empreendedor a criatividade e variedade. E nós perdemos toda essa receita extra pois ao invés de gastar energia em mais vendas, mudamos nossa atenção para novas invenções.



SEGREDO #80

O Dinheiro na mesa



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #80: O DINHEIRO NA MESA

EXISTEM MUITAS PILHAS DE DINHEIRO QUE AS PESSOAS NÃO TOCAM

Caso do rapaz que limpa a Piscina

“Eu estava limpando a sua piscina e percebi que os filtros estão sujos e estão provavelmente velhos. Então você precisa comprar novos filtros e instalá-los. Desse jeito, vai manter a piscina limpa.” O rapaz não prestava esse serviço e deixava de ganhar muito dinheiro.

A razão para as pessoas serem tão hesitantes para pegar as pilhas de dinheiro e vender mais para seus clientes é porque elas têm uma opinião equivocada sobre fazer upsell. Elas acham que de alguma forma, é ganancioso os vendedores continuarem oferecendo cada vez mais serviços.

Mas não é. Porque todas as vendas de upsell trazem mais valor. Se Russell vai ao dentista para uma limpeza de dentes e ele oferece para endireitar seus dentes com um aparelho, ele fica tão empolgado de ter os dentes endireitados que ficaria feliz de dar mais dinheiro ao dentista.

SEGREDO #81

*Três jeitos de fazer mais
dinheiro*



Fernando Brasão
[@fernandobrasao](https://twitter.com/fernandobrasao)



SEGREDO #81: TRÊS JEITOS DE FAZER MAIS DINHEIRO

**CRESER UM NEGÓCIO É SIMPLES
POIS EXISTEM APENAS 3 JEITOS DE
FAZER ISSO**

01 Pegar sempre mais clientes

02 Fazer eles comprarem coisas mais caras

03 Fazer com que eles comprem mais

É ISSO!

Quando você está trabalhando em direção a seu primeiro milhão de dólares de receita, o objetivo é ter clientes. Ter o máximo possível. Isso tem um efeito bola de neve pois até certo ponto, referências e boca a boca vão começar a fazer efeito. Quando você atingir 1 milhão, é hora de partir pra próxima fase.

Russell chama de Fase Dois da Ascensão. Para fazer seus clientes gastarem mais você tem que fazer com que eles comprem os produtos mais caros.

Uma vez que você tenha clientes em ascensão para os produtos mais caros, vá para a fase 3. Imagine como conseguir que eles usem seus produtos tanto que eles vão precisar comprar mais disso e com mais frequência.

SEGREDO #82

Pré-suasão



Fernando Brasão
@fernandobrasao

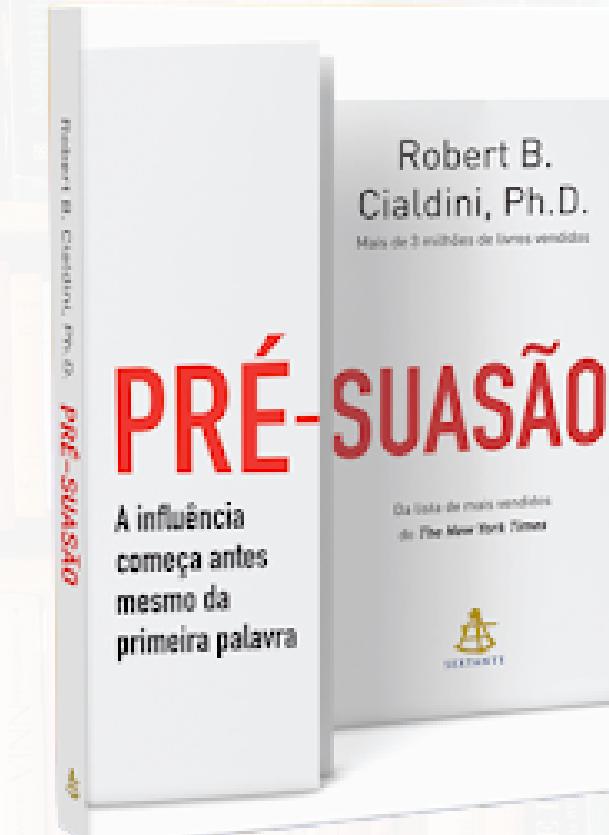


SEGREDO #82: PRÉ-SUASÃO

Se Russell vai te preparar para gostar de seu amigo antes de conhecê-lo, ele vai te introduzi-lo dessa maneira: **“Ei, esse é o Joe. Ele é um rapaz muito legal. Eu acho que você vai gostar dele.”** Isso te prepara para gostar dele. Imagine se ele tivesse te dito **“Ei, esse é o Joe. Ele é um cara horrível. Ele roubou muito dinheiro.”** Teria sido muito diferente.

Um dia em uma escola houve uma ocasião de um professor substituto. A coordenadora entrou na sala e falou que antes de entrar com o professor os alunos deveriam ler a biografia do professor. Eles distribuíram as biografias para os 900 estudantes. Elas eram a mesma exceto por uma palavra. Metade da biografia falava **“Mr. Fulano é um professor muito caloroso”** e a outra metade dizia **“Mr. Fulano é um professor muito frio.”**

O professor entrou na sala e deu a aula. Depois, eles fizeram uma pesquisa. A maioria dos alunos cujo trabalho havia dito que ele era um professor caloroso falaram: **“Ele é um professor ótimo”**, **“Ele foi muito bom”** ou **“Eu aprendi muito”**.





Os estudantes que receberam que o professor era frio não gostaram dele. Um dos funis de vendas de Russell tinha uma pagina com um botão que dizia “**Tenha Acesso Imediato**”. Eles fizeram Teste A/B e mudaram para “**Clique Aqui Para Finalizar**” e notaram que a taxa de cliques no botão **DISPAROU**. Isso era bom, mas o que não era legal é que as vendas despencaram (menos pessoas preenchessem o checkout e finalizavam a compra).

A preparação de “**Clique Aqui Para Finalizar**” tirou eles do posicionamento de compra, enquanto a outra deixava o loop aberto para continuar. Apenas esse pequeno ajuste diminuiu as vendas em 50%.



SEGREDO #83

Dobre sua vendas com esse Hack



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #83: DOBRE SUAS VENDAS COM ESSE HACK

Um amigo de Russell do Inner Circle fez uma apresentação chamada ***“68% a mais de visualizações nas páginas com esse hack”*** Ele começou falando que páginas feias convertem melhor.

Páginas feias tipicamente carregam mais rápido porque eles não têm imagens grandes ou grandes quantidades de códigos especiais. Algo tão simples como o tempo de carregamento da página pode literalmente dobrar suas vendas porque mais pessoas estão vendo as ofertas.

Se você está mandando tráfego para um funil e tem em média 100 visualizações por dia, acelerando a página quer dizer que você pode ter 168 visualizações por dia.

A lição aqui é que as coisas pequenas que não parecem legais ou sexy no início podem realmente fazer uma grande diferença.



SEGREDO #84

Crie uma lista sem Isca



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #84: CRIE UMA LISTA SEM ISCA

Se você está tentando coletar contatos para um produto que não está pronto ainda, você pode usar o conteúdo que outras pessoas já criaram para criar sua lista de e-mails.

O primeiro passo é usar uma ferramenta como a BuzzSumo para descobrir quais artigos e vídeos já são tendência na internet. Você precisa achar conteúdo que vai atrair pessoas que vão comprar seu produto.

Uma vez que você encontrar o conteúdo, crie uma página de captura com uma boa promessa, que atraia curiosos. Peça o e-mail e redirecione ao conteúdo depois de fornecer essa informação. Se for um vídeo, você facilmente consegue colocar em uma página de obrigado. Se for um artigo, crie um link para abri-lo.

Isso remove o tempo e dinheiro que leva pra criar seu próprio conteúdo de aquisição.



SEGREDO #85

Do Liko, Luko



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #85: DO LIXO, LUXO

Você tem que aprender a pegar as coisas que podem ser consideradas ruins, e transformá-las em boas, em diferenciais e qualidades.

Muitas das vezes existem coisas no seu produto ou serviço que não são perfeitas. Como você as posiciona para que o negativo se torne positivo?

Exemplo

Se o curso que você está vendendo ainda não está gravado, muitas pessoas poderiam achar isso ruim. Cabe a você mostrar que é uma oportunidade de ouvir melhor os alunos e fazer algo ainda melhor para ser entregue, e que ainda, por serem a primeira turma, terão muito mais contato com o professor.



SEGREDO #86

Oportunidades ofuscadas



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #86: OPORTUNIDADES OFUSCADAS

Russell e sua equipe colocaram a meta de triplicar seu faturamento. Então focaram em encontrar novas oportunidades que permitissem ajudar a alcançar esse objetivo.

Eles notaram que mais de 14 mil pessoas tinham assistido um webinário, mas que muitas não compraram. Então eles criaram uma campanha de e-mail visando aquelas pessoas, tentando convertê-las.

Eles revisaram os e-mails e chats do suporte. Muitas pessoas pedem para poder pagar antecipadamente suas inscrições de 12 meses, especialmente em dezembro quando eles querem benefícios no imposto de renda. Então eles criaram uma oferta onde as pessoas podiam comprar um ano de antecedência e ganharem dois meses de graça.

Faltavam ainda 3 meses para um de seus eventos. Então resolveram antecipar e fechar patrocínios. Até o final da semana já haviam fechado com 4 empresas patrocinadoras.

Eles decidiram pegar uma tonelada de conteúdos nunca lançados, treinamentos e vídeos e juntaram tudo em um produto e venderam esse combo.

Com todas essas ações, que eram oportunidades antes não vistas, eles conseguiram bater a meta que estipularam.



SEGREDO #87

*O Segredo para Ganhar
Centenas de Assinaturas*



Fernando Brasão
[@fernandobrasao](https://twitter.com/fernandobrasao)



SEGREDO #87: O SEGREDO PARA GANHAR CENTENAS DE ASSINATURAS

A CHAVE É A COMBINAÇÃO ENTRE ESCASSEZ E PREPARAÇÃO

Você manda com o gatilho de Descoberta

“Você não vai acreditar. Eu simplesmente descobri essa coisa nova e legal e eu quero lhe mostrar. Eu vou mostrar ao vivo pra você.”

Tem que ser ao vivo. Criar curiosidade e buzz para conseguir que as pessoas participem se registrando. Esse evento tem que ser grátis. Mande alguns e-mails e vá às redes sociais e fale sobre o evento.

É uma apresentação de 45 minutos onde você vai mostrar a eles qual a sua descoberta. Russell usou exatamente essa mesma estratégia quando ele descobriu como gerar 3000 contatos por dia.

Ele não mostrou a eles **COMO** fazer passo a passo, mas ele contou a história de como ele descobriu e como ele conseguiu fazer.

Contar histórias é muito importante aqui.

Mostrar a jornada da sua descoberta. Explicar o que você descobriu. Mostre a eles os resultados disso.

No final da apresentação você tem que falar

“Ok, então eu vou fazer um detalhamento de 90 minutos desse treinamento no meu grupo de assinaturas, onde eu vou mostrar exatamente como fazer isso. Vou mostrar o passo a passo através de cada detalhe para que você consiga replicar exatamente igual no seu negócio.”



Depois você pode dizer algo do tipo

Se o curso que você está vendendo ainda não está gravado, muitas pessoas poderiam achar isso ruim. Cabe a você mostrar que é uma oportunidade de ouvir melhor os alunos e fazer algo ainda melhor para ser entregue, e que ainda, por serem a primeira turma, terão muito mais contato com o professor.

Essas falas são para que as pessoas saibam que se não forem membros elas vão perder a oportunidade

Então você diz

“Se você ainda não é membro, você tem exatamente 15 minutos antes do treinamento começar. Em 15 minutos, eu retiro da página e se você esperar mais 5 minutos, vai perder sua oportunidade. A única forma de entender como fazer isso vai ser por essa live de treinamento. Essa é uma oferta única, não vai ser gravado, e começará exatamente em 14 minutos. Então melhor se apressar.

Se registre para participar!”

E sim, alguns deles cancelarão após a conclusão, mas alguns deles permanecerão por causa do seu conteúdo legal e outros treinamentos de eventos ao vivo.





PARTE # 06

Mentalidade



Fernando Brasão
@fernandobrasao

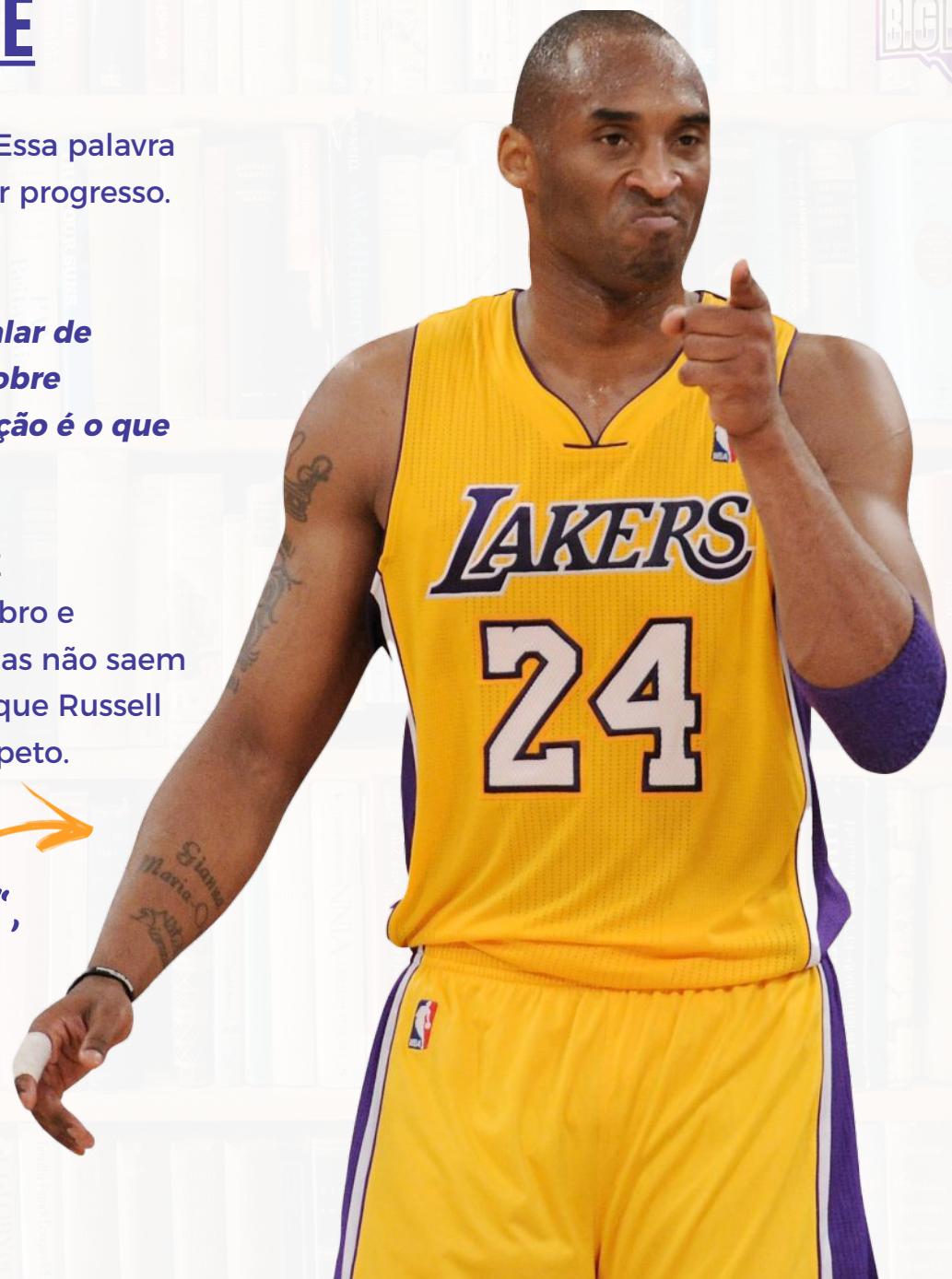
PARTE #06 - MENTALIDADE

Há uma palavra que descreve um empreendedor. Essa palavra é o impulso. A sensação de seguir em frente e fazer progresso. Quando você perde o impulso, tudo parece difícil.

“Você está de férias, você não é permitido para falar de negócios.” E Russell estava tipo ***“Se eu não falar sobre negócios, tudo para de se mover e a falta de direção é o que me faz sentir deprimido, triste e preso.”***

É por isso que a parte desse livro é a mais crítica. É sobre mentalidade. É sobre como manter seu cérebro e pensamentos sob controle, mesmo quando as coisas não saem como planejado. São todos os hacks e estratégias que Russell usou para alavancar seu cérebro para manter o ímpeto.

*Kobe Bryant "The Black Mamba",
é conhecido pela sua
mentalidade vencedora*



SEGREDO #88

O Pior cenário



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #88: O PIOR CENÁRIO

Um tempo atrás, a empresa de Russell havia perdido suas contas comerciais. Eles tinham quase um milhão de dólares por mês em pagamentos para funcionários. Nessa situação ele teve aquele medo paralisador, além de não saber o que fazer.

Então Russell sentou e começou a pensar sobre o caso de pior cenário. Na pior das hipóteses, ele teria que fechar a empresa e demitir algumas pessoas, e teria que pedir falência. Ele listou todas essas coisas e pensou muito sobre, até ficar bem com isso.

De repente, aquele medo paralisador desapareceu, e ele estava preparado para focar e fazer o que fosse necessário para quebrar o pensamento de medo e criar alguma coisa melhor do que o caso de pior cenário.



SEGREDO #89

Como ter Sucesso nos Negócios



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #89 - COMO TER SUCESSO NOS NEGÓCIOS

As pessoas que tipicamente não são de sucesso são pessoas que apenas querem ganhar dinheiro. Elas entram nos negócios pela remuneração financeira apenas.

Ou então são aquelas pessoas apaixonadas pelo próprio produto, e nada mais importa. Elas são obcecadas com sua invenção ou curso. São seus bebês e elas não conseguem enxergar fora dessa perspectiva. Essas são as pessoas que falham.

E as pessoas que são tipicamente de sucesso? Elas são aquelas absolutamente apaixonadas pelo marketing.

A Apple não está no negócio dos Iphones. Eles estão no negócio de **VENDER** Iphones.

Apenas lembre-se disso

Seu negócio não é a coisa. É a venda da coisa. Quem entende isso, são as pessoas que vão ter sucesso.



*Sede da Apple em Cupertino
na Califórnia*

SEGREDO #90

*Como catalisar o seu
Superpoder*



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #90- COMO CATALISAR O SEU SUPERPODER

Você sabe o que acontece quando os negócios começam a crescer? O proprietário do negócio esquece de focar no seu superpoder.

Existe uma coisa que você faz **MUITO** bem. Talvez sejam duas ou três coisas, mas não é tudo. Porém quando os negócios começam, você tem que engolir isso e fazer todas as coisas. O problema é, em algum ponto, isso tem que mudar se você for escalar. Você vai ter que parar de fazer tudo, exceto o seu superpoder.

Russell lembra quando ele teve um momento que estava fazendo tudo. Suporte, design, copy, gestão. Mas a única coisa que rendeu muito dinheiro a eles foi quando ele estava focado em fazer webinários e vender neles. Ele ganhava mais dinheiro ali, em 90 minutos do que no resto do mês somado.

Blindagens para poder focar no seu superpoder podem ser feitas com pessoas. Contratar mais funcionários ou a maneira como você organiza seu escritório ou área de trabalho para não se distrair.

Tente reorganizar seu dia para que 80% da sua energia esteja no seu superpoder e 20% nas outras coisas.



SEGREDO #91

Pare de Focar nas coisas erradas



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #91 - PARE DE FOCAR NAS COISAS ERRADAS

Todos os dias, Russell vai ao seu grupo de Facebook e vê as pessoas focando nas coisas erradas. Eles estão focados em táticas legais, em criar um funil super complicado que requer códigos especiais. Elas estão distraídas pela última tendência da fórmula de algum novo guru.

Um dia, Russell estava conversando com um cliente dele que dizia que não conseguia usar um software pois ele precisava de uma segmentação avançada para sua campanha de e-mails. O problema é que ele não havia nem lançado seu produto ainda. Muitos dos funcionários de Russell fazem milhões em vendas e não estão preocupados em segmentação avançada.

Então Russell disse a esse cliente que até que ele consiga 10 milhões de dólares em vendas, ele poderia começar a se estressar com a segmentação. E que deveria usar um software para fazer isso, e não construir um negócio inteiro com base em coisas complicadas. Até então, seu único trabalho seria vender.



SEGREDO #92

Foco Multiplicador



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #92 - FOCO MULTIPLICADOR

Cerca de 95% dos empreendedores têm mais de um negócio.

Na verdade, mais de três ou quatro negócios. E isso é uma ideia muito ruim.

Quando você foca em um negócio, tudo que você faz tem um efeito parecido com juros compostos.

Se você está fazendo mais de um negócio, pare. Isso não se multiplica. Todos os seus esforços são diluídos pela metade porque você está dividindo seu foco e tempo para cada negócio separado.

Mesmo no seu único negócio, tem que existir o seu ponto de foco. Isso significa que não importa quantos produtos ou funis você tenha, eventualmente todos eles levam para aquele um produto principal que você está tentando vender. Para Russell, é o Clickfunnels. Todos os livros, webinários e os conteúdos extras estão se dirigindo em direção à aquele UM produto principal em um único negócio.



SEGREDO #93

Procurando ROI em tudo



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #93 - PROCURANDO ROI EM TUDO

Existem vários tipos de ROI que podemos mensurar. Tempo gasto com a família, desenvolver relacionamentos, economizar e guardar dinheiro. Todos os investimentos valem a pena, certo? Fazer dinheiro é o ROI mais fácil de identificar nos negócios, mas quando você precisa de motivação para uma tarefa e não consegue achar um ROI imediato, encontre algo mais para mensurar e use-o para agir.

Exemplo Russell

Eles tinham uma piscina gigante, e Russell não poderia suportar a ideia de sentar por duas horas para esperar o cara da piscina aparecer e terminar seu trabalho. Então ele imaginou que se trocasse seu foco e gastasse seu tempo brincando com as crianças, então se torna um ROI que ele pode medir, ver e no qual queira investir.



SEGREDO #94

Soluções ou Problemas



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #94 - SOLUÇÕES OU PROBLEMAS

EXISTEM DOIS TIPOS DE PESSOAS NO MUNDO

01

Pessoas que acham problemas

02

Pessoas que acham soluções

Dê uma boa olhada nos últimos 20 ou 30 e-mails, textos, postagens ou conversas que você teve com seu time, chefe ou parceiro. Eles estão focados em identificar problemas ou achar soluções?

Achar problemas é a habilidade mais fácil do mundo. Toda a população sabe fazer isso e fazem muito bem. Mas só uma pequena parte da população consegue resolver problemas e achar soluções.

Se você se sente inspirado a ser melhor que a maioria, achar soluções é um superpoder que você pode usar e ter mais resultados, mais visibilidade e mais poder.

Nos primeiros dias da empresa de Russell, ele fez anos de decisões em um dia. Mas ele não estava achando soluções, apenas problemas.

Então ele tirava um cochilo ou fazia uma caminhada na floresta com as crianças, enquanto seu cérebro tinha tempo de processar e usar sua criatividade novamente. Encontre momentos que relaxem seu cérebro e deixe ele pensar tranquilamente nas soluções.

SEGREDO #95

Lidando com Haters



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #95 - LIDANDO COM OS HATERS

Uma vez Tony Robbins disse a Russell

“Existem duas formas de ter o maior prédio da cidade. A primeira maneira é ir lá e colocar muito suor e esforço e construir o prédio mais alto da cidade. A segunda maneira é derrubar os edifícios de todo mundo, para ter o maior.”

Maior visibilidade e reconhecimento sempre irá atrair os derrubadores de edifícios. Muitas pessoas não querem ir lá e construírem seu próprio grande prédio. Elas querem ir e destruir todo mundo pois isso faz elas se sentirem maiores.

Haters realmente talentosos vão fazer parecer que eles estão fazendo um bom serviço ao mundo. Eles estão salvando todos nós. Eles vão dizer para você que os edifícios DEVEM ser derrubados porque eles são maus.

Não dê atenção aos seus haters. Foque apenas no seu negócio.



SEGREDO #96

Mude o seu Não para “E se”



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #96 - MUDE O SEU NÃO PARA "E SE"

A primeira vez que Russell ouviu falar que manteiga fazia bem, ele pensou **"nem a pau!"**. Manteiga faz mal. Sempre fez mal. Seu primeiro instinto ao ouvir algo novo era sempre dizer **"NÃO"**.

Russell então aprendeu a mudar o não para o **"e se"**. Para dar uma chance às coisas que ele normalmente não daria.

No caso da manteiga, Russell aprendeu que dietas de baixo carboidrato e alta taxa de gordura realmente podem te deixar mais magro e saudável.

Nós não temos uma cultura vitalícia de aprendizagem e educação. Quando desligamos a parte de estudante de nós mesmos e fechamos o processo de aprendizagem, o não se torna nosso novo padrão.



SEGREDO #97

Ação Imperfeita



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #97 - AÇÃO IMPERFEITA

“Um pato morto não voa.” As pessoas derramam muito amor e dedicação em um produto e o mercado simplesmente não se importa.

Um rapaz chamado Ken apareceu na vida de Russell vendendo um e-book que não estava dando certo. Então Russell o aconselhou a desenvolver outro livro. Mas ele não conseguia fazer isso. Por quê? Pois ele deixou a perfeição chegar até ele. Depois de tantos anos se esforçando no livro e o deixando perfeito, ele não estava em um posicionamento de deixá-lo pra trás e tentar alguma coisa nova.

Esse é um dos problemas do perfeccionismo. Além de desacelerar o crescimento, ele cria um vínculo entre você e seu produto que é tão forte que você não consegue lidar sobre a verdade do mercado quando finalmente começa a colocá-lo lá fora. Você não consegue ouvir o tráfego gritando, **“NÓS NÃO QUEREMOS ISSO!”**

Ações imperfeitas criam mais milionários do que as perfeitas, todos os dias da semana.



SEGREDO #98

O Poder da Honestidade



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #98 - O PODER DA HONESTIDADE

Russell se lembra do dia que os servidores caíram. Ele estava viajando a Londres e quando seu celular pegou sinal novamente, quase explodiu de tantas notificações. Um de seus parceiros, Todd lhe enviou uma mensagem escrito ***“se a gente sobreviver a isso”***.

Servidores inativos significam milhares de clientes irritados e muita perda de receita.

Naquele momento, Russell não tinha escolha. Ele poderia tentar ser corajoso, como se tudo estivesse bem (quando realmente não estava) ou ele poderia ser honesto e enfrentar a realidade.

Quando ele chegou no quarto de hotel, ele fez um vídeo. As pessoas perceberam que ele estava com raiva e chateado. Não foi roteirizado. Ele simplesmente disse com honestidade às pessoas o que estava acontecendo e como eles estavam tentando consertar aquilo. Cerca de uma hora depois que ele postou, o celular dele estava lotado de mensagens de encorajamento e suporte.

Quase todos eles diziam a mesma coisa em maneiras diferentes

“Obrigado por ter sido honesto e transparente. Nós estamos aqui com você e não vamos sair por causa de um problema pontual do software”

Liderança é tão retrógrada às vezes. Você pensa que mostrar força e invencibilidade vai fazer as pessoas lhe seguirem, mas sua humanidade e vulnerabilidade é o que eles realmente querem.

SEGREDO #99

Prazer k Dor



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #99 - PRAZER X DOR

Nosso cérebro sempre nos move para longe da dor e em direção ao prazer.

Russell vê acontecer o tempo todo com as pessoas que estão prontas para ativar suas campanhas de tráfego. Eles associam tanta dor com gastar dinheiro nos anúncios, em vez disso, gastam mais e mais dinheiro em treinamentos adicionais, cursos, coaching ou seminários. O cérebro deles está tentando achar prazer e afastá-los da dor por causa do medo dos anúncios não funcionarem tão bem.

Então como você usa a tendência natural do seu cérebro – para achar prazer e evitar dor – em sua vantagem? Você tem que criar uma coisa que vai te dar tanto prazer que seu cérebro vai se sentir: ***“Eu quero isso! Eu quero isso mais do que me importo com a dor!”*** Esse é o primeiro passo. Crie isso.

O passo dois é dizer a si mesmo que você não consegue ter essas boas sensações sem que as tarefas dolorosas tenham sido feitas. O prazer eventualmente acaba diminuindo a dor (se você fizer isso certo). Tipo um imã que te puxa para completar a tarefa.



O terceiro passo é reconhecer a próxima vez que acontecer. Lembre-se de como a dor é grande e como você realmente fez isso, e como não foi tão ruim quanto pareceu ser na sua cabeça.

Às vezes você pode querer tanto o prazer de ganhar uma competição que você abre mão de comer e beber água para perder 5 kg em 3 dias. Só para ter suas mãos levantadas no final da competição.

Ache um prazer grande o suficiente que substitua a dor associada a uma tarefa que você não deseja fazer e faça.



*Gostou desse Conteúdo e quer
mais Produtos do Brasão?*

**Clicando no botão abaixo você tem acesso aos produtos
disponíveis do Brasão para você comprar. Fique à vontade,
e qualquer dúvida, entre em contato conosco no Instagram.**

[**Clique aqui para saber mais**](#)

MUITO OBRIGADO!

Aproveite e venha falar comigo!



@fernandobrasao



contato@fernandobrasao.com