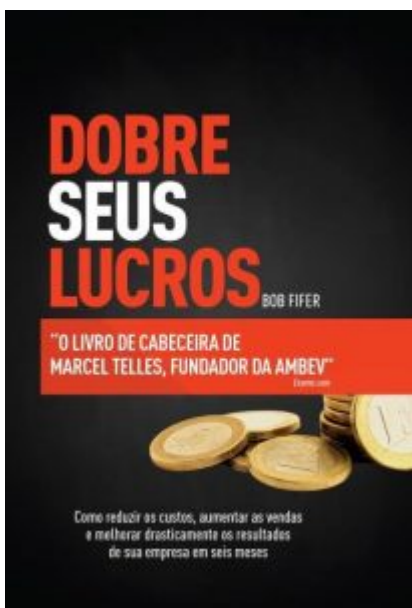


Resumo do Livro Dobre Seus Lucros, de Bob Fifer,

Seis meses ou menos é o tempo que você leva para aumentar as suas vendas e jogar os resultados da sua empresa nas alturas. Isso é o que garante o livro [Dobre Seus Lucros](#), Bob Fifer. Mas, para conseguir essa façanha, é preciso seguir um plano.



Bob Fifer é formado pela Harvard College e Harvard Business School. Com apenas 29 anos de idade, ele assumiu a cadeira de CEO da Kaiser Associates. Atualmente, atua como consultor financeiro e o seu livro vem sendo considerado uma leitura obrigatória pelos gestores de sucesso, entre eles, [Jack Welch](#), da GE.

Você está convidado a conhecer conosco o guia de Fifer de multiplicação dos lucros. O trabalho dele é amparado em uma pesquisa realizada entre várias empresas americanas.

Dobre seus lucros com foco no que interessa

De acordo com o livro Dobre Seus Lucros, empresas menos lucrativas inevitavelmente afundam na mediocridade em todos os

sentidos – moral, qualidade de produtos etc. Ao contrário, na outra ponta, estão as companhias que dispõem de dinheiro para valorizar os seus funcionários, investir em desenvolvimento profissional, em novos produtos e tecnologias etc.

Assim, o primeiro passo para ir bem longe com o seu projeto de impulsionar os resultados da sua empresa é colocar o foco principal nos lucros. Essa é uma regra de ouro.

Mas, para aumentar o lucro, você precisa trabalhar em 3 pilares:

1. Sua cultura
2. Seus custos
3. Suas vendas

Vamos falar um pouco mais de cada um desses pilares.

1. A cultura lucrativa



O livro Dobre Seus Lucros defende a meritocracia como base do

processo de melhoria contínua em busca de um lucro cada vez maior. Ou seja, para criar uma cultura vencedora, o certo é abrir oportunidade para que todos os funcionários cheguem ao topo. No entanto, apenas os melhores devem completar o percurso e serem recompensados.

Dicas do autor para espalhar a [cultura](#) de sucesso na sua empresa:

- Foque no que é importante, ou seja, nos resultados da empresa.
- Não construa processos novos, a menos que seja absolutamente necessário.
- Defina a missão da empresa e certifique-se de que todos os funcionários a conheçam e entendam.
- Nunca se desculpe pelo esforço de maximizar os lucros.
- Não perca tempo quantificando um problema cuja solução já é conhecida.
- Atribua urgência para as coisas importantes, sempre estabelecendo prazos realmente curtos.
- Mantenha uma escassez de recursos, para que as pessoas consigam separar as tarefas produtivas das demais.
- Seja o melhor: os melhores serão recompensados.

2. Redução de custos



Não dá pra brincar com esse assunto. E o autor do livro *Dobre Seus Lucros* afirma que os custos devem ser categorizados entre estratégicos e não-estratégicos.

Os custos estratégicos são os gastos com coisas que claramente acrescentam ao negócio e melhoram áreas, como o comercial, marketing e P&D (Pesquisa e Desenvolvimento).

Os custos não-estratégicos são aqueles necessários para gerir o negócio, mas que não trazem diretamente melhoras ou lucros, por exemplo, uma reforma do escritório da empresa.

As 2 regras para reduzir gastos e gerir uma empresa são: superar os competidores em relação aos custos estratégicos e não medir esforços para cortar os custos não-estratégicos.

Cortando os custos não-estratégicos

As regras de cortes valem não somente para os momentos de vacas magras, mas nos momentos bons também. Ou seja, a empresa não pode medir esforços para reduzir ao máximo os custos não-estratégicos.

As dicas do livro *Dobre Seus Lucros* são:

- Analise cada custo e tenha em mente que não existem “custos intocáveis”. Em outras palavras, qualquer custo pode ser eliminado, a menos que se prove o contrário.
- Corte primeiro e pergunte depois. Cautela do gestor na hora de cortar custos pode ser um grande erro.
- Tome decisões rápidas e não perca tempo analisando pilhas de dados, se você não precisar deles de fato. Um bom gestor faz 1% do trabalho, mas contribui com 50% do valor da empresa, pois, seu discernimento para tomar boas decisões gera lucros.
- Defina prazos para os stakeholders cumprirem.
- Adote uma política de autorização prévia, por parte dos superiores, de qualquer tipo de custo extra. Por exemplo, contratação de pessoal, aquisição de materiais etc.
- Determine alguém da diretoria ou alta gerência para negociar redução de preços com os fornecedores. Garanta que essa pessoa analise os custos dos fornecedores minuciosamente.
- Não deixe a sua área de Pesquisa e Desenvolvimento somente nas mãos dos pesquisadores. Ou seja, invista em um gestor capaz de medir o retorno do P&D da empresa.
- Não proteja ninguém na hora de cortar despesas, portanto, todos os cargos e departamento devem estar no mesmo barco.

Táticas para redução de custos



Não existem custos sagrados e eles devem ser implacavelmente banidos

Pergunte-se: se eliminasse esse custo, o que eu perderia, em termos de receita e de lucro? Como e onde? Se não puder imaginar as respostas, não precisa desse custo.

Firmeza e competência geram respeito, não ressentimento.

É a combinação de firmeza, incompetência e mediocridade que gera ressentimento.

Cortes e congelamentos junto aos fornecedores são estratégicos

Comunique oficialmente os fornecedores sobre a necessidade de manter os preços por um determinado tempo (doze ou dezoito meses), em nome da competitividade. Seja claro que não se

aceitará aumento de preços – e não adianta insistir.

Atraso nos pagamentos favorece o balanço da empresa

Nesses tempos de concorrência acirrada, para muitos fornecedores, é preferível esperar um pouco mais para receber do que perder um cliente. Assim, nunca pague uma conta até que o fornecedor cobre sua empresa pelo menos duas vezes. Lembre-se de que alguns deles chegam a levar até dois anos para reclamar o pagamento de uma conta.

Economia na aquisição de produtos e serviços

É possível economizar até 15% nas compras de produtos e de 30% na contratação de serviços, com um bom planejamento. Assim, promova cortes e espere pelas reclamações. Se isso ocorrer, repense sobre o custo em questão.

Corte de funcionários

A [demissão de um funcionário](#) ruim estimula os outros a produzirem mais. Além disso, é possível reduzir até 25% do pessoal, na maioria das empresas, sem qualquer perda de valor.

De olho na [eficiência e eficácia](#)

O excesso de funcionários, a falta de controle ou de controle severo levam, inevitavelmente, a uma administração indolente e ineficaz. A única forma de promover a eficiência e eliminar trabalho e esforço desnecessários é manter escassos os recursos humanos.

Benefícios e bonificações somente para o

peçoal que realmente dá valor

Qualquer benefício que se torna “automático” deixa de ter valor como motivação e passa a ser um instrumento da má administração. Assim, conceda aumentos sempre que eles forem merecidos pelos seus funcionários.

Combata a resistência dos stakeholders

A resistência dos [stakeholders](#) não pode atrapalhar os seus planos. Então, é imprescindível que a cultura organizacional se responsabilize por semear a importância da redução de custos para a empresa, fazendo disso uma rotina entre todos os envolvidos direta e indiretamente no negócio.

3. Impulsionando as suas vendas



A regra principal de [sucesso em uma venda](#) é tratar o cliente como gente, e não como empresa, afirma o livro Dobre Seus Lucros. Assim, lembre-se que, quando se trata de pessoas, as

emoções têm peso significativo na hora de decidir qualquer coisa.

E trate de [manter o seu cliente fiel](#) ao seu produto/serviço. Afinal, é muito mais fácil e mais barato vender para um cliente fiel do que conquistar um novo cliente. Por isso, invista em experiências positivas e relacionamentos.

Os 5 ingredientes para uma venda bem-sucedida:

- Mostre sua competência;
- Demonstre empatia;
- Seja leal;
- Faça-se de difícil;
- Use o problema do cliente para transformar seu interesse pessoal por ele em uma obrigação dele em relação a você.

Dicas para aumentar suas vendas



- Lembre-se sempre que o cliente está em busca da satisfação de suas próprias necessidades – ele não está interessado em agradar você.
- Tenha confiança em você e em seu produto. Se você hesitar na frente do cliente, pode gerar insegurança nele e colocar toda a transação a perder.
- Atraia seu cliente: isso significa ter carisma, boas maneiras e uma personalidade agradável. Além disso, inclui um certo senso de humor e interesse pelo que acontece à nossa volta e no mundo, saber escutar e ser fácil de ser compreendido.
- Defina seu preço da maneira certa, ou seja, sempre cobre de cada cliente o máximo que ele está disposto a pagar. Pergunte-se se um aumento de preços poderia empurrar o cliente para outro fornecedor.
- Descubra a sensibilidade ao preço do seu cliente, para identificar o maior preço possível.
- Segmente seus clientes, para oferecer produtos customizados e, assim, cobrar preços mais altos, maximizando o seu lucro.
- Ofereça mais de um produto ao cliente. Essa estratégia dificulta a recusa dele.
- Se perder uma venda, avalie o que poderia ter sido diferente. E não cometa o mesmo erro duas vezes.
- Atenda as demandas do seu cliente com rapidez e profissionalismo.
- Invista no [suporte ao cliente](#) e no pós-venda, por meio de um excelente relacionamento.
- Coloque energia, também, no marketing e nos seus vendedores.

Continue aprendendo

Então, você curtiu as dicas de Bob Fifer? Fale pra gente a sua opinião! E lembre-se que o microbook do livro Dobre Seus Lucros está no [12min](#). Se você preferir, pode acessar, também, a versão audio book.

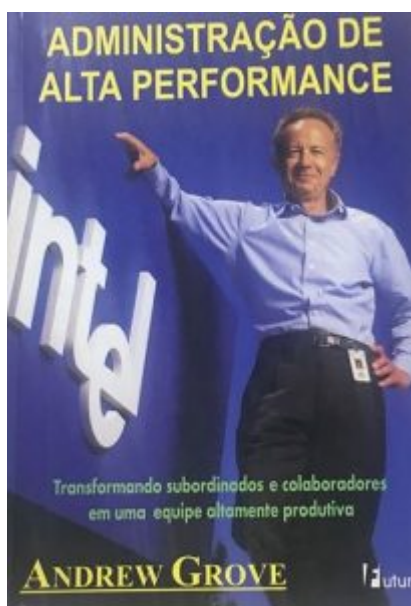
O 12min – a sua plataforma de desenvolvimento pessoal – disponibiliza uma série de outras obras fantásticas, dos mais renomados autores. Vale a pena conhecer a nossa biblioteca. Tudo nos formatos microbook e audio book.

Você ainda pode acessar pelo celular, utilizando os aplicativos para Android ou iOS.

Assim, se você é um amante dos livros, como instrumento de crescimento profissional e pessoal, o 12min é um forte parceiro seu.

E já que esse post falou de cultura organizacional, custos e vendas, nós selecionamos três outras obras sobre estes temas, para você avançar ainda mais nos seus conhecimentos. Anote aí.

[Administração de Alta Performance](#) – **Andrew S. Grove**



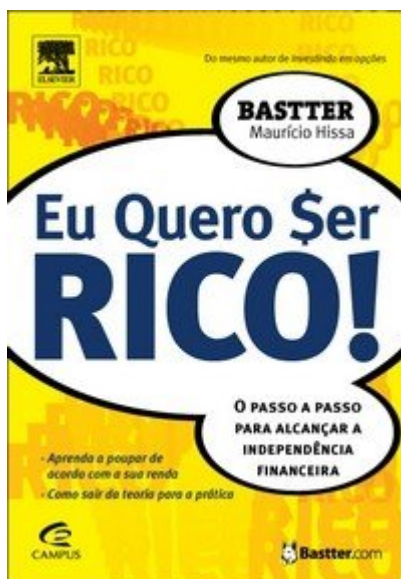
Essa obra destaca três ensinamentos:

1. quais as técnicas e indicadores você pode usar para tornar o recrutamento corporativo tão preciso e mensurável quanto a fabricação;
2. como transformar seus subordinados e colegas em membros de uma equipe altamente produtiva;

3. como motivar essa equipe a atingir o melhor desempenho de cada vez.

Administração de Alta Performance é considerado um dos melhores livros de cultura organizacional e liderança. Além disso, ele é indicado para diferentes níveis da hierarquia – do supervisor ao CEO. Para Grove, a principal característica de um bom gestor é o foco em resultados.

Eu Quero Ser Rico! – Maurício Bastter Hissa

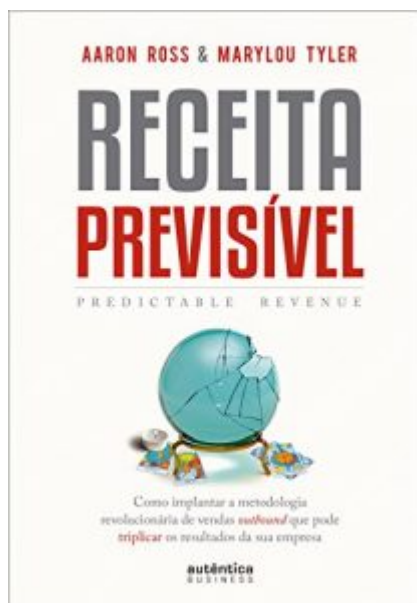


Você já tentou emagrecer? Na teoria, funciona da seguinte forma: se você come mais do que gasta, você engorda. Se você gasta mais do que come, você emagrece. Simples assim.

Com a riqueza, o processo é exatamente o contrário: você tem de produzir e, também, poupar mais do que gasta. Mas, segundo Hissa, há duas vantagens em relação ao emagrecimento: 1) é mais fácil enriquecer do que emagrecer e 2) Existem os juros compostos (que não aparecem no emagrecimento).

Assim, para enriquecer, você precisa gastar menos do que produz, com a vantagem de poder investir o que sobra.

Receita Previsível – Aaron Ross & Marylou Tyler



Uma estratégia de sucesso da Salesforce virou livro: Receita Previsível. Escrito por [Aaron Ross](#), um dos maiores especialistas em [vendas B2B/SaaS](#) do mundo, e Marylou Tyler, o best-seller revela como a empresa gerou milhões de dólares em novos contratos.

Em pouco tempo, Receita Previsível transformou-se em referência para todos os empreendedores que buscam dar uma guinada nas vendas. O método apresentado no livro vem sendo estudado e copiado por organizações no mundo inteiro.

Boa leitura e ótimos aprendizados!

Se as informações sobre o livro Dobre Seus Lucros foram relevantes para você, certamente irão ajudar os seus amigos também. Assim, compartilhe esse post em sua rede social!