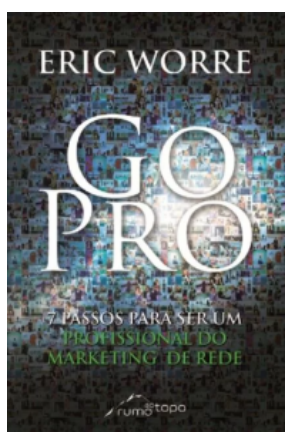


Livro Go Pro: aprenda sobre o marketing de rede

Refleta: como é um emprego perfeito? Segundo [Eric Worre](#), autor do livro "[Go Pro – 7 Passos Para se Tornar um Profissional do Marketing de Rede](#)", essa pergunta sempre gera respostas como não ter chefe, nem horários e poder equilibrar vida profissional e pessoal.



Entre os atributos do emprego ideal, estão, também, a ausência de politicagem, nenhuma discriminação, não exigência de educação formal e [poder trabalhar de onde quiser](#). É claro que incluem, ainda, alta renda, baixo risco, pouca influência macroeconômica, liberdade e diversão.

Realmente, as pessoas sabem desenhar o emprego dos sonhos, mas nem todos ultrapassam a linha do querer para a realização.

A dura realidade dos empregos tradicionais

O autor do livro Go Pro defende o conceito de que o marketing de rede é melhor do que todas as demais carreiras. Oferece explicações claras e diretas, associadas a dicas práticas e fáceis de serem assimiladas e adotadas.

De acordo com o livro Go Pro, os empregos tradicionais não são

considerados ideais e se encaixam em uma das seguintes subdivisões:



- **Colarinho azul:** trabalhadores manuais, aqueles que consertam, montam, limpam, servem ou constroem algo.
- **Colarinho branco:** assalariado para executar tarefas profissionais ou semiprofissionais. Mesmo sendo fiel, a empresa pode demiti-lo a qualquer momento. Eles se dividem entre:
 - Realizadores: são produtivos e participam de novos projetos. Com o tempo, passam a ser ameaça para o chefe e demais colegas. Para sobreviver, aprendem as regras da politicagem.
 - Figurantes: escondem-se, não opinam e não chamam atenção, sabem apenas ser políticos.
- **Carreira em vendas:** entre os profissionais de venda, existe uma fase perfeita, quando tudo que eles tocam vira ouro. Consequentemente, aumentam seu padrão de vida mas, de repente, alguma coisa muda. O mercado, a empresa, o produto, a concorrência... e ele tem dificuldade de sustentar o mesmo padrão.

- **O empreendedor:** são as pessoas que iniciam o próprio negócio, investem dinheiro do próprio bolso, sacrificam-se, prosperam ou quebram. Acumulam dívidas e precisam focar energias em atividades longe das suas habilidades.
- **Investidor:** essa é uma atividade muito arriscada. Da noite para o dia, há a possibilidade de tudo evaporar e uma fortuna se tornar absolutamente nada.

Perfeito não, mas ainda o melhor

Na nova economia, de acordo com o livro Go Pro, o desempenho é que dita as regras. E [por causa da tecnologia](#), cada vez menos pessoas são necessárias para tocar certos negócios. Assim, o marketing de rede surge como o melhor jeito de sobreviver e prosperar nesse cenário.

O marketing de rede permite manter todos os benefícios de um negócio tradicional, sem os altos riscos inerentes a uma nova empresa.

Mas tem uma pegadinha. É necessário aceitar uma pequena perda inicial de dinheiro e uma leve redução da estima por parte de pessoas ignorantes em relação ao empreendedor do marketing de rede.

O Livro Go Pro defende ainda que para ter sucesso com o marketing de rede é preciso ser profissional. Não adianta juntar meia dúzia de pessoas e tentar a sorte, porque isso não funciona. Por outro lado, quem entende o esforço, ganha muito, mas muito dinheiro.

Marketing de rede versus pirâmides



Vamos dar uma pequena pausa no conteúdo do livro Go Pro para falarmos sobre a diferença entre o marketing de rede e as pirâmides. Afinal, essa é uma confusão que realmente existe.

Alguns estudiosos afirmam que a linha que separa as duas atividades é de fato tênue. Conhecer cada uma é fundamental para evitar mal entendidos.

O **marketing de rede**, ou marketing multinível, é uma atividade legalizada, baseada na comercialização de produtos e serviços. O revendedor recebe participação nos lucros sobre o que ele mesmo vendeu e o sobre toda a linha patrocinadora. Assim, os ganhos podem vir de vendas diretas ou recrutamento de novos vendedores. Enquanto tiver gente vendendo e gerando receita, o negócio só tende a crescer.

Pirâmides são [esquemas ilegais de movimentação financeira](#). O que mantém essa estrutura é o investimento dos novos participantes e não o lucro pela venda – elas realizam negócios sem produtos ou serviços e as pessoas ganham simplesmente pela adesão, independentemente de resultado em vendas. As pirâmides ainda têm prazo de validade: quando não

há mais adesão, tudo desmorona.

Seja profissional

De volta ao livro Go Pro, vamos falar das três categorias de pessoas no marketing de rede:

Posers: são pessoas que embarcam em uma tentativa de ganhar dinheiro rápido e fácil. Eles desistem rapidamente ou se tornam amadores.

Amadores: focam em algumas coisas e investem pouco tempo e dinheiro. Contam com a sorte, *timing*, posicionamento e buscam atalhos. É alguém que ainda não se profissionalizou.

Profissionais: especialistas e que têm habilidades necessárias para construir um negócio de sucesso com o marketing de rede.

A dica do livro Go Pro é: se for se envolver com o marketing de rede, seja um profissional. O segredo é combinar paixão e entusiasmo com habilidade e competência.

Por onde começar

Para se transformar em um profissional do marketing de rede, você precisa entender as principais habilidades necessárias. Mas, antes de dar os primeiros passos, é fundamental:

1. entender o que a empresa comercializa e como funciona a sua distribuição. Isso significa conhecer os benefícios do produto.
2. entender o plano de compensação – se alguém ganha dinheiro e você não ganha, tem alguma coisa errada, e essa coisa não é o plano de compensação.
3. assuma a responsabilidade pelo seu sucesso ou fracasso. Eles não dependem do seu líder, da empresa, produto, plano, mercado ou da sua lista. Só de você.

As sete habilidades essenciais e como desenvolvê-las

Para construir uma empresa grande de marketing de rede, o livro Go Pro destaca sete habilidades essenciais. São elas:

1. Encontrar prospectos

As pessoas acreditam que se conhecerem muita gente terão sucesso, caso contrário, fracassarão. Isso simplesmente não é verdade.

Para um profissional de marketing de rede, a lista de novos contatos deve ser como algo vivo, em constante mutação. Para isso, o livro Go Pro apresenta 4 dicas:

- inserir todos os seus conhecidos na lista: você não vai prospectar todos eles, mas é importante tê-los ali;
- pensar em quem as pessoas da sua lista conhecem: esse exercício gera muitos novos contatos;
- [aumentar constantemente a lista](#): no dia a dia conhecemos pessoas naturalmente (viagens, negócios, igreja etc). O tempo todo, nossa lista aumenta;
- [ser relacionável](#): a lista que cresce não é a de quem fica em casa o dia inteiro. Ir à academia, envolver-se em hobbies e trabalhos diferentes contam ponto a seu favor.

2. Convidar prospectos para conhecer a oportunidade

Essa habilidade é conhecida como o portal do marketing de rede. E o caminho não é começar com uma ótima reputação, nem atacar com violência sua lista, como muitos acreditam e praticam. E, sim, construir, ao longo do tempo, [relacionamentos de confiança](#).

Convidar o prospecto para se engajar é uma etapa fundamental. Esse engajamento pode se dar em *call*, reunião presencial, uso de ferramentas, teste de produtos e outras diversas formas,

entre as quais a mais efetiva é a participação nos eventos.

As conferências, conhecidas como super-regionais, envolvem interação física, prova social, entendimento rápido do ganho financeiro, suporte e energia. Por isso são tão poderosas. Mas elas custam caro.

Lembre-se da competência de ouro, mais importante do que atrair prospectos ou treinar líderes: “habilidade de fazer com que um grande grupo de pessoas faça coisas simples, de maneira consistente, por um longo período de tempo”. Essa é a regra do sucesso.

Mas como lidar com as questões emocionais ao fazer o convite? Veja as dicas do Livro Go Pro:



- Desconecte-se do resultado. Isso é fundamental.
- Seja autêntico e evite mudanças radicais na forma de falar, no tom de voz, nas palavras usadas ou nas intenções.
- Faça com paixão e entusiasmo. Seja contagiante.
- Tenha uma postura firme, demonstre segurança.

- Tenha pressa: as pessoas valorizam mais quem tem pouco tempo. Use frases como “estou de saída, mas gostaria de falar com você”.
- [Elogie de forma sincera.](#)
- Faça o convite, utilizando uma das três formas possíveis: direta – simplesmente convidando; indireta – pedindo ajuda do prospecto para o seu negócio; super indireta – quando o empreendedor pede contatos de quem poderia se interessar. A última é a mais efetiva, porque a pessoa se desarma e recebe o pedido de ajuda, geralmente, interessando-se.
- Use a técnica “Se eu...você?”: é a arma mais poderosa para construir um negócio de marketing de rede bem-sucedido.
- Consiga o compromisso de tempo: pergunte quando a pessoa consegue terminar. Não sugira um tempo, deixa ela determinar esse compromisso.
- Confirme o compromisso de tempo: combine uma ação para o momento seguinte ao término do prazo que a pessoa definiu para ela mesma.
- Agende a próxima ligação: combine com a pessoa e se organize para fazê-la.

3. **Apresentar seu produto ou oportunidade para prospectos**

Os profissionais que trazem animação, paixão e crença conseguem despertar o interesse, deixando outras pessoas falando por eles. Quem segura o microfone, segura o dinheiro.

Comece com a sua história, por exemplo, falando sobre o seu passado e as coisas que você gostava e, depois, apresente as ideias sobre o que você vai fazer daqui pra frente.

Na sequência, fale do empreendimento, porque ele é importante. E, por fim, é importante criar apresentações diferentes, para cada objetivo. Apresentação envolve muito treinamento e prática.

Entenda que você é o mensageiro, não a mensagem. Aprenda a

contar sua história de forma que as pessoas queiram escutá-lo.

4. Fazer *follow up*



O livro *Go Pro* divide a habilidade de *follow up* em quatro conceitos:

Conceito 1: Fazer *follow up* é cumprir o que foi combinado. Se você ficou de enviar um material, envie.

Conceito 2: O único objetivo de uma apresentação é preparar a próxima apresentação. Caso ele não tenha lido, não demonstre seu descontentamento, pois, é mais importante manter uma relação saudável e amistosa.

Conceito 3: Um prospecto precisa, em média, de cinco apresentações para se cadastrar. Mantenha o senso de urgência, mas seja paciente.

Conceito 4: Condense as exposições para melhor resultado. Os prospectos se distraem menos com a vida e tendem a fechar mais.

5. **Ajudar seus prospectos a se tornarem clientes ou fornecedores**

Mantenha a boa postura e faça as perguntas certas. Não confunda educar e ensinar as pessoas com “conseguir”. Conseguir pessoas não funciona no marketing de rede.

Mantenha-se emocionalmente desapegado do resultado e confiante em sua abordagem. As quatro perguntas mais importantes para essa etapa são: Quantos meses você pode se comprometer? Quanto tempo por semana? Quanto quer ganhar? E, finalmente, se eu pudesse te mostrar como realizar esse objetivo, você teria interesse?

6. **Auxiliar o novo distribuidor a começar da maneira correta**



É recomendável fazer uma entrevista de planejamento. Essa entrevista tem as seguintes partes.

- Parabenize a pessoa pela decisão e reforce como essa decisão vai mudar a vida dela.
- Seja claro. O resultado do seu distribuidor é

consequência do trabalho dele, não seu.

- Faça uma lista de primeiros passos, como garantir que o distribuidor tenha os produtos apropriados, as ferramentas necessárias etc.
- Mostre princípios básicos sobre como conseguir os primeiros clientes, o primeiro distribuidor, e como receber o primeiro pagamento.
- Defina tarefas específicas.

7. Organizar eventos

No marketing de rede, as reuniões dão dinheiro. Apesar de todas as tecnologias, é no “olho no olho” que se faz mais dinheiro. Nesses eventos, os palestrantes entregam ainda mais energia. Você é impactado pela prova social ao ver tantas outras pessoas acreditando naquilo.

Nem tudo é um mar de rosas

Um profissional de marketing de rede que segue a cartilha direitinho tem tudo para enriquecer, garante o livro Go Pro. O lado ruim dessa história é que o processo leva tempo. Ninguém acumula fortuna da noite para o dia.

O autor do livro Go Pro afirma que muitas pessoas querem ganhar muito dinheiro em três meses, como num passe de mágica. Não funciona assim com o marketing de rede.

Siga a fórmula 1/3/5/7. Pelo livro Go Pro, você precisa de um ano para se tornar competente e lucrativo. Três anos de trabalho consistente, em tempo parcial, para se tornar *full time*. Cinco anos de trabalho para ultrapassar a barreira do milhão. Sete anos para se tornar um especialista.

10 frases do livro Go Pro e

citações de Worre

“O maior benefício não é conseguir o que você deseja. O maior benefício é o que você precisa se tornar para obter o que deseja. Aprendi o que sempre esteve lá e o que foi transmitido há séculos: a jornada é tudo.”

“No futuro, você só será pago pelo desempenho. Você não será mais pago por seu tempo.”

“Percebi que, para ganhar mais, precisava me tornar mais.”

“A liberdade é possível, mas não é gratuita.”

“Sempre haverá uma boa razão para sair e sempre haverá uma boa razão para continuar. [Decida qual tipo de pessoa você vai ser.](#)”

“Não há nada de errado em vender. As pessoas de vendas do mundo impulsionam a economia. As pessoas no marketing de rede são supervendedores. Nós educamos o mundo.”

“O marketing de rede não é perfeito. É melhor.”

“Você não precisa ser um milionário para ser considerado uma história de sucesso em marketing de rede. O fato de você estar fazendo progresso e assumir o controle de sua vida é suficiente.”

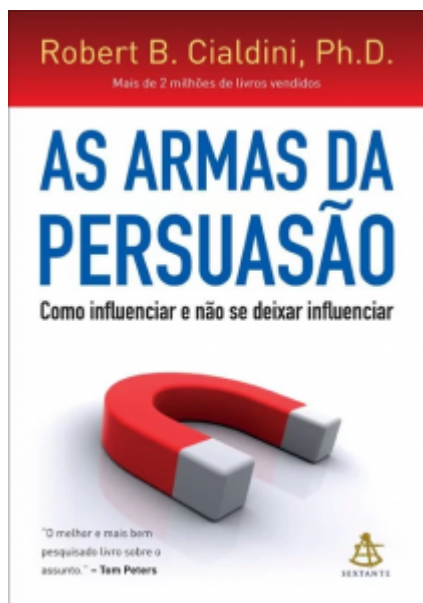
“Não há elevador para o sucesso. Você tem que subir as escadas.”

“Ninguém vai bater em sua porta e forçá-lo a ser bem-sucedido. Você tem que sair e lutar por isso.”

Você gostou deste post? Se quiser ler um pouco mais sobre o assunto, o resumo do livro Go Pro está no [12Min](#). A plataforma tem ainda muitos outros títulos na categoria Marketing & Vendas. Veja duas sugestões imperdíveis:

As Armas da Persuasão – Robert B. Cialdini

Ideal para ajudá-lo a melhorar a sua performance em vendas.



Nunca Almoce Sozinho – Keith Ferrazzi



O que distingue as pessoas bem-sucedidas é a maneira como elas usam o poder dos relacionamentos.

Boa leitura!

Os 10 melhores livros para quem quer começar um negócio

Jorge Paulo Lemann, Marcel Telles e Beto Sicupira sabem como começar um negócio do zero e construir um império bilionário. Juntos, eles alcançaram o sonho grande e conquistaram o mundo.

Nessa trajetória de sucesso, o trio aprendeu inúmeras lições valiosas que foram replicadas em seus negócios. Uma delas é “não reinventar a roda”.

“Existe algo que funciona e resolve o problema? Copie”. A ideia, segundo eles, é economizar tempo, energia e dinheiro, especialmente, quando se pensa em começar um negócio.

Por exemplo, quando o trio comprou as Lojas Americanas, eles visitaram Sam Waltman, fundador do [Walmart](#), e fizeram um [benchmarking](#) de ideias e conceitos. Usaram tudo o que foi possível.

Começar um negócio sem partir do zero



Se alguma coisa deu certo para alguém, é bem provável que funcionará para você também, com pequenos ajustes e adaptações. E você sabe onde encontrar informações e todas essas ideias de sucesso? Nos livros.

Não significa que começar um negócio seja uma tarefa fácil. Pelo contrário, além de [mergulhar na leitura](#), você precisará de dedicação, persistência, [coragem de assumir riscos](#) e [foco](#).

Mas se você fizer a lição de casa direitinho, certamente irá comemorar as suas conquistas.

10 livros para você começar



Uma coisa que todos os empreendedores de sucesso têm em comum é o [gosto pela leitura](#). Eles lêem muito e de tudo. Mas existem algumas obras que são indispensáveis para quem quer começar um negócio. Veja algumas delas.

1. [Sonho Grande](#) – Cristiane Correa



Você pode começar a sua leitura com o “Sonho Grande”, do nosso trio de ouro. O livro revela a trajetória de sucesso de Jorge Paulo Lemann, Marcel Telles e Beto Sicupira.

Esses empreendedores adotaram um modelo vencedor de gestão, baseado na meritocracia, simplicidade, educação e redução de custos. Uma fórmula que revolucionou o capitalismo brasileiro e deu projeção internacional ao negócio.

Na lista dos cinco brasileiros mais ricos, em 2017, Jorge Paulo Lemann lidera o grupo, com um patrimônio de R\$ 90 bilhões. Marcel Telles aparece na terceira posição, com um patrimônio de R\$ 45 bilhões, e Beto Sicupira é o quarto, com um patrimônio de R\$ 38 bilhões.

Aprenda com esse trio!

2. Como Fazer Amigos e Influenciar Pessoas – Dale Carnegie



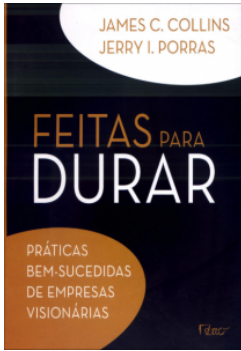
Cerca de 15% do sucesso financeiro de alguém se deve ao conhecimento técnico e 85% à personalidade e à habilidade de liderar pessoas.

O clássico “Como fazer Amigos e Influenciar Pessoas” é indispensável para todo empreendedor, inclusive você, que está cheio de ideias e planeja começar um negócio. A obra teve a primeira publicação na década de 40 e está em sua 51ª edição. É um dos livros mais lidos da História.

O best-seller aborda a imprescindível habilidade de influenciar pessoas para transformar a sua vida pessoal e profissional. Tudo é apresentado em forma de regras simples, de fácil entendimento e, portanto, que podem ser aplicadas por qualquer pessoa.

Para muitos estudiosos e empreendedores, a obra de Dale Carnegie vale mais que um curso de MBA. Você está esperando o que?

3. Feitas para Durar – Jim Collins



Ao escrever esse livro, os autores tinham um objetivo: descobrir porque alguns empreendimentos são excepcionais e diferentes dos demais. Para isso, eles selecionaram e analisaram 18 empresas americanas visionárias.

O livro quebra diversos mitos do mundo dos negócios e revela as características de uma empresa secular, entre elas:

- Que você precisa de uma boa ideia para montar uma grande empresa;
- Que você precisa de um líder carismático;
- Que maximizar os lucros é o objetivo principal das empresas visionárias;
- Que para ser uma empresa feita para durar é preciso destruir a concorrência;
- Que trazer CEOs de outras empresas ajuda a evoluir a organização;

Antes de começar um negócio, uma boa dica é aprofundar-se nos resultados dessa pesquisa.

4. Criatividade S/A – Edwin “Ed” Catmull

O livro compartilha com o leitor toda a trajetória da Pixar – a companhia de animação digital mais famosa do mundo.

O autor explica como uma companhia deve cultivar a criatividade dos colaboradores ao invés de podá-la. É um manual que ensina a construir uma cultura de criação e

inovação dentro das empresas. Perfeito para líderes que querem levar seus times para outro nível.

“Dê uma ótima ideia para um time medíocre e ele vai estragá-la. Dê uma ideia medíocre para um time ótimo e ele vai consertá-la ou criar algo melhor”.

5. Oportunidades Disfarçadas – Carlos Domingos

CARLOS DOMINGOS

**OPORTUNIDADES
DISFARÇADAS**

Histórias reais de empresas que transformaram
problemas em grandes oportunidades



É comum nos depararmos com dificuldades no decorrer de nossa caminhada. São tropeços e inconvenientes que nos impedem de ver o quanto podemos tirar proveito e reconhecer oportunidades incríveis de crescimento e evolução.

O livro é indicado para todas as pessoas que querem aprender a identificar oportunidades.

Homens e mulheres de negócios que têm interesse em aumentar seu poder de análise em relação a novos funcionários e ideias.

6. Investimentos Inteligentes – Gustavo Cerbasi



A regra é simples: gastar menos do que ganha. Difícil para muita gente é colocar essa máxima em prática.

Para guiar esse batalhão de leigos que sequer sabe por onde começar, quando o assunto é investimento, o escritor e consultor financeiro Gustavo Cerbasi reeditou o famoso best-seller, atualizando as informações sobre as melhores formas de fazer o seu dinheiro render mais.

Assim, se você está pensando em começar um negócio próprio e tem dificuldades para equilibrar as finanças, provavelmente, ficará entusiasmado com as possibilidades de multiplicação de dinheiro apresentadas na obra.

Vale a pena aplicar o seu tempo em Investimentos Inteligentes.

7. Estratégia Boa, Estratégia Ruim – Richard Rumelt



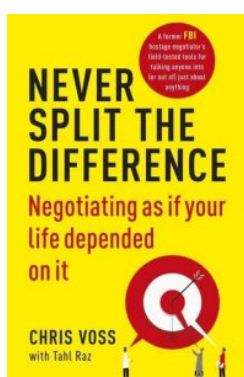
Todo mundo sabe que é preciso ter estratégia para conduzir um negócio. Mas nem toda estratégia leva ao sucesso.

Nesse livro, o autor relata alguns casos interessantes para

mostrar as diferenças entre uma estratégia boa e outra ruim. Ele ainda delimita as características de ambas. O livro, também, ensina você a [cultivar bons hábitos](#) e a obter sucesso em seu projeto.

Trata-se de uma aula de como ser um estrategista de primeira e se destacar no competitivo mercado. Excelente leitura para todo empreendedor, antes de começar um negócio.

8. [Never Split the Difference](#) – Chris Voss



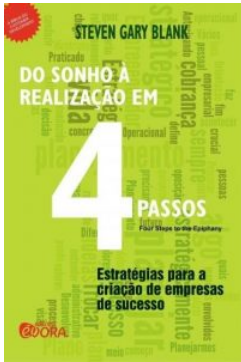
Você quer desenvolver as habilidades principais de uma negociação? Esse é o livro ideal para ajudá-lo nessa difícil arte de discutir algo e se chegar a um acordo.

O autor passou pelo FBI (Departamento Federal de Investigação americano) e construiu sua carreira como negociador na solução de sequestros e outros crimes. Em sua obra, ele compartilha tudo o que aprendeu no seu cotidiano.

E você tem a chance de aprender com ele e replicar no seu empreendimento. Afinal, a todo momento, na sua vida pessoal e profissional, você vivencia uma série de negociações. Estar preparado vai garantir o seu sucesso.

Aprenda a usar as habilidades da negociação a seu favor.

9. Do Sonho à Realização – Steve Blank



Esse é o livro que fundou o movimento lean startup. Com ele, você vai aprender a construir uma empresa sólida, entendendo melhor o processo de desenvolvimento de clientes, dos mercados e novas estratégias.

Essa obra é considerada um dos mais influentes guias de empreendedorismo de todos os tempos. A ideia é descobrir os problemas do seu negócio, antes que eles tenham grandes custos, promover iterações rápidas e feedback do cliente e testar suas ideias cedo.

Com base nos ensinamentos, o autor e professor Steve Blank já ajudou a fundar mais de 10 mil negócios.

10. Ideias que Colam – Chip Heath & Dan Heath



Os autores propõem um modelo que torna as ideias mais aderentes e, se você segui-lo, conseguirá se comunicar de uma maneira muito mais eficiente.

O segredo para motivar outras pessoas com suas ideias, segundo ele, é usar mensagens principais para facilitar a tomada de decisões. A parte essencial de uma mensagem compacta ajuda as pessoas a se guiarem.

Tem muito mais para você



O que não falta é [opção de leitura](#). Existe uma variedade enorme de livros, de excelente qualidade e altamente inspiradores, focados em empreendedorismo, motivação, marketing, finanças etc. Tudo que você precisa saber antes de começar um negócio, até mesmo com pouco dinheiro.

Além disso, você pode usar [ferramentas de gerenciamento de projetos](#) e [aplicativos de produtividade](#) que vão ajudá-lo a alavancar os resultados.

Se você ainda não tem o costume de ler, não se preocupe. É possível [desenvolver o hábito de leitura](#), com técnicas simples.

Use tudo isso antes de começar um negócio e, depois, para o

crescimento do seu empreendimento!

Gostou das nossas dicas? Se você tem alguma sugestão para enriquecer ainda mais essa lista, compartilhe-a conosco. Vai ser muito bom saber a sua opinião.