

Livros da
Gringá

MARKETING SECRETS BLACKBOOK #01

RUSSELL BRUNSSON



LIVE#11



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 #11 - Marketing Secrets Blackbook "Livros da Gringa"

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

Clique aqui e assista!

OU ACESSE



/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.FERNANDOBRAO.COM** e seja avisado de tudo!

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

INTRODUÇÃO



Fernando Brasão
@fernandobrasao



INTRODUÇÃO

Um pouco mais de 5 anos atrás, por trás de um negócio falido, Russell decidiu criar um novo podcast. Olhando nos dias de hoje, provavelmente aconteceu em um dos piores momentos da vida dele. Porém, hoje ele é muito grato por ter feito isso.

Russell havia demitido cerca de 100 funcionários, reduziu seu escritório de cerca de 22.000 metros quadrados para menos de 1.000. E lutando diariamente contra a falência.

Nos últimos anos, nesse podcast, ele documentou sua história desde quase falência para a construção de uma empresa de software que conta com mais de 100 mil assinantes.

Para Russell, praticamente todos problemas na vida podem ser consertados com um marketing de qualidade. “Você me dá qualquer problema no seu negócio ou na sua vida, e tudo irá se resumir a isso: Você é ruim de marketing. Esse é o problema.”

Está com dificuldades para conseguir uma boa namorada? Está sem dinheiro? Não consegue fazer novos amigos? Está em um emprego ruim? Tudo se resume a marketing. Russell passou toda sua vida estudando isso porque sabia que com um bom conhecimento em marketing, tudo se tornaria mais fácil e ele seria mais bem-sucedido.

Esse livro contém 99 segredos do marketing que Russell aprendeu nos últimos 20 anos. Ele categorizou seus segredos de acordo com seis princípios de marketing:

- 01 Fundações
- 02 Especialista
- 03 Ofertas
- 04 Funis
- 05 Vendas
- 06 Mentalidade



PARTE # 01

Fundações



Fernando Brasão
@fernandobrasao

SEGREDO #01

A sua opinião não importa



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #01 - SUA OPINIÃO NÃO IMPORTA

Muitos produtos e empresas ótimas quebram todos os anos por se basearem na opinião das pessoas. Sua opinião não importa.

E não é só a opinião de empresários que levam empresas à falência. Muitas vezes inclusive, deve se ter muito cuidado ao OUVIR opiniões dos clientes. Quando te derem um feedback de que sua oferta não está atrativa para eles, lembre-se disso: O que seu público diz e o que eles fazem às vezes são coisas totalmente diferentes.

Você pergunta para as pessoas se elas vão comprar X, Y, Z e todas elas gritam SIM! Mas depois você abre o carrinho e nada de vendas. Ou, em outros casos, as pessoas vão te dizer que elas não gostam do seu novo funil, porém 175 dólares depois, você leva essa opinião direto pro banco!

Um escritor deu a opinião de por que o vídeo que Russell havia criado não funcionaria. Acontece que nos primeiros sete dias da campanha, o vídeo gerou 150 mil inscrições, e, dentro de 6 semanas mais de 1,5 milhões.



Russell sempre que rodava testes para seus funis, ele tinha uma opinião formada em cada caso sobre qual teste seria o vencedor. E adivinha? Russell estava errado em 80 a 90% das vezes.

Como diria um amigo de Russell, esqueça o achismo e foque nos números: “O caminho é a matemática. Não a opinião.”

SEGREDO #02

*Terceirizar o Marketing é como
terceirizar o sexo*



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #02 - NÃO TERCEIRIZE O MARKETING

Marketing é o sexo dos negócios. É a melhor parte de cuidar do seu negócio. No casamento, o sexo gera filhos. Nos negócios, o marketing gera clientes.

Você é o cara do seu negócio, você conhece seu público melhor do que ninguém. Terceirizar o marketing irá prejudicar o potencial de crescimento de sua empresa a longo prazo. Quando você mesmo cuida do marketing da empresa, e não uma agência que tem dezenas de clientes, você consegue focar e compreender melhorias que precisam ser feitas. E assim você cresce de verdade.



SEGREDO #03

O Ovo e a Galinha do Marketing



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #03 - O OVO E A GALINHA DO MARKETING

Se você não enxergar que o marketing é a força vital do seu negócio, então você vai perder muito tempo e dinheiro na sua jornada .

Russell estava conversando com o pai de um amigo de seu filho, que trabalha no setor imobiliário. Então ele contou que um dos maiores agentes da área estava usando estratégias de marketing digital, e o homem então respondeu com uma clássica de “quem veio primeiro, o ovo ou a galinha?": “Bem, ele está vendendo milhares de casas por ano, então ele pode se dar ao luxo de fazer estratégias de marketing online.”

A verdade é que eles estão vendendo milhares de casas por ano justamente porque estão fazendo essa “estratégia de marketing”. Não é realmente um cenário “ovo e galinha”.

Em 2008, quando a economia quebrou, um grande número de empresas decidiram reduzir seus custos de marketing. É como cortar o oxigênio do seu cérebro para melhorar o seu corpo.

Lembre-se sempre:

Você não está no negócio de alguma coisa.
Você está no negócio de VENDER aquela coisa.

“Foi o Ovo e eu
tenho Provas!!”



SEGREDO #04

O Médico e a Maçã



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #04 - O MÉDICO E A MAÇÃ

Quem quer que tenha dito “Uma maçã por dia mantém o médico longe” foi muito esperto, pois nos negócios funciona da mesma forma que nosso corpo.

Em um funil mais complexo, existem milhares de variáveis para checar. Então o que seria a maçã no marketing? A resposta é simples: Webinários!

Chame do nome que quiser: aula online, treinamento online, imersão, oficina online, treinamento de vídeo, live... não importa. É você na câmera e ao vivo, falando para seu público uma vez por semana. Cada dono de empresa tem que se comprometer com um webinário ao vivo por semana.

Comece todo domingo as captações de cadastros. Faça isso até quinta-feira. Na quinta você faz o webinário e vende ao final dele, após a entrega de conteúdo.

Então, de sexta a domingo, você foca no replay. Envia e-mails, mensagens no whatsapp, SMS, sempre promovendo a sua oferta especial. Então no domingo, a oferta termina e você reinicia o processo.



SEGREDO #05

O que voce mede, Cresce!



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #05 - O QUE VOCÊ MEDE, CRESCE

Escolha alguns parâmetros que você quer acompanhar continuamente. Seja o faturamento, seja o número de seguidores, inscritos no canal do youtube, etc.

Cada segunda feira anote o valor que está no dia. Faça isso toda semana, sem exceção.

Coloque metas semanais e mensais e veja se você está conseguindo atingi-las e pense no que tem que adaptar caso não esteja conseguindo superar a sua meta desejada.

“Tudo o que você foca, cresce”.



SEGREDO #06

*Pare de Gastar Tempo
no Nivel B*



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #06 - PARE DE GASTAR TEMPO NO NÍVEL B

Russell tinha habilidades nível A, mas por muito tempo as aplicou em oportunidades nível B, como Arminhas de Batata e alguns Suplementos. Havia um teto para cada um desses empreendimentos e que nenhuma estratégia avançada conseguiria ultrapassar.

Você está em uma oportunidade nível A em todas as áreas de sua vida? Se não, mude. Elas geram o mesmo esforço que uma oportunidade nível B.

Um conhecido de Russell estava em uma oportunidade de negócio nível A e vendeu a empresa por 100 milhões de dólares. Ele não trabalhava tanto quanto Russell, mas a oportunidade permitiu esse tipo de crescimento.

Enfim, sempre procure e foque todas as suas energias em oportunidades nível A.



SEGREDO #07

*Compre para aprender
a vender*



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #07 - COMPRE PARA APRENDER A VENDER

Se você está querendo vender serviços de alto custo, olhe bem para os que você mesmo já comprou.

Russell pagou 100 mil dólares para fazer parte de uma mentoria e uma das razões que fez isso era pra sentir como é investir nele mesmo nesse nível, para que ele pudesse pedir para que os outros investissem nele nesse nível também.

Se você está perguntando para as pessoas se elas comprariam suas coisas, mas você mesmo não compra coisas assim, pode ser que exista uma incongruência nisso, principalmente se você é o mesmo público alvo dos seus produtos.

Russell disse a mentorados

Russell disse a mentorados: “Vocês deveriam lançar um programa de alto ticket, de cerca de 25 mil dólares.” No primeiro momento eles acharam que ninguém iria pagar isso. Até que Russell lembrou eles: “Mas vocês acabaram de me pagar isso, pelo meu programa.” Eles saíram dali, ofereceram e venderam 18 lugares, cada um por 25 mil dólares.

SEGREDO #08

O que fazer antes de criar



Fernando Brasão
@fernandobrasao



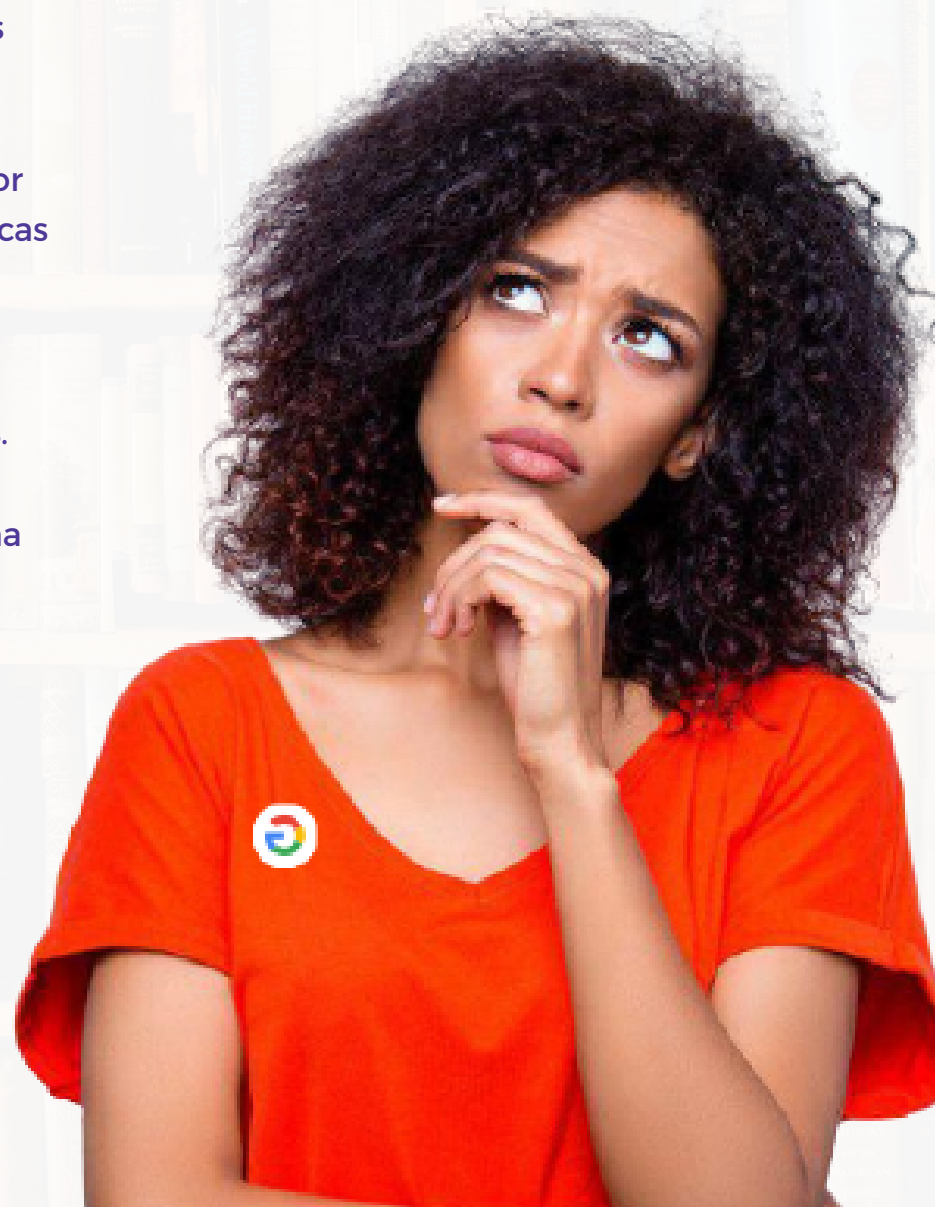
SEGREDO #08 - O QUE FAZER ANTES DE CRIAR

Caso você crie o produto primeiro, quando for escrever a carta de vendas, vai se sentir travado. Sem poder prometer coisas maiores, pois o seu produto não o faz. Já está criado.

Escreva a sua carta de vendas primeiro. Venha com a melhor oferta, com os melhores bônus e as reivindicações mais loucas que você possa imaginar.

Seu próximo trabalho será fazer com que seu produto corresponda com o que foi prometido pela carta de vendas.

Escreva a carta de vendas primeiro. Desenvolva o produto na sequência e baseado nela.



SEGREDO #09

A Zona Fértil



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #01 - A ZONA FÉRTIL

Existem três zonas: a zona maluca, a zona comum e a zona fértil. Apenas uma dessas faz dinheiro.

01

Zona Comum

Na escola, você aprende sobre nutrição. Contar calorias ou sobre a pirâmide alimentar. É muito chato. É muito comum. Podemos chamar isso de zona comum. Todo mundo sabe disso e é muito difícil vender qualquer tipo de infoproduto que ensina o que todo mundo já sabe.

02

Zona Maluca

A zona maluca está na extremidade oposta. Essas são as ideias malucas que você vê em imagens “clickbait” na parte inferior das postagens de blogs. A zona maluca para nutrição e perda de peso seria coisas do tipo: pegar todos seus nutrientes do sol (como falado... Realmente são loucas.) Você vai conseguir alguns compradores porém a grande parte do público nunca vai comprar.

03

Zona Fértil

No meio desses dois extremos está a zona fértil. Colocando manteiga no seu café para perder peso, esse é um exemplo da zona fértil. Não é no convencional, que ninguém vai te dar dinheiro, mas também não é na zona maluca onde as pessoas vão pensar que você é louco.

Russell tem amigos que são incríveis em ajudar os outros a perder peso, mas eles usam e citam coisas tão convencionais que é difícil de vender em escala para outras pessoas. A mensagem não traz nenhuma novidade para chamar atenção de verdade.

SEGREDO #10

Você está orgulhoso disso?



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #10 - VOCÊ ESTÁ ORGULHOSO DISSO?

Russell nunca vai se esquecer de um conselho que seu pai sempre lhe dava quando ele fazia algum serviço, como por exemplo, lavar o carro: ***“Russell, você está orgulhoso disso? Se você está orgulhoso disso, está feito.”***

No marketing, você ficará tentado a cortar atalhos. Muitas pessoas vão vender a você esquemas de ficar rico rapidamente e prometerão atalhos. Sempre esteja orgulhoso do seu trabalho e você sempre terá orgulho em dizer a todos qual o seu serviço ou produto. Essa confiança e orgulho fará de você mil vezes mais efetivo nas vendas.



SEGREDO #11

Torne-se à prova de roubo



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #11 - TORNE-SE À PROVA DE ROUBO

“As pessoas podem copiar suas coisas, mas não podem copiar o seu fogo.” Eles não podem copiar a forma como recebem sua mensagem, a sua comunidade, a sua ética, sua energia, o seu jeito único de ser.

Quando Russell lançou a Clickfunnels ele ficou com medo de que seus competidores copiassem seu código. Mas então se lembrou que a maioria dessas coisas já eram open sources.

De nada adiantaria terem apenas os códigos, porque a formação de um império vai muito além de informações e conhecimentos.

Foque nas partes do seu negócio que são à prova de cópia. Foque na sua equipe, na sua ética de trabalho, no seu caráter, na sua mensagem e na sua energia. Crie algo único, que não seja facilmente copiado e sem diferenciação clara.

Nota do Brasão

O maior problema que existe hoje no mercado de dropshipping e PLR é exatamente essa falta de barreira de entrada e diferenciação. É muito simples de ser copiado se você não cria um algo a mais. Se você não tem um branding ou um personagem atrativo que seja o especialista do seu produto.

SEGREDO #12

O Manifesto



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #12 - O MANIFESTO

As pessoas têm medo de sair da zona de conforto e mudar, porque o futuro é desconhecido e parece incerto. Crie um manifesto que defina a sua causa e mostre sua visão do futuro para que eles sejam instigados a agir.

Todos os negócios precisam de um manifesto. Um documento que descreva o que acreditam, quem são e quem eles não são.

São essas palavras do manifesto que irão repelir as pessoas que não são seu público alvo e atrair aquelas que são.

Anuncie para o mundo o que você é, o que você defende e o por que o seu movimento é melhor que do seu "inimigo".



"Assista o video do manifesto da Apple (Think Different)"

SEGREDO #13

*Vender é a única coisa que
importa*



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #13 - VENDER É A ÚNICA COISA QUE IMPORTA

Michael Masterson escreveu um livro chamado “Ready, Fire, Aim” e nele dizia: “A única coisa que importa, se você quer começar do zero e ir para milhões de dólares, são as vendas. Vendas são a única coisa que importa.”

A maioria das pessoas quando começam em um negócio focam em fazer seu website perfeito, arrumar o escritório, gerir a administração, a marca, o design da logo, etc. É como se tudo isso fosse um pontinho quando comparado com as vendas. Tudo que você foca e faz, deve convergir para o seu único objetivo final, que é a VENDA.

Quando você começa a vender, você começa a ver o que funciona e o que não. Você pode então ir para as otimizações e melhorias. Mas sempre com o único intuito de gerar mais vendas. Vender imediatamente é de longe a melhor forma de começar a crescer.

Russell recomenda que no começo é válido gastar um dia inteiro por semana apenas na venda. Faça uma live, um webinar e tenha certeza de que toda a equipe está alinhada nas vendas naquele dia.

Todo mundo na sua empresa deve saber que a sua primeira prioridade, sem considerar a função principal do seu trabalho, é VENDER.



SEGREDO #14

*Por que oferecer com
frequência?*



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #14 - POR QUE OFERECER COM FREQUÊNCIA?

Não presuma que todos em suas redes e em sua lista já ouviram seu pitch de vendas. Você ficaria surpreso com quantas pessoas você converteria se oferecesse seus produtos e serviços com mais frequência e regularmente.

Depois de um ano e meio falando incansavelmente sobre a Clickfunnels e oferecendo ela em todas as possibilidades possíveis, a equipe de Russell decidiu fazer um último webinar antes de subir o preço.

Imagine a surpresa de Russell quando tiveram mais de 7500 inscrições no webinar e fizeram quase 750 mil dólares em vendas! A mesma oferta que estavam promovendo por dois anos e meio explodiu. Por quê? Pois eles decidiram fazer disso um evento.

Webinários ao vivo são as melhores formas de venda. Russell recomenda que você faça seus webinários sempre ao vivo, por pelo menos um ano, e que vá aperfeiçoando, antes de automatizá-lo. Não existe nada melhor e que engaje mais, do que pessoas reais criando um evento ao vivo.

Ele lembra de escutar Deagan Smith falando sobre com que frequência ele envia e-mails para sua lista (por volta de nove vezes por dia) Ele está no ramo de relacionamentos. Ele diz: “Russell, você precisa entender. Meus clientes estão em minha lista com finalidade de entretenimento apenas. A maioria deles tem namoradas e querem aprender, mas não estão com alguma dor. Quando suas namoradas terminam o relacionamento é quando o que eu vendo realmente importa. Eu preciso ter certeza de que no instante que isso aconteça, eu quero estar no topo dos seus e-mails.”

Lembre-se

Você nunca vai saber quando seu público estará com uma dor e pronto para o que você está oferecendo, então promova frequentemente e com constância.

SEGREDO #15

A Arrogância do primeiro acerto



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #15 - A ARROGÂNCIA DO PRIMEIRO ACERTO

Quando você tem sua primeira grande vitória em empreendedorismo, você pensa ser invencível. Uma vez, um grande marketeiro chamado Robert Hirsch falou à Russell: ***“Eu me recuso a trabalhar com empreendedores que acham que são melhores do que realmente são.”***

Quando acertamos a primeira grande vitória, o perigo é que ficamos muito arrogantes com nossa própria grandiosidade. Não vemos todos os outros fatores que contribuíram para o sucesso.

Até que então você atinge o fundo do poço. Tem a chance de se reconstruir. Talvez até atinja o fundo do poço novamente. E aí finalmente poderá receber a dádiva da humildade.

O orgulho quase garante que o ciclo do fracasso aconteça com você, então faça o que for preciso ser feito para permanecer humilde e sempre aprendendo.



SEGREDO #16

Chumbo ou Ouro



Fernando Brasão
@fernandobrasao

SEGREDO #16 - CHUMBO OU OURO

Caso Russell não tivesse um prazo para lançamento da Clickfunnels, nunca teria sido feito. E não importa se seu prazo é uma semana, ou um mês ou até um ano, pois o relógio bate meia noite e você estará trabalhando uma noite inteira e fazendo o que for preciso para ser lançado.

Sempre transforme seus prazos fáceis de serem realizados em difíceis e mais apertados. Anuncie em uma mídia social ou na sua lista. Crie um evento grande.

Pendure lembretes na parede. Chumbo ou ouro. Isso vai te ajudar a cortar todas as porcarias desnecessárias que você acha que precisa fazer antes do lançamento e focar no que realmente é ouro e necessário para o seu negócio.



SEGREDO #17

Risco de Criar Mercados



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #17 - O RISCO EM CRIAR MERCADOS

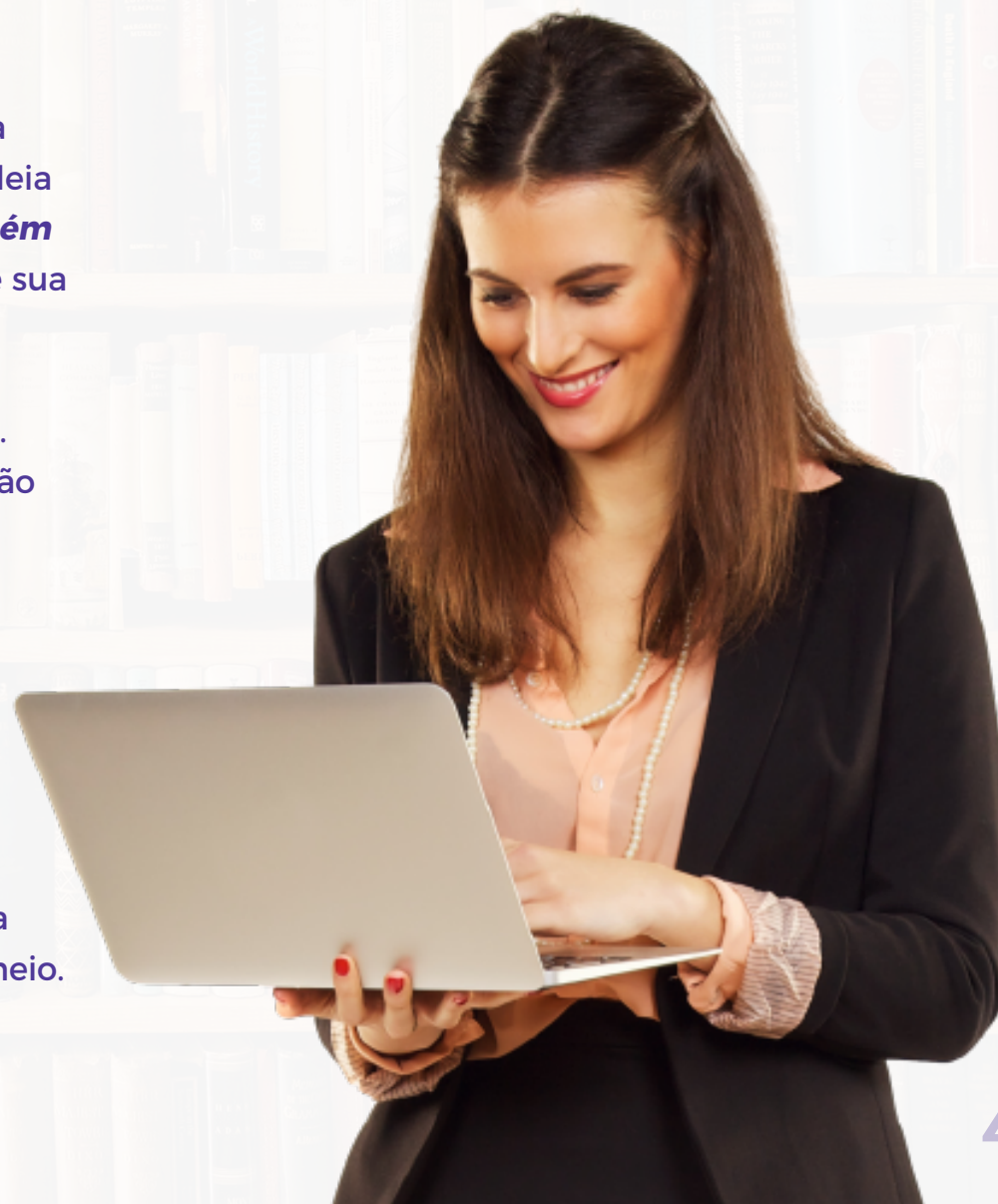
Não se apaixone com um produto ou ideia; ao invés disso se apaixone por um bom mercado.

Uma vez um homem pagou ao Russell 10 mil dólares para participar de um seminário. Ele estava convencido que a ideia do produto dele seria incrível: ***“Há um mercado que ninguém está explorando ainda...”*** Se você consegue falar isso sobre sua ideia, tenha medo.

Se existe competição é evidente que já existe um mercado. Você não quer trazer um produto para o mercado que já não exista. Então, qual a sugestão?

- 01 Ache um bom mercado.
- 02 Pergunte a eles o que eles querem.
- 03 Dê isso a eles.

Não queira ser o gênio disruptivo e inovador e ir contra as estatísticas. Foque num mercado bem aquecido e construa produtos para eles. Uma hora ou outra você acertará em cheio.



SEGREDO #18

Proteja o Espaço em sua
Prateleira



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #18 - PROTEJA O ESPAÇO EM SUA PRATELEIRA

Em um supermercado como Walmart, existe um número certo de prateleiras. Cada item colocado em suas prateleiras é analisado com base em sua performance. Se um produto não está indo bem, eles removem da prateleira para abrir espaço para uma melhor opção. Eles protegem o espaço em suas prateleiras.

Mas no online, isso é difícil. Nossos produtos são digitais. Não ocupam espaço físico, mas temos que nos lembrar que eles nos ocupam, e podem tirar o nosso foco dos produtos realmente promissores.

Aconteceu isso com Russell e a ClickFunnels. Ele teve que abrir mão de bons projetos, para poder focar realmente no seu projeto principal e fazê-lo crescer.

A parte difícil para os empreendedores é que temos muitas boas ideias. Elas não são ruins! Porém em um mar de ideias, as meras boas ideias tornam-se verdadeiros inimigos das ideias de fato grandiosas.

Sempre analise sua “prateleira” e limpe qualquer coisa que não esteja te levando à alta performance.



SEGREDO #19

Polaridade



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #19 - POLARIDADE

Você tem que estar presente sempre na mente dos seus clientes, o tempo todo. Para isso acontecer, seu trabalho é ser especial e único.

Polaridade é o oposto de neutralidade. Você está em um negócio para fazer dinheiro, não para fazer todo mundo feliz.

Dan Kennedy

“Se você não ofendeu alguém durante o dia, você não está fazendo certo.”

O fato interessante sobre a polaridade é que quando você faz com que um grupo de pessoas não goste de você, as pessoas que te amam começam a te amar 10 vezes mais!

A maneira certa é se posicionar sobre um problema, fazer o que você quer e apoiá-lo. O caminho errado é criar uma campanha de difamação ou ódio contra um concorrente apenas pra fazer barulho no mercado. Não procure problema.

Apenas seja você mesmo e não tenha medo de ser controverso ou polêmico.



SEGREDO #20

O Plantio e a Colheita



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #20 - O PLANTIO E A COLHEITA

Russell era muito ruim no Wrestling quando começou. Então ele encontrou um rapaz para ser seu mentor. Adivinhe o que aconteceu quando Russell foi assisti-lo no torneio?

Seu mentor foi jogado de um lado para o outro como uma garotinha. Ele havia escolhido o mentor errado. Não havia como ele ter um caminho de sucesso, se ele fosse trilhar o mesmo caminho daquele rapaz.

O segredo para o marketing e para a vida, é achar alguém que tenha o resultado que você deseja, segui-lo e semear em sua vida as mesmas coisas que ele semeou em sua vida.





PARTE # 02

Especialista



Fernando Brasão
@fernandobrasao



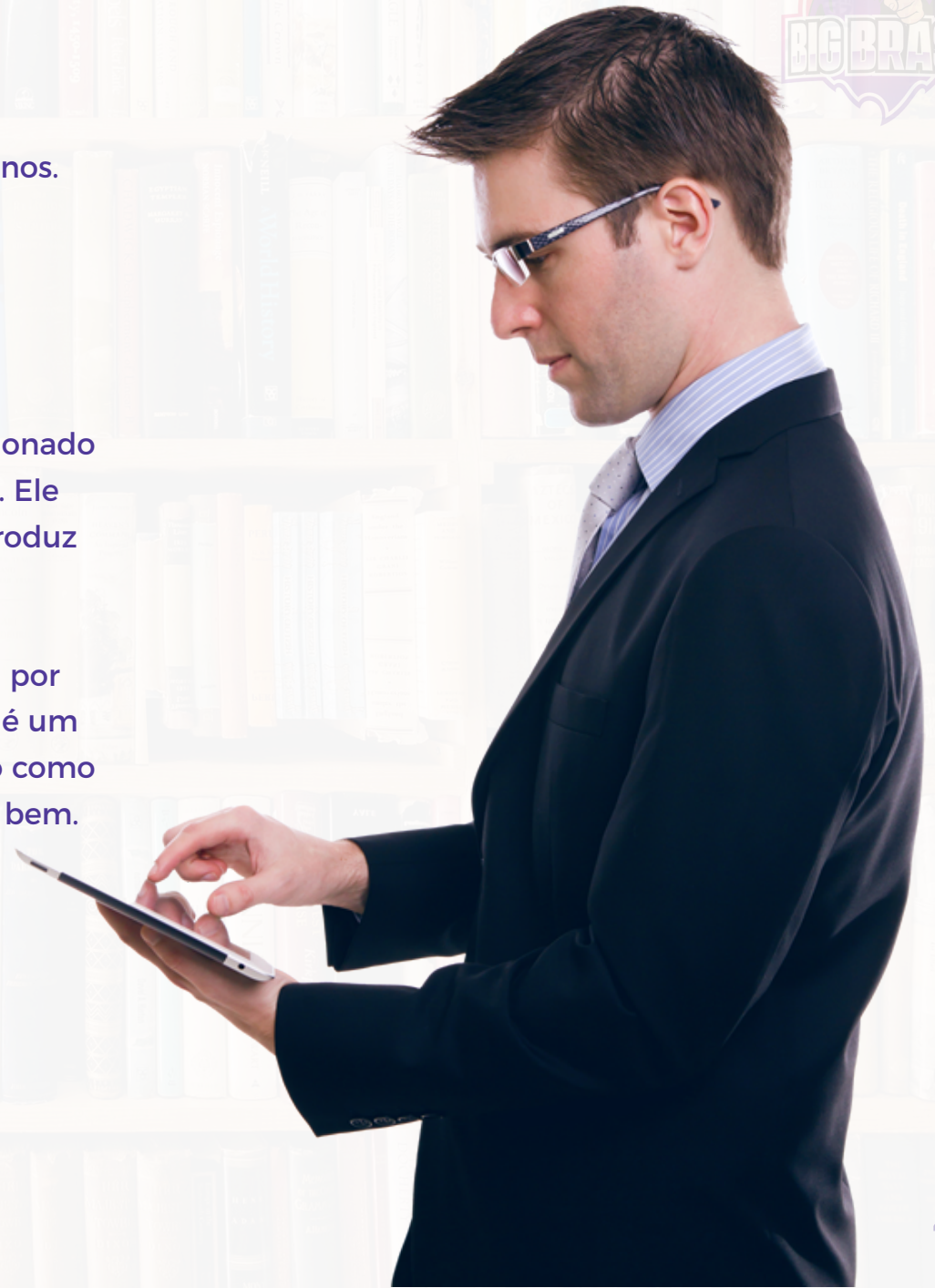
PARTE #02 - ESPECIALISTA

Muitos produtos e empresas ótimas quebram todos os anos.

Os negócios estão se tornando cada vez mais transformacionais. Trata-se de criar uma comunidade e descobrir como servi-los da melhor forma possível.

Parte do sucesso da Clickfunnels está diretamente relacionado com o posicionamento de Russell como um especialista. Ele dá, ele ensina, ele inspira - e isso cria uma cultura que produz fãs leais em vez de meros clientes.

Existem marcas multimilionárias que criam uma cultura por trás de personagens atraentes. Pense sobre a Oprah. Ela é um exemplo perfeito de um império dirigido por ela mesmo como a especialista. Sua imagem e mensagem vendem muito bem.



SEGREDO #21

O Poder da Raridade



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #21 - O PODER DA RARIDADE

Dê muito acesso a você mesmo e a seus produtos, e seus clientes ficarão entediados.

O primeiro seminário que ele participou falando foi incrível pois eles o apresentaram como um cara underground, de resultados e que nunca fala. Com o tempo, quanto mais ele palestrava, mais isso foi diminuindo.

Quanto mais raro o item, mais valioso ele é. Uma noite, Russell ficou até tarde navegando no eBay e encontrou um curso em CD do Chet Holmes. Estavam faltando duas das quatro aulas e ele então desistiu de comprar (mas colocou na wishlist).

Russell voltou um pouco depois e viu que alguém também tinha colocado aquele item em sua wishlist. Agora, como só havia um item e outra pessoa também estava querendo, Russell ficou **REALMENTE** interessado. Mesmo com o preço alto e as aulas que faltavam, ele não podia deixar passar. Então, ele comprou imediatamente.

Se você está tentando vender seus serviços, aplique a estratégia da raridade para criar mais demanda. Isso pode ser feito através de lista de espera e quantidades limitadas.





Se você é um blogueiro ou um criador de conteúdo informativo, comece a escrever menos. Convide outros experts para escrever, de forma que, quando você publicar algo que você mesmo escreveu, seja mais valorizado.

Dan Kennedy

Um dos mentores de Russell, Dan Kennedy fala que você deve se posicionar como o “guru da montanha”. Não de uma forma estranha do tipo “eu sou perfeito”, mas para criar uma distância entre você e seu público, para que eles tenham que pagar mais quanto mais perto quiserem chegar de você.

As pessoas podem ver aonde você está, porém não podem chegar diretamente a você. Eles têm que comprar para chegar cada vez mais perto.

Tente fazer algo raro e observe o desinteressado se tornar um cliente ávido.



SEGREDO #22

*Torne-se uma pessoa
de valor*



Fernando Brasão
@fernandobrasao

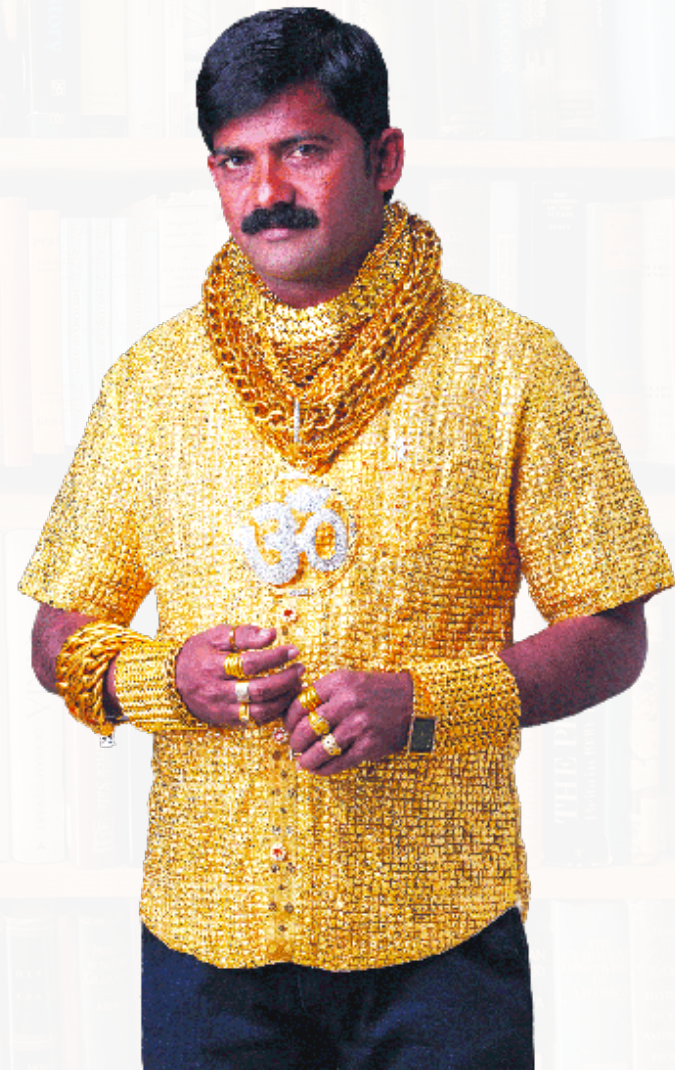
SEGREDO #22 - TORNE-SE UMA PESSOA DE VALOR

Albert Einstein

“Tente não se tornar uma pessoa de sucesso mas ao invés disso, tente tornar-se um homem de valor.”

Russell começou a fazer algumas pesquisas sobre o que significava se tornar uma pessoa de valor e foi quando ele começou a olhar em volta do mundo dele se perguntando: “quem eram as pessoas que estavam adicionando valor na minha vida?” E essas pessoas, em 2012, tinham podcasts. Russell pensou: “essas pessoas estão agregando valor gratuito à minha vida e são pessoas incríveis!”

Se você quer se tornar um especialista e crescer um público que confia e compra de você, faça como sua primeira prioridade, se tornar uma pessoa de valor na vida delas!



SEGREDO #23

O Personagem atrativo



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #23 - PERSONAGEM ATRATIVO

As pessoas compram daqueles que são uma inspiração a elas.

Russell e sua esposa foram a um show da Lindsey Stirling. Durante o show ela fez uma coisa que demonstrou como a estratégia do “personagem atrativo” é forte para criar vínculo com seu público:

Primeiro, ela saiu e cantou duas ou três músicas. As pessoas estavam explodindo e indo a loucura. Então ela teve que fazer uma pausa pra fazer uma troca de figurino. Quando ela saiu do palco, uma tela surgiu com um clipe de filme que começava com: Eu acho que não fui oficialmente apresentada ainda.

Era um filme mostrando a vida dela desde bebê, a fase de criança, adolescente e jovem adulta. Ela mostrou seu dia a dia e sua jornada para se tornar uma estrela dos palcos como era hoje. Em três minutos, ela criou uma ligação com seu público que fizeram eles a amarem ainda mais.

Repita essa mesma coisa com suas ofertas.

Lindsey tocou duas ou três músicas primeiro. Ela deu ao público o que eles queriam. Você faz o mesmo. Talvez eles queiram um presente ou download grátis, ou qualquer outra coisa que tenha sido usado como isca. Uma vez que você conseguiu colocar eles dentro, BOOM! É quando você começa a apresentar seu personagem atraente e a criar a conexão com ele.

Lembre-se

É um processo de duas etapas porque você precisa primeiro entregar o que eles querem. Você precisa colocá-los pra dentro da porta. Depois, você pode começar o processo de criar relacionamento e uma das maneiras mais inteligentes de fazer isso é apresentando seu personagem atraente.

SEGREDO #24

O Héroi das duas Tornadas



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #24 - HERÓI DE DUAS JORNADAS

Para construir o seu personagem atrativo, você deve mostrar pra eles a jornada que você traçou pra chegar aonde está hoje.

Toda boa história tem três partes: um personagem, um desejo e um conflito.

Chapeuzinho Vermelho

Ela é o personagem atrativo. Ela tem um desejo: Eu quero levar para minha avó uma sacola de guloseimas.

E depois um conflito que é o Grande Lobo Mau que quer comê-la durante seu caminho. Três componentes principais. Não é necessário apenas destacar os desejos dos clientes em sua história. Você tem que ter um conflito, pois é de onde a emoção vem. As pessoas compram com suas emoções e justificam suas compras com a lógica.

Essa é a primeira jornada. Chapeuzinho Vermelho quer levar cookies para sua avó.

Porém, para o público o que realmente importa? Queremos ver a transformação. Essa é a segunda jornada.

A transformação acontece INTERNAMENTE ao longo do caminho. Talvez a Chapeuzinho Vermelho aprenda como enfrentar seus medos. Talvez ela converta o Grande Lobo Mau em Grande Lobo do Bem. Nós precisamos de ver transformação e essa jornada é ainda mais forte que a primeira.

Quando você está introduzindo o seu personagem atrativo ao público, junte essas duas jornadas. Talvez você tenha alcançado a riqueza e conseguido a casa e o carro dos seus sonhos. Mas por que isso é importante? Que significado você descobriu e qual transformação aconteceu durante o caminho? Quando eles veem o significado por trás do objetivo, eles vão identificar os mesmos desejos que eles têm e assim irão comprar.

SEGREDO #25

Os Cinco Pontos do Conflito



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #25 - OS CINCO PONTOS DO CONFLITO

Os conflitos durante a jornada são os que trazem emoção para a história e fazem com que nos preocupamos com o objetivo.

Então, quando você estiver realmente contando sua história, tenha certeza que você acerte os cinco pontos do conflito:

01 A Oportunidade que eles aproveitam

Na história de Russell, é essa ideia que ele pode fazer dinheiro online. Ele estava tão animado que decidiu vender um DVD de como fazer armas de batata.

02 A mudança no Plano

Tudo estava indo bem no negócio da arminha de batata, até que o Google mudou seu algoritmo e Russell perdeu seu ranqueamento e não aparecia mais nos resultados de pesquisa. Essa parte da história revela que independente do mapa que você está usando na sua jornada, agora existe uma nova rota diferente.

03 O Ponto sem volta

Você já assistiu o filme “A Firma”? O advogado nesse filme teve a oportunidade de trabalhar em um dos melhores escritórios de advocacia do mundo. Só que então ele percebe que eles eram bandidos. O FBI entrou em contato com ele para que ajudasse a pegar esses caras. Agora ele está num ponto sem volta. Ele tem que ir trabalhar com o FBI para derrubar os caras que ele pensava que eram o seu futuro ou então ele terá que trabalhar para a máfia.

04

O Grande Recuo

Em todos os filmes, existe um ponto na história que você pensa que toda esperança havia sido perdida. Quanto mais difícil for o obstáculo, maior é a emoção atribuída. É aí que você finalmente encontra aquele pequeno facho de esperança.

05

O Clímax

Essa é a batalha final. A guerra e o momento da história que tudo que você trabalhou irá gerar frutos. O personagem achou o fio de esperança do quarto ponto de conflito e está pronto para chegar a seu objetivo. Ganhar ou perder, tudo está em jogo. A essa altura, seu público está realmente envolvido no resultado, pois houve emoção e drama durante todo o caminho.



SEGREDO #26

Construindo Cultura



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #26 - CONSTRUINDO CULTURA

Crie uma identidade e uma comunidade, de forma que seu cliente possa se sentir pertencente.

Russell mudou o nome do grupo do Facebook de ClickFunnels para Funnel Hackers. As pessoas não gostam de vincular seu nome a marcas, mas sim a movimentos, estilos e grupos.

Russell chega a gastar \$100 mil dólares por mês com as camisetas que dão de graça aos clientes. Ele diz que isso é importante para criação da cultura e que várias pessoas se recusam a cancelar, por se sentirem acolhidos e pertencentes.

Seus melhores clientes se tornarão evangelistas delirantes quando você der uma identidade (nome, camiseta, valores, hashtags, mantras) que eles conseguem usar.

Cultura requer um conjunto de acordos. Escrever um conjunto de acordos para você e sua equipe tornará as suas mensagens de marketing cada vez mais fortes.



SEGREDO #27

O Posicionamento Mortal



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #27 - O POSICIONAMENTO MORTAL

Quando você se posiciona no mercado como infalível, você para de tomar riscos e isso será o começo do seu fim. Você tem que estar na cabeça das pessoas todos os dias e todo o tempo. O melhor jeito de fazer isso talvez seja tentando alguma coisa nova e legal, criando uma atmosfera onde as pessoas querem saber o que você está fazendo e como está indo (mesmo que seus testes estejam dando errado).

Russell conversou com um guru uma vez. Ele estava com tanto medo de fazer alguma coisa arriscada que isso iria perturbar sua posição no mercado. Assim, ele acaba se tornando irrelevante e sem ousadia alguma em novos testes e em liderar o mercado.

Russell conseguiu construir uma imagem que está sempre fazendo testes e que pode errar e inclusive compartilha os aprendizados desse teste, sem perder seu status.

Em alguns episódios do seu podcast, estava tão claro que Russell estava deprimido e com medo. Em outros, ele estava eufórico após uma grande vitória. Independente do que seja, ele teve que compartilhar a verdade por causa do seu posicionamento.

Pegue um posicionamento que te permita falhar e voltar novamente.

Lembre-se

Não entre no mercado com a imagem de um guru infalível. Esse é o caminho mais rápido de cair e se tornar irrelevante.

SEGREDO #28

Como Permanecer Relevante



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #28 - COMO PERMANECER RELEVANTE

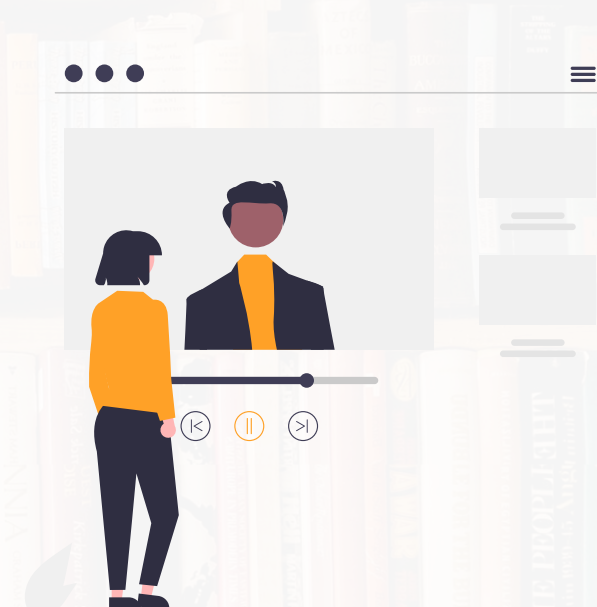
Em um minuto você está no topo, no próximo minuto não está mais.

Primeiramente, você deve SEMPRE aprender a crescer. Pessoas que se agarram a uma única ideia e se recusam a aprender novas técnicas, irão morrer com ela.

Às vezes Russell pensa que nos tornamos tão bons no que fazemos que ficamos arrogantes ou paramos de tentar crescer. Se você está indo bem, não importa. Você deve continuar estudando o máximo que puder com muitas pessoas pois você não está acima disso. Você sempre poderá aprender com novas pessoas.

Para se manter relevante, você tem que semear. Criar conteúdo e agregar valor leva tempo pois não há atalhos para construir um legado nos negócios. Talvez seja um podcast, um livro, um show no Youtube, um blog. Pegue alguma coisa que você possa fazer crescer e amadurecer com o tempo. Anúncios e e-mails são ótimos para vendas, mas eles desaparecem. Crie ativos que perdurem com o tempo.

Uma das melhores coisas que você pode fazer para permanecer relevante é criar relacionamentos com as pessoas que vão estender sua mensagem. Plataformas e estratégias vem e vão, mas os relacionamentos e o networking vão durar muito mais que todas as tendências.



SEGREDO #29

Os 100 dos sonhos



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #29 - OS 100 DOS SONHOS

Ache 100 pessoas com quem você pode criar relacionamentos e sua empresa vai crescer mais do que você jamais imaginou. Os 100 dos sonhos fez mais para o Clickfunnels que qualquer outra estratégia.

Russell tinha colocado a meta de vender 50 mil livros em 30 dias. Era um objetivo ousado e eles sabiam que só conseguiriam fazer isso se fossem atrás dos 100 dos sonhos e fazer eles promoverem o livro.

O que todos viram foi a intensa turnê do livro onde Russell fez entrevista com todos esses influenciadores.

Eles enviaram três presentes para os 100 dos sonhos antes do lançamento. Eram presentes legais e os três primeiros capítulos do livro. O objetivo deles com essas três caixas era para as pessoas se animarem e para conseguir com que os influenciadores fizessem uma entrevista ao vivo no Facebook sobre o livro com Russell durante o lançamento.

Uma das únicas coisas que eles fizeram durante a turnê virtual do livro foi que marcaram entrevistas com os influenciadores que tinham muitos seguidores e, em seguida, logavam suas contas de anúncios no Facebook e pagavam para impulsionar os anúncios da live. Então era a conta do Facebook deles, com o dinheiro de Russell, promovendo o link de afiliado deles. A essa altura, tudo que eles tiveram que fazer eram as entrevistas – a empresa de Russell pagava por todo o tráfego e eles ainda ganhavam a comissão de afiliado!

Lembre-se

Somente uma conexão e estratégia inteligente usando os seus 100 dos sonhos, pode aumentar seu negócio em até 10 vezes da noite para o dia.

SEGREDO #30

Atraindo o Cliente correto



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #30 - ATRAINDO O CLIENTE CERTO

Quando Russell parou de atrair iniciantes que queriam uma nova oportunidade e começou a atrair proprietários de empresas, tudo mudou.

No começo da carreira dele, as iscas que Russell usava eram mais sobre oportunidade de negócios do que crescimento de negócios. Coisas do tipo "Crie sua primeira empresa online" e "Como começar e fazer seu primeiro dólar online". Ele criou um grande negócio, mas essa é uma multidão difícil, porque esses iniciantes buscadores de oportunidades geralmente estão pulando de ideia em ideia.

Russell teve que mudar sua isca. Quando ele escreveu o livro "108 Testes A/B" ele atraiu o seu público correto. Só sabia o que eram Testes A/B quem já estava no mercado e que queriam crescer seu negócio online.

Você não terá muitas pessoas quando faz uma isca específica como essa, mas as pessoas que você atrai são altamente qualificadas. De preferência, ofereça essa isca para ser enviada, em uma oferta de grátis + frete. Assim você pode falar que é grátis, mas ainda colocam o cartão e se tornam clientes.

Lembre-se

Leads qualificados são muito mais importantes do que o tamanho ou quantidade da lista. Russell mesmo não tem iscas apenas gratuitas. Elas consistem em formatos de grátis + frete, para que transforme as pessoas imediatamente em clientes. As pessoas devem se tornar clientes para fazer parte da lista. Quando você começar a ver a criação da lista nessa perspectiva, torna-se claro que sua isca deve ser REALMENTE boa para levá-los a comprar imediatamente e entrar para sua lista.

SEGREDO #31

Equipe nível A x B



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #31 - EQUIPE NÍVEL A X B

Você não deve ser a pessoa mais inteligente da sua empresa. Tudo cresce quando você se cerca de colaboradores nível A. E quando você investe em um jogador A, eles são extremamente mais produtivos que os jogadores nível B.

Quando você está apenas começando, você deve tentar ter jogadores B ou C porque é mais barato, mas na realidade esse será o caminho mais longo e caro, no longo prazo. Um jogador A pode fazer o trabalho de 10, 15 ou 20 pessoas menos experientes.

Russell no passado, tinha seis programadores em tempo integral tentando construir o software do seu carrinho de compras. Eles gastaram cerca de 3 anos e mais de 300 mil dólares trabalhando nisso, e nunca tinham algo pronto para usar. Todd entrou para empresa e olhou para o software do carrinho de compras que eles estavam pensando em usar e gastou os próximos dois dias reconstruindo-o do zero... E funcionou! Como um jogador A, ele levou apenas dois dias para fazer o que seis jogadores B não conseguiram fazer em 3 anos.

O melhor jeito de conseguir achar jogadores A é contratar três pessoas para fazerem um pequeno projeto. Pague pelas 3 versões que você precisa.

Escolha o melhor e dê a ele o próximo projeto. Se ele fizer bem, entregue mais. Assim, você sempre terá jogadores nível A.



SEGREDO #32

Não seja um amador



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #32 - NÃO SEJA UM AMADOR

Amadores focam no frontend. Especialistas focam no backend.

Um dia, o limpador de carpete de Russell entrou em sua casa e ao longo da conversa, Russell lhe perguntou: você já usou esses sistemas de cupons em grupo, estilo o Groupon?”.

Ele respondeu: “Sim, foi terrível, uma das piores coisas que fiz na minha vida.” Então Russell assustado perguntou “Sério? Como assim?”. E o rapaz respondeu: “Bem, eu fiz uma promoção e fechei cerca de 150 clientes. Mas fiz o trabalho e não me deu retorno financeiro.”

Ele não havia entendido o conceito de Lifetime Value. Russell só o havia conhecido e contratado graças a uma dessas ofertas de cupom. E desde então, já havia o contratado por cerca de 6 ou 7 vezes e gastado milhares de dólares com ele.

Russell prefere perder 20, 30, 40 ou até 50 dólares na venda inicial, se isso o levar a adquirir um cliente fiel. Esse cliente irá frequentemente comprar de você.



SEGREDO #33

Uma década em um dia



Fernando Brasão
@fernandobrasao



SEGREDO #33 - UMA DÉCADA EM UM DIA

Você se torna expert em algo mais rápido quando você adquire o conhecimento de outra pessoa, que levou décadas para absorvê-lo.

Tony Robbins: “Uma década em um dia”. Ele falava sobre os autores que gastam dez anos para aprender alguma coisa e então escrevem um livro. Depois qualquer pessoa pega o livro e aprende em um dia o que levou a alguém uma década para aprender.

Na empresa de Russell, ele contrata experts todo o tempo para pegar uma grande quantidade de informações rapidamente.

Eles fizeram isso com Neil Patel, e pagaram a ele \$25mil dólares por um dia, quando precisaram aprender sobre (SEO) e marketing de conteúdo.

Se você precisa de alguma coisa e você está lendo e estudando mas não está implementando, talvez seja por uma dessas duas razões:

- 01 Talvez você não tenha feito um investimento grande o suficiente.
- 02 Talvez você precise de um empurrãozinho inicial de um expert para seguir em frente.

Lembre-se

Todos os empresários têm a limitação mais cruel de todas: TEMPO. O atalho para adquirir experiência é pagar para ter o conhecimento de décadas de alguém, repassando para você em um dia, e fazendo o investimento que for necessário para isso.

Gostou da Live e do ebook?!

Gostaria de ter acesso aos outros 2 conteúdos desse livro (A parte 2 e a parte 3) e ter acesso a todas as LIVES e EBOOKs já feitos do Projeto Livros da Gringa, tudo organizado numa área de membros bonita?

[Clique aqui para saber mais](#)

MUITO OBRIGADO!

Aproveite e venha falar comigo!



@fernandobrasao



contato@fernandobrasao.com