

10 Passos Para Bater



Em 90 Dias
Sem Sair de Casa



Olá!

Me chamo Ellen Winiarski, tenho 28 anos, e há pouco mais de 1 ano eu quase desisti do Multinível.

Voltando um pouco a história, sou formada em Publicidade e já atuei por 8 anos na área de Marketing de 2 grandes Multinacionais em Curitiba e São Paulo.

Eu odiava o que eu fazia, até que em 2013 recebi um daqueles “convites misteriosos” (que você deve conhecer bem) da minha melhor amiga, e fui àquele “encontro às escuras” com o negócio que mudaria minha vida para sempre.

Foi ali que caí de amores pelo Marketing Multinível sem nem conhecê-lo direito. Foi paixão à primeira vista.

Sem nem pesquisar sobre a empresa e o mercado, aceitei aquela oportunidade, esperei entrar um dinheiro e me joguei de cabeça.

Já nos primeiros dias comecei fazendo tudo o que meu Upline me indicou, como:

- Uma lista das 200 pessoas que eu conhecia;
- Convidei essas pessoas para verem “O Plano de Marketing”;
- Fiz reuniões caseiras, individuais, opens e skypes;
- Tentei recrutar todos que eu encontrava na rua;
- Levei pessoas para o almoço e fiquei desenhando círculos nos guardanapos;
- E fui rejeitada várias e várias vezes ...

Foram, especificamente, 156 NÃOS nos primeiros dois meses!

Bem nessa época, eu já estava há 7 anos trabalhando em multinacional.

Quando adicionei o trabalho “cara-a-cara” que o MMN me exigia foi o suficiente pra minha saúde dar sinais de que era hora de repensar a minha rotina.. Se você faz o MMN no seu tempo livre, deve se identificar com a minha situação.

Eu estava sentindo um misto de stress do meu trabalho com pânico de rejeição. Eu já não aguentava mais sentir que estava incomodando as pessoas com minha oportunidade.

Continuando em 2015, após 2 anos sem resultado no MMN, eu e meu namorado estávamos loucos atrás de uma solução pro nosso problema de falta de resultado. A gente sabia que era possível cadastrar pessoas pela internet, mas não sabíamos como.

Até que ele encontrou algo que transformou completamente nossa vida...

Um site onde o autor contava sobre um número inacreditável de cadastros que havia feito em 1 mês utilizando apenas ferramentas disponíveis na internet, sem sair de casa, gastar combustível, arriscar sua vida e implorar por cadastros.

Desde então descobrimos um mundo completamente novo e inexplorado por 95% dos profissionais de Marketing Multinível, que fazem os 5% restantes construir Impérios inquebráveis de infinitas rendas passivas, até externas ao seu negócio de MMN, e começamos a mudar completamente nossa realidade financeira e nossa equipe em tempo record!

Espero do fundo do meu coração que este ebook signifique pra você o que aquele site serviu pra nós: O começo de uma nova história de conquistas dentro do seu negócio de Marketing de Rede!

Aproveite a leitura!

Sumário

Cap. 1 Marketing “Metralhadora” vs. Marketing “Sniper”	5
Cap. 2 Lendo A Mente do Seu Prospecto	9
Cap. 3 “Eu Fiz Isso Pela Isca”	13
Cap. 4 Mecânica da Sua Isca	18
Cap. 5 Case-se Com Seu Cliente	22
Cap. 6 “Namorando” Seus Prospectos	27
Cap. 7 A “Roda Mágica da Abundância”	31
Cap. 8 Trazendo a Pergunta à Tona	36
Cap. 9 A Fortuna Está No Follow-Up	42
Cap. 10 O Que Eu Ganho Com Isso?	46

CAPÍTULO 1

Marketing “Metralhadora” vs. Marketing “Sniper”

Descubra o Que Sua Tia Pode Te Ensinar Sobre Patrocinar Pessoas Que Ficarão Animadas em Trabalhar em Seu Negócio de Marketing Multinível

“A Distância Mais Longa Entre Dois Pontos é Um Atalho.”

– Mestre Taejoon Lee

Vamos supor que você esteja planejando uma festa, e você quer entregar o convite da sua Tia Amélia, que está em sua lista de convidados...

Há 2 formas práticas de entregar o convite:

1. Procurar o endereço dela, depois de ter a confirmação de que ela está interessada em ir à sua festa, e então enviar a ela um envelope estampado com o convite.

-Ou-

2. Abrir sua conta bancária, retirar R\$10.000,00 e imprimir 10.000 cópias do mesmo convite, e contratar um avião para sobrevoar a cidade dela arremessando os convites, torcendo que ela pegue, pelo menos, um dos envelopes.

Qual das opções você escolheria? É bastante óbvio, certo?

Ok, quando se fala de Marketing Multinível, a maioria dos profissionais se pega fazendo escolhas bastante ridículas.

Devia Ser Muito Fácil, Né?

Se fosse avaliar, a maioria dos líderes de Marketing Multinível escolheriam a Opção 2.

Claramente falando, a maioria dos profissionais de Marketing de Rede usam “estratégias de caça” ineficientes, porque é literalmente o que eles conhecem e como foram ensinados.

Mas quer saber? Mesmo com uma metralhadora, um tiro disperso não vai te levar tão longe..

A maioria bombardeia a família, os amigos, e até estranhos, com abordagens péssimas, emails, flyers, e ficam rezando para um resultado positivo.

As Desgraças do Marketing da Caça

A maioria dos donos de negócios convencionais também cometem os mesmos erros, e a evolução da tecnologia faz com que quem não use a internet hoje pague caro.

O avanço da tecnologia tem feito com que pessoas, literalmente, se protejam atrás de um escudo:

- A TV por assinatura eliminou os comerciais de nossas vidas.
- Aplicativos de radio e música pelo celular estão acabando com as rádios terrestres.
- Jornais e Revistas estão sendo substituídos por Sites online e páginas em redes sociais.
- Os chats online fazem com que não precisemos mais passar horas no telefone com atendentes de telemarketing.

Conclusão: a velha forma de fazer marketing continua se tornando menos efetiva e ainda mais cara.

E isso é algo que perturba a cabeça de donos de negócios tradicionais, porque o que funcionava antes, não costuma mais funcionar.

Infelizmente, existe uma solução não descoberta por 95% dos profissionais de MMN.

No entanto, existe 5% de elite no Marketing Multinível de profissionais que foram para a internet para liderar geração de tráfego, vendas e recrutamento, e por uma boa razão. Um dado de 2015 já afirma que 70% das compras nas Américas são realizadas ONLINE.

O Que Marketing Digital Significa Para Você?

Importante: Se você possui um negócio de Marketing de Rede e NÃO está fazendo marketing digital, você não irá durar muito, além de logo ser prejudicado por recrutadores online, que vão “roubar” sua downline.

(Note que eu não estou indo CONTRA a forma tradicional de marketing; há um tempo e um lugar para isso. Este conteúdo é sobre te ensinar a usar o poder do marketing digital, que pode ser aplicado de forma independente ou em conjunto com as estratégias tradicionais de Marketing Multinível.)

Vamos voltar à nossa analogia sobre o convite da festa à Tia Amélia.

Veja bem, com o marketing tradicional você está praticamente cego em relação a quem está recebendo sua mensagem - você não tem ideia de seus interesses, suas tendências, e mais importante, se eles têm probabilidade de se interessar pelo que você tem para oferecer.

É totalmente diferente de você pagar milhões de reais por alguns minutos no ar na Emissora Globo, publicar anúncios em uma revista de massa, transmitir propagandas na rádio ou até mesmo, enviar toneladas de convites através do ar, na esperança de que um deles chegue à Tia Amélia.

Infelizmente, isso é tudo que a maioria das empresas sabem sobre marketing – publicidade cega através de meios não-diretos, para visitantes desconhecidos, com a falsa esperança de ter um lucro ... e o mesmo acontece com os profissionais de Marketing Multinível no mundo todo!

A utilização do marketing digital melhora isso e traz para a sua estratégia uma "precisão sniper".

Com o marketing digital, você não está interessado em vender para todos. Você está interessado apenas em pessoas que têm interesse no que você tem a oferecer, e você só vai investir dinheiro em publicidade para aqueles que realmente demonstraram interesse no seu produto ou oportunidade de negócio.

Como você faz isso? Simples.

Google, Facebook e YouTube podem te dizer quem está interessado no que você tem a dizer.

Como eles fazem isso?

Bem, quando 90% dos usuários de internet estão usando o Google, Facebook e YouTube para pesquisa, esteja certo que essas plataformas podem te contar todos os interesses de uma pessoa. E aqui está o segredo!

Construindo Sua Máquina Automática de Recrutamento Online

Você tem que olhar para o marketing como um funil - você começa com uma boca larga que capta pessoas que estão interessadas no gênero de produto ou tipo de oportunidade que você tem para oferecer, e você vai qualificando essas pessoas mais e mais até que sobram apenas pessoas na saída do funil.

À medida que você avança com o seu marketing, seus prospectos vão se qualificando cada vez mais – e tudo isso num completo piloto automático!

Resumindo, você acaba ficando apenas com os obstinados, e aqueles que não podem esperar para comprar o seu produto ou abraçar a sua oportunidade, salivando para que o negócio comece logo. (Sim, essas pessoas existem! Eu já vi isso!)

E tudo isso pode ser feito automaticamente e de forma barata, com um simples site focado no "marketing de atração".

Sua Proposta de Auto-Financiamento

Além disso, nesse ebook vou te mostrar a "fórmula secreta", que induz o seu cliente potencial a te pagar antes... independente de ele se juntar ao seu negócio de Marketing Multinível ou não.

Então, enquanto todo mundo está rasgando dinheiro "para despejar milhares de convites por toda a cidade", você, utilizando o marketing digital, vai encontrar facilmente onde "sua Tia Amélia vive e enviar um convite diretamente a ela, para que ela esteja presente em sua festa."

E nós ainda vamos te mostrar como fazer a Tia Amélia querer te pagar pelo convite! ;)

Nos próximos 9 capítulos, eu vou revelar os segredos por trás da Máquina de Cadastros 2.0, que a maioria dos profissionais de Marketing Multinível nunca vai descobrir.

Sim, você leu corretamente – a arma secreta que vai fazer o seu marketing digital colocar muito profissional de Marketing Multinível tradicional para correr.

De qualquer forma, prepare-se para ter seus dias de glória em seu negócio de MMN.

CAPÍTULO 2

Lendo A Mente do Seu Prospecto

O Segredo Para Falar Apenas Com Quem Quer Te Ouvir.

“Quanto mais pessoas você ajudar a conseguirem o que querem, mais você vai conseguir o que você quer.”

- Zig Ziglar, instrutor de Vendas & Palestrante Motivacional

Esses dias minha irmã Eloize estava me falando sobre um vizinho da minha mãe, que sempre vem à casa delas oferecer alimentos e utensílios para vender. Num sábado de manhã ela acordou com ele batendo novamente na porta. Ela ainda de pijama foi atendê-lo.

Aparentemente, nesta manhã de sábado, ele estava tentando vender o que ele dizia ser o "melhor azeite da cidade" para minha irmã.

Com cara de sono e ainda meio grogue, minha irmã tentou se livrar com todas as desculpas possíveis, e nada fazia o vizinho se retirar.

Minha mãe, ouvindo aquilo, entendeu que a minha irmã estava ficando irritada, e saiu para ajudá-la.

Ela perguntou: "O azeite é de Oliva?"

Ele respondeu que não. Então ela disse: "Então nada feito."

Com isso, o vizinho foi embora. Ele desperdiçou apenas 30 minutos de seu tempo, que vale dinheiro!

O vizinho não só foi muito inconveniente acordando minha mãe e irmã, num sábado cedo, como também cometeu um erro que 90% das empresas fazem em seu marketing ...

Conheça bem o seu público-alvo

Veja bem, nosso vizinho cometeu o maior erro que a maioria das empresas cometem – principalmente no segmento do Marketing Multinível. Ele NÃO ESTUDOU O MERCADO (obviamente o momento foi ruim também ... ninguém gosta de ser tirado da cama num sábado de manhã).

Ele não tinha ideia de com quem ele estava falando e como eram os hábitos alimentares da minha família. Ele não tinha ideia se na minha casa as pessoas consumiam o tipo de produto que ele estava oferecendo. Ele estava atirando para todos os lados, com a esperança de que alguém comprasse seu produto.

Se ele tivesse feito uma pesquisa, ele teria ignorado completamente a casa da minha mãe e batido em um local que consumisse óleo comum de soja. E adivinha? Ele provavelmente teria feito uma venda.

Como Encontrar o Seu Cliente Perfeito

Quando você faz o marketing do seu negócio, você quer saber quem está recebendo sua publicidade. E você realmente precisa descobrir quem irá se interessar verdadeiramente por seus produtos, quem será provavelmente seu prospecto mais interessado em seu negócio.

Descobrir isto vai te fazer economizar muito tempo, dinheiro em publicidade, e, sem dúvida nenhuma, dor de cabeça.

Você já deve ter visto, com muita frequência, os profissionais de marketing, principalmente os de Marketing de Rede, falharem porque são convencidos de que todo mundo é seu público-alvo, o que simplesmente NÃO É VERDADE! Eles gastam todo o seu tempo, esforço e energia oferecendo seu produto e oportunidade para todos que conhecem (e não conhecem), sem levar em consideração o seu nível de interesse ou necessidade.

O resultado? Bem, é como tentar "vender carne para um vegetariano". Entenda, não é que o produto não seja bom. O ponto é que sem identificar a exata NECESSIDADE do cliente, esses profissionais:

- Não sabem se existe realmente uma necessidade tangível para esse produto;
- Não têm a mínima ideia de como se conectar com as pessoas que realmente estão abertas a ouvir sobre sua oportunidade ou seu produto!

Então, antes de começar a "torrar" dinheiro em anúncios ineficientes, crie a imagem do cliente perfeito para seus produtos e oportunidade. Entenda de onde eles vem e o que buscam.

Pergunte a si mesmo:

1. Que problemas eles têm que eu posso ajudar a resolver?

2. Quais as perguntas deles que eu posso ajudar a responder?
3. Como posso me relacionar com eles?
4. O que me torna único?
5. Por que eles deveriam se importar comigo, com meu produto ou oportunidade?

Responder a estas perguntas irá ajudá-lo, por escrito, a definir quem é seu público de internet ideal. (E a melhor parte é que eles nem sequer precisam saber quem é você!)

Esse processo te ajuda a configurar o seu "pré-filtro".

O que é um pré-filtro?

Um pré-filtro elimina as pessoas que não estão interessadas no que você tem para oferecer – te economizando dinheiro em estratégias de marketing e ataques do coração por falar com pessoas que além de te negarem, ainda acabam ficando com raiva de você.

Marketing digital torna este processo muito eficiente, preciso, barato e simples.

Para os iniciantes, entenda que uma parte do marketing na Internet é feita através das ferramentas de busca e redes sociais (Google, Facebook e YouTube) . Isso significa que as pessoas vêm para a internet com perguntas prontas em mente - perguntas as quais eles estão desesperados por uma resposta.

Eles procuram por questões como:

"como faço para ganhar dinheiro online?" - Excelente para oportunidades de negócios
"dores crônicas na coluna" – ótimo para fisioterapeutas
"qual remédio dar para meu cachorro" - ótimo para petshops
"aulas de dança em São Paulo" – excelente para estúdios de dança em São Paulo

E coisas do tipo...

Eles já estão contando ao Google e Facebook o que querem, e como! Faça essas essas plataformas te contarem o que é!

Marketing digital te permite estruturar a sua campanha de marketing de tal forma que você escolhe as perguntas que você deseja a resposta.

Você escolhe as perguntas e expressões aos quais seus produtos e oportunidade se adequam e não se preocupa com mais nada.

É claro que você pode conseguir isso também através do marketing tradicional (por exemplo, anunciar em revistas relacionadas com fitness, se você tem um produto de academia). No entanto, marketing digital te oferece muito mais controle na especificação de com quem você deseja interagir e você pode fazer isso pagando MUITO menos!

Este grau mais amplo de controle fornece um feedback importante que é traduzido em dinheiro na sua conta (a partir dos lucros que você vai colher por ter seu público devidamente selecionado, e a economia em não desperdiçar dinheiro em marketing segmentado a pessoas erradas.)

A melhor parte vem agora!

Você não só pode definir o seu mercado, como dependendo do meio de comunicação que você escolher, você pagará muito pouco pelo seu marketing ou só pagará quando a sua audiência responder ao seu anúncio.

Agora é sua vez! Passe um tempo pensando sobre como é o seu mercado.

Identifique as pessoas que podem se relacionar com seus produtos / serviços / oportunidade. (DICA: Não são TODOS!)

No próximo capítulo falaremos mais sobre como você pode construir uma campanha de marketing digital para alcançar este objetivo.

CAPÍTULO 3

“Eu Fiz Isso Pela Isca”

Como Criar Uma Armadilha Melhor e Vender Muito Mais Isca

“Se você for realmente relevante para o seu público, ele prestará atenção em você!”

- Martha Gabriel, escritora e empreendedora digital

Pode me chamar de louca, mas recentemente decidi gastar mais de 30 mil reais em cursos de uma empresa que conheci através de um anúncio na internet.

Você sabe como é, você encontra um anúncio com uma chamada interessante, clica no link, e quando se dá conta você está vidrado e não consegue pensar em outra coisa, a não ser no quanto você “precisa daquele curso”, que parece ter sido criado especialmente para você.

Pois é, tempos atrás fui seriamente impactada por um desses anúncios.

Naquela época, estava cansada de liderar e recrutar pessoas que não queriam trabalhar direito, apenas ganhar dinheiro, e decidi que precisava me tornar uma pessoa melhor.

Foi aí que esse anúncio que prometia eu atingir todas minhas metas, se eu tivesse inteligência emocional, apareceu. Desesperada por resultados, eu queria aprender como funcionava aquilo.

Eu cliquei em seu anúncio e fui direcionada para um site onde receberia 4 vídeos grátis sobre como atingir minhas metas e conseqüentemente me tornar uma líder melhor.

Pensei: Hmm...“Isca grátis”... interessante.

Sim, é exatamente isso que um peixe pensa logo antes de ser fígado pela isca na vara de pescar.

Eu estava amarradona. Quer dizer, como eles podiam ser tão “ingênuos” em dar todas as dicas de liderança e de como atingir as minhas metas, de graça? Eles só estavam gastando dinheiro, e eu estava recebendo todo o material gratuitamente.

Tudo o que eles me pediam em troca era o meu nome e email para me enviarem o material sem cobrar nada.

Foi completamente irresistível... Eles estavam dando “muito” para não receber “nada” de mim em troca... Eu me inscrevi sem nem hesitar.

Agora, eu não estava realmente interessada em cursos caríssimos voltados a como melhorar minha vida, como um todo. Os cursos que eu já fazia na época eram mais do que suficiente. Além disso, só queria uma solução rápida para poder ser uma líder melhor, encontrar mais prospectos, e ajudar meus downlines a terem sucesso também.

Mas, mal sabia eu que eu tinha ficado presa em uma “vara de pescar gigante” para humanos em troca de “uma simples isca”...

Agora leia atentamente, porque é aqui que as fichas começaram a cair...

Manda Mais Isca!

Durante os próximos 6 meses, eles continuaram me enviando mais informações sobre o material (“a isca”), seus cursos de inteligência emocional e liderança, e também sobre a empresa.

Eles me enviavam depoimentos, ofertas especiais, histórias de pessoas com resultados fantásticos, a importância de melhorar a minha inteligência emocional, dentre vários conteúdos valiosíssimos.

Eu ficava me perguntando: "Por que eles continuam desperdiçando o dinheiro deles comigo?"

Bom, a equipe deles sabia que mesmo que eu não estivesse procurando cursos de desenvolvimento pessoal naquele exato momento, alguma hora eu precisaria me aperfeiçoar, afinal pessoas que trabalham com Marketing Multinível precisam sempre se desenvolver, caso queiram ter sucesso. E eles queriam ter certeza de que quando eu precisasse de um curso assim, eles seriam minha primeira opção.

Eles até tentaram seduzir os meus sentidos com imagens de luxo, viagens, e vida abundante. Muito espertinhos...

**** Aqui está a mina de ouro para você! ****

Eles poderiam ter contado com a minha humilde memória e rezado para que eu me lembrasse da marca deles 6 meses depois de receber seus vídeos.

-Ou-

Ou eles poderiam ter certeza de que a empresa seria sempre sinônimo de desenvolvimento pessoal, e sempre teriam uma "oferta especial exclusiva" para mim, quando eu precisasse me desenvolver novamente.

É por isso que eles continuaram me enviando várias "coisas". Eles queriam ter certeza de que seriam lembrados e de que naturalmente eu acabaria comprando o produto deles quando a hora certa chegasse.

E o investimento deles em mim? Apenas centavos, comparado ao lucro que eles teriam se eu eventualmente comprasse o curso deles.

Eu Mordi a Isca

E sim, 6 meses mais tarde, os cursos que eu estava fazendo haviam acabado e era hora de procurar novos cursos.

... Então eu, finalmente, comprei o curso online deles de R\$1.497,00 e ao longo do ano seguinte gastei mais R\$36.997,00 em todos os produtos deles (e ainda pretendo gastar mais, assim que for necessário – e ainda indico para todo mundo!).

Agora vamos pensar sobre isso por um momento.

Imagine se eles tivessem feito a sua promoção sem se preocupar em coletar meus dados.

Imagine se eles tivessem me dado aqueles vídeos, sem nunca mais se preocuparem em coletar as minhas informações. Eu teria assistido os vídeos e com o passar do tempo minha curiosidade para aprender mais sobre aquilo que eles ensinavam teria ido para o “ralo”, junto com a memória de quem eles eram.

Você acha que 6 meses mais tarde, quando eu estivesse procurando cursos de desenvolvimento pessoal, eu teria me lembrado deles? Talvez.

Você acha que eu teria ido procurar sobre eles na internet e me convenceria a pagar no ano seguinte o valor exorbitante de R\$36.997,00 por cursos de desenvolvimento, sendo que eu só queria uma solução rápida para meu negócio de Marketing de Rede?

Altamente improvável.

Ou você acha que eu teria pedido indicação a amigos sobre cursos de liderança que eles já fizeram e gostaram?

Muito Mais provável!

E a maioria dos meus colegas de multinível fazem o mesmo.

O dinheiro está na lista!

Tudo o que o departamento de marketing deles fez foi exercer os fundamentos do marketing da atração.

Eles criaram uma lista e agregaram valor ao longo do tempo por meio da entrega de conteúdos, dos benefícios sobre a inteligência emocional, e claro, das fotos de simbolizavam luxo e sucesso na vida!

Eles atraíram todas as pessoas que demonstraram mesmo que seja um interesse mínimo no que eles tinham a oferecer, e colocaram dentro dessa lista.

Lembre-se que cada pessoa nessa lista ofereceu voluntariamente seus dados pessoais. Este é o negócio do marketing digital. O dinheiro está na lista.

O conceito mais importante que foi ensinado a você desde o começo no Marketing Multinível era fazer uma lista, no entanto, não era exatamente aquele formato de lista.

O que você e a maioria dos distribuidores independentes deve fazer é construir uma lista de pessoas INTERESSADAS!

Seu negócio, não importa qual seja o produto ou segmento, estará deixando milhões de reais na mesa por não construir uma lista adequada.

Deixe-me colocar de outra maneira...

Vamos dar alguns dos grandes nomes do marketing, tais como Erico Rocha, Cris Franklin, Vinicius Possebom, Jobert Chaves, etc... (Cada um tem centenas de milhares de assinantes na sua lista de e-mail.)

Pode tirar as casas, os carros, os escritórios e milhões de reais que eles tem, mas deixá-los apenas com a lista de assinantes deles (uma lista que já existe um relacionamento).

Cada um deles seria perfeitamente capaz de construir um império multi-milionário, rapidamente.

Os negócios mais valiosos que você tem são a sua lista e o relacionamento que você tem com ela.

Isso permite que você crie um relacionamento com seus potenciais clientes ou prospectos. A empresa de cursos de desenvolvimento pessoal foi suficientemente inteligente para reconhecer que seu negócio era sua lista, não seus cursos.

A qualidade e futuro de uma empresa são medidos pela lista que ela possui. Por melhor que a empresa seja em termos técnicos, se não souber executar estratégias de marketing digital e criar uma lista, não dura muito tempo.

Para o seu negócio de Marketing de Rede, imagine se você tivesse a capacidade de atrair pessoas online que estão ativamente à procura de uma oportunidade de negócio, ou até mesmo como aprender a fazer algum dinheiro extra trabalhando de casa.

Você acha que eles são, pelo menos, um pouco mais qualificados do que aquele seu Tio que só quer ver o jogo de futebol e beber cerveja? Claro que sim! E você não tem que imaginar, porque elas existem!

Na verdade, na internet não são apenas as pessoas que estão ativamente à procura de uma oportunidade como a sua, mas tem gente que está até procurando por produtos, exatamente como os que você vende através do seu negócio de Marketing Multinível.

E ainda há uma comunidade de, pelo menos, milhões de pessoas, que já foram de empresas de Marketing de Rede, que são positivos sobre a indústria e estão apenas procurando a melhor oportunidade para participarem.

E se você fizer as coisas direito, essa OPORTUNIDADE pode ser o seu negócio!

No próximo capítulo vou te mostrar qual é o mecanismo que irá construir automaticamente a sua lista de clientes e prospectos, mesmo quando você estiver dormindo, comendo ou vendo um filme com quem você ama!

CAPÍTULO 4

Mecânica da Sua Isca

Como Capturar Mais Leads

"O objetivo do marketing é conhecer e entender tão profundamente seu cliente, que o seu produto ou serviço se encaixe tão bem a ele a ponto de se vender sozinho."

- Peter Drucker

Neste capítulo falaremos sobre a criação da "porta de entrada" para o seu império de Marketing Multinível online.

Na estratégia de marketing digital há um tipo especial de página que vai fazer com que milhares de pessoas enviem suas informações de contato, para que você possa fazer a única coisa que quer fazer:

Vender seus produtos, serviços ou oportunidade para as pessoas que querem ouvir sobre o que você tem a dizer e comprar o que você possui.

Este tipo específico de página é chamada de "página de captura".

A página que lhe permitiu receber este material valioso é um exemplo de uma página de captura.

Ao público que vem até a página de captura são dadas duas escolhas:

1. Fornecer suas informações de contato e se inscreverem, em troca de informações valiosas (conteúdo)

- OU -

2. Sair

É isso aí. Escolha (1) ou (2) - muito simples.

Isto parece um pouco grosseiro, mas vamos relembrar um princípio de marketing muito importante apresentado anteriormente - o dinheiro está na lista.

Sem lista = Sem dinheiro.

Você não pode criar um relacionamento com seu público ou dizer a eles sobre o que você tem, se você não sabe o nome deles e não tem suas informações de contato. Então... peça as informações de contato deles ou educadamente convide-os a sair.

No caso da empresa de treinamento em desenvolvimento pessoal, eu não tive nenhum problema em dar meus dados de contato, para poder receber uma "saborosa isca" e algumas informações. Pode ficar tranquilo, porque realmente funciona!

Componentes de uma página de captura

Agora, vamos falar sobre o que faz com que uma página de captura obtenha resultado.

Em primeiro lugar, saiba que a maioria das pessoas que navegam na web vai gastar não mais do que alguns segundos para julgar se uma página da internet contém um conteúdo que valha a pena se interessar.

Essas pessoas são simples "apertadoras de botão". Portanto, sua página de captura deve envolvê-las e transmitir a sua mensagem em apenas alguns poucos segundos.

Em segundo lugar, entenda que as pessoas tomam decisões de compra com base em emoções ... para depois justificá-las com a lógica.

Sua página de captura deve acionar esse apelo emocional - invocar o desejo de querer se inscrever para matar a curiosidade sobre o que está do outro lado.

Sua página de captura deve ser extremamente simples a ponto de mostrar ao cérebro o quão tolo ele seria se não se cadastrasse!

E você deve fazer isso em uma quantidade bem limitada de espaço ... Abaixo listo quais são os componentes principais de uma página de captura.

Agora entenda, isso é tudo o que posso te passar num conteúdo informativo, sem me aprofundar no treinamento (É para isso que serve a Máquina de Cadastros 2.0).

No entanto, tenho certeza que isso vai te dar uma ideia de como funciona:

1. Em primeiro lugar, a “Pré-Chamada” (usada para “fisgar” o seu leitor)

A pré-chamada é normalmente utilizada para filtrar o leitor. Ela normalmente se apresenta em negrito, fonte 12, logo acima da chamada principal. É comum, no entanto, encontrar páginas de captura SEM a pré-chamada.

Ela geralmente é uma frase que inicia com a preposição “se”: “Se você está procurando por...”

2. Chamada

Provoca uma resposta emocional que os faz continuar lendo.

A chamada é a parte mais importante da sua página de captura. Ela irá determinar se o leitor continuará lendo o resto da página. Provocando uma resposta emocional ou o desejo pelo benefício / prazer é a maneira mais eficaz de escrever uma chamada. Os detalhes virão mais tarde. Concentre-se em fornecer benefícios em seu título.

3. Sub-título (Opcional)

Gera a resposta emocional, ativa o gatilho da antecipação, e faz o leitor tomar decisões. Expande a ideia que ele tem sobre a chamada.

4. Marcadores (Opcional)

Marcadores de benefícios: Qual é a diferença entre um recurso e um benefício? A resposta errada para essa pergunta pode destruir sua página de captura. (Leia mais no Cap. 8)

Você pode ver os marcadores como mini-chamadas, que despertam o desejo e fazem o leitor tomar uma ação.

5. Caixa de Inscrição

São os campos no formulário, onde o leitor digita seus dados de contato e então clica no botão para receber mais informações do autor do site...no caso, você. Faça algo bem simples. A princípio nome e email, já será suficiente.

6. Isca Digital

O que você está oferecendo em troca das informações do seu leitor? Às vezes, em um mercado muito competitivo será preciso fornecer um conteúdo e dicas muito valiosas (gratuitamente).

Ofereça um bônus pelo contato deles. Pode ser um ebook, um software, um "guia secreto para ganhar dinheiro" ou até mesmo um vídeo ou webinar ao vivo!

Nota Final: Tenha em mente que páginas de captura podem ser aplicadas para todo tipo de negócio. Portanto, se você possui algum outro negócio além do MMN, você pode tomar isso como lição e aplicar também nessa área!

No próximo capítulo vou te mostrar como construir um relacionamento com sua lista de prospectos para fazê-los acreditarem na sua oportunidade e nos seus produtos, por isso continue lendo.

"Bora" conseguir mais prospectos!

CAPÍTULO 5

Case-se Com Seu Cliente

Como Fazer Seu Cliente Se Apaixonar Por Você e Seu Produto...

"O homem não deve perseguir o dinheiro, o dinheiro deve perseguir o homem."

-Dr. Lee Joo bang

Certa vez ouvi uma história de um americano, chamado John, que decidiu realizar um experimento social numa tarde de sábado. Ele tomou um banho, colocou seu melhor terno, se perfumou, pegou algumas rosas vermelhas e foi para o shopping na época mais movimentada do ano...

Ele tinha uma missão: encontrar uma mulher que aceitasse se casar com ele.

Sim, exatamente isso que você leu! Ele queria ver se encontrava entre as diversas mulheres que passeavam pelo shopping, uma que dissesse "sim" ao seu pedido.

Lembrando que eram mulheres que ele nunca havia conhecido na vida.

Em cerca de uma hora ele conversou com 53 mulheres diferentes, de todas as idades.

John colocava seu melhor sorriso no rosto e se aproximava de cada uma delas com uma rosa na mão. Ele simplesmente olhava no fundo dos olhos de cada uma delas e recitava essas palavras:

"Você quer se casar comigo?" Adivinhe quantas disseram: "Sim" Nenhuma! Zero.

Uai, chocante, não?

Porque Seus Prospectos Dizem "Não"

Olha, eu sinceramente nunca vi uma foto do John para te dizer como ele é fisicamente, mas imagino que um cara bem vestido, perfumado e com uma rosa na mão não seja uma imagem tão ruim de se ver.

Mas, acredito que assim como você, eu não fiquei nenhum pouco chocada com os resultados.

Das 53 mulheres que ele abordou pedindo em casamento, ele teve um grande e redondo ZERO de respostas positivas.

Duvido que você, profissional de Marketing de Rede, já tenha levado mais de 50 não em uma hora. Esse cara deve ter batido recorde de rejeição por tempo de abordagem.

E agora você deve estar pensando:

"Claro que ele seria rejeitado! Ele nem sequer se incomodou em conhecer essas mulheres e chamá-las para um jantar, e já as pediu em casamento? Ele só pode ser louco!"

E eu concordo com você.

Mas agora você terá que engolir isso! Milhares de profissionais de Marketing Multinível fazem EXATAMENTE como John quando se trata de vender seus produtos ou atrair pessoas para seu negócio.

A Proposta Indecente

Você se sente culpado por já ter feito isso? Meu palpite é que se você é como eu e está lendo esse material agora, certamente a resposta seja "sim". Para ter certeza, responda as perguntas abaixo:

- Você já convidou pessoas que acabou de conhecer para participarem do seu negócio, antes mesmo de encontrá-las pela segunda vez?
- Você obsessivamente fez "follow up" com pessoas que te disseram "não" e que até pararam de atender seus telefonemas?
- Você já vendeu seu produto na marra para pessoas que não necessariamente precisavam ou queriam ele (e talvez até tenham feito isso para te ajudar!)?
- Você daria as informações do seu cartão de crédito a um estranho que acabou de conhecer e com quem ainda não criou uma relação de confiança?
- Será que você entraria em um relacionamento de negócios com alguém que você acabou de conhecer?

Provavelmente não. Certo?

Então, por que muitos profissionais de Marketing de Rede fazem tudo isso com seus prospectos?

Não me interprete mal! Isso não significa que você não tenha alguma aceitação *(possivelmente até tenha tido sucesso agindo dessa forma, mas não é a melhor maneira!)*.

Ainda existem pessoas extremamente abertas a negócios que podem te dizer sim sem muitos questionamentos e análises, mas essas pessoas estão bastante escassas. E também, são essas mesmas pessoas que estão propensas a saltar de negócio em negócio, sem planejar muito – e sem nenhuma lealdade a ninguém.

Voltando à história do John que contei acima, será mesmo que se alguma daquelas mulheres tivesse dito sim, ele poderia confiar que ela não diria sim a outras pessoas em situações semelhantes? Seria um relacionamento de confiança e lealdade?

Seu negócio não pode depender de distribuidores relâmpago, que desistem na mesma rapidez que começam. Se isso acontecer, seu negócio irá desmontar muitas vezes até que você desista de tentar desesperadamente substituir todos aqueles que pararam no meio do caminho.

Assim como em um casamento, você precisa confiar tanto no seu downline quanto ele em você. É um relacionamento de troca.

Quem Você Está Procurando?

O que você está procurando são distribuidores leais e educados. Você quer pessoas que têm uma conexão tão profunda com você a ponto de não abandonarem por nada o seu navio.

ESSES são os que você vai encontrar. Claro que por trás desse resultado existe esforço, mas acredite em mim, ele vai valer a pena e você pode automatizar a maior parte dele, inicialmente.

Como Você Atinge Clientes e Distribuidores Fielis?

Através da construção e manutenção de uma relação baseada em valores, confiança e educação.

As pessoas costumam comprar apenas de quem confiam, principalmente online. E, para conquistar essa confiança, você precisa demonstrar o seu interesse real no seu prospecto, e que você está ali para ajudá-lo.

A última coisa que você pode querer é transmitir que você está apenas querendo o dinheiro dele.

Você deve se concentrar em conquistar a confiança demonstrando que você entende os problemas que ele enfrenta, sabe como ajudá-lo e ainda posicionar seus produtos ou oportunidade como parte da solução.

A outra parte da solução é, na verdade, VOCÊ!

Como um conselheiro de confiança, é sua orientação e ajuda que vai guiá-lo sobre como seu produto e oportunidade podem fazer com que ele alcance os resultados que ele quer.

Foque em Entregar Valor a Seus Clientes, Não em Lucrar

Alguns profissionais de marketing da internet falam muito sobre métricas e como otimizar as conversões de vendas para obter melhor retorno sobre investimento.

E, embora você deva sim controlar seu faturamento (falarei mais sobre isso depois), o que você realmente deve otimizar é o conteúdo e o valor que você está entregando para o mercado e sua lista.

Você já sabe que eles estarão interessados no que você tem a oferecer, afinal foi por isso que eles te entregaram seu nome e informações de contato em sua página de captura.

Sobretudo, você quer aproveitar esta oportunidade para se estabelecer como um "expert" ou como eu disse anteriormente, um conselheiro de confiança. Isso significa demonstrar que você sabe mais do que o seu prospecto sobre o assunto.

Afinal, por que o cliente compraria qualquer coisa de você, se você parece saber menos do que ele? Que valor o cliente pode esperar de você?

Com isso em mente, a ferramenta que você vai usar para enviar a seus clientes potenciais informações de graça e começar a adicionar valor para eles, no piloto automático, óbvio, é um serviço de email marketing.

Um serviço de email marketing tem dois objetivos:

1. Fornecer informações valiosas de graça para o leitor;
2. Mostrar como seu produto/oportunidade podem ajudar seu prospecto a obter o resultado que ele quer.

O primeiro educa e aconselha sobre o seu problema ou desejo. O segundo oferece uma solução paga que você pode fornecer, e ajudá-los a utilizar de forma eficaz.

Um serviço de email marketing é para o seu negócio o que o "namoro" seria para o John (em sua busca por encontrar sua esposa ideal...). Você deve primeiro entregar valor antes do seu prospecto estar disposto a se comprometer com você.

CAPÍTULO 6

“Namorando” Seus Prospectos

Como Fazer Seus Prospectos Se Apaixonarem Por Você e Seu Produto...

"Atração não é uma escolha."

- Eben Pagan

Você se lembra da história do John no capítulo passado?

Bem, ele fez aquilo de novo ... mas desta vez, com as informações que dei no último capítulo em mente, ele teve uma abordagem diferente.

Ele calçou seu par favorito de chinelos, vestiu uma camiseta branca e shorts cargo e foi ao shopping.

Sem terno extravagante, sem rosas, sem ar de "desespero".

Ao invés de ir para a guerra, ele decidiu ir com calma e mudou suas intenções ...

Em seu experimento anterior, John pediu 53 mulheres diferentes em casamento no shopping e foi rejeitado por absolutamente TODAS elas.

Desta vez, ele conversou com 17 mulheres em uma hora.

Ele conversou um pouco, criou um breve relacionamento, e pediu a cada uma delas seus telefones.

Por quê?

Porque ele aprendeu que para que alguém aceite se casar com ele, ele precisa, antes mesmo de trocar o número de telefone, construir um relacionamento.

Ele criou o primeiro nível de atração (interesse), o que leva um pouco de tempo.

É por isso que ele só poderia falar com 17 pessoas na mesma parcela de tempo em que passou sendo rejeitado 53 vezes.

Fora que das 17 mulheres com quem ele conversou, ele tem hoje 9 números de telefone, o que significa que ele tem agora 9 possíveis futuras-esposas, com quem pode continuar a construir um relacionamento de amizade, para, ao final, entender qual será seu par perfeito.

Sucesso no Marketing Digital é Como Namoro

Isto é como você deve pensar sobre fazer publicidade para o seu negócio de Marketing de Rede.

Você entrega algo que lhe permita obter as informações de contato de seu cliente e, em seguida, utiliza essas informações para construir um relacionamento através de e-mails com conteúdo interessante, informativo e confiável.

Num namoro, isso equivale a trocar ligações, mensagens no celular e e-mails. Uma comunicação descomplicada que vai construir o “algo mais” na relação.

Então, o que exatamente você manda nessas newsletters por e-mail? Como comentado no último e-mail, é necessário:

1. Fornecer informações valiosas de graça para o leitor,
2. Mostrar com sutileza como seu produto/opportunidade podem ajudar seu prospecto a obter o resultado que ele quer.

Vamos entender isso abaixo ...

Em Primeiro Lugar, Você Deve Fornecer Informações Valiosas de Graça - Como Resolver Seu Problema

Deixe-me dizer isso em alto e bom som: **NÃO É PARA MANDAR UM MONTE DE PORCARIA!** Entendeu? Asneiras vão, literalmente, repelir as pessoas.

Isso significa não começar a vomitar pedaços aleatórios de informações inúteis que servem para preencher espaço e não levar a lugar nenhum.

Ao invés disso, você deve estar preocupado em **ENTREGAR EM EXCESSO**. - Você quer que seu leitor fique chocado!

- Você quer que ele pense "ual, essa pessoa sabe o que está falando"

- Você quer que ele fique ansioso pela sua próxima newsletter, e ansioso para acompanhá-lo em sua oportunidade.

Você já sabe que ele está interessado em resolver um problema, e que você pode ajudá-lo nisso (ou seja, ganhar dinheiro, começar um negócio, ficar saudável, perder peso, ficar bonito, etc.).

Portanto, agora é hora de demonstrar os seus conhecimentos e sua sabedoria para ele. Isso irá fixar na cabeça dele a sua imagem de expert, e convencê-lo de que você é o líder com quem ele deseja se unir e seguir.

Lembre-se, antes de seus prospectos comprarem DE você, eles precisam comprar VOCÊ.

Em Segundo Lugar, Com Prazer Oferecer Uma Solução - a SUA Solução

Este não é o momento de ser tímido. Ao mesmo tempo que você não quer transformar sua newsletter em uma carta de venda (afinal o objetivo aqui é entregar valor para o leitor), você também não quer perder a oportunidade de fazer a venda, caso ele esteja preparado.

Você faz isso posicionando estrategicamente a chamada para a venda (chamada à ação - sedutora e lembrando o leitor de comprar o seu produto/oportunidade e obter AINDA MAIS valor a partir de você).

Se a sua newsletter está fazendo tudo o que menciono acima e, além disso, ainda incorpora um EXCELENTE copywriting (a arte de escrever textos que vendem – você verá mais sobre isso em breve), o leitor não só estará em sintonia com o seu conteúdo, como você terá capturado sua atenção a ponto de se posicionar como um líder com quem ele quer passar o resto dos seus dias nesse negócio.

Quando alguém não está familiarizado com algum conceito, mas vê alguém como um especialista confiável, ele fica mais propenso a seguir essa pessoa do que fazer suas próprias pesquisas.

O leitor está pensando, "sim, este autor entende as minhas dores, este autor propõe soluções, este autor é um especialista na área e é definitivamente experiente ... eu preciso fazer o que ele faz para resolver o meu problema . "

Além disso ... não pare de adicionar conteúdo à sua série de e-mails.

Quanto mais valor e e-mails de follow-up você enviar, maior a probabilidade de você encontrar seu prospecto num momento bom para se juntar à sua equipe ou comprar o seu produto.

Lembre-se, cabe a você manter esse relacionamento vivo. Portanto, tente manter essa chama acesa pelo maior período de tempo possível.

"Mas espere! Minhas mãos não vão cair tentando enviar mais de 1.000 e-mails por dia?"

Então, agora que você compilou seu conteúdo das newsletters e você tem a sua lista de assinantes, como você imagina que entregará todo esses e-mails?

Você pode ter, potencialmente, centenas, milhares de assinantes e dezenas de newsletters! Enviar tudo manualmente seria muita burrice. As opções são:

Opção 1: Contrate macacos para digitar e enviar esses e-mails.

Opção 2: Use a Tecnologia de Email Automático (*YeEEEEEEEEES!*)

Aqui é onde a tecnologia nos salva. O que você está procurando para ajudá-lo a entregar essas Newsletters na caixa de e-mail de seus leitores é um "autorresponder".

Um autorresponder simplesmente mantém o controle daqueles que optam em entrar em sua lista de emails. É como seu carteiro pessoal que não dorme!

Então, você obterá o que precisa!

Assim, você criará um relacionamento baseado em valores e confiança, e com possibilidade de manter essa comunicação automaticamente ao longo do tempo.

(Obs: Não é possível automatizar um namoro. Desculpe.

Hummmm, bem... talvez um pouco, mas isso é uma história para outro dia...haha)

Uma informação importante é que existem muitos sistemas de "autorresponder" disponíveis hoje em dia, e nós avaliamos um por um para te poupar esse trabalho no curso Máquina de Cadastros 2.0! Fique ligado!

Depois que a relação for estabelecida e seu prospecto estiver magneticamente atraído para obter mais de seu conhecimento, estaremos quase prontos para colocar a "Roda Mágica da Abundância" em prática juntos.

CAPÍTULO 7

A “Roda Mágica da Abundância”

Como Transformar Seus Esforços de Recrutamento Online em Uma Máquina de Dinheiro Infalível, Mesmo Que as Pessoas Não Participem do Seu Negócio ou Comprem Seu Produto ...

*"Basta configurá-lo e esquecê-lo".
-Ron Popeil, fundador da RONCO*

Imagine isto ... você vai para Las Vegas e caminha entre as fileiras de máquinas caça-níqueis, de todas as cores e formatos. De repente, você vê em sua frente...

A sua máquina especial de caça-níquel. AQUELA máquina de caça-níquel.

Você sente uma energia inexplicável, você não se contém. Você sabe que esse é seu dia de sorte, e essa máquina não podia ter aparecido em hora melhor.

Você se senta na frente dela com borboletas no estômago por alguns minutos. Você sente uma conexão com a máquina como nunca havia sentido antes. E se sentindo pronto, você faz sua primeira aposta de 25 centavos de dólar.

Você prende a respiração, puxa a alavanca, e observa as rodas girando com aqueles números e imagens brilhantes, e você espera ansioso para que elas parem igualmente alinhadas, com os mesmos números ou imagens em cada roda.

E elas param. ALINHADAS! UAAAAAAAAAAAAAL!
Você acabou de ganhar 50 centavos! Este é realmente o seu dia.

Então, o que você faz? Você coloca novamente os 50 centavos e puxa a alavanca novamente e TCHARAMMMM! Você ganha 75 centavos de volta.

Você coloca os 75 centavos novamente, e ganha um dólar. E de jogada em jogada você vai ganhando, ela nunca falha. Jamais pára de vir dinheiro.

É como se você entrasse em uma Roda Mágica da Abundância!

Por quanto tempo você acha que teria ficado sentado lá? 10 minutos? Uma hora? Um dia inteiro?

Eu imagino que até quando pudesse! Eu aposto que você chamaria até seus amigos para começar a revezar com você e continuamente irem ganhando dinheiro com essa máquina!

Aí vem a boa notícia! Isso não é um sonho!

A “Roda Mágica da Abundância” existe, e você PODE ativá-la em seu negócio e, melhor ainda, sem precisar ficar puxando manualmente a alavanca.

Você pode ter o Google, o Facebook e outras plataformas puxando a alavanca para você.

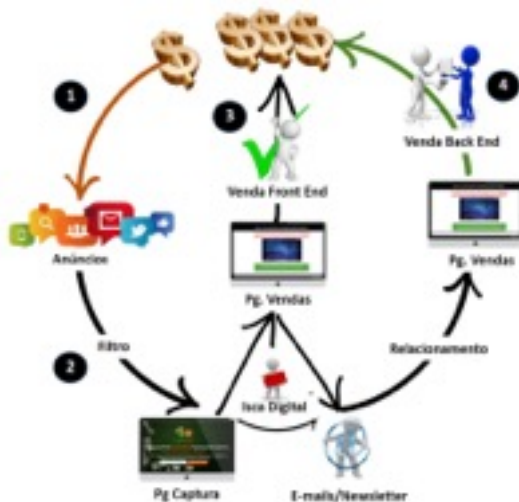
Como Funciona Sua Roda Mágica da Abundância

Eu vejo todo este processo de vendas como um relacionamento – e você também deveria.

E como qualquer relacionamento, é necessário uma troca e ele leva tempo para se estabelecer. Você não pode esperar que a outra parte invista em você toda confiança e lealdade de uma só vez.

Então, no seu negócio, você quer tornar essa relação mais fácil para seus prospectos. Você quer ganhar a confiança e lealdade deles um passo de cada vez.

Veja como fazer isso:



Passo 1: Insira Sua Moeda

Você começou essa relação quando você investiu dinheiro e tempo para gerar tráfego para o seu site (você insere sua moeda).

Passo 2: Puxe a Alavanca e Gire as Rodas

Quando o tráfego chega em sua página de captura, o seu prospecto te fornece as informações de contato em troca de suas informações valiosas gratuitas e conteúdo sob a forma de emails automáticos (as rodas da máquina começam a girar.)

Passo 3: O Pagamento Inicial - Auto Financiamento do Seu Negócio

O próximo passo é a oferta "front-end".

Antes que seus clientes invistam muito dinheiro no seu produto principal ou oportunidade de negócio, eles precisam se sentir mais confiantes investindo um valor menor por uma solução menor, mais barata (pense nisso como você entregando seu expertise e conhecimentos como teste-drive).

O objetivo do seu produto front-end é cobrir seus custos de marketing e produzir um pequeno lucro (ou seja, você coloca 25 centavos, e pega 50 de volta).

Passo 4: A Combinação Vencedora

Então, se eles considerarem a oferta 'front-end' muito barata versus o conteúdo que receberam, isso dará ao seu produto ou oportunidade uma credibilidade imediata.

Eles terão certeza que você irá entregar sempre mais do que o que eles irão investir. Assim, a probabilidade de eles comprarem sua oferta "back-end" aumenta exponencialmente.

Este processo inteiro: geração de tráfego, página de captura, newsletter e produto front-end, é voltado para a construção do seu relacionamento com seu cliente, bem como sua reputação.

Por que os outros falham?

O principal problema é que muitos profissionais de Marketing Multinível não têm nenhum entendimento deste conceito ou acabam perdendo muito dinheiro em coisas que não funcionam ... até chegarem à falência!

Os que já trabalham com o marketing digital (que não são muitos) gastam muito dinheiro na compra de leads e publicidade cegamente, na esperança de terem algum dinheiro de volta.

Mas esse dia nunca chega e eles acabam pobres... e desistem.

Sorte sua que sabe que existe uma alternativa para não investir dinheiro em contatos frios ou anúncios cegos, rezando por um retorno.

Imagine-se focando estrategicamente seus esforços em plataformas como Google e Facebook, sabendo que seu lucro está sempre garantido - assim como uma Máquina de Caça-Níquel Mágica que sempre te devolve dinheiro! É assim que funciona o marketing digital, quando bem feito!

Até agora neste ebook, você foi apresentado a alguns passos muito importantes:

- Você investiu dinheiro ou tempo para atrair clientes potenciais para sua página de captura
- Você obteve suas informações de contato
- Você os impressionou com sua experiência e conhecimento através dos conteúdos valiosos das newsletters
- Cada uma das newsletters tem um botão de adesão à sua oferta "front-end".

Seu front-end servirá para compensar qualquer custo de publicidade (a menos que você use métodos de publicidade gratuita! - Nesse caso, você tem lucro imediato).

Esta oferta 'front-end' irá entregar ainda mais valor, educar e ajudar a vender a próxima etapa, que consiste na união deles a VOCÊ!

Você deve oferecer seu produto front-end de tal forma que se torne impensável para ele não comprar. Precisa ser uma oferta de baixo risco e gerar um baixo compromisso para o cliente.

Esta oferta front-end deve ter um custo relativamente baixo, possuir um valor extremamente alto, e, assim como seus emails automáticos, entregar muito mais do que promete.

Lembre-se, seus prospectos julgarão você e sua oportunidade baseados no seu produto front-end. É sua credibilidade que está em jogo.

Este processo de auto-financiamento é o que falta para a maioria dos negócios online.

Quando seus prospectos pagam pelo seu marketing, independentemente de se juntarem ao seu negócio ou comprarem seu produto, você está sempre à frente.

Assim como o naquela Máquina de Caça-Níquel Mágica, você vai querer reinvestir seus lucros do front-end de volta para sua campanha de marketing, para gerar ainda mais oportunidades, criar mais prospectos, e ter uma chance de sempre recrutar mais pessoas.

Então imagine isso... Uma campanha de marketing que é automatizada, gera leads e vendas automaticamente, e retorna mais dinheiro do que você investe no seu financiamento... Em outras palavras, marketing GRATUITO!

ESSA é a verdadeira Roda Mágica da Abundância! ESSA é a BELEZA do marketing digital!

CAPÍTULO 8

Trazendo a Pergunta à Tona

Como Transformar Seus Prospectos em Clientes e Distribuidores “Felizes Para Sempre”, Usando Poderosas ‘Cartas de amor’

"Cada venda tem cinco obstáculos básicos: não preciso, não tenho dinheiro, não tenho tempo, não desejo, não CONFIO."

- Zig Ziglar, mestre instrutor de Vendas e Palestrante Motivacional

Haha ... Eu não quero dizer uma carta de amor de verdade.. Deixe-me explicar...

Qualquer tipo de empresa exige a venda de um produto ou serviço para permanecer no mercado. Mas antes do cliente potencial comprar, é necessário identificar qual seria a razão da compra. É necessário transmitir ao seu prospecto sua perspectiva sobre os benefícios (não sobre as características) do seu produto e como ele atende às suas necessidades.

Esse processo é chamado de "processo de vendas", ou no caso de um profissional de Marketing de Rede, "processo de recrutamento".

O grande motivo de você estar lendo esse ebook é porque você está procurando uma maneira de se retirar do processo de recrutamento e vendas, e automatizá-lo o máximo possível.

E eu estou totalmente com você.

Eu odeio vender para as pessoas. Na realidade, eu nem sou boa nisso... odeio ser colocada na posição de ter que “fechar” alguém para realizar uma venda (aliás, eu não gosto desse termo – fechamento).

Nesses anos de experiência no Marketing de Rede, tenho notado que não sou só eu que me sinto assim... (suponho que você odeia tanto quanto eu fazer isso! – E se você ama, então você já tem uma grande vantagem sobre mim. Estrelinha para você!)

Eu, pessoalmente, não estou à procura de uma carreira na área de vendas, e sim, quero que a Roda Mágica da Abundância funcione por conta própria.

Porém, como em um relacionamento amoroso, chega um ponto em que os 2 precisam parar para tomar uma decisão sobre "tornar o relacionamento mais sério". E isso não acontece de nada.

A não ser que seja um casamento forçado, nenhum casal se apaixona e decide viver o resto de seus dias juntos sem que um dos dois "traga a pergunta à tona".

Isso quer dizer que em algum momento você precisa "trazer a pergunta à tona" e tornar seu prospecto finalmente seu cliente ou distribuidor da sua empresa.

A parte mais legal sobre o marketing de atração, no entanto, é que você não precisa se ajoelhar e implorar por isso, ou até mesmo estar lá pessoalmente. Você está fazendo com que seus emails automáticos criem todo o romance, até que você, finalmente, chegue com uma linda página de vendas bem escrita (carta de amor).

O que é uma página de vendas?

A página de vendas é um site que faz uma oferta para o seu cliente potencial. É onde você mostra os benefícios do que tem para oferecer.

Há alguns anos atrás, o equivalente a isso era a chamada mala-direta, que chegava à sua caixa do correio fazendo oferta sobre tudo, desde os novos produtos de uma marca de alimentos até como fazer o refinanciamento do seu imóvel.

Apesar desse marketing ainda existir e ser amplamente utilizado com alguma eficácia, os emails e vídeos de vendas online são definitivamente o melhor caminho a se percorrer ultimamente.

A página de vendas consiste basicamente em fazer o trabalho que um vendedor tradicional faria com um cliente em potencial, porém sem a pressão. (É disso que eu gosto!)

Se você conhece alguma coisa sobre vendas, deve saber que um excelente vendedor faz a venda elaborando uma estratégia que passa por uma série de fases psicológicas do cliente, até obter o resultado positivo final, que é a compra do produto.

Uma página de vendas faz exatamente a mesma coisa, com a diferença de que é seu cliente que está comprando por si só, e não você que está vendendo. Quanto mais ele lê ou assiste, mais ele ficará convencido de que ele tem que comprar.

E se ele não comprar, fique feliz, pois você não teve que sentar na frente desse prospecto para tentar vender para ele.

Seus prospectos se qualificam ou desqualificam sozinhos ao lerem sua página de vendas.

Como escrever uma página de Vendas 'Hipnótica'

A página de vendas deve possuir alguns itens fundamentais para envolver o seu prospecto e mantê-lo colado na tela do computador pelo tempo suficiente até tomar a decisão de comprar.

Gatilhos Mentais

"As pessoas não compram por razões lógicas. Elas compram por razões emocionais." - Zig Ziglar

Ao escrever a chamada e o parágrafo introdutório da sua página de vendas, você precisa falar com o coração (dor) do seu leitor.

Há uma razão específica para uma pessoa estar lendo sua página de vendas. Ela está à procura de soluções para um problema, ou em busca de algum prazer. Você deve abordar isso no meio do conteúdo, para que eles saibam que este produto é para eles.

E não há falta de problemas neste mundo. Se não houvesse problemas neste mundo, nós todos estaríamos desempregados.

Portanto, o seu produto ou oportunidade deve ser oferecido como uma solução para um problema ou resposta a um desejo.

Se você apresentar seu produto muito cedo, você acaba desligando a atenção do seu prospecto, já que ele não está à procura de um produto, e sim de uma solução.

Agora, se o seu produto oferece esta solução, então nós podemos falar sobre a troca de moeda.

O Fechamento Grandioso

Você pode dizer que um pedido de casamento é um fechamento grandioso na vida do casal, por causa da emoção que está envolvida e tudo o que virá pela frente.

Imagine essa cena como sendo um homem: Um jantar romântico define o clima. As rosas fazem a mulher sorrir e sentir-se amada. A música faz lembrar do quanto ela o ama. Você vestido num lindo terno mostra o quão desejável e atraente você é.

E se você convidou dois de seus amigos e família para testemunhar isso, a pressão de tê-los lá adiciona uma pitada de medo e ansiedade de ela dizer "NÃO". De repente, você se ajoelha na frente dela com todos olhando ao redor, e a pega desprevenida, a ponto de desorientá-la. Ela não consegue mais pensar racionalmente e começa a chorar, gritar, etc.

Você conseguiu... Parabéns! :)

Explicação Racional

Agora, para mostrar que não estamos tentando enganar pessoas manipulando suas emoções, nós também vamos adicionar o raciocínio lógico para o nosso processo de vendas.

Você definitivamente não quer "um comprador com remorso" que volta para assombrar a credibilidade do seu negócio.

Geralmente, em um processo de vendas tradicional, esta parte é abordada com uma sessão de "FAQ" (perguntas mais frequentes) entre o cliente e o vendedor. Mas, a partir do momento que estamos online, precisamos explicar exatamente COMO o nosso produto ou serviço irá fornecer os benefícios que o cliente precisa.

Para produtos de saúde e bem-estar, bastaria uma explicação básica da ciência envolvida e, possivelmente, até mesmo os comentários dos especialistas que endossaram o produto.

Para uma oportunidade de negócio, pode-se explicar os números e resultados que se esperam com um determinado nível de esforço.

Esta é provavelmente a parte mais fácil, já que a nossa tendência é escrever sobre as características de qualquer maneira.

No caso de um pedido de casamento, idealmente antes ou depois você deve ter demonstrado ao seu parceiro (a) porque estar com você é mais benéfico para ele / ela, (ou seja, você tem um bom trabalho, vive num bairro nobre, é anatomicamente funcional para ter filhos, etc).

Características Versus Benefícios

Um erro que muitos profissionais do Marketing de Rede fazem é falar muito sobre as características do que eles estão oferecendo.

"Nossas vitaminas são orgânicas." "Nossa empresa é ganhadora de prêmio". "O médico que inventou esse produto é o terceiro melhor do mundo.."

Eu tenho uma resposta para estas declarações: E daí? O que isso tem a ver comigo?

Em outras palavras, as pessoas não se impressionam pelas características do que você está oferecendo. O que elas estão realmente interessadas é em o que isso vai fazer por elas.

Então, ao invés das afirmações acima, você pode falar sobre os benefícios dessa forma:

"Nossas vitaminas orgânicas não só irão nutrir seu corpo, como também irão protegê-lo contra os radicais livres que são conhecidos por contribuir para o desenvolvimento do câncer." "Nossa empresa é ganhadora de prêmio de renome, por isso você pode confiar que ela tem credibilidade no mercado e te proporcionará uma parceria longa e extremamente rentável."

Você percebe a diferença? Com essa informação, ficará mais fácil para você criar textos emocionais e racionais nas seções apropriadas da sua oferta.

Depoimentos - O Que os Outros Estão Dizendo ...

Independente do que você diz sobre o que seu produto ou serviço pode fazer e como ele faz, muitas pessoas ainda não estão propensas a acreditar em você.

A resposta para isso é...

Prova Social / Testemunhos

Pedir a seus clientes atuais um breve depoimento sobre o que seu produto ou oportunidade fez por eles, já é um bom começo. Ainda mais eficaz é mostrar a foto do seu cliente, seu nome completo e cidade de residência, para colocar maior credibilidade no seu produto ou oportunidade.

Deixe que seus clientes sejam extremamente sinceros e em HIPÓTESE ALGUMA falsifique depoimentos! As pessoas hoje em dia podem farejar um golpe a quilômetros de distância. E isso vai em linha com meu próximo ponto ...

Deixe Sua Personalidade Vir à Tona

Se você está sendo honesto e sincero, isso ficará evidente para o seu leitor. Em um nível muito subconsciente, como você escreve, e não necessariamente o que você escreve, é o que vai completar a peça que faltava para o prospecto se sentir confiante sobre a compra.

Vamos ser honestos, há pessoas que compram de outras pessoas simplesmente pelo fato de gostarem delas.

Quem você é tem muito a ver com o seu sucesso.

Não Seja Tímido

Como em qualquer boa proposta, você precisa dar uma orientação clara quanto ao próximo passo.

Diga ao seu prospecto o que ele precisa fazer em seguida a fim de obter a solução para seu problema. Dê-lhes uma 'chamada para ação'.

Torne esse processo o mais simples possível e soletre exatamente para eles.

- Será que eles precisam ligar para algum 0800 dentro dos próximos 30 minutos?
- Será que eles precisam clicar no botão "comprar" antes que acabem os produtos?
- Será que eles precisam de um cartão de crédito ou eles podem pagar com PayPal? Explique tudo em detalhes. Não assuma que eles sabem de tudo.

E Agora?

A arte de escrever textos de vendas (escrita persuasiva) não é algo que você vai dominar do dia para a noite, mas certamente você pode aprender o suficiente para começar a gerar vendas em um período muito curto de tempo.

A Máquina de Cadastros é para ser um modelo completo para todo o seu sistema de marketing e de recrutamento online. Uma alternativa é obter vários cursos separados sobre cada um dos temas abordados neste ebook e provavelmente gastar milhares de reais para colocá-los todos juntos.

A jogada é sua... ;)

CAPÍTULO 9

A Fortuna Está No Follow-Up

Minerando Ouro Dentro da Sua Lista de Prospectos

"Alguns dos maiores desafios nos relacionamentos vêm do fato de que a maioria das pessoas entra neles a fim de receber alguma coisa: elas estão tentando encontrar alguém que vai fazê-las sentirem-se bem. Na realidade, a única maneira de um relacionamento durar é você vê-lo como um lugar onde você vai para dar, e não um lugar que você vai para receber."

- Anthony Robbins, Life Coach Americano

Se você continuar em sua carreira de marketing, essas expressões vão se tornar muito familiares:

- "A Fortuna está no Follow Up"
- "O dinheiro está na lista"

Não entenda essas expressões como uma forma de arrancar dinheiro das pessoas da lista. A razão pela qual você está criando uma lista é criar um ativo de longo prazo, embasado sobre a criação de um relacionamento forte e mutuamente benéfico.

O Que o Google®, YouTube® e Facebook® Nos Ensinaram:

Quando você pergunta para os novatos de Marketing de Rede como eles imaginam que o dinheiro é feito na internet, eles provavelmente terão uma imagem de um negócio em casa como Mercado Livre, ou a criação de uma loja online com venda automatizada.

Mas o fato é que a coisa mais valiosa que você pode criar online não é um e-commerce necessariamente. O ativo mais valioso que você pode criar é uma base de assinantes.

Estudo de Caso 1: "YouTube.com"

Em 2006, o Google pagou \$1,65 bilhões pelo YouTube - uma empresa que tinha menos de 2 anos de idade.

O YT estava gastando mais de 1 milhão de dólares por mês em banda larga, sozinho. Eles haviam investido mais de \$16 milhões em desenvolvimento, sem qualquer lucro. A receita era pequena comparada às despesas.

Pagar \$ 1,65 bilhão e perder pelo menos \$ 1 milhão por mês não parecia ser um negócio tão bom...

Estudo de Caso 2: "facebook.com"

O fundador do Facebook, Mark Zuckerberg, em 2006, recusou uma oferta de \$750 milhões do Yahoo! Ele dizia que não consideraria qualquer proposta menor que \$ 2 bilhões.

O único modelo de receita que o FB tinha na época era publicidade e compra de "presentes" para colegas assinantes.

Rentável? Nem perto disso! Na época, eles tiveram que pedir \$25 milhões em capital de risco.

Então, por que ele esperava \$2 bilhões pelo seu site? Bem, os anos se passaram e agora você entende porque Zuckerberg não quis vender.

O Valor De Uma Base De Assinantes

Se você olhar os negócios mais valiosos online, você verá um ponto em comum. Eles possuem maneiras de construir uma lista de assinantes e fazê-los voltar várias e várias vezes.

YouTube é o maior site de hospedagem de vídeo do mundo, onde os assinantes podem postar ou ver qualquer coisa, desde gatos dançando até presidentes saldando a mandioca...tem de tudo, hoje em dia. hehe. =)

Os visitantes mensais ultrapassam bem mais de um bilhão de acessos.

O Facebook tem atualmente mais de 1,2 bilhão de usuários ativos! UAL!

A razão de TODAS estas empresas deterem tanto valor é porque em um mundo onde VHS, rádio por satélite e assinaturas de jornais estão sendo extintos, os anunciantes estão à procura de novas maneiras de conseguir audiência, e se você conseguir fazer isso, terá o mundo aos seus pés.

O valor dessas empresas, seja de uma empresa de Marketing de Rede ou de um fenômeno das redes sociais online é baseado principalmente no tamanho de sua base de assinantes, visitantes diários e, mais importante, visitantes em potencial.

Então, se você está fazendo um milhão por mês ou perdendo um milhão por mês, num momento em que os anunciantes estão ficando desesperados, você tem um ativo valioso por causa do potencial disponível, mesmo que você esteja atualmente no 'vermelho'.

"Espere! Eu não tenho os recursos para criar um novo 'YouTube!'" Você nem precisa fazer isso.

Essas empresas tiveram que gastar muito dinheiro para construir sua lista, no entanto o que nós precisamos fazer é rentabilizar a lista, enquanto a construímos!

O que venho te mostrando neste ebook não é como construir uma lista de assinantes de um milhão de pessoas para vender para o Google por \$1 bilhão (mesmo porque isso é altamente improvável).

O que eu estou ensinando é como construir uma lista de alguns milhares de assinantes fiéis que lhe darão renda recorrente, além do lucro que virá para seu negócio de marketing multinível.

Na prática, estou te mostrando como ganhar dinheiro também com as pessoas que decidem não participar do seu negócio.

Imagine se você fosse capaz de receber R\$100 de todos que te disseram "não" nesse seu negócio de Marketing de Rede!

Se eles disserem 'SIM' ou 'NÃO', você estará sorrindo por todo o caminho até o banco!

Comece a Ganhar Dinheiro a Partir do 1º Dia

Você não precisa vender o seu negócio para qualquer um. Você pode simplesmente começar a ganhar dinheiro assim que você receber o seu primeiro inscrito, se você fizer o seguinte:

1. Fornecer valor aos seus assinantes via email;
2. Posicionar-se como um líder especialista em MMN ou "negócio de casa";
3. Oferecer uma solução (A solução) para seus assinantes, enquanto continua a entregar valor, independentemente de eles comprarem seus produtos ou seu negócio de MMN.

O ponto aqui é que você precisa manter as pessoas por perto tempo suficiente para que eles acabem comprando seu produto ou se tornando seus distribuidores (agora deve fazer sentido a frase "a fortuna está no follow up").

Isto é o que o YouTube e Facebook foram criando desde o início de sua história. Eles mantiveram as pessoas por perto por tempo suficiente até que seus inscritos se tornaram seu maior ativo.

Você agora possui o luxo de produzir lucro imediato. É por isso que aprender a arte do marketing de atração é tão importante.

CAPÍTULO 10

O Que Eu Ganho Com Isso?

Como Recrutar e Vender Com "Palavras" e Outros Truques de Conversões

"As palavras são a droga mais poderosa usada pela humanidade."

- Rudyard Kipling, autor e poeta Inglês

Vou compartilhar com vocês um pouco da habilidade mais importante que qualquer profissional de marketing deve aprender. Como você vai ver no curso da Máquina de Cadastros 2.0, o copywriting é dito ser a **HABILIDADE milionária!**

Assim como falar em público, esta habilidade tem o potencial de te fazer conquistar o estilo de vida dos seus sonhos se você aprender a utilizá-la corretamente.

E assim como numa palestra há uma psicologia envolvida para captar a atenção de um público, quase o mesmo é exigido para envolver um leitor. Você vai descobrir que alguns dos melhores oradores são também escritores fenomenais - copywriters para ser exato.

Jogue tudo o que seu professor do ensino médio te ensinou sobre a redação na lata de lixo. Aqui você será recompensado generosamente por escrever exatamente da forma como você fala.

Incrível, né?

O Poder do "VOCÊ"!

Simplificando, a palavra mais poderosa nas vendas é VOCÊ. Para cada "eu" que for escrito, devem ser escritas em sua carta de vendas ou a apresentação, outras 10 palavras "VOCÊ".

Eu não me importo o quão legal é a sua história ou o quão bem ela se articula com o seu produto, você tem que ser capaz de escrever como se o seu leitor fosse quem estivesse vivendo a história.

A ideia é focar nas necessidades do seu prospecto.

Criando Imagens

Uma técnica muito poderosa em vendas é escrever de forma descritiva, de modo que seu leitor não tenha escolha, a não ser imaginar as imagens na cabeça dele. O benefício disso é duplo:

1. Seu leitor fica engajado, se entretém com a leitura e, portanto, continua lendo.
2. Seu leitor vai se colocar no meio do que você está descrevendo. É como se eles tivessem testando o seu produto em suas mentes, antes mesmo de comprar.

Usando Palavras Poderosas

Junto com o uso de linguagem descritiva e imagens, as palavras específicas que você usa também são importantes.

Aqui está uma amostra das 12 palavras mais persuasivas, por pesquisadores da Yale University:

Você, Dinheiro, Economizar, Garantia, Descubra, Fácil, Comprovada, Saúde, Felicidade, Amor, Resultados, Novo

O segredo para usar palavras poderosas em sua cópia de vendas é usar os advérbios antes dos verbos e adjetivos depois do substantivo.

Unindo Palavras Poderosas Para Influenciar Seus Prospectos

Pronto, agora você pode começar a combinar estas palavras poderosas em seus copies de venda persuasivas para influenciar as pessoas a se tornarem clientes ou novos distribuidores para o seu negócio.

Isso será muito útil, especialmente ao escrever seus títulos, sub-títulos e itens.



Aqui estão alguns exemplos de Chamadas Impactantes (imaginárias):

“Descubra O Método Secreto Usado Para Gerar Mais De R\$100.000,00 em 7 Dias e Veja Como Fazer Facilmente Os Mesmos Seis Dígitos de Faturamento Várias e Várias vezes Pelo Resto De Sua Vida”

“Como Parar De Estar Cansado e Com Excesso De Peso, e Facilmente Conquistar Um Corpo Fitness, Saudável e Escultural Para Você, Em Apenas 8 Semanas, Sem Se Preocupar Com Dieta”

Estes são apenas alguns exemplos que criei usando fórmulas de vários lugares que aprendi ao longo de minha vida. Sinta-se livre para usar essas fórmulas, mas não copie palavra por palavra, exatamente, para evitar problemas de direitos autorais.

Tenho certeza que a sua imaginação pode criar muitos outros exemplos, utilizando palavras poderosas que eu nem sequer pensei ainda.

PARABÉNS!

Você Finalizou Seu Ebook “10 Passos Para Bater Diamante em 90 Dias Sem Sair de Casa”, Então Aqui Está Seu Prêmio...

Pule, grite, corra pela casa! Abrace um amigo - também vale seu companheiro ou companheira!

(Lembre-se de fazer isso em todos os momentos felizes de sua vida!) :)

Mas ainda não acabou.. na verdade, AINDA NEM COMEÇOU!

Agora você está em uma encruzilhada - este é verdadeiramente o momento de escolher entre a **pílula VERMELHA** vs **pílula AZUL**, porque você pode optar por ignorar todo o poder do que foi compartilhado com você nos últimos capítulos e continuar construindo rede em seu negócio da maneira mais dolorosa e frustrante possível, com métodos de recrutamento antiquados.

OU

Você pode optar por se tornar um NINJA na arte de recrutamento pela internet, ganhar dinheiro no piloto automático e realmente conquistar o tempo e liberdade que você deseja, e merece, através do **Curso Máquina de Cadastros 2.0!**

Se você já é aluno do curso **Máquina de Cadastros 2.0**, comece agora a colocar em prática o passo a passo que ensino para você **bombar sua rede apenas com pessoas interessadas** e ainda **monetizar aquelas que te dizem NÃO.**

Se você ainda não adquiriu, **[CLIQUE AQUI](#)** e baixe agora o curso **Máquina de Cadastros 2.0.**

Na MÁQUINA DE CADASTROS 2.0 você vai aprender:

- Como usar a Internet para esmagar facilmente a concorrência e automatizar o seu marketing para quem quer sua oportunidade. Pare de desperdiçar seu tempo perseguindo prospectos que não estão nem aí para você.
- Como fazer publicidade do seu negócio e obter milhares de pessoas que confiam em cada uma de suas palavras. Nunca mais você precisará explicar a diferença entre um "esquema de pirâmide" e sua oportunidade de negócio.
- O Portal Mágico para construir uma base de clientes enorme. Eu garanto que você provavelmente está fazendo errado com o seu negócio e aumentando seus esforços.
- A Roda Mágica da Abundância Revelada - Como lucrar a partir de seus prospectos, mesmo que eles nunca comprem seu produto ou serviço.
- O manual passo-a-passo para construir o seu império online e começar a gerar infinitos leads, 24 horas por dia, para sempre.

Como usar o email para crescer sua lista, seus Relacionamentos e sua Conta Bancária .

CLIQUE AQUI para baixar.

Tenho certeza que você vai se surpreender com o que preparei para o curso!

Te vejo lá dentro!

Rumo ao topo, definitivamente!

Ao infinito, e além!

Ellen Winiarski, Sua Upline Virtual

Sobre Ellen Winiarski



Jovem de família humilde que aos 25 anos encontrou no Marketing Multinível uma opção mais simples para empreender, mudar completamente a sua vida e de sua família, e também a vida de milhares de pessoas no mundo todo.

Mesmo sem resultados por 2 anos na primeira empresa, sempre foi resiliente em aprender e se desenvolver acreditando que um dia seu negócio de Marketing de Rede deslançaria.

Isso apenas aconteceu quando encontrou o Marketing Digital e entendeu que poderia aliar o melhor formato de negócio existente com a melhor ferramenta disponível hoje - Marketing Multinível e Marketing Digital.

Hoje, ela possui pelo menos 3 fontes de renda na internet além do seu MMN, e trabalha efetivamente quando, onde e com quem quer.