



COMO AUMENTAR O SEU FATURAMENTO NO CENÁRIO ECONÔMICO ATUAL

UM GUIA PASSO A PASSO DE COMO ALCANÇAR SEUS OBJETIVOS



SUMÁRIO

1	Introdução.....	3
2	Por que Crescer?.....	7
3	Qual o melhor caminho para o crescimento empresarial?.....	8
3.1	Missão.....	9
3.2	Visão.....	10
3.3	Metas.....	10
3.4	Estratégias.....	10
3.5	Indicadores.....	11
4	Como atrair clientes?	13
5	Por onde começar?	16
6	Conclusão.....	18
7	Portfólio.....	20

CAPÍTULO 1



INTRODUÇÃO



LÍDER EMPREENDEDOR

INGREDIENTES PARA SE OBTER SUCESSO NO MUNDO DOS NEGÓCIOS

Existem apenas dois tipos de pessoas: líderes e seguidores, não há desonra alguma em ser seguidor, são apenas perfis diferentes. Cada perfil possui características próprias, com as suas vantagens e desvantagens. O fato é que devemos respeitar o perfil de cada um e termos a consciência que um perfil necessita do outro para obter sucesso, aliás, em ambos os casos, pode se experimentar o sucesso e o fracasso.

Conseguir clicar o botão de “desligar” após o horário comercial, não ter que assumir responsabilidades diversas e não se preocupar ao ponto de perder noites de sono com setores que envolvem o negócio essas são algumas das vantagens em ser seguidor, em fazer parte do plano criado por alguém. Por outro lado, não existem tanto potencial de crescimento nessa jornada, os ganhos financeiros, o poder de decisão e inovação geralmente é bem limitado.

Ser o primeiro a chegar e o último a sair, em algum momento sentir dificuldade em dormir, assumir diversas responsabilidades, caminhar lado a lado com o risco, enfim, esses talvez sejam alguns dos ônus em ser um líder empreendedor. Porém, assim como o seguidor, esse perfil possui suas vantagens: flexibilidade nos horários, possibilidades de maiores ganhos financeiros, autonomia em inovar e tomar decisão são alguns dos bônus encontrados nesse perfil.

Acredito que você tem o perfil de líder empreendedor, pelo simples fato de está com esse material em mãos. Quando se tem o perfil de líder, se torna mais fácil brotar o empreendedorismo. Embora nem todo líder seja um empreendedor, todo empreendedor deve ser um líder. Esse conteúdo foi criado especialmente para você **líder empreendedor**. Sabemos que não existe outro caminho **para se obter sucesso no mundo dos negócios, três ingredientes são indispensáveis: liderança, conhecimento e método.**

O meu convite a você leitor é apresentar o melhor caminho para que você possa obter sucesso em seu negócio, com uma metodologia bastante eficaz, didática e prática. Não importa se você possui uma empresa familiar, se é profissional autônomo, se é varejista ou atacadista, se possui um negócio pequeno ou de maior porte, se possui conhecimento acadêmico ou nunca cursou uma faculdade, enfim. Esse conteúdo é baseado em resultados de crescimento vivenciado através de consultorias realizadas em diversos negócios de setores bem distintos. A intenção não é de lhe dar dicas e sim compartilhar um caminho que irá levá-lo a ser um líder empreendedor bem sucedido. Você apenas deseja ou sente fome por isso? Se sente fome, seja bem vindo, siga a diante e desfrute do Método Mude!



CAPÍTULO 2



POR QUE CRESCER?



CRESCER, CRESCER, CRESCER...

NÃO DEIXE SEU NEGÓCIO SER ENGOLIDO

Em nossas palestras, treinamentos e conversas nos bastidores com empresários, ainda recebo alguns questionamentos do tipo “por que crescer? Eu já cheguei até aqui, porque eu deveria buscar gerar mais crescimento?”. A grande realidade é que no cenário empresarial que nos encontramos só existem dois tipos de negócios: os que crescem e os que estão saindo do mercado.

Você deve lembrar-se do proprietário do mercadinho do seu bairro de infância que tinha uma vida confortável, ou aquele proprietário de uma pequena academia de ginástica que também obtinha um resultado favorável, ou de repente aquela cabeleireira que cortava o seu cabelo há alguns anos atrás e desfrutava de estabilidade financeira. O meu questionamento é: Onde estão esses pequenos empreendedores com resultados favoráveis?

O que tem acontecido, é que o supermercado tem engolido o mercadinho, as grandes academias tem se instalado em cada bairro com uma proposta superior, os centros de estética bem estruturados a cada dia avançam e captam os clientes do pequeno salão que hoje luta para sobreviver. Os fatos por si só nos mostram que **crescer e buscar a excelência há muito tempo deixou de ser uma opção e se tornou uma necessidade de mercado. Por isso você deve crescer!**



CAPÍTULO 3



QUAL O MELHOR CAMINHO PARA O CRESCIMENTO EMPRESARIAL



APLICANDO O METÓDO

O PASSO A PASSO DO MODELO EFICAZ DE GESTÃO

Para entendermos o melhor caminho para o crescimento empresarial, precisamos compreender que existe algo em comum entre praticamente todos os modelos de negócios, você consegue imaginar o que seria? Pois bem, o que existe em comum nos diversos negócios é a Gestão. Um modelo de gestão eficaz pode ser replicado e irá refletir diretamente nos resultados de uma empresa.

Com toda a nossa experiência em consultorias aplicando o Método Mude nas empresas, conseguimos formatar um modelo de crescimento constante que pode ser aplicado ao seu negócio fazendo com que a sua empresa entre no ciclo de crescimento. Esse modelo foi testado em segmentos distintos como varejista, atacadista, bandas musicais, padaria, indústria e etc.

O modelo se resume a cinco princípios que aplicados da maneira correta levam uma empresa em pouco tempo a obter resultados satisfatórios. Os princípios são:

- 1º Definição da Missão
- 2º Definição da Visão
- 3º Definição das Metas
- 4º Criação das Estratégias
- 5º Definição dos Indicadores

3.1 Missão

Definir a missão, de uma forma bem objetiva, é criar a razão de ser do negócio, para se buscar tal definição o empreendedor deve responder a pergunta clássica “por que o meu negócio existe?”. O objetivo da missão não é ter aquela placa com o texto enorme espalhada por toda a empresa onde nem o fundador a conhece e não faz sentido algum. **O objetivo da missão é fazer com que todos os envolvidos digam “sim, eu quero ser lembrado por isso.”** Essa definição deve ser bem curta, deve caber em uma camiseta e qualquer colaborador deve entender. Seja objetivo e dê sentido a cada operação do seu negócio.

3.2 Visão

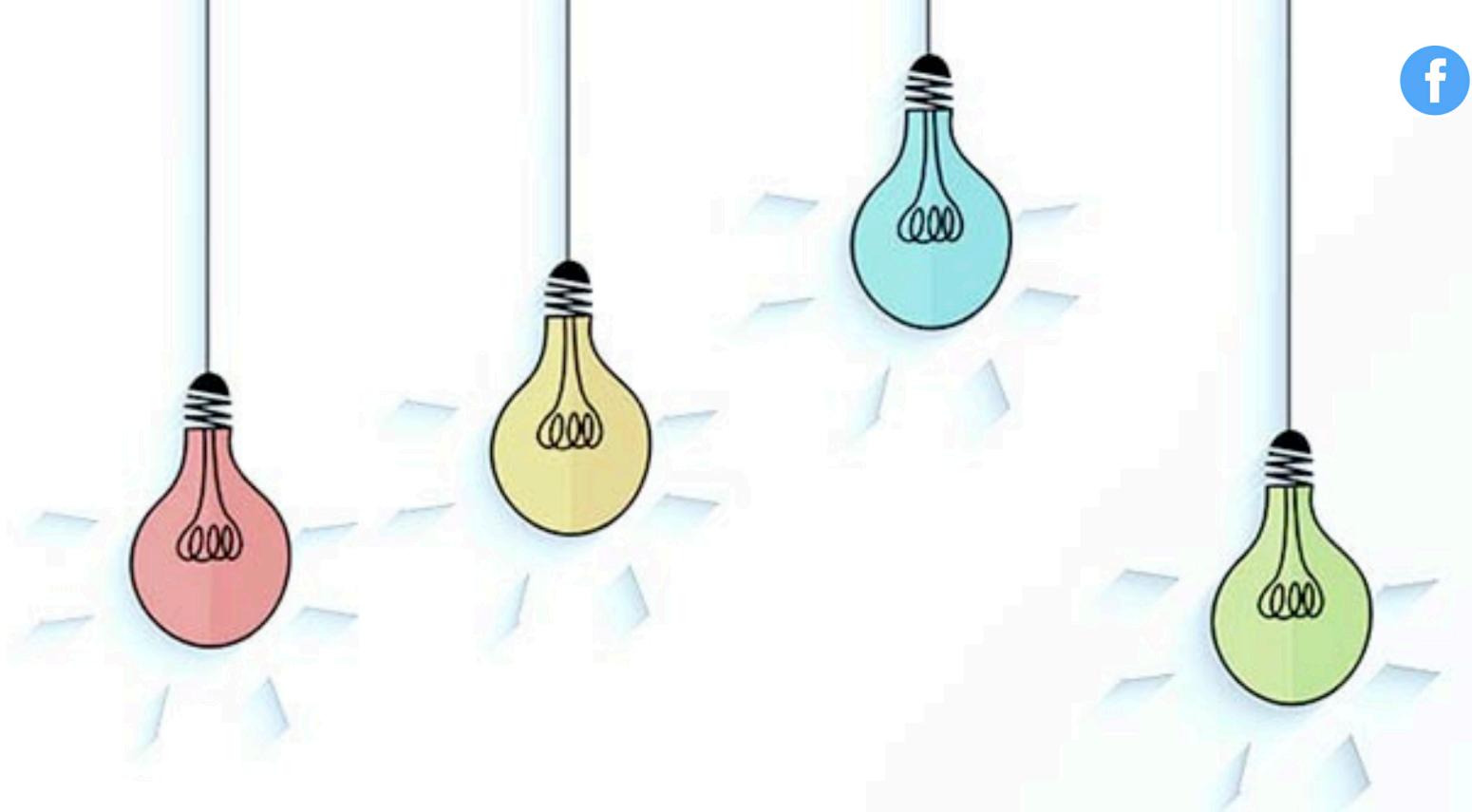
Ter uma Visão é ter um grande sonho possível, **a visão deve obedecer à direção da missão, porém deve ser realizada através das metas.** A visão deve ser bem específica, algo do tipo como, por exemplo: “ser reconhecido como referência em alimentos”, não é uma visão específica. Ser referência onde? Na sua família? Em seu condomínio? No seu bairro? Cidade? Estado? Nação? Ser reconhecido em que? Diversidade de produtos? Inovação? Estrutura? Enfim, seja específico e lembre-se que para pensar grande ou pensar pequeno gasta-se a mesma energia.

3.3 Metas

Como dito antes, a visão deve ser realizada através das metas. E por incrível que pareça muitos empreendedores não trabalham com metas. **Sem meta não é Gestão!** Se você tem uma padaria, os seus atendentes devem ter metas. Se você tem um escritório de advocacia, os advogados devem ter metas. Se você possui um salão de beleza, as manicures e cabeleireiras devem trabalhar com metas. Se você tem um restaurante, os garçons devem ter metas. Se você tem uma academia, a atendente deve ter metas. Não importa o seu ramo de atividade, o ser humano para gerar alta performance precisa sair da zona de conforto e sem metas você exclui essa possibilidade.

3.4 Estratégia

O objetivo da estratégia é criar o passo a passo para se conquistar as metas, é como se a estratégia respondesse a pergunta “como irei realizar as metas?”. Existem várias estratégias, porém vamos nos deter a melhor estratégia para se conquistar as metas, chama-se de **estratégia de diferenciação**. Essa estratégia tem como objetivo principal diferenciar o seu produto ou serviço dos demais. O grande fato é que o valor está na diferença, você não deve buscar ser melhor ou pior e sim ser diferente, pois a regra do jogo hoje está relacionada à inovação. Crie o máximo de inovações para o seu negócio até chegar ao ponto de não existir mais a possibilidade de comparar o seu produto ou serviço com o do concorrente.



INOVAÇÃO = DIFERENCIAMENTO + CUSTOS BAIXOS

Use a criatividade e fique de olho nos custos. Certa vez, Thomas Edison afirmou “Eu não quero inventar nada que eu não possa vender”, cada inovação deve estar relacionada ao mercado.

“ *Não quero inventar nada que não vá vender.* ”

Thomas Edison

3.5 Indicadores

Imagina fazer uma dieta sem se beneficiar dos dados que uma balança nos proporciona. Além das metas, para se obter uma gestão eficaz é indispensável que se tenha controle, ou seja, que se tenha indicadores. Você deve usar o máximo de controles possíveis, os mais básicos e indispensáveis em qualquer negócio são os controles de vendas, de faturamento, de lucratividade, de efetivação e de qualidade do atendimento. **Não se pode melhorar aquilo que não se pode medir.**



CAPÍTULO 4



COMO ATRAIR CLIENTES?



CLIENTES SATISFEITOS

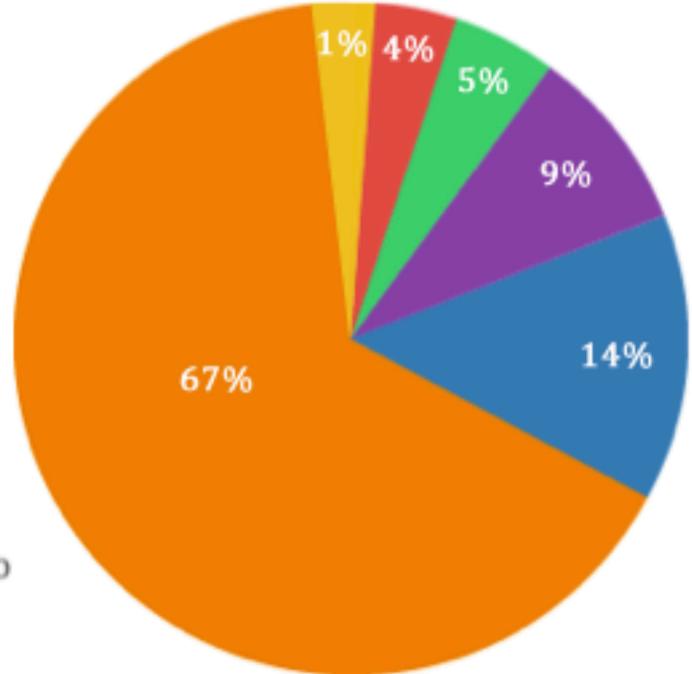
REtenha SEUS CLIENTE ANTES DE BUSCAR POR NOVOS

É possível atrair clientes, porém antes de pensarmos em atrair clientes precisamos reter os clientes que já possuímos, não há sentido em buscar o aumento se existe perda de clientes.

Uma universidade americana certa vez fez uma pesquisa para descobrir porquê os clientes deixam de comprar de um determinado estabelecimento e o resultado foi surpreendente:



- 67% - Indiferença no atendimento
- 14% - Insatisfação com produto/serviço
- 09% - Vantagem oferecida
- 05% - Razões pessoais
- 04% - Mudam de empresa/moradia
- 01% - Morrem



Perceba que o maior índice (67%) deixam de comprar por indiferença no atendimento. A minha sugestão é que você analise de verdade como se encontra o seu atendimento, aplique uma pesquisa de satisfação, levante dados, estabeleça metas de padrões de atendimento, transmita a equipe, exponha os resultados, parabenize os que estão evoluindo e cobre melhorias dos responsáveis pelos resultados insatisfatórios.

Após se certificar que existe retenção de cliente em seu negócio, você deve iniciar o foco de atrair mais clientes. **Para atrair clientes você precisa promover uma boa experiência ao consumidor**, analise cada etapa da experiência e faça o seu consumidor perceber diferenciais nessas etapas. Como consequência dessa boa experiência gerada através do consumo do seu produto ou serviço é natural que exista um grande índice de indicação por parte do seu cliente. Outra estratégia bem interessante para atrair clientes é você recolher depoimentos de clientes satisfeitos com a sua entrega e divulgar nas novas apresentações de prospecção, por exemplo, ou então, nos canais sociais do seu negócio. O melhor momento para iniciar essa etapa é agora.



CAPÍTULO 5



POR ONDE
COMEÇAR?



MUDE, MOVIMENTE-SE

FOCO NAS OPORTUNIDADES

Para se criar um percurso de sucesso a primeira coisa que o líder empreendedor precisa saber é realmente onde está, onde ele se encontra no momento. Nessa análise você nunca deve se vê pior nem melhor do que se é e sim como se realmente é, analise cada etapa descrita nesse material relacionando sempre com o seu negócio.

Comece mudando a sua perspectiva como líder, altere o foco dos problemas para o foco nas oportunidades. Sabemos que o Brasil possui diversos problemas, porém você deve concordar comigo que o empreendedor capta recurso resolvendo o maior número de problemas possíveis, então mudar de paixão não é a solução, mudar de postura e mudar de visão sim irá impulsioná-lo pela busca incessante de melhorias, busca essa que possui início, porém não possui fim. Não busque a perfeição no momento inicial dessa jornada, procure simplesmente fazer, se movimentar, embora você nunca saberá que resultados virão da sua ação, mas se você não fizer nada, não existirão resultados, até porque o feito é melhor do que o perfeito.



"procure simplesmente fazer, se movimentar, embora você nunca saberá que resultados virão da sua ação, mas se você não fizer nada, não existirão resultados, até porque o feito é melhor do que o perfeito."

CAPÍTULO 6



CONCLUSÃO



BUSQUE OS RESULTADOS

O PODER DOS RESULTADOS ESTÁ NA APLICAÇÃO

Espero ter contribuído para ampliar a sua visão em busca de gerar crescimento em seu negócio. Tenho total convicção que esse conhecimento irá fazer diferença em sua jornada, porém o poder dos resultados está na aplicação.

Querer vencer não é o suficiente, os perdedores também querem. **Está motivado não é o suficiente no mundo dos negócios, pois sem um bom plano o empreendedor fracassa sorrindo.**

Considerando a nossa experiência, que totaliza mais de seis mil horas em consultorias, temos conseguido compreender os melhores caminhos para se obter o sonhado sucesso empresarial e se afastar ao máximo do sombrio resultado que assusta os empreendedores: a temida falência. Com toda essa jornada, conseguimos formatar o passo a passo com os ajustes necessários que uma empresa deve fazer para crescer continuamente e denominamos esse processo de “Método Mude”, pois para mudar os resultados precisamos mudar as estratégias. **A mudança hoje é inevitável na vida do líder empreendedor.**

Com esse e-book acreditamos contribuir no cenário empresarial e econômico do nosso país, pois uma empresa que cresce gera oportunidade, movimenta a economia e isso nos faz cumprir a nossa missão. Obrigado pela leitura, desejamos sucesso em sua jornada!

