



*«Abrir Um Negócio Na Internet Com Pouco Dinheiro e Sem Experiência?»*

[www.BlogDeRuiGabriel.com](http://www.BlogDeRuiGabriel.com)

# Como Abrir Um Negócio Na Internet Com Pouco Dinheiro e Sem Experiência

[Rui Gabriel](#) /

Tags: [abrir negócio próprio](#), [blog](#), [construção de um negócio independente](#), [email-marketing](#), [Facebook](#), [Geração de tráfego qualificado](#), [Internet Marketing](#), [leads](#), [Marketing de Atração](#), [negócio](#), [negócio com baixo investimento inicial](#), [negócio próprio na internet](#), [sistema de autoresponder](#)

This post is in *Portuguese*. Click here to view ALL posts in [Portuguese](#), [English](#).



**1 Faz o Que Gostas**  
**2 Bloga Sobre Isso**  
**3 Ganha Dinheiro**

**BLOG MARKETING**  
**Bloguer.Ninja**  
**ACESSO IMEDIATO**

Consegues imaginar quantas pessoas particulares, profissionais e empresas gostariam de poder abrir um [negócio próprio na Internet](#) com pouco dinheiro, mesmo sem terem experiência prévia nenhuma?

## Sumário deste artigo:

1. Ajuda Para Definires Perfeitamente o Que Queres Tu Conseguir Com a Internet
2. Uma Descrição Detalhada da Mecânica de Um Negócio Online: Todas as Peças e como Montá-las.
  1. Incluindo: blog, redes sociais, sistemas de marketing, captura de contactos, sistemas de venda automática, sistemas de email marketing, e tudo o resto necessário.
3. Uma Descrição Detalhada de Como Usar a Máquina (Como fazer o Marketing eficazmente)
  1. Incluindo: que conteúdos publicar, onde e como espalhar tudo pela Internet, como criar uma máquina de conteúdo e influência, como comunicar com os diferentes tipos de listas de contactos para otimizar resultados.
4. E, mais Importante de Tudo: Links para todos os recursos necessários para poderes [começar Já Hoje!](#)

Sabes uma coisa? Muita gente gostaria de ganhar mais dinheiro mas nem todas essas pessoas querem realmente fazer alguma coisa a esse respeito.

*Quando pedi um aumento de 80% no único emprego convencional que já tive e ele me foi concedido, ninguém poderia imaginar que eu queria mesmo era ser empreendedor, [não queria um emprego](#) com um salário fixo, por muito bom que fosse na época. Tinha 2 filhas, um apartamento para pagar e era somente eu a trazer dinheiro para casa.*

*3 meses depois de ser aumentado em 80% despedi-me e iniciei a minha atividade independente sem nenhum cliente e sem nenhuma fonte de rendimento.*

*O que achas desta decisão? Emprego com salário garantido e limites salariais, ou empreendedorismo sem garantias nem limites?*

**Há um tempo atrás, fui jantar com o Costa, um amigo meu:**

*“Nesse jantar reuniram-se vários dos seus amigos, que eu não conhecia e falámos de muitas coisas. Naturalmente fala-se de política, de futebol e de como vai a vida de cada um.*

*Um dos temas que aparece quase sempre é: “a situação da economia” e a partir daqui vêm sempre queixas.*

*“- Isto tá mau por isto ou por aquilo...”*

*A conversa interessava-me porque eu tinha nas mãos uma boa solução que me estava a ajudar a [recuperar a qualidade de vida mesmo na nova economia](#). Então, depois de ver que quase toda a gente tinha mais ou menos a mesma dificuldade: “ganhavam pouco dinheiro para o que gostariam de realizar”, lancei a pergunta à mesa:*

*“- Quem gostaria de ganhar mais dinheiro?”*

*Todos levantaram a mão, sem nenhuma excepção.*

*Então lembrei-me de dar a tarefa mais simples que me consegui lembrar, para ver o quanto aquelas pessoas queriam realmente ganhar mais dinheiro.*

*- Ótimo, pessoal, então comecem por colocar o vosso email neste site para receberem mais informações. O site é este: [Trabalho-a-Partir-de-Casa.com](http://Trabalho-a-Partir-de-Casa.com). Quem não tiver Internet aqui eu empresto o meu telefone.*

*Quase todos começaram a mexer nos telefones. Das 10 pessoas à mesa, duas não se mexeram.*

*Continuamos a conversa e o serão foi bem passado. Quando regresssei a casa fui ver quantas pessoas tinham colocado o email no site: 8.”*

10 pessoas queriam ganhar mais dinheiro, mas 2 não fizeram sequer algo tão simples como procurar informação onde já sabiam que ela existia. Imagina se fosse algo difícil e complicado!

**E este é o problema de muitas pessoas: nunca têm sucesso porque não fazem nem as coisas fáceis e simples. Porém, tu que estás a ler-me, só pelo facto de estares aqui, já tens uma atitude mais favorável do que muitas outras pessoas.**

**Por isso te dei os parabéns logo no início, e por isso te vou revelar a ti Como Abrir Um Negócio Na Internet Sem Experiência e Com Pouco Dinheiro.**



Imagem reduzida. Clica na imagem para ver em tamanho original

Podes Usar Esta Infografia no Teu Blog! :)

Copia e cola na vista "html" do teu blog o seguinte código:

```
<a href="http://www.blogderuigabriel.com/como-abrir-um-negocio-na-internet-com-pouco-dinheiro-e-sem-experiencia/" target="_blank"></a>
```


## Para Abrir Um Negócio Na Internet Sem Experiência e Com Pouco Dinheiro, o Primeiro Passo é Saber o Que Se Quer, Quais São Os Teus Objetivos.

Para abrires um negocio online de sucesso, mesmo com pouco dinheiro e nenhuma experiência, precisas ter os teus objetivos claramente definidos:

1. Saber o que queres,
2. Saber o que outras pessoas conseguiram para teres uma ideia do que pode ser conseguido,
3. Queres muito atingires o teu objetivo.

Noutros locais deste blog falo do empreendedorismo e de [como transformar ideias em dinheiro, tanto dentro como fora da Internet](#).

**Ali**, falei das ideias, aqui falo da parte da Mecânica e do Marketing. Preparado para Tomar Notas?



Para Dominares A Mecânica  
De Um Negócio na Internet  
Não Precisas Ser  
um Mecânico De Internet.

[www.BlogDeRuiGabriel.com](http://www.BlogDeRuiGabriel.com)



# Criar Um Negócio Próprio Online Com Pouco Dinheiro: Passo 1 – A Mecânica

## Escolher um Nicho de Mercado.

Um dos principais erros de principiante é querer vender tudo a todos. Achar que o teu produto, serviço ou ideia é fantástica para toda a gente. Não é.

A maior parte das pessoas não quer saber sequer o que a ti interessa tanto e tu precisas ter consciência disso.

Todos os dias, entre os milhares de pessoas que vêem os meus conteúdos na Internet, algumas fazem comentários negativos, outros saem da [minha lista de email](#). É natural e é saudável, pois eu sei que nem toda a gente quer o que eu tenho para vender, nem toda a gente gosta de ouvir ou de ler o que eu digo nos vídeos do [meu canal do youtube](#) ou escrevo aqui no blog. As pessoas que não querem comprar o que eu vendo, ou não querem ler as minhas coisas, ou aderir às minhas ideias, não são pessoas más por isso, simplesmente não pertencem ao meu nicho de mercado e é bom irem à sua vida.

Dica: orienta os teus recursos (tempo dinheiro e competências) para quem já quer comprar o que tens para vender e gasta o mínimo possível com quem não quer, ou acha que deves gastar tempo a tentar convencê-lo.

**Todo o tempo gasto a tentar convencer uma pessoa a comprar o que não quer, [é tempo perdido](#) e poderia estar a ser investido ajudando quem realmente está interessado. Não concordas?**

Um nicho de mercado é um conjunto de pessoas que tem problemas e desejos semelhantes. O teu nicho é o conjunto de pessoas que já querem ler o que escreves, comprar o que tens para vender, ouvir o que tens para dizer. Já querem, ainda antes mesmo de te conhecerem. O nicho já existe, os desejos já existem, e os problemas também. O que tu vais fazer é achar uma solução para realizar os desejos ou resolver os seus problemas, sem os inconvenientes das soluções que já existem.

Certo?

Escolhe o teu nicho, depois vais achar formas de comunicar com esse nicho e dar-te a conhecer. A ti e às soluções que tu apresentas e que as pessoas já procuram e desejam. Veremos isso lá mais para a frente.

## Criar um Domínio Com Nome Auto-Explicativo

Um domínio é o “endereço” de um site. Por exemplo “[ruigabriel.com](http://ruigabriel.com)” é um dos meus domínios ou “[bloguer.ninja](http://bloguer.ninja)” é outro, ou “[trabalho-a-partir-de-casa.com](http://trabalho-a-partir-de-casa.com)” ou “[lazy-millionaires.com](http://lazy-millionaires.com)” ou ainda “[mulheres-empendedoras.com](http://mulheres-empendedoras.com)” são todos domínios para diferentes nichos. Este “[blogderuigabriel.com](http://blogderuigabriel.com)” também é um domínio, neste caso onde tenho o meu blog, os outros exemplos têm páginas de captura de contactos e ofertas grátis (que vais ver mais à frente como se usam e porque são importantes).

Se reparares, os nomes que dei são bastantes auto-explicativos: falam de mim como autor, ou do assunto que tratam.

Para registares um domínio há imensos locais online, eu uso o [ptwebsite](http://ptwebsite) para alojamento e, para registo o [name.com](http://name.com), porém há muitos no mercado, escolhe o que for melhor para ti.

## Criar um Blog Profissional Para Esse Domínio

Há muitas plataformas de blog gratuitas: WordPress.com, Blogger, Sapo, Tumblr, e outras. São todas ótimas, mas não são profissionais. Quando se trata de negócio, ou de ganhar dinheiro ou de produzir resultados com a plataforma, todas estas são ineficazes ou pura e simplesmente não permitem usar as suas plataformas com finalidades comerciais.

Eu tive um blog no blogger que foi eliminado sem qualquer aviso, depois de ter lá mais de 700 artigos e 2 anos de trabalho. Nem pude contestar, nem pedir os meus conteúdos de volta. Apagaram-me o blog, simplesmente porque entenderam que eu estava a fazer spam com ele e o que eu fazia era colocar links para os meus artigos nas redes sociais.

Aprendi a lição e jurei que nunca iria mais ter um blog amador, numa plataforma gratuita. O barato sai caro, como se costuma dizer.

Uso a plataforma Kalatú, com tecnologia wordpress, e não preciso de ter um alojamento nem de tratar de atualizações nem de nenhum detalhe técnico. A própria instalação demora 5 minutos e é feita por ti mesmo em 4 ou 5 cliques. Temos os conteúdos seguros e ainda montes de treino em Internet marketing e blog marketing que a empresa proporciona. Eles fazem tudo isso por 25 dólares por mês. [Recomendo e podes adquiri-lo aqui.](#)

## Otimizar o Blog Para Envolver os Visitantes

Uma coisa é ter visitantes (já vamos tratar desse assunto na parte do Marketing mais abaixo) e outra coisa é ter a máquina montada para que os visitantes interajam com os teus conteúdos.

Se não envolveres quem te visita, não tens a aposta ganhar. Precisas criar formatos de interação.

Os principais recursos do blog para incentivar a interação são:

- **Banners.** Estes são imagens colocados estrategicamente no blog com publicitação de alguma coisa que possa interessar às pessoas do teu nicho. O objetivo é que o teu visitante clique nessa imagem e execute a ação requerida: comprar, colocar o email, ou outra.
- **Formulários de captura de contactos.** Uma boa forma de envolver os teus visitantes é dar-lhes a oportunidade de [subscriverem uma newsletter tua](#) ou receber algo grátis que tenhas para oferecer e que seja valorizado por eles, através de um formulário no próprio corpo do teu blog. Junto do artigo ou por baixo ou mesmo no meio, interrompendo a leitura (como achares melhor ou como vires que funciona melhor)
- **Comentários.** Podes e deves sempre solicitar a opinião dos teus visitantes e responder sempre a todos os comentários que forem feitos nos teus artigos. Comentar e manter uma conversa por comentários dentro do blog é uma das formas mais envolventes de criar uma conexão com a tua audiência.
- **Popup.** Já reparaste que de vez em quando aparecem pequenas janelas à tua frente quando estás a navegar num site ou num blog? Esses são os popups. Surgem solicitando interação: para o visitante clicar ou subscriver. Existem basicamente de 2 tipos:
  - Temporizados: aparecem depois de um certo tempo que o teu visitante está no blog, e podem ou não voltar a aparecer com mais ou menos frequência. Tu decides.

- À saída: quando o visitante coloca o mouse fora da página para sair da página, aparece o popup.
- **Popunder.** É semelhante ao Popup mas aparece numa nova janela, por detrás da janela em que o visitante está a ver o blog. Desta forma não interfere com a leitura mas, depois de o visitante fechar o navegador, depara-se com aquela janela ali.
- **Ligações para páginas das redes sociais.** É boa ideia levar pessoas da tua página do Facebook para o teu blog, e claro, do teu blog para a tua página do Facebook, ou do Google+ ou do Twitter, Linked-In, Pinterest, ou outra que tenhas. Um link para o teu canal do Youtube também é uma boa opção, para manteres os teus visitantes dentro do teu mundo, da tua esfera de debaixo da tua influência. Quanto melhor e de forma mais variada passares a tua mensagem, maiores as probabilidades de um visitante teu entrar na tua visão, aderir à tua ideia ou comprar-te alguma coisa.
- **Informações de contacto: telefone, email, skype.** Naturalmente. Tu não és um extra-terrestre nem um “marketer secreto”. As pessoas gostam de saber que és uma pessoa como elas e que podes ser contactado. Uma das principais formas de criar credibilidade é proporcionar dados de contacto como nome, telefone, email, skype e facilitar o acesso às pessoas que o desejem.

## Encontrar os 3 Principais Desejos das Pessoas Desse Nicho

Da mesma forma como nunca poderás vender tudo a todos, nunca conseguirás [resolver todos os problemas](#) do teu nicho. E são muitos. São sempre muitos.

Foca-te nos 3 principais, ou nos 3 para os quais tenhas uma solução inovadora (lembra-te: a tua ideia só interessa se trazer algo novo ou apresentado de forma diferente).

Se o nicho que procuras for desconhecido, precisas conhecê-lo primeiro. Envolve-te com ele, conhece as pessoas, os seus problemas, desejos e ambições, e conhece também o que a tua concorrência já lhes está a proporcionar. Este é um caminho difícil.

Se o teu nicho for teu conhecido, tu mesmo podes pertencer a ele enquanto consumidor, é fácil para ti identificar estes 3 desejos principais, o que existe no mercado, as falhas, onde podes interferir e onde te podes diferenciar.

**Este é o caminho fácil. Começa por aqui.**

## Criar ou Ter Acesso a Uma Solução Genérica Para um Desses Desejos.

**Agora que tens identificados os 3 principais desejos, precisas dar respostas. Sei que estás entusiasmado, mas vai com calma.**

Não vais dar todas as respostas a todas as perguntas. Não. Vais dar uma resposta genérica, mas suficientemente concreta e útil para que as pessoas do teu nicho possam aproveitar mesmo que não te comprem nada. Algo útil para elas no formato digital:

Um vídeo ou coleção de vídeos (como estes do [Bloquer Ninja](#)) um ebook com ou sem áudios (como este “[Mentalidade](#)”), com truques, dicas, ideias, seja lá o que for que tu consideres de utilidade para as pessoas mas que não responde a todo o problema nem satisfaz todo o desejo.

Outro exemplo: este artigo.

Eu sei que o que aqui estou a escrever é útil, também é grátis, e tu, se leste até aqui, é porque pertences a este meu nicho de “Internet Marketers”. Certo até aqui?

Eu sei que é útil, mas é completo? Tu poderás realmente criar um negócio de sucesso usando somente o que aqui escrevo? Dificilmente.

O facto é que é impossível para mim e para qualquer pessoa colocar num conteúdo digital tooooooda a informação de que alguém possa precisar porque nós não podemos saber o que a pessoa já sabe e o que precisa aprender.

O que vais dar gratuitamente é o teu melhor conteúdo que possa ser da maior utilidade para o maior número de pessoas possível, usando o meio que estás a usar (neste caso estou a usar um blog com texto escrito, infografias e fotos, mas poderia estar a usar powerpoints ou vídeos por exemplo). Nada mais.

A maioria das pessoas irá achar esse teu material de utilidade e vão ficar-te agradecidas. Entre essas todas algumas vão [subscrever a tua lista de email](#) (usando por exemplo um formulário no blog ou um banner) para receberem mais material de utilidade e outras ainda, as que poderás realmente começar a ajudar de forma mais próxima, irão [comprar-te alguma coisa](#) e iniciar uma ligação mais qualificada contigo, com as tuas ideias, filosofias e produtos.

## Ter Algo Valioso e Barato Para Vender

**Vou dar-te uma novidade: falando de negócio online, enquanto não houver troca de valor não se passou nada.**

Podes dar o conteúdo mais valioso do mundo, ser reconhecido e apreciado por toda a gente, podem aplaudir, e fazer uma estátua, porém, se não tens uma forma de as pessoas te darem dinheiro em troca não tens negócio nenhum, somente um hobby ou um clube social.

Não há nada de mal em gerir um clube social e fazer disso um hobby, a não ser que o teu objetivo fosse ter um negócio. Nesse caso, foste bem-sucedido como relações públicas mas mal-sucedido como empreendedor.

Também não podes partir para cima das pessoas da tua lista a tentar “encavar-lhes” qualquer coisa o mais caro possível. Essa seria a receita para irem todos embora rapidamente. Não.

**O que tens de fazer é continuar a proporcionar conteúdos de valor e ao mesmo tempo propor que comprem algo de alto valor mas barato.**

Não caias na asneira de tentar vender algo barato e de baixo valor. Isso é um erro. Tens de surpreender sempre a tua audiência pela positiva. As pessoas precisam sentir que receberam muito mais do que aquilo que pagaram.

Lembra-te: estás a iniciar uma relação de troca de valor e o teu mercado tem de ficar sempre a ganhar. As tuas pessoas precisam sentir sempre que estão a pagar pouco pelo muito que lhes estás a proporcionar. Se não sentem isso, reavalia a tua posição, o que estás a dar ao teu mercado, a que preço e como isso está a ser benéfico ou prejudicial para a tua continuidade nesse mercado.

No meu caso, por exemplo, podem comprar o [Sistema de Blog](#) ou o [Guru Instantâneo](#) por exemplo que são 2 produtos de baixo preço para quem pretende estar mais próximo e aproveitar mais do que sei.

Podes vender os produtos que já tenhas, caso tenhas algum usando os sistemas de cobrança que já possuis. No caso de queres vender produtos digitais (que têm vantagens inacreditáveis, mas ficam para outro post) precisas criar os teus próprios produtos ou usar produtos de outras pessoas como afiliado.

Não recomendo que produzas os teus próprios produtos caso não os tenhas nem tenhas experiência nesse campo. Podes estar a comprar uma guerra difícil, dispendiosa e evitável.

Recomendo a opção de ser afiliado de infoprodutos com uma produtora de confiança. Eu uso a plataforma e os produtos da [Empower Network](#) e é a que recomendo, tanto pela qualidade dos produtos digitais, como pelas comissões elevadas que paga, bem como pelo suporte que continua a surpreender-me pela positiva.

## Subscrever um Serviço de Email Marketing (“Autorreponder”)

Um amigo perguntou-me se era mesmo preciso ter um serviço de email marketing ou de “autoreponder” como chamamos na gíria. Achei engraçado.

Como e onde iria guardar os endereços de email das pessoas que subscreveram uma das páginas de captura de contactos? Como iria ele enviar os milhares de mensagens diariamente sem um serviço assim? Como iria enviar mensagens automáticas em sequência, sem intervenção humana e que são responsáveis por uma enormidade de sucesso em qualquer negócio online?

Não poderia.

Daí a importância de ter um serviço de email marketing como este que é um dos conceituados no mundo, o [Aweber](#) por exemplo.

Mais sobre o aweber e muito sobre email marketing podes ler no [blog da própria Aweber](#).

Permite-te guardar os emails dos subscritores, pré-programar sequências de mensagens a serem enviadas automaticamente, enviar emails avulsos, fazer split-tests (enviar mais de uma mensagem para a lista para avaliar qual obteve melhores aberturas e mais cliques) para aferires a linguagem, a frequência, os temas e outras coisas que façam das tuas mensagens melhores veículos de comunicação e influência junto da tua lista.

## Ter Um Sistema de Captura de Leads (contactos)

Tendo o teu serviço de email marketing, vais precisar de um sistema de captura de contactos. Estes sistemas incluem páginas de captura que podes personalizar ou construir facilmente e integração com o teu serviço de email marketing (como o aweber).

Pessoalmente uso os Sistemas de Marketing dos [Lazy Millionaires](#) e também páginas de captura feitas por mim. Alguns dos sistemas de captura de contactos também populares são o Optimize Press (que funciona na plataforma WordPress) ou a Leadpages. O dos Lazy Millionaires é o mais fácil de usar e é completamente integrado com qualquer negócio digital, porém se não és membro é impossível poderes usá-lo. A boa notícia é que é fácil ser membro, bastando ter o [Sistema de Blog Viral](#) de 25 dólares e o Backoffice Lazy Millionaires (automaticamente disponível para aquisição após a compra do Blog Viral) de 23 euros.

De salientar que o Backoffice Lazy Millionaires, além de ter incluídos muitos sistemas de captura de contactos, proporciona ainda muito treino online e ao vivo aos seus membros, tanto gratuito como de preço baixo.

## Criar perfis nas Redes Sociais e no Youtube

**Todos os negócios interessantes se fazem na base da confiança, do conhecimento mútuo e da vontade de conexão.**

Se isso é verdade nos negócios tradicionais, em que vamos almoçar ou jantar com um cliente, fornecedor ou parceiro, vamos sair e divertir-nos juntos e falar de trivialidades enquanto ao mesmo tempo vamos podendo passar a nossa mensagem e gerar influência na pessoa que está conosco.

Todos os negócios são “jogos de influência”. Influenciamos outras pessoas e deixamo-nos influenciar por elas. Vendemos e compramos, ensinamos e aprendemos.

Alguém que tenha um negócio e que não se comunique com ninguém, vai falir rapidamente. Se não se deixa encontrar, se formos à loja e a porta estiver meia fechada e o dono escondido por detrás de uma cortina, achas que iremos entrar? Até temos medo que nos aconteça alguma coisa!

O mesmo se passa online.

Um negócio precisa de uma [página de fãs no Facebook](#), outra no [Google+](#), um [Canal no Youtube](#), um perfil no [Twitter](#), [Linked-In](#) ou [Pinterest](#), contas em disseminadores de conteúdo como o [Tumblr](#) (blog), o [Issuu](#), [Scribd](#), [Slideshare](#), [Soundcloud](#) para facilitar a vida a quem quer “entrar no nosso mundo” e para termos múltiplos pontos de contacto com a nossa audiência e várias formas de criar influência no nosso mercado.



Quem não está nas redes sociais, não tem vida social online e, falando de negócio, está morto ou nunca chegou a nascer.

Por isso, toca a criar perfis nas redes que sugeri acima, e noutras que eventualmente as pessoas do teu nicho preferiram.

## Uma vez que tens a mecânica montada precisas iniciar o negócio propriamente dito.

**Muitas pessoas pensam que a parte da mecânica do negócio é a mais importante. Pensam que podem ganhar uma corrida tendo um bom carro. Não é bem assim.**

Precisas de um bom carro, mas tens de ser tu próprio um bom condutor, ou ter um bom condutor na tua equipa que ganhe grandes prémios para ti, caso não o conduzas tu próprio.

Não somos mecânicos somos condutores. E um bom condutor, para se focar na condução, precisa ter a certeza de que a mecânica não falha. Que as peças estão no devido lugar e aptas a responder às exigências do condutor: tu.

Por isso te dei na primeira parte deste artigo acesso a variada informação e principalmente a sistemas e ferramentas que uso eu próprio, como o [Sistema de Blog](#) (central para a tua estratégia de Internet Marketing) ou o [autoresponder](#) e os sistemas de marketing dos [Lazy Millionaires](#): precisas da máquina afinada e de profissionais junto de ti para tratarem dela.

Na verdade eu trabalho pessoalmente com muitas pessoas que se juntaram à minha equipa de Internet Marketers depois de comprarem [este Sistema de Blog](#), e outros cursos e ferramentas para utilizadores com maiores ambições. **Somos mesmo uma comunidade de partilha de sinergias e conhecimento, com vários milhares de pessoas e a crescer todos os dias e a porta de entrada é tão simples como o [Sistema de Blog](#) que te referi.**



# Criar Um Negócio Próprio Online Com Pouco Dinheiro: Passo 2 – O Marketing

## Colocar Conteúdo Relevante no Blog

Por conteúdo relevante quero dizer conteúdo que seja de interesse e utilidade para as pessoas do teu nicho.

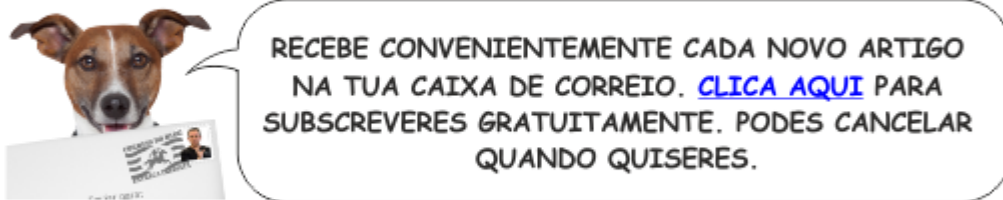
Algumas pessoas só colocam conteúdo, por vezes muito bom, mas não falam de produtos para as pessoas comprarem, outras parece que fazem dos blogs lojas online e não falam de mais nada a não ser “compra”, “compra”, “compra”.

Falar de produtos é conteúdo. Estás a prestar um serviço aos teus visitantes se lhes deres a conhecer produtos que possam comprar (a ti ou a terceiros, de preferência em que ganhes uma comissão) e que resolvam as suas necessidades.

- **Ensina** coisas úteis para as pessoas do teu nicho.
- **Inspira** os leitores com histórias que possas ligar ao teu negócio.
- Dá **informações** relevantes para o teu nicho.
- Conta as coisas de forma **divertida**. Não te leves demasiado a sério.
- Fala de coisas que as pessoas te possam comprar falando dos seus **benefícios**.
- Usa o **vídeo** dentro do teu blog. Coloca um resumo ou uma transcrição do vídeo em forma de texto.
- Convida outras **pessoas credíveis** a escreverem artigos no teu blog. Se alguma delas aceitar, isso vai enriquecer mais os teus leitores e vais aproveitar tráfego gerado por essa pessoa quando se referir ao artigo que escreveu para ti.

- Usa **imagens** visualmente invulgares. Muitas pessoas vão simplesmente ao Google e colocam uma foto qualquer. Evita isso. Usa as tuas próprias fotos, ou usa imagens livres de direitos que podes comprar em muitos locais e são de ótima qualidade, baratas e ajudam o teu blog a diferenciar-se. Depois de bastante pesquisa, uso preferencialmente o [DepositPhotos](#), mas há muitos sites desses no mercado.

Fala na primeira pessoa, com um nome próprio, mesmo que o teu negócio seja de uma empresa: coloca o nome da pessoa que realmente escreve o conteúdo e proporciona aos leitores que a conheçam e se possam conectar com ela. Se o negócio és tu, fala na primeira pessoa e na segunda pessoa (usa mais o “eu” e o “tu” do que o “nós” e o “vós” ou “vocês”. Usa preferencialmente o “nós” para te referires a ti e ao leitor como um grupo, e não a ti e à tua empresa, o que estaria a excluir o leitor da conversa).



Por exemplo:

*“- Tu e eu não somos como as outras pessoas lá fora. Nós somos diferentes porque nós tomamos decisões rápidas e ação consistente e temos sucesso por causa disso e podemos [viver 100% na Internet](#).”*

Esta frase está a incluir-te a ti, leitor e a excluir todas as pessoas lá fora. Faz-te sentir especial, porque na realidade o és. É um ótimo exemplo do que expliquei no parágrafo anterior.

### **Depois de teres o conteúdo precisas espalhá-lo pela Internet. A isto chamamos Sindicância**

- Usa as imagens para colocares no Pinterest, com links para o teu artigo,
- Coloca pequenos parágrafos com um link para o teu artigo: no Facebook (na tua página de fãs e grupos do teu nicho), Google+ (na tua página de perfil e em comunidades do teu nicho), Twitter, Linked-in, etc.
- Transforma o teu artigo num PDF (copia o artigo inteiro, com imagens e tudo e cola-o no Word e depois grava como PDF) e publica-o no Issuu, no Scribd e no Slideshare.
- Se achares adequado o áudio, grava um áudio do artigo e partilha-o no formato Podcast ou põe-o no Soundcloud.
- Caso uses um vídeo no teu artigo, no canal do Youtube onde ele está, coloca o link para o teu blog na descrição do vídeo.

Coloca sempre, sempre links para o artigo no teu blog.

### **Existem muitas outras formas de criar conteúdo e de o espalhar pela Internet que não podemos abordar aqui por duas razões:**

1. O espaço não é muito, o meio “texto” tem algumas limitações (hangouts e workshops ao vivo têm mais eficácia)
2. Tu ainda não podes trabalhar comigo porque ainda não compraste a tua [subscrição inicial](#) que te permitirá entrar no grupo e ter acesso ao que não posso colocar aqui.

Compreendes e naturalmente concordas.

## **Criar Sistemas de Captura de Contactos Relevantes e Congruentes**

Um sistema de captura de contactos é composto por:

1. Uma publicação (anúncio)
2. Uma página de captura de contactos
3. Uma página onde o visitante vai parar após ter colocado o seu email: página de agradecimento que pode conter outras coisas e não somente “agradecimento”.
4. Uma sequência pré-programada de email de seguimento automático (follow-up).

Quando falo de Sistemas de Captura de contactos Relevantes, quero dizer que a mensagem que é passada desde o anúncio até à pagina de agradecimento, passando pela página de captura, tem de responder a um desejo do teu nicho e oferecer uma solução.

#### **A construção de um Sistema de Captura de Contactos começa pelo fim:**

- Cria alguns emails para a sequência de email de follow up (vamos falar do email marketing mais abaixo)
- Faz uma página de agradecimento em que dás o acesso ao conteúdo gratuito relevante de que falámos na parte da mecânica (exemplos: pode ser uma página a mostrar o vídeo se foi um vídeo que prometeste, ou uma página com a confirmação de subscrição com um link para download de um PDF se foi um ebook que prometeste).
- Faz uma página de captura em que “vendes” o conteúdo. Fala dos benefícios e pede a subscrição para dares acesso a ele (com o tempo irás fazer várias páginas de captura com designs e conteúdos diferentes e vais vendo quais as que “convertem” mais visitantes em subscritores).
- Faz anúncios em formatos compatíveis com os meios onde vão ser colocados. Um anúncio de Facebook tem um formato, um post no Facebook ou no Google+ tem outro, um Twit tem outro, anúncios de texto são ainda diferentes, banners também. Há muitas fontes de tráfego que usam formatos diferentes. falaremos delas mais à frente.

Agora vou mostrar-te a magia do [Marketing de Atração](#)(vou levantar só a pontinha do véu...)

**Imagino que a atividade normal de um profissional ou dono de um negócio seja mais ou menos assim:**

- Imagino que agora mesmo tenhas de tentar encontrar as pessoas que eventualmente se possam interessar pelo que tens para vender (prospecção).

- Imagino também que, quando consegues contactar com uma pessoa, precisas saber se ela é ou não do teu nicho e se interessa ou não pelo teu produto ou serviço (qualificação do prospecto). Estas passam a ser Leads de negócio ou potenciais clientes. Ainda não compraram nada mas estão dentro do nicho e têm interesse.

**Nestas duas atividades são gastos a maioria dos recursos de marketing de qualquer negócio: achar pessoas e seleccionar as interessadas para em seguida tentar que comprem.**

Agora imagina que não precisas saber quem são as pessoas do teu nicho porque há sistemas que encontram essas pessoas para ti: As fontes de tráfego qualificado de que vamos falar mais à frente.

Imagina também que uma vez encontradas, essas pessoas se auto-prospectam, de forma automática:

- Milhares ou milhões de pessoas do teu nicho vão ver o teu anúncio, mas somente algumas irão clicar nele. O nível de interesse destas é maior do que o das que não clicaram. Correto?
- Das que clicaram, algumas irão colocar o email porque acharam suficientemente interessante a tua oferta grátis.
- Estas são as tuas leads: as pessoas do teu nicho que se interessaram o suficiente para clicarem no anúncio e subscreverem a tua lista em troca da oferta grátis. A oferta é um filtro destinado a deixar de fora quem não está realmente interessado no assunto de que a oferta grátis fala.
- Tens então uma coleção de leads no teu sistema de envio de email.

**Estas leads auto-prospectaram-se e auto-qualificaram-se sem qualquer intervenção da tua parte, e sem os custos humanos, tempo e dinheiro que os formatos tradicionais de prospeção implicam.**

Depois através do blog e dos conteúdos que espalhas pela Internet, através do email marketing, e de actividades que possas organizar para atrair para mais perto as tuas leads, irás conseguir que algumas delas te comprem coisas.

Aqui entra o “jogo de números” de que gostamos de falar: Uma vez que tenhas esta máquina a funcionar, poderás escalar o teu negócio, achando mais fontes de tráfego, ou fontes mais qualificadas, atraindo assim mais pessoas para este [“funil de marketing”](#) (já agora, este é mesmo o nome técnico deste processo: “funil de marketing”. Giro não é?)

Se leste com atenção, entendeste que o negócio deixou de ser de “perseguir pessoas para se tornarem prospectos”, deixou de ser “perseguir prospectos para se tornarem leads” e deixou de ser “perseguir leads para se tornarem clientes”.

**O que se passou foi que foram as pessoas que escolheram ser prospectos, os prospectos é que escolheram ser leads e as leads é que escolheram ser clientes sem intervenção tua, sem tempo perdido e sem teres de andar a tentar convencer ninguém. Não é bestial?**

Se fizeres aqui um bom trabalho, vais ter montes de gente a fazer fila para te comprar coisas.

Este é um resumo de como funciona o tal “Marketing de Atração” de que podes já ter ouvido falar e que, como vês tem o potencial de revolucionar a forma de se fazerem negócios online.

**Deixemos isto para outra ocasião, se pretenderes [subcreve a minha newsletter para receberes todos os novos artigos no teu email](#) não perderes o artigo em profundidade que sairá aqui no blog sobre este assunto do Marketing de Atração. Interessante, não?**



# *Sim, Falemos De Tráfego*

[www.BlogDeRuiGabriel.com](http://www.BlogDeRuiGabriel.com)



## Falemos de Tráfego: Encontrar Fontes de Tráfego Qualificado

**Se tiveres uma loja numa rua pouco movimentada, o teu potencial de negócio tem um valor. Se tiveres a tua loja numa rua muito movimentada o teu potencial de negócio tem outro valor. A localização é um fator determinante para o sucesso.**

Em termos do Marketing na Internet “localização” significa “tráfego”. É a mesma coisa. Da mesma forma que a localização de uma loja determina quantas pessoas passam diante da porta, quantas pessoas irão entrar e quantas irão comprar alguma coisa, da mesma forma o tráfego virtual determina quantas pessoas irão visitar o teu blog ou a tua página de captura, quantas irão subscrever a tua lista e quantas irão comprar-te coisas.

Podes ter o melhor blog do mundo. A melhor oferta e os melhores produtos aos melhores preços, se não tiveres tráfego é como teres tudo isso numa loja localizada no fundo de uma gruta que ninguém conhece nem sabe como encontrar. Faz sentido, não faz?

**Portanto: precisas atrair tráfego. Ponto assente. Este é o foco principal de muitos homens e [mulheres empreendedoras](#) e muito bem.**

Contudo nem todo o tráfego te interessa. Lembra-te todo o tráfego custa alguma coisa: tempo, dinheiro e competências (que por sua vez também custam tempo e dinheiro): podes comprar tráfego (custa dinheiro e competências) e podes usar formas de gerar tráfego gratuitamente (e custa-te tempo e competências). Não há isso de GRÁTIS quando se fala de negócios. Lembra-te bem disto!

Se estiveres a gerar tráfego para as tuas páginas ou para o blog mas as pessoas desse tráfego não forem do teu nicho, todo ele é desperdiçado e todos os recursos investidos nele são deitados para o lixo. Tu só queres atrair pessoas do teu nicho, e, quanto mais desejosas estiverem do que tens para vender, melhor.

A este tipo de tráfego chama-se “tráfego qualificado”, é o único que te interessa e podes encontrá-lo em diversos e variados locais.

Antes de te dar uma lista lembra-te que a busca pelo tráfego qualificado nunca tem fim. Há sempre melhores fontes de tráfego, mais baratas, mais qualificadas e... à espera que tu as descubras.

Por isso, esta é uma atividade que não tem fim enquanto durar o teu negócio.

**Quero porém dar-te algumas dicas valiosas que te podem poupar muito tempo e uma pequena fortuna e, espero eu, colocar-te no bom caminho.**

## Como Ter Tráfego Qualificado? Perguntas tu. E perguntas bem.

- **Dica número 1: Redes Sociais através da sindicância.** A tua presença nas redes sociais precisa ter um carácter profissional: aceita e adiciona amigos somente do teu nicho, interage com grupos e comunidades do teu nicho e foca a tua ação junto dos locais onde as pessoas do teu nicho estão.

- **Dica número 2: Blogs de parceiros.** A tua presença na Internet não é uma ilha. Precisas relacionar-te positivamente com a concorrência e com nichos a montante e a jusante do teu, e fazer parcerias. A Internet é uma comunidade de relacionamentos e tu precisas ser participativo e contributivo nessa comunidade, dentro do teu nicho. Procura e encontra na Internet os melhores entre os melhores (pesquisa no Google pelas palavras-chave principais do teu nicho e vê quem aparece nas primeiras páginas). Coloca anúncios em blogs de parceiros, escreve guest post nos blogues deles, e aproveita a credibilidade deles para atrair parte do seu tráfego para o teu blog.

- **Dica número 3: Directórios de artigos.** Os diretórios de artigos podem ser uma fonte de tráfego interessante se colocares um link para o teu blog (evita links para páginas de captura que os administradores não gostam) não uso muito, mas tenho experimentado no [webartigos](#) com bons resultados. [Artigonal](#) é também uma boa opção e o [Diretório de Artigos](#) também. Há imensos, podes pesquisar no Google e achar mais umas centenas.

- **Dica número 4: Guest posts.** Fruto da conexão e parcerias que podes fazer com blogues de autoridade e seus autores, poderás pedir-lhes para escreverem Guest Posts no teu blog. Basicamente eles escrevem um artigo que é identificado como sendo desse autor e com link para o seu próprio blog e estás a melhorar o conteúdo do teu e ao mesmo tempo vais ter tráfego gerado pelo teu convidado quando ele referir que escreveu um artigo no teu blog ou direcionar tráfego para ele.

**Dica número 5: Solo Ads.** Há bloggers e empresas que têm listas enormes de contactos muito qualificados dentro do seu nicho. O grau de qualificação terás de avaliar por ti mesmo, mas, sendo do teu nicho poderão ser bons contactos. Só há um problema: não são teus. Uma forma de aproveitar os contactos de outra pessoa é propôr-lhe o envio de solo ads. Isto consiste no envio de um ou mais emails por essa pessoa para a sua lista colocando nesse email unicamente o teu conteúdo, criado para levar as pessoas a clicarem e irem parar a uma página de captura tua. A ideia é transferir quanto mais e mais qualificados contactos melhor. Naturalmente não são muitos os profissionais em língua portuguesa que querem enviar a tua publicidade para as suas listas e, claro, custa-te algum dinheiro, dependendo da negociação que faças com o dono da lista.

**Dica número 6: Networks.** Networks são redes de sites que distribuem publicidade entre os sites seus parceiros. Há imensas, e de funcionamento variado. Algumas tratam mesmo de todos os detalhes da tua publicidade, entregam-te o tráfego e dão-te as métricas. Só tens de colocar o dinheiro

no sistema e eles tratam do resto. Outras funcionam de outras formas. A network mais conhecida é o Google Adwords, depois temos o Bing/yahoo e, aqui em Portugal o Sapo.pt . Porém se procurares no Google por ad networks vais achar uns milhares delas. Conhece-as, contacta-as vê os seus termos e condições e faz testes com pouco dinheiro.

**Dica número 7 e minha atual preferida: [Facebook Ads](#).** O Facebook junta de forma magistral as características de Rede Social com as de uma Network. Não te vou dar um curso de Facebook agora mas quero dar-te umas dicas interessantes.

– O Facebook encontra o teu nicho por ti. Quando publicas um post, o Facebook vai mostrar esse post a pessoas que ele acha que irão apreciá-lo. Ele faz isso analisando as palavras que usas, a imagem que publicaste lá e o link, caso coloques um. Vai também ver, de entre os teus amigos e os teus fãs, quem se interessa mais por esse tipo de assunto. O Facebook sabe porque sabe quem comenta, gosta ou partilha determinados posts e daí sabe quem se interessa por o quê.

– Quando o Facebook mostra a tua publicação (lembra-te: vinda da sindicância do teu artigo no blog ou um post com um link para uma tua página de captura) a mais pessoas do que normalmente mostra (tu podes ver pela estatística de visualizações da tua página de fãs para esse post) pode ser boa ideia tu promoveres essa publicação pagando para o Facebook mostrar ainda mais.

– Criando um anúncio no Facebook, podes escolher como destinatários pessoas do teu nicho: por idade, sexo, localidade e interesses. Isso faz com que o Facebook mostre a tua publicidade a pessoas que já demonstraram que estão dentro do teu nicho, logo estás a otimizar o teu dinheiro evitando pagar visualizações que não interessam.

– O Facebook tem estatísticas avançadas para mostrar o desempenho do anúncio, incluindo a taxa de relevância que está a ter para as pessoas que o estão a ver. isto significa que tu podes aferir o que é mais relevante para o teu nicho e o que é menos relevante e reformatar o teu marketing para dar mais ênfase ao que é mais relevante.

Isto e muito mais acontece em tempo real, diante do nosso nariz. Podemos ver os cliques no Facebook a converterem-se em visitantes no blog ou na página de captura, e podemos ver em tempo real as conversões de prospectos em leads observando o crescimento da lista de emails no Aweber. Tudo em tempo real, fácil de monitorizar e fácil de gerir financeiramente.

### **Atrair Tráfego para o Blog e Para as Páginas de Captura, porquê?**

Olha o que me perguntou um leitor do meu blog:

*“- Porque motivo devo enviar tráfego para páginas de captura e para o blog (otimizado para capturar leads) em vez de enviar o tráfego diretamente para uma página de venda?”*

A resposta é simples: Economia ou desperdício de tráfego, tu escolhes.

Quando geras tráfego para uma página de venda, a probabilidade de alguém comprar é de 1 em mil e é fácil de perceber porquê. Essas pessoas não te conhecem, não conhecem o teu produto a não ser agora ali à frente, têm resistência a comprar (têm sempre) mesmo que o produto lhes interesse.

**Este é um comportamento padrão: precisamos de ser expostos 7 vezes em média a uma ideia antes de considerarmos aceitá-la ou a um produto antes de considerarmos comprá-lo.**

O que acontece quando geras tráfego para uma página de venda é que as pessoas vão lá, vêem a página mas não compram. Pior, vão embora e tu não tens forma nenhuma de voltar a entrar em contacto com essas mesmas pessoas. Tens de confiar que irão ver de novo o teu anúncio (que vais pagar de novo) e que irão de novo à página e que farão isto umas 7 vezes.

Já percebeste que é praticamente impossível, aborrecido e dispendioso.

Por esse motivo usamos as ofertas grátis e as páginas de captura. Provavelmente alguém que queira comprar uma bicicleta poderá interessar-se sobre um ebook acerca dos melhores roteiros para passeios de bicicleta. Facilmente colocará o seu email na página e mais facilmente a poderás expor à ideia de comprar-te uma bicicleta enviando emails, e propondo bónus, descontos, test-drives, etc....

Tens forma de tomar a iniciativa de contacto, tens uma lead. Se não aproveitares para recolher o email da pessoa quando ela vai ao teu blog ou contacta com o teu produto ou serviço, não tens nada, a não ser tempo e dinheiro desperdiçado.

## **Levar as Pessoas à Ação**

**Como já sabes, não te serve de muito teres muita gente a seguir-te na Internet mas a não fazer nada. É a tua responsabilidade influenciar a tua audiência a fazer aquilo que ela já quer fazer.**

Escrevi uma série de artigos sobre Influência, chamada [Como Criar Influência nos Negócios, que podes ler aqui no blog](#).

Sim, leste bem: “Influenciar as pessoas a fazerem aquilo que já querem”. Não percas o teu tempo tentando convencer pessoas a fazerem coisas que não querem. É muito caro, desgastante e, mesmo que sejas um guru da influência e tenhas poderes mágicos, dentro de pouco tempo as pessoas deixam de o fazer e perdeste-as para sempre. Péssimo negócio.

**- “Mas”- dizes tu- “se as pessoas já querem fazer uma coisa, não precisam que eu as influencie. Elas fazem-na por sua própria iniciativa!”**

Será mesmo assim?

Sabias que a maior parte de nós deseja ter, fazer e ser coisas que nunca chega a realizar?

- Uma pessoa quer perder peso mas não toma a decisão de fazer mudanças na sua vida,
- Outra quer ganhar [mais 60 mil euros](#) mas não toma a decisão de começar
- Outra precisa deixar de fumar mas apetece-lhe fumar
- Outro deixar de beber
- Outro começar a fazer exercício físico
- Outro a arranjar forma de ter mais tempo livre
- Outro a poder passar tempo com a família
- Outro gostaria de viajar
- Outro queria ter um negócio na Internet.

... Quantas pessoas imaginas que há por aí que gostariam ser, fazer ou ter alguma das coisas que referi acima, entre milhares de outras, mas, pelas mais variadas razões, não o fazem?

**É aqui que as pessoas do teu nicho precisam da tua influência. Precisas inspirá-las a agir, a clicar, a comprar a conectar-se com ideias e mensagens que as vão influenciar a [ser, fazer e ter](#) aquilo que na verdade já querem.**

Falei lá em cima da mecânica do blog para envolver os teus visitantes e levá-los à ação. Aqui falo do marketing e do poder de criar conteúdos escritos, vídeos, imagens e áudios que possam criar ondas de influência junto do teu nicho.

Quem mais influente for mais pessoas vai ajudar a fazerem aquilo que na realidade já queriam fazer.

Quem ajudar mais pessoas ganha mais dinheiro.

No campo da Influência, recomendo que leias o clássico “*Como Fazer Amigos e Influenciar Pessoas*” de Dale Carnegie (em Portugal podes comprar na [FNAC](#) ou na [Bertrand](#), no Brasil está disponível na [Saraiva](#)). Há imensos livros no mercado sobre este tema, porém tudo começa neste clássico.

E, a minha maior recomendação vai para o curso impressionante, de David Wood chamado MASS INFLUENCE FORMULA (em vídeos legendados e manuais (PDF) em Português à venda exclusivamente na Empower Network [neste link](#)). Devo a maior parte do meu sucesso a esse curso em que tive o privilégio de participar ao vivo em Charlotte nos Estados Unidos.

**Caso pretendas saber mais detalhes sobre esse curso (o site na realidade não diz muito) envia-me uma mensagem.**

Ele mostra os mecanismos mentais, conscientes e subconscientes que nos levam, como humanos, a tomar decisões, e ajuda-nos a nos profissionais de marketing a influenciar as pessoas do nosso nicho a tomarem as decisões melhores para elas, que elas já querem tomar mas que por alguma razão não tinham tomado ainda.

**O Mass Influence Formula é poderoso e impressionante. É o curso mais útil que conheço no que respeita à eficácia da nossa ação no mercado tanto online como no mundo físico. e não me canso de o recomendar.**

## Que Conteúdos Enviar Por Email Para as Nossas Leads?

Tens presente o que temos vindo a falar sobre gerar tráfego qualificado para um blog ou para uma página de captura de contactos, correto?:

As pessoas que se inscrevem na página ficam leads e começam a receber os emails enviados tanto automaticamente (emails de seguimento ou “follow ups”) como manualmente (chamados “broadcasts” no Aweber, ou “campanhas” em outros sistemas).

Ok. Estamos agora com uma lista de contactos no nosso sistema de envio de emails.... PERGUNTAS:

**1- Vamos falar de quê nos emails que enviamos?**

Antes de pensares em enviar alguma coisa pensa neste rácio: 80-20. É o rácio da [lei de Pareto](#) e aplica-se a muitas coisas, também se aplica ao email marketing.

Muitos marketeres fazem coisas diferentes, dependendo dos seus objetivos e do seu estilo, eu gosto de fazer assim porque verifiquei que funciona bem para mim.

Partilho contigo, para seguires ou não as minhas dicas, a teu bel-prazer:

Não envies todos os emails tentando vender alguma coisa. Usa a lei de Pareto: 80% dos emails são de conteúdo de utilidade, e 20% são de venda.

Este é um bom rácio para maneres as tuas leads mais tempo na tua lista (a tendência é para saírem da lista caso promovas muito intensamente a compra de alguma coisa e dêes pouco valor acrescentado)

Estes são os temas mais populares, em qualquer nicho de mercado que atues. Podes enviar um email por dia, por exemplo, cada um com um tema:

1. - Informações Úteis (“Ferramentas”, “eventos”, “atividades”)
2. - [Formação](#) (“Como fazer algo”),
3. - Testemunhos Próprios (Partilhar os teus próprios resultados, ou do teu negócio, [como aqui em que partilho um dos meus resultados](#))
4. - Prova Social ([Resultados de utilizadores do teu sistema](#), ou produtos ou serviços)
5. - Inspiração (Histórias de superação: a forma como o uso do teu sistema, produtos ou serviços ajudou outras pessoas ou empresas a realizar os seus objetivos, mesmo partindo de situações desfavoráveis- olha a história do [Cristiano Ronaldo](#) por exemplo, como pode inspirar jovens futebolistas e empreendedores de todas as idades)
6. - Promoção (Apelo à compra de algo de baixo preço).

O tema deste artigo não é “como gerir e fazer crescer um negócio online com pouco dinheiro e sem experiência”. É somente a parte do “abrir o negócio”. Porém quero deixar-te aqui umas notas que têm a ver com o que acontece depois de teres atraído um cliente.

O seguimento da compra de um produto de baixo preço, vais precisar de outros produtos e serviços para voltar a vender aos clientes que vais atraindo. Produtos de preço mais elevado de preferência, numa sequência a que chamamos de “up sell”. Poderás também ter bens de valor mais baixo e fazer um “down sell” ou então produtos compatíveis, que completam o anterior e fazeres um “cross sell”. A ideia é que continues a ter bens



para continuares a monetizar a tua lista de clientes durante muito tempo, continuando a proporcionar-lhes uma fantástica experiência de consumo ou de utilização.

Este é outro campeonato e talvez possamos falar disso noutra ocasião.

## 2- Com que frequência se devem enviar os emails?

A frequência dos envios tem a ver com o tipo de lista e de relação que tens com a lista.

- **Uma lista de “Oportunidade”** é uma lista de crescimento rápido (toda a gente sabe que uma oportunidade passa depressa). Caso os teus contactos tenham vindo através de uma página de captura ou de um conteúdo cujo tema seja “agarrar a oportunidade” ou algo semelhante, eles estão prontos a serem “bombardeados” com mensagens de apelo à compra, durante um curto espaço de tempo.

Por vezes nós dizemos que a fórmula do Internet Marketing é:

**- “Lista + Relação com a Lista= Dinheiro” mas não é bem assim. As pessoas de uma lista de Oportunidade não te compram coisas pela relação que têm contigo, compram-nas principalmente porque a oportunidade é apelativa. Poderiam igualmente comprar a outra pessoa que oferecesse oportunidade semelhante.**

Afinal uma oportunidade é isso mesmo. Passa depressa. Podes enviar 2 a 4 mensagens por dia. Vais ter muitos cancelamentos, e vais fazer vendas rapidamente, tendo um número suficiente de contactos na lista.

Este tipo de lista é de vida curta. Quem compra em 3 meses torna-se cliente ou utilizador, mas quem não compra já não irá comprar. Tens de renovar toda a lista a cada 3 meses.

*Exemplo: as tuas métricas dizem que precisas de 10 mil contactos na tua lista de Oportunidade para fazeres as vendas que pretendes. Para continuares a fazer as mesmas vendas, precisas gerar 111 contactos por dia (o que dá 10 mil a cada 3 meses). Caso não geres esse número de contactos com a mesma qualidade dos contactos que deram as tuas*

*estatísticas padrão, o teu negócio vai baixar daqui por 3 meses. Não baixa hoje, mas vai baixar dentro de 3 meses e tu tens de saber isso para tomares precauções.*

- **Uma lista de “Relação”** é uma lista que se aproximou de ti pelo conteúdo que lhes proporcionas e pelas soluções que apresentas. Estas pessoas do teu nicho vêm até ti porque gostam dos teus artigos no blog ou consideram de utilidade para os desejos que já têm o que lhes proporcionas como oferta grátis na tua página de captura.

As taxas de abertura e de resposta são ótimas com 1 a 3 emails por semana, nas minhas estatísticas. Máximo de aberturas e mínimo de cancelamentos. Como conteúdo usa todo o espectro de temas que te indiquei acima (informação, formação, testemunhos, prova social, inspiração e promoção) e faz isso de forma despretensiosa e divertida.

Envia um email direcionado para a venda a cada 4 ou a cada 5, e podes colocar um rodapé que vá em todos os emails promovendo o produto mais adequado que tenhas para essa lista.

Estas pessoas procuram uma relação de continuidade, lêem o que escreves, seguem os teus vídeos e envolvem-se contigo nas redes sociais ou no teu blog. Comentam, enviam mensagens, tiram dúvidas e fazem sugestões. Muitas dessas pessoas irão comprar-te algo e poderão ser clientes ou parceiros fiéis durante muito tempo.

Uma lista baseada na relação não tem propriamente um prazo de validade. Pode continuar a proporcionar-te novos clientes durante anos, à medida que os teus contactos vão amadurecendo a relação, criando confiança e querendo mais proximidade contigo e com o que representas.

#### **- Problemas lidando com listas.**

Problema 1:

a) Podes não ter os resultados pretendidos se criares uma lista de oportunidade e depois a tratares como se fosse uma lista de relação. Podes estar a desperdiçar muitas vendas. Os emails para esta lista são principalmente sobre os **benefícios** do que tens para vender, e testemunhos de utilizadores (**prova social**). Mais “pitch” e menos conteúdo de valor. O valor a pessoa tem comprando o que tens para vender.

b) presta atenção à renovação trimestral de toda a lista. Facilmente te podes deixar enganar pelos resultados rápidos de agora sem pensar que tens de ter todos os dias novos contactos a entrar numa cadência necessária para teres resultados previsíveis.

Problema 2:

a) Tratar uma lista de relação como se fosse uma lista de oportunidade: as pessoas inscreveram-se porque tinhas algo para lhes dar de valor e agora começa a enviar-lhe 2 ou 3 emails por dia sem dar valor nenhum, somente tentando vender alguma coisa. As pessoas que atraís pela relação não gostam da pressão da compra e irás perder a maior parte delas antes de terem a oportunidade de te dar dinheiro a ganhar.

b) Não te esqueças de que as pessoas têm de comprar algo para ganhares dinheiro. Podes estar tão focado em “dar valor” que te esqueces de “pedir dinheiro” em troca desse valor e o teu negócio morre antes de nascer. Lembra-te: estás aqui para ganhar dinheiro proporcionando às pessoas aquilo que elas necessitam e desejam.

## Como vês, é realmente muito barato abrir um negócio na Internet. Precisas de muito pouco dinheiro para começar e podes expandir e escalar com os lucros.

Como viste no início, nem todas as pessoas que querem abrir um negócio na Internet o fazem realmente.

Das que o fazem, a maioria acaba por gastar uma fortuna mal gasta, porque não sabe o que está a fazer. Isto acontece com toda a gente que não tem experiência e comete muitos erros e paga por isso, ou então contrata especialistas para não cometer tantos erros, e paga pelos erros e pelos especialistas.

**A forma mais eficaz de realmente abrir um negócio online com pouco dinheiro e pouca ou nenhuma experiência é fazer o que indiquei neste artigo, mas...**

... desenvolveres a tua atividade em contacto permanente com uma equipa de pessoas, que não tens de pagar, e que podem na realidade ajudar-te. É isso que nós fazemos no meu [grupo de trabalho para o qual que convido a participar](#).

Este detalhe não é um pequeno detalhe: é o detalhe que faz as coisas funcionarem na realidade e proporcionarem-te o máximo de resultados no teu objetivo de abrir um negócio na Internet, com pouco dinheiro e sem experiência prévia.

Gostaria de ter o Teu Comentário acerca do assunto “Como Abrir Um Negócio Na Internet Com Pouco Dinheiro e Sem Experiência” e especificamente acerca deste artigo: o que gostaste mais, o que gostaste menos e o que gostarias de ver abordado em maior profundidade?

Partilha Este Post e Espalha a Palavra.





## [Rui Gabriel](#)

Rui Gabriel conquistou uma posição de sucesso invulgar como empreendedor e mentor de empreendedores. **Segue-o:**



[Trabalha Com Rui Gabriel](#)