

# O PODER *das* CONEXÕES



**LEANDRO CRISTO**

# **O PODER** *das* **CONEXÕES**

**Aprenda a criar  
conexões para  
atrair clientes  
a custo zero  
e expanda os  
seus negócios.**



Rio de Janeiro, 2020

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)  
(EDOC BRASIL, BELO HORIZONTE/MG)

---

C933p Cristo, Leandro

O poder das conexões / Leandro Cristo. – Salvador, BA: Editora L.N.C. Liderança e Legado, 2023.

122 p. : 14 x 21 cm

ISBN 978-65-5531-041-2

1. Administração. 2. Desenvolvimento pessoal. 3. Vendas. I.Título.

CDU 658.85

---

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

*O poder das conexões*

CRISTO, Leandro

ISBN: 978-65-5531-041-2

1ª edição, março de 2020.

Editora L.N.C Liderança e Legado

Salvador – BA

[www.lncliderancaelegado.com.br](http://www.lncliderancaelegado.com.br)

Todos os direitos reservados.

É proibida a reprodução deste livro com fins comerciais  
sem prévia autorização do autor e da Editora.

# Sumário

- 7** Apresentação
- 9** Agradecimentos
- 11** Prefácio
- 13** Depoimentos
- 18** Capítulo 1 *Como achamos e escolhemos as pessoas certas para criar oportunidades de negócios*
- 34** Capítulo 2 *Atraindo clientes pagantes e poderosas parcerias através da sua referência nas redes sociais e do método ICPAC*
- 60** Capítulo 3 *Expansão da notoriedade e autoridade através de parcerias estratégicas*
- 66** Capítulo 4 *Métodos de conexões para alavancar as suas vendas*
- 76** Capítulo 5 *As 5 fontes de encantamento de clientes para vender o que quiser*
- 84** Capítulo 6 *Estratégias colaborativas para atrair clientes pagantes a custo zero*
- 90** Capítulo 7 *Lidere o seu negócio e mantenha a constância na estratégia*
- 96** Capítulo 8 *Seja raro no que faz para que o mundo se lembre de você todos os dias*
- 110** Bônus *Guia definitivo de palavras altamente persuasivas para criar o seu script de vendas pelo WhatsApp*

ACESSE O MEU SITE ATRAVÉS DO QR CODE



# Apresentação

Quando fui convidada para fazer a apresentação do livro do Leandro Cristo, fiquei muito honrada, porque tenho grande admiração pelo trabalho que ele vem desenvolvendo como mentor das conexões.

Porque construir e fomentar conexões poderosas é virtude dos grandes realizadores, que têm clareza que o outro é importante e necessário para forjar grandes coisas. E o Leandro faz isso com grande leveza, simplicidade e maestria, porque prioriza sempre relações ganha a ganha ao criar pontes e unir competências.

Esse é um princípio que nasce vencedor, haja vista o exemplo da biografia de Napoleon Hill, que, ao entrevistar grandes empresários de notório sucesso como: Henry Ford, Harvey Firestone, Thomas Edison, Theodore Roosevelt e outros, construiu um conceito de Mente Mestra. Esse conceito define uma aliança que cultiva um ambiente harmonioso de cooperação entre pessoas em torno de um objetivo voltado para o bem comum. Leandro soube interpretar e adaptar esse princípio e foi muito feliz ao priorizar a cooperação.

O que me chama a atenção no trabalho do Leandro é que ele propõe um conceito seguido de um método que está marcado pelos valores do respeito, ética e reciprocidade, o que permite criar conexões de real valor para os envolvidos.

E o trabalho que o Leandro vem desenvolvendo reflete esses valores e exhibe resultados legítimos, como o evento Um Novo Ciclo de Consciência, um evento de desenvolvimento no qual tive a honra de palestrar, que vem gerando grandes conexões e transformando negócios e vidas.

Sendo alguém da área de negócios, sinto, no meu dia a dia em grandes corporações, a importância das relações bilaterais para que os outros queiram fazer aquilo que deve ser feito, gerem uma influência positiva, pautada na cooperação para melhores resultados.

Se você busca o crescimento de seu negócio ou de sua carreira, neste livro vai encontrar um caminho para atrair e estabelecer conexões de real valor para você.

E o melhor, você aprenderá como gerar valor para os parceiros que você arrebanhar, porque seguindo esses princípios, você poderá construir uma rede de apoio, sustentada pelas relações ganha-ganha.

*Cássia Morato*

# Agradecimentos

Aos meus pais, Maria de Lourdes do Nascimento Cristo e Leonel Nascimento Alves Cristo, por me concederem uma boa educação e a vida. Com essa base familiar, me tornei escritor, sendo uma semente de esperança e mudança no mundo.

À minha querida esposa Katiússia Monique Rocha, pelo companheirismo, carinho e apoio durante todo o meu percurso profissional.

Ao poeta e jornalista Gabriel Gama pela consultoria textual, ao trazer um olhar sensível e cuidadoso na revisão do conteúdo.

À professora universitária Viviane Almeida Andrade, à mestra em Educação Daisy Kraychete Jardim e à especialista em Língua Portuguesa Priscila Silva de Oliveira, amigas que me apresentaram com a belíssima correção do meu primeiro livro solo.

Ao meu parceiro, e amigo Paulo Saphi, pela gentileza de aprovar essa leitura e nos agradecer com a sua participação no prefácio.

Ao meu parceiro, o Moisés Ribeiro, pela contribuição na formatação do nome do livro.

A todos os meus amigos, seguidores, admiradores e parceiros que têm me incentivado e acompanhado nessa jornada.



# Prefácio

Quando eu, Paulo Saphi, fui convidado a escrever o prefácio desta obra maravilhosa de Leandro Cristo, fiquei lisonjeado! É gratificante fazer essa parceria com um profissional conhecido como o mentor das conexões. Nesta obra, o foco está voltado para a atração de clientes, que será apresentada através de distintas formas para você lotar a sua agenda de atendimento e eventos *business* como *workshops* e cursos. Além de auxiliá-lo a atrair novos clientes pagantes para o seu comércio, construir parcerias de impacto para desenvolver autoridade em sua profissão ou negócio.

Fico feliz por você ter escolhido este livro como referência para alavancar a sua área de atuação e o seu negócio. Se você presta serviços profissionais como: vendedor, *coach*, palestrante, líder, empresário, empreendedor, terapeuta, psicólogo, um profissional liberal ou ainda não possui condições financeiras para investir em marketing e prospectar novos clientes para o seu negócio, você optou pela leitura certa!

Este livro te deixará mais próximo de resolver os seus problemas. E a melhor parte é que você vai descobrir como

aumentar a notoriedade do seu negócio para alavancar a sua renda financeira, sem que tenha que fazer qualquer investimento com publicidade, ou seja, essas ações podem ser realizadas a custo zero.

Aqui será abordado o método ICPAC (Investimento Colaborativo Para Atrair Clientes), que foca na colaboração mútua de forma seletiva e estratégica. De forma breve, o investimento colaborativo é uma maneira inovadora de investir parte do seu tempo para se conectar com pessoas de objetivo comum ao seu, que praticam de forma habitual o ato do reconhecimento e reciprocidade transformados em ação.

Nas próximas páginas, você irá descobrir como criar estratégias e propostas para atrair as pessoas certas. Você chegará muito longe sem investimento financeiro. No capítulo de abertura, Leandro Cristo revela como iniciar uma conexão de impacto, algo que aprendeu ao abrir seu primeiro negócio, o qual aplicou o processo de investimento colaborativo.

Gratidão, leitor, tenha uma excelente leitura!

*Paulo Saphi*

# Depoimentos

**A CONEXÃO COM LEANDRO CRISTO** permitiu-me um aprendizado para toda a vida, que se resume na seguinte fórmula: “Percepção + Doação = Resultados Extraordinários”

Perceber que as pessoas ao meu redor podem tornar-se potenciais parceiros e identificar que quanto mais me doo em ajudar os outros a crescer, além de cumprir algo colaborativo, poderá me proporcionar ganhos inimagináveis e resultados extraordinários.

Ao longo de minha caminhada como palestrante e formadora de oradores e palestrantes, muitas pessoas se aproximaram de mim oferecendo algum tipo de “parceria” que, quando eu avaliava junto à minha equipe e conselheiros, percebia que, na realidade, só haveria “ganho” para o outro e, para mim, absolutamente nada. Isso não é parceria! Uma parceria verdadeira vem abastecida de ganhos para ambos os lados. E é exatamente isso que o Leandro descreve neste livro sensacional. Ele ensina como você estabelecer parcerias de sucesso, gerar conexões extraordinárias e criar negócios inabaláveis.

Leandro Cristo tem autoridade para uso com louvor do título de “mentor de conexões”, justamente pelos anos de experiência pessoal em conexões ganha-ganha. Quem o conhece de perto sabe que se ele te apresentar ou propuser algo, certamente será agregador de valor para você e haverá conquista mútua.

Outra característica forte no Leandro Cristo é que ele identifica o “valor da conexão” e insistirá até conseguir o resultado almejado para ambos. A palavra “não” é desconhecida em seu dicionário, o que o torna cada vez mais forte e determinado para realizações.

Tenha certeza absoluta de que este livro é um tesouro que chegou em suas mãos. Devore-o, até ter certeza de que conseguiu absorver todo o seu conteúdo e aplicá-lo! Repouse-o em sua cabeceira e revise-o constantemente até que se torne um “gigante em conexões”, pois agora você tem um mentor e o nome dele é: Leandro Cristo!”

Um abraço,

*Zandra Daiane*

Trainer em PNL, idealizadora e mentora na Formação Profissional de Oradores e Palestrantes.

**NÃO É À TOA QUE LEANDRO CRISTO** é considerado o mentor das conexões. Nos conhecemos em um evento que eu estava palestrando e ele me abordou de forma muito educada e profissional, me convidando para participar de um de seus eventos. Desde lá, se tornou meu irmão de missão e vem ajudando pessoas a se desenvolverem pessoal e profissionalmente.

Gostei muito do conceito e da essência do método que ele desenvolveu, o ICPAC (Investimento Colaborativo Para Atrair Clientes). Afinal de contas, fica muito mais fácil você liderar e engajar pessoas que estão remando na mesma direção e possuem objetivos e propósitos em comum. Se você busca tornar-se um líder que inspira pessoas, não necessariamente por dinheiro e sim de forma colaborativa, por você e por uma causa que você defende, este livro é para você.

*Marcus Ribeiro*

Master coach de carreira, palestrante e fundador da empresa DNA de Marketing e Treinamentos.

**LEANDRO CRISTO É UMA DAS PESSOAS** mais estratégica e persistente que conheço para alcançar objetivos por meio de sua rede de contato.

*Tathiane Deândhela*

Empresária e especialista em produtividade.



*Sozinho, você tem um limite de realização.  
Se unindo a outra pessoa, você ultrapassa  
esse limite e realiza muito mais.*

**LEANDRO CRISTO**

# 1

---

## COMO ACHAMOS E ESCOLHEMOS AS PESSOAS CERTAS PARA CRIAR OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

Olá! Eu sou o Leandro Cristo!  
Estou feliz por você estar aqui. Permita que eu me apresente para você.

Considero-me um Ser Humano apaixonado pela vida e por autoevolução, um verdadeiro entusiasta da Liderança e suas conexões. Estudioso, observador e admirador das potencialidades que cada um carrega, estou determinado a ajudar qualquer pessoa que esteja disposta a se autoliderar e a potencializar os seus resultados como Líder da própria vida, dos seus negócios e das suas equipes.

Em busca de evolução pessoal, e para compreender como poderia contribuir com a evolução de outras pessoas, busquei algumas formações.

Sou formado em Administração, tenho MBA em Gestão de Negócios, Pós-graduação em Coaching e possuo certificação de Trainer em Hipnoterapia. Além disso, tenho a certificação de Master Coach e Master Practitioner em PNL.

No âmbito profissional, fiquei conhecido como o mentor das conexões e o idealizador do workshop “Um Novo Ciclo de Consciência”, que reuniu em 2019, na cidade de Salvador, juntos em um palco e de forma colaborativa, um número recorde de 24 palestrantes em apenas 48 horas

Sou coach desde 2010 e possuo mais de 10 mil horas de atendimento em sessões individuais. Também atuo como palestrante e mentor de Líderes e Vendedores Profissionais. Estou muito feliz por você ter escolhido este livro como referência para alavancar o seu negócio em sua área de atuação.

Nesta obra, revelarei alguns passos importantes que utilizei no meu negócio ao seguir os princípios do ICPAC. Passos que vão poder te inspirar e apoiar em uma jornada de elevação de resultados lucrativos e sustentáveis. Especialmente para você que é profissional liberal, empreendedor, empresário, coach, terapeuta, líder, vendedor, palestrante e sonhador.

Para que possa entender de forma mais aprofundada esse método, preciso esclarecer o que é um investimento colaborativo.

O investimento colaborativo é uma maneira inovadora de investir parte do seu tempo cooperando com o sucesso de pessoas imbuídas de objetivos comuns a você e que prezam pelo espírito mútuo. A iniciativa visa o crescimento de todos. Você me ajuda a crescer que eu lhe ajudo. E isso tudo a custo zero.

Legal tudo isso, né?

Imagina alguém com muitas conexões pessoais ou com uma proeminente influência digital realizar a publicidade do seu negócio sem custos? Você não precisará gastar mais nada com anúncios!

Com a estratégia certa para criar as propostas certas e direcionar para as pessoas certas, você chegará muito longe sem investir nada com marketing. No primeiro capítulo, irei revelar o primeiro momento em que dei o primeiro passo para a minha primeira conexão de impacto, que me levou a abrir o primeiro negócio dentro desse processo de investimento colaborativo.

## O Poder das Conexões

---

**AO VENDERMOS**, seja um produto, seja um serviço, passamos a entender melhor o outro. Partindo de uma compreensão profunda sobre a pessoa com a qual estamos lidando, existe uma maior possibilidade de estabelecermos com ela uma conexão duradoura e próspera.

O foco no resultado é interessante e é sempre bom tê-lo em vista, mas, se nos conectarmos verdadeiramente com o outro e focarmos em buscar alternativas viáveis para ajudar na sua transformação, você passará a ter mais um aliado forte no objetivo de atrair melhores resultados para os seus negócios.

E se todos os seus clientes se tornassem seus genuínos parceiros? Como seria o resultado? O relacionamento é uma das maneiras mais eficientes de prosperar na carreira. As relações nos conectam com o mundo inteiro. Quando sabemos aproveitá-las, elas podem influenciar nossas ideias, emoções, relações, até mesmo nossa saúde e nosso comportamento.

Infelizmente, existem pessoas que não sabem usufruir do Poder das Conexões. Muitos se conectam sem propósito, sem causa. Aliás, a única causa é mostrar que deseja o próprio benefício. Sem ter a gentileza de ser recíproco.

Será que as pessoas que agem em prol do individualismo estão zelando por suas relações? Será que elas estão, de fato, em relações, em vínculos mútuos? Será que agir egoicamente é ser inteligente?

Não cuidar diariamente das relações que construímos no decorrer de nossas vidas pode gerar reflexos negativos e impedir o progresso de sua vida pessoal e profissional. Se tratando de vendas e negócios, então, pode até mesmo acarretar péssimos resultados.

Desde 2017, venho pesquisando formas de alavancar resultados através das conexões cooperativas, sem custo. Acredite! Descubri coisas fantásticas e estou disposto a compartilhar cada uma delas com você!

## **Criando estratégias pautadas em conexões colaborativas para atrair clientes e parceiros potenciais**

---

**EM MARÇO DE 2008**, eu estava finalizando a minha graduação em Administração de Empresas. Naquela ocasião, lembro que estava ansioso para iniciar o meu primeiro negócio. Só que, para isso acontecer, eu tinha que ter pelo menos R\$ 30.000,00 para investir e a realidade era que eu só andava no vermelho.

Sempre fui um cara de muita ação, no entanto, no que tange à minha vida financeira, a verdade é que nunca tive um bom planejamento. Todos nós temos aspectos a melhorar em nossa caminhada. É importante termos a ciência de reconhecer os nossos pontos de melhoria. Humildade para estarmos também em um estado de aprendizagem na vida.

Bom, naquela época, eu estava concluindo o meu TCC (Trabalho de Conclusão de Curso), em dupla, com um gerente de um grande negócio no ramo de restaurante.

Juntos, decidimos criar um plano de negócio para abrir uma academia de musculação com foco na terceira idade. Entretanto, como dito anteriormente, estava negativo em minhas finanças.

Naquele momento, pensei que seria uma ótima oportunidade, mas, como convenceria o meu colega de sala a se tornar

sócio em um negócio daqueles sem ter poderio financeiro para investir igualmente?

Como nunca fui de desistir tão facilmente, pensei bastante, conjecturei mais ainda os fatos, até oferecer uma proposta justa a ele. Eu conhecia um pouco das carências do até então meu futuro sócio e isso foi fundamental.

Consegui convencer o meu colega de sala a se tornar meu sócio. Ele tinha o objetivo de abrir um negócio que gerasse uma segunda renda financeira, mas não tinha tempo para administrar e nem em mente alguém de confiança que pudesse administrá-lo.

Fizemos reuniões cruciais para que eu alinhasse a minha utilidade naquela empreitada. Pensávamos na minha forma de contribuição no negócio para compensar a minha falta de valor financeiro para investir.

Tracei uma estratégia para captar um recurso extra e outra para trazer uma abordagem convincente no momento que eu oferecesse a proposta de sociedade. A primeira estratégia foi a mais difícil e eu pensei: a única forma de obter algum valor de investimento a mais é pedindo demissão do meu emprego.

Não me encontrava satisfeito com o meu trabalho, então, aquela oportunidade de abrir um negócio foi impulsionador para que eu criasse a coragem de pedir demissão. Saí daquele emprego e recebi uma rescisão com um valor insignificante, mas consegui um capital mínimo para entrar na sociedade e abrir a academia. Para ser mais preciso, recebi apenas R\$ 8.000,00, ou seja, não consegui chegar sequer na metade dos R\$ 30.000,00 necessários na época. Devido aquele cenário, parti para a segunda estratégia com muito afincado e foi a melhor sacada que tive naquele momento.

Lembra quando disse que meu sócio não tinha tempo e em quem confiar para conseguir a almejada segunda renda? A partir daquela demanda dele, ofereci a minha colaboração com disponibilidade integral para administrar o negócio durante um ano.

Argumentei e ressalttei a necessidade que ele teria de contratar um profissional para administrar um dos turnos, já que não teria tempo para ficar à frente do negócio.

Com isso, haveria uma compensação financeira, pois eu assumiria esse turno, o que dispensaria a contratação de um colaborador. Na época, eu não sabia o nome dessa estratégia, mas hoje chamo-a de *investimento colaborativo*.

Naquele momento, essa estratégia representou um divisor de águas na minha carreira. Logo entendi que, ao me conectar com pessoas e ser um colaborador, eu poderia criar uma sinergia e promover um auxílio mútuo. Mesmo sem ter o mesmo aporte financeiro que meu sócio, eu, ainda assim, poderia ser um agente transformador e ser igualmente fundamental para o nosso empreendimento.

Entendeu a jogada?

Dessa forma, eu aprendi que o primeiro passo para atrair cliente é ter inicialmente uma boa abordagem, conhecer a necessidade dele e ser um colaborador certo naquela determinada demanda do outro.

O meu sócio passara a ser meu cliente, pois ele estava pagando indiretamente pelo meu serviço e, ao mesmo tempo, eu precisava do investimento do meu sócio para tocar o meu primeiro negócio. Não é dessa forma que acontece em uma venda? Você sempre depende de ter clientes pagantes para manter

e tocar o seu negócio. Naquele caso, foi uma autêntica situação de colaboração em que ambos foram beneficiados.

A partir desta minha experiência, a reflexão minuciosa que tive sobre todo o contexto foi de que, para ter resultados fora do meu alcance, é preciso se conectar às pessoas com objetivos em comum.

O segundo ensinamento que absorvi de toda aquela conjuntura foi a necessidade de criar estratégias focadas em valores pessoais, a fim de atrair potenciais que poderiam somar ao meu propósito, no caso, aquele meu sócio em questão.

Convido-lhe a criar um roteiro de perguntas, que lhe ajude a conhecer melhor o seu cliente, para criar o tipo de abordagem e proposta ideal. Segue abaixo exemplo de um exercício que pode ser utilizado:

<b>GANHOS</b>	<b>DORES</b>	<b>SOLUÇÃO</b>
Quais são os objetivos do cliente?	Quais os problemas que o cliente está encontrando para realizar seu objetivo?	Quais recursos pode utilizar para ajudar o seu cliente a alcançar seus objetivos?
O que procuram realizando seus objetivos?	Quais são os medos e frustrações?	Como pode minimizar as dificuldades do seu cliente?

Se você se conectar com pessoas que possuem objetivos comuns e demonstrar compaixão, empatia e escuta ativa, você deixará de ser uma pessoa que só pensa no próprio resultado e se tornará alguém muito atrativo para outras pessoas. Isso trará para você uma vantagem incrível e o colocará a frente de muitos. Você estará atraindo, conseqüentemente, pessoas para o seu negócio. É esse o princípio básico para atração de clientes a custo zero.

Quantas vezes perdemos tempo e gastamos energia com pessoas erradas, enquanto àquelas, com as quais realmente deveríamos estreitar laços e manter um relacionamento duradouro, acabamos não dando atenção?

Mas, como ser assertivo na busca de pessoas que possuem objetivos comuns ao meu?

O primeiro passo é se conhecer melhor, viajar nas entranhas do teu ser, até entender o que é importante para você, e o que não é.

Se não sei o que busco, como vou reconhecer quando a pessoa certa cruzar o meu caminho? Ou como saber se é a pessoa errada?

Não saber o que procurar no outro é, na verdade, falta de clareza sobre si mesmo. Quanto mais alguém se conhece, mais entende e valoriza (ou não) o outro. Quanto menos sabe, mais aceita o que aparece e vai testando, errando e aprendendo. Funciona, mas é lento e custoso. Pode levar anos para pouco progresso. Essa falta de clareza sobre quem se é, o que representa e quem busca é nítida na forma como nos relacionamos hoje em dia.

Você precisa se conhecer melhor, meditar sobre o que pensa, o que importa para você, colocar essas informações de forma organizada no papel é um exercício de reflexão poderoso. Segue o questionário que pode lhe ajudar:

#### **QUEM É VOCÊ?**

- Seus interesses e talentos;
- Habilidades e competências;
- O que é importante para você?

### **O QUE VOCÊ POSSUI?**

- Conhecimento;
- Ferramentas;
- Contatos pessoais e profissionais;

### **SE FAÇA ALGUMAS PERGUNTAS MAIS ESPECÍFICAS:**

- O que você gosta mais?
- O que você tem a oferecer?
- Quais são as qualidades que as pessoas identificam em você e como pode utilizá-las a seu favor?
- Se fosse descrever a sua personalidade, o que diria?

Ao aprofundarmos no autoconhecimento, isto é, descobrindo mais sobre o que busca e o que pode oferecer ao mundo, você terá mais segurança para criar uma proposta de negócio assertiva e para as pessoas certas. Um importante ensinamento que ficou desta minha grande jornada foi o seguinte: as pessoas prestam atenção, sim, em nossas intenções, logo, elas percebem a nossa sensibilidade e muitas delas tendem a ser recíprocas. Desta forma, você atinge o patamar da colaboração mútua, ao ter, em sua volta, pessoas que passam a comprar e vender suas ideias, a fazer a sua publicidade sem você ser cobrado por isso. Esse é o melhor veículo para se conseguir clientes pagantes.

Segundo Philip Kotler (2010), se você cria um caso de amor com seus clientes, eles próprios farão a sua publicidade. O Philip Kotler é considerado um dos gurus do Marketing, por isso, a relevância de seu ponto de vista neste parágrafo.

Agora, você já entendeu que qualquer pessoa ao seu redor pode ser seu cliente em potencial. O seu primo, sócio, colega de trabalho, vizinho, até mesmo as pessoas que trabalham no mesmo ramo que você.

Quando você consegue prestar atenção nas pessoas ao seu redor e demonstra que elas também são importantes para você, fica mais fácil construir uma relação de confiança. Com isso, é possível criar estratégias de venda para a maioria delas. E o melhor de tudo. Você venderá para elas, amigos e parentes delas.

Porém, assim como em qualquer relacionamento, é preciso atrair e cuidar dessas relações. Isso aumenta a confiança desses clientes sobre você e é um bom caminho para que a parceria se torne um sucesso.

Por isso, troque alguns e-mails, algumas mensagens positivas por telefone ou WhatsApp, curta as postagens dos clientes, quando puder, incentive-os, esteja presente em algum trabalho importante para essas pessoas. Demonstre solicitude, interesse no sucesso de cada pessoa conectada a você. Isso alavanca a sintonia, afinidade na conexão e, naturalmente, reflete em bons retornos.

## Reflexões

---

**Como anda a qualidade das suas conexões?** Elas te passam um *feedback* positivo sobre a sua relação de parceria? Elas se sentem beneficiadas?

**Como você tem cuidado de suas conexões para se sentirem atraídas por você?**

**As suas conexões estão dispostas a se empenhar por sua missão? O quanto de 0 a 10?**

**O que você tem feito para manter relações duradouras com as conexões que você faz?**

Falando em relações duradouras, no ano de 2019, conheci uma microempresendedora que produzia doces, ela se chamava Rose Carvalho. Na minha concepção, achei fantástica a forma que ela usava para vender seus doces. Ela se aproximou e perguntou se eu tinha alguém para fornecer *coffee break* em meus cursos com duração acima de 4 horas e de imediato se prontificou a fornecer gratuitamente mais de 50 doces para a minha próxima apresentação. Como isso não fosse o suficiente, ainda me presenteou com duas vasilhas cheias dessas delícias. O que você acha que aconteceu? As pessoas consumiram e gostaram. Ela, que estava sempre preparada, levou um estoque a mais e vendeu alguns. Essa ação conseguiu ampliar o seu *networking*, criando novos relacionamentos. Essa atitude lhe possibilitou prospectar mais clientes, participar de mais eventos e aumentar a sua venda de doces. Ela realmente fez a diferença e conquistou a minha gratidão. Hoje, sempre lembro de indicá-la para os meus parceiros quando me pedem indicação para *coffee break*.

Percebeu que maneira sensacional de oferecer apoio? O foco foi na construção da relação e depois veio a recompensa financeira.

Agora, peço que preste muita atenção no que vou dizer! Seja colaborador de forma consciente, ou seja, tenha cuidado com o excesso de colaboração, isso pode desvalorizar as suas ações, as pessoas tendem a desvalorizar o excesso e valorizar a escassez. Faça tudo em pequenas doses, selecione os tipos de colaboração de acordo com a referência da sua conexão. Se for preciso,

crie uma escala de colaboração para cada nível de parceria. Ou seja, se José entrega para você apenas divulgações mensais de seu evento e Joana entrega para você divulgação mensal do seu evento mais a conversão em vendas, obviamente Joana fez mais, por isso, merece ganhar mais. Crie remuneração em cima do resultado de conversão financeira de Joana além de oferecer uma cortesia de seus serviços, para o José, você presenteia com apenas a cortesia, já que ele não está trazendo conversão financeira para o seu negócio. Fica justo para ambos. Quem entregar mais, pode receber mais. Observe esse contexto no quadro abaixo:

<b>Nome do parceiro</b>	<b>O que ele fez?</b>	<b>Gerou renda financeira?</b>	<b>Gerou economia na estrutura?</b>	<b>Ampliou <i>net-working</i>?</b>	<b>Bonificação</b>
José	Divulgou	Não	Não	Sim	Cortesia
Joana	Divulgou e vendeu	Sim	Sim	Sim	Cortesia e 25% de remuneração em cima do valor total vendido

Outro detalhe importante é gerar uma confiabilidade sobre sua imagem perante o outro. Para isso, mostre ser também um colaborador de relevância. Lembre-se que é uma via de mão dupla. Deixe bem clara esta sua participação. Se possível, sempre registre e mostre provas cabais sobre a sua contribuição.

Lembre-se! O que não é visto e não é registrado, pode não ser lembrado. Outro ponto relevante acerca do entendimento sobre essas colaborações, diz respeito a ter cuidado com a forma que você se disponibilizará para colaborar.

Por exemplo: se você é palestrante e deseja ser um colaborador de seus amigos ou parceiros palestrantes, evite aceitar um convite para ser colaborador em vendas por telefone. Neste caso, pode desconstruir toda a credibilidade que conquistou como palestrante diante do seu público. Imagine que você é um palestrante e os seus clientes recebem a sua ligação para vender palestra de outro palestrante. Viu o quão a linha é tênue? Corre-se o risco de você ser visto como um suporte de divulgação e não como um autêntico palestrante.

O que eu quis dizer é que, antes de escolher a forma que poderá contribuir com o outro, pense se vai prejudicar a imagem do seu posicionamento profissional.

Pense comigo, algumas pessoas podem não querer investir em uma palestra de uma pessoa que se posiciona como palestrante, mas vende diretamente um trabalho de outro palestrante. Você pode contribuir com as vendas se posicionando de outra forma, como, por exemplo, passar uma lista de contatos. Veja a seguir mais detalhes desse exemplo citado.

Então, se você é palestrante e deseja ajudar um parceiro que também exerce esta função ou que promove evento semelhante, indique alguns contatos para ele. De preferência, peça para equipe dele entrar em contato e oferecer um desconto devido à sua indicação, informando que esse desconto vem da boa relação que você tem com o seu cliente. Dessa forma, você ajuda seu parceiro e trabalha a sua credibilidade, pois irão associar o bom negócio adquirido por causa de sua indicação.

Agora, peço que preste muita atenção no que vou dizer! Seja colaborador de forma consciente. Tenha muito cuidado

com o excesso de colaboração para que suas ações não sejam desvalorizadas! As pessoas tendem a menosprezar o excesso e valorizar a escassez. Faça tudo em pequenas doses. Como atuar dessa forma? Selecione os tipos de colaboração de acordo com a referência da sua conexão. Se for preciso, crie uma escala de colaboração para cada nível de parceria.

E no caso de não ter ainda um networking sólido, uma boa estrutura financeira e um posicionamento profissional no mercado?

Neste caso, uma forma de criar parceria assertiva é ser um *staff*. Sabe o que significa estar nessa função? *Staff* é o conjunto de pessoas que integra um determinado grupo de trabalho ou evento. E, para determinados eventos e ações, não precisa ter habilidades específicas para atuar. Basta a disponibilidade para agir!

Por exemplo, *staff* de instrumentos. Na organização de algum evento, como um show musical, o artista possui uma equipe para apoiar todos os momentos. O *staff* é a pessoa que dará todo o suporte ao artista e à realização da apresentação. O *staff*, portanto, tem uma função específica para desempenhar antes, durante e após o espetáculo.

Se você ainda não tem condições de apoiar alguém financeiramente ou não tem uma boa rede de contatos, iniciar a parceria se colocando à disposição para ser *staff* voluntariamente pode ser uma grande oportunidade de aprendizado e de ampliação de sua carteira de *networking* para desenvolver em prol do seu negócio. De preferência, escolha uma posição que tenha habilidade para executar e selecione eventos de grande potencial.

E se você já tiver um posicionamento como especialista, mas ainda não tem uma boa estrutura financeira?

É importante você não tomar essa posição de *staff* por muito tempo, pois o seu público, e especialistas da mesma área de atuação e pessoas que venham te conhecer, podem confundir seu posicionamento de mercado e isso atrapalhará muito no conceito de credibilidade que essas pessoas poderão enxergar em você. Você talvez não consiga vender para essas pessoas o seu serviço, já que elas podem te enxergar apenas como suporte.

Outra dica importante! Evite trabalhar como *staff* para quem não tem mais autoridade que você na sua área. Existe um ditado popular que diz assim: “Se você for o melhor da mesa, você está na mesa errada”. Portanto, se você é o melhor da mesa e busca evolução, não encontrará essa evolução numa mesa em que você é a pessoa que tem mais experiência, entende? O ser humano nada mais é do que um produto do meio em que vive, construindo sua jornada a partir de suas relações sociais.

Priorize aprender com quem pode te levar a um maior resultado. Você evolui a partir do meio que vive. Por isso, busque mentores com maior experiência e autoridade. Essas pessoas são foguetes que podem te levar para cima, já que possuem mais resultados que você. Eles podem te revelar melhores caminhos para a sua evolução e te deixarão mais próximo de sua meta.

# 2

---

**ATRAINDO CLIENTES  
PAGANTES E PODEROSAS  
PARCERIAS ATRAVÉS  
DA SUA REFERÊNCIA  
NAS REDES SOCIAIS E  
DO MÉTODO ICPAC**

Segundo um levantamento do We Are Social e do Hootsuite realizado em 2017, 40% da população global já usa alguma rede social ativamente pelo menos uma vez por mês.

Veja que comparação real fantástica da evolução do uso das redes sociais. Observe na ilustração abaixo o momento da sucessão do papa.



Fonte da ilustração: <https://www.slideshare.net/bmoreira/inventta-thinkforward>

Durante séculos, a humanidade esteve preparada para atuar em um mundo previsível e linear. Agora, em pleno século XXI com toda a sua efervescência de grandes acontecimentos culturais e sociais, vivemos um grande desafio: lidar com o imponderável. Esta contemporaneidade nos traz novos conceitos, paradigmas, mudanças e, claro, desafios a serem superados.

Escrevo esse artigo no ano de 2020, mesmo ano que surge em todo o mundo uma pandemia chamada Covid-19, e que por uma questão de sobrevivência, o governo de cada país coloca leis que obrigam a população ficar em quarentena por meses, ou seja, todos em casa, inclusive os que nunca trabalharam com internet.

Os eventos presenciais de aglomeração não podem acontecer nesse momento de quarentena, lojas não podem abrir, todos os shoppings fechados. Várias empresas passam a mudar o estilo de trabalho dos funcionários, agora os funcionários que estavam, acostumados a trabalhar fora do mundo virtual, começam a trabalhar fortemente na internet, as empresas que não conseguiram se adaptar a esse processo, fecharam. Como se tornar uma referência profissional num mundo de constante mudança?

As redes sociais são um ótimo caminho para trabalhar sua referência e autoridade como profissional e atrair clientes. O melhor é que tudo pode ser realizado a custo zero de marketing. Neste capítulo, eu vou revelar passos simples que eu usei para criar uma das maiores comunidades de grupos de *WhatsApp* no nordeste, com reflexões de crescimento pessoal,

vendas diretas de cursos e palestras. Neste exato ano de 2020, eu possuo uma comunidade de 70 grupos de *WhatsApp* com o nome Coaching e Treinamento e cada grupo representa um número, exemplo: Coaching e Treinamento 1, Coaching e Treinamento 2. Foi através desses grupos e do *Instagram* que pude ser notado por pessoas de todo o Brasil.

Isso facilitou a venda de meu treinamento on-line, lançamento de livro coletivo e lançamento de cursos presenciais. A partir dessa conquista, aumentei naturalmente o fluxo de seguidores do meu trabalho e, com o passar do tempo, as pessoas passaram a acompanhar minhas postagens, meus vídeos, me procurar no privado para elogiar o que faço, saber informações de contratações para sessão de *coaching* e participar de meus cursos e palestras focadas em vendas e liderança. Essas pessoas se sentiam cada vez mais conectadas ao meu trabalho por cada conteúdo focado em reflexões de crescimento e quando eu anunciava qualquer serviço, eu já tinha quem pagasse por eles. Não estou te pedindo para criar 70 grupos de *WhatsApp*, estou apenas lhe mostrando que existem caminhos que podem ser utilizados para facilitar a conexão com o seu público alvo de clientes e parceiros.

Você pode iniciar criando dois grupos de estudos ou reflexões de determinado assunto.

As pessoas adoram participar de comunidades que representam algumas causas. Por exemplo: uma comunidade de corredores. Aqui em Salvador, a orla fica cheia de corredores no dia de sábado a partir das 6 da manhã. Esses corredores gostam de representar as pessoas que buscam qualidade de vida

através da atividade física. Todo sábado para eles é muito mais divertido, porque existe um sentido ao levantar da cama bem cedo, eles correm juntos, conversam sobre o desempenho na corrida e constroem novas amizades. Está ficando claro o entendimento agora?

Nas redes sociais, existe um mundo de pessoas com vontade de dizer para muita gente que defende uma bandeira ou que deseja se sentir como parte de uma causa. Se você digitar no campo de busca do Instagram o nome *fitness*, vai se surpreender com o tanto de perfis representando diversos nichos de comunidade. E muitos seguidores atentos as novidades postadas semanalmente.

As pessoas adoram a ideia de pertencer a algo que represente elas. Os humanos gostam de se afiliar em grupos a fim de sentirem-se seguros. Conviver com pessoas com a mentalidade na mesma sintonia que a nossa nos faz confiar mais, interagir mais. Está fazendo sentido? Se sim, te convido a dar o primeiro passo em prol do desenvolvimento da sua autoridade como profissional. Crie grupos ou perfis nas redes sociais que representem uma causa, de preferência uma causa que você acredita. Planeje a postagem do seu conteúdo e mantenha uma frequência de postagem semanal.

Aproveite o momento de reflexão, visite o meu Instagram @leandronascimentoCRISTO e confira um pouco do meu trabalho a fim de modelar o que considerar positivo e relevante para o seu negócio. Aliás, modelar é uma das técnicas mais brilhantes para se construir uma imagem ou negócio com autoridade. Modelar pessoas é uma técnica, que tem como objetivo fazer com que

conseguimos realizar nossas metas utilizando as mesmas estratégias que outros usaram para conseguir algo semelhante.

Se você pensasse de acordo com Roberto Justus, lesse os mesmos livros que ele, fizesse os mesmos cursos que ele, você seria tão habilidoso quanto ele em negócios? Talvez não, mas com certeza seria muito melhor do que é agora.

Pessoas de sucesso deixam pista. A soma das histórias de ações dessas pessoas nos leva a caminhos de progresso. Tudo o que você precisa fazer é: escolher um modelo, copiar suas estratégias, adaptar à sua realidade e ver o que funciona e o que não funciona. Se você tem a oportunidade de estar ao lado de um modelo de pessoa que possui o resultado que deseja, então faça de tudo pra passar bastante tempo com essa pessoa. Fica a dica! Um outro passo muito importante para se tornar assertivo na criação de comunidades e conteúdo nas redes sociais é definir um nicho de mercado.

Se você quiser se tornar uma referência como profissional ou ser visto como referência no seu negócio, você precisa definir o tipo de público que deseja trabalhar e criar um personagem ideal a partir desse público, para se identificar com o seu negócio. Por exemplo: você é um palestrante que aborda o tema liderança nas organizações. O público mais apropriado para o seu negócio talvez seja gerentes, supervisores, gestores, coordenadores, empresários, empreendedores e todos os profissionais atuantes em posição de liderança. Eu não poderia trazer para você a importância de utilizar as mídias sociais e não deixar claro a importância de se posicionar como um especialista que atende um nicho. Se você

deseja ter destaque na internet, precisa deixar bem claro para as pessoas o seu nicho de atuação.

**O nicho de mercado é uma necessidade não atendida que existe num grupo de pessoas. Você precisa identificá-las!**

**Faça a si mesmo estas perguntas:**

Se você fosse um super-herói, quem você seria?
Se não está fácil decidir, pesquise sobre os super-heróis existentes e escolha um que você encontre afinidade. Qual seria a sua missão aqui na Terra?
Qual seria o seu superpoder (habilidade)?
O que te diferenciaria dos outros super-heróis? (O que te diferencia de outros profissionais?)
<b>O que as pessoas ao seu redor precisam que não estão conseguindo fazer, sendo que você pode resolver com o seu superpoder?</b> Liste três principais problemas que poderia resolver. De preferência, tem que ser algo que você já resolveu na sua vida, ou que você consegue resolver. Assim você terá mais propriedade para vender.

**Em seguida, encontre ou crie produtos e serviços para preencher ou resolver as necessidades do seu cliente. Para isso se pergunte:**

**Qual é o foco do seu serviço ou produto?**

**O que as pessoas podem esperar alcançar com os seus produtos ou serviços?**

Depois de responder todas essas perguntas, veja em qual tipo de mercado você pode atuar, quais os dois principais serviços ou produtos que pode oferecer com diferencial e qualidade e comece.

Agora, que já temos o nicho definido, devemos entender o que atrai e não atrai o seu público-alvo. Vou te ajudar a compreender melhor o que estou dizendo disponibilizando algumas perguntas que ajudarão a definir os recursos de atração para o seu público.

**Qual o tipo de tema que o seu nicho pesquisaria na internet?** Cite pelo menos cinco. Se você não sabe, o Google pode ser um ótimo auxiliar em sua busca.

**Qual o tipo de conteúdo ou postagem não é interessante para o seu público?** É interessante também sabermos o que não atrai o nosso público, assim não cometeremos o erro de afastá-lo. Uma tática excelente para reforçar o entendimento do seu nicho é perguntar aos seus clientes:

Por que você comprou? Você pode me dizer alguns motivos? Com isso você vai entender pontos fortes para explorar e atrair ainda mais o seu cliente ideal.

Se deseja se tornar referência e ser notável dentro do seu nicho de atuação, é importante estar na mente dessas pessoas. Elas precisam saber que você é *expert* nesse nicho. Esse foi um passo poderoso que dei em meu negócio de treinamentos, me fez atrair clientes para pagar pelos meus serviços, como também ser convidado por organizadores de eventos para palestrar em outras cidades. Além de palestrar, passei a realizar *workshops* convidando uma quantidade de palestrantes acima da média para somar em meu evento, foi assim que criei o *workshop* “Um novo ciclo de consciência”. Você está convidado a conhecer um pouco mais sobre ele procurando no Instagram utilizando o mesmo nome. Foi através desse trabalho que passei a ser notado como Mentor das Conexões. A partir desse posicionamento, a minha causa passou a ser conectar o máximo de pessoas possíveis em prol do desenvolvimento humano, na cidade de Salvador. Com isso, passei a usar o meu próprio método de alavancagem de vendas e negócios, um método pautado em atração de clientes por conexões colaborativas.

O ICPAC (Investimento Colaborativo para Atrair Clientes) é um método pautado numa proposta de investimento colaborativo mútuo, tomando como premissa uma causa que envolva muitas pessoas imbuídas de uma força-tarefa colaborativa pelo fato das mesmas se sentirem beneficiadas, ao ponto de comprarem a ideia de cooperar com a monetização e expansão dos seus projetos e negócios.

Usar o método ICPAC vai lhe ajudar atrair clientes e lhe tornar um profissional notado?

Sim, você reúne pessoas interessadas na projeção do seu negócio, que passam a construir uma relação de confiança com você, essas mesmas pessoas vão desejar convidar e falar para os seus amigos, clientes, parceiros, familiares, positivamente sobre você e os possíveis ganhos de se conectar a você. Esse processo vai gerar um ciclo de pessoas interessadas, confiantes em consumir os seus produtos e serviços. É uma construção orgânica (indicações) de uma comunidade que promoverá a prosperidade. Tudo vai se desencadear através do processo de indicações de pessoas que passam a confiar no seu trabalho, pelo fato de existir a transparência no interesse do ganho coletivo.

**Vamos aprender a aplicar o método ICPAC?**

**Ele é baseado em uma estrutura com 8 elementos:**

## **1º Elemento – Propósito**

---

**OS PROPÓSITOS CONECTAM AS PESSOAS**, o ser humano se sente bem defendendo uma bandeira que tenha afinidade com o que ele se importa. Dessa forma, quando você for criar uma proposta de parceria ou de qualquer processo de compra, tenha com clareza o propósito. Saiba com propriedade por que essa proposta ou negócio existe.

Era desafiador vender palestras em Salvador, dentro das minhas condições limitadas de investimento para divulgação. Percebi que muitos palestrantes também tinham essa mesma

dificuldade de formar turmas. Com isso, tive a ideia de convidar 7 palestrantes para participar do meu *workshop*. Conversei com eles sobre a possibilidade de ter uma turma acima de 60 inscritos e muita divulgação virtual dos palestrantes.

Além disso, havia um propósito maior, que era de unir forças com os palestrantes de Salvador em prol da fomentação do autoconhecimento na Bahia e o aumento da visibilidade profissional de todos os envolvidos, visto a falta de interesse de muitos conterrâneos em investir no desenvolvimento pessoal.

Qual foi o resultado? Todos toparam em participar da primeira edição do Workshop “Um Novo Ciclo de Consciência”, que na época era chamado de Life Coaching – Um novo Ciclo.

O que ajudou na decisão desses profissionais em participar do evento de forma colaborativa e voluntária? Acertou se pensou na CAUSA QUE BENEFICIOU A TODOS (PROPÓSITO). Pensar em criar um propósito que fique claro o benefício para todos, vai te levar a um resultado muito melhor.

Já que estamos falando de colaboração e propósito, acho pertinente trazer para você essa definição. O termo colaboração remete à ideia de uma atividade realizada de forma cooperativa entre dois ou mais indivíduos. Já a palavra propósito é um termo empregado quando se tem a intenção de fazer algo, para descrever um desejo, objetivo, ou para apresentar uma decisão ou mesmo uma resolução.

Por exemplo: “Vou fazer obras em minha casa com o propósito de a vender a um preço mais elevado”. Envolve escolhas, ou seja, diz respeito as estradas que as pessoas escolhem percorrer. Se você faz uma proposta de parceria e deixa bem claro o

propósito da mesma, ficará mais fácil escolher assertivamente as pessoas que tem o perfil ideal para iniciar essa parceria com você. Da mesma forma ficará mais fácil para as pessoas vislumbrarem com clareza a vantagem dessa parceria.

Preparei um quadro que pode te ajudar na criação da sua proposta (pelo viés da colaboração mútua), veja abaixo:



## OBJETIVOS

### O que é a proposta?

**Exemplo:** promover um *workshop* com oito palestrantes da área de desenvolvimento de Carreira, com uma média de público de 300 pessoas.

### Qual o objetivo da sua proposta?

**Exemplo:** promover um *workshop*, de valor acessível, com oito palestrantes no intuito de engajar pessoas na Bahia rumo à uma jornada de autoconhecimento, e promover a união de forças entre os palestrantes do estado em prol do desenvolvimento humano, sobretudo, na cidade de Salvador.

### O que você espera de sua parceria?

**Exemplo:** contribuição na venda de 10 inscrições e divulgação nas principais mídias sociais, incluindo *lives* (transmissões ao vivo) relacionadas ao projeto.

### Como exatamente seus parceiros se beneficiarão desse projeto?

**Exemplo:** exposição da marca em um *workshop* com 300 pessoas; direito a palestrar por pelo menos 30 minutos; histórico de filmagem e fotografias profissionais da sua atuação como palestrante; divulgação da sua marca em todos os veículos de comunicação do evento.

## VALORES

### Que valor de contribuição terá para a sociedade?

*Workshop* de custo acessível com o objetivo de trazer reflexões para as pessoas se desenvolverem em suas carreiras; oportunidade para ampliar o *network* e fomentar parcerias em um ambiente com 300 pessoas.

### Ajudaremos a resolver qual problema na sociedade?

Fomentar a educação e a união de profissionais do mesmo ramo.

### Contribuiremos para a sociedade em qual necessidade?

Ampliação da educação.

### Ofereceremos quais produtos e serviços para as pessoas/clientes?

Palestras, livros e a oportunidade de fazer novos negócios com a exposição de produtos e serviços dos parceiros.

## PAPÉIS E HABILIDADES

**Meu papel:** garantir a exposição da marca em um *workshop* com 300 pessoas; direito a palestrar por pelo menos 30 minutos; histórico de filmagem e fotografias profissionais da sua atuação como palestrante; divulgação da sua marca em todos os veículos de comunicação do evento.

**Minha habilidade:** gestão do evento e a capacidade de desenvolver o engajamento e o senso de propósito dos envolvidos.

**Papel do parceiro:** contribuição na venda de 10 inscrições e divulgação nas principais mídias sociais, incluindo *lives* (transmissões ao vivo) relacionadas ao projeto.

**Habilidade do parceiro:** desenvolver o espírito de coletividade, propiciando sugestões produtivas; palestrar e transmitir para as pessoas uma boa comunicação sobre o evento.

## REGRAS E ATIVIDADES PARA O PARCEIRO:

**Parceiro:** ministrar aula de forma voluntária durante 30 minutos; comunicar de forma ética sobre o evento; manter a confidencialidade sobre as estratégias do projeto; respeitar todos os envolvidos e não transmitir ou estimular uma comunicação negativa no evento ou fora dele.

## PROPÓSITO

Promover um *workshop* com oito palestrantes no intuito de engajar pessoas na Bahia rumo à uma jornada de autoconhecimento na Bahia, com valor de ingresso acessível, e promover a união de forças entre os palestrantes do estado em prol do desenvolvimento humano, sobretudo, na capital baiana. Além disso, gerar uma renda financeira e visibilidade profissional para todos os envolvidos.

Depois de ter as respostas para essa estrutura, é hora de planejar a melhor forma de comunicar com clareza todos esses aspectos para as pessoas que deseja convidar e desenvolver a parceria.

## **2º Elemento – Valores alinhados com a causa**

---

Ao sugerir uma proposta de parceria colaborativa, você deve deixar bem claro a importância da realização das ações acordada. Quando os valores pessoais do parceiro estão desalinhados com os valores da causa, a parceria passa por uma série de problemas, que vão desde a falta do engajamento nas ações até o mau relacionamento.

Muitas vezes, a divergência de valores é o principal motivo para o encerramento de uma parceria, seja por parte da organização dos negócios ou do parceiro colaborador. Além disso, a falta de alinhamento dos valores do parceiro com os valores do projeto promove a falta de motivação, impactando o andamento dos resultados esperados. Existem algumas perguntas pertinentes para chegar nessa clareza:

- Por que é importante defender essa causa?
- Como essa causa pode beneficiar todos os envolvidos?
- De que forma todos os envolvidos podem se sentir beneficiados?
- Qual é o efeito que irá causar na comunidade, sociedade ou população?
- O que isso vai resolver? Elevar a autoestima das pessoas?
- Elevar a segurança pessoal?
- Melhorar a educação da sua cidade?

Responder tais questões ajudará na melhoria do seu argumento em defesa da sua ideia, com o objetivo de atrair seu parceiro ou cliente para se engajar a ela.

### **3º Elemento – Habilidade de conexão humana colaborativa**

---

**SEGUNDO NAPOLEON HILL**, “reunir-se é um começo, permanecer juntos é um progresso e trabalhar juntos é um sucesso”. Essa sábia mensagem de um dos meus mentores preferidos me inspira a cada dia na minha profissão. Ela me ensinou a importância do foco para criar estratégias de conexões humanas. Esse foco me ensinou coisas incríveis e que contribuíram totalmente para o meu Progresso.

Conheci pessoas ímpares como a especialista Josy Barbosa. Ela é mentora de empreendedores e promove a união destes profissionais para que potencializem seus propósitos e nos lugares certos dentro do mercado de trabalho.

Tive a honra de conhecer também a Daniela Bacelar. Uma figura fundamental que ajuda na projeção profissional de pessoas por meio de programas de rádio, *sites* e *lives*. Sua competência transcende a técnica, pois ela tem a habilidade sensível de criar sinergias entre os indivíduos. Ela une profissionais criando grupos que, mutuamente, buscam uma projeção na carreira.

Não posso me esquecer de Zandra Daiane, criadora do programa, “Meeting com Zandra Daiane”, no qual ela reuniu mentores de diversas áreas para multiplicar o conhecimento, na cidade de Salvador.

Meu reconhecimento também vai para o coach Erick Barcelos. Um profissional que realiza um trabalho de excelência no BNI, promovendo encontros de profissionais com valores em comum e realizando uma mentoria especial, com técnicas de oratória e através da sofisticada metodologia *Inner Game* (Jogo Interior), a fim de ajudá-los a alavancar a carreira.

Meu agradecimento sincero também à Daisy Jardim, que promove encontros *on-line* para pessoas ávidas pelo autoconehecimento, além de ter me ajudado bastante com a divulgação e orientação dos meus projetos. Um outro à Luciene Brandão, que idealizou o Ciclo de Palestras, no qual obtive um sucesso admirável por reunir especialistas de diversas áreas e, ao mesmo tempo, promover uma ação beneficente solicitando, como ingresso, quilos de alimento.

Comecei a gerar uma energia de ação focada em trabalhos realizados com pessoas de objetivos em comum. Isso é muito gratificante. O meu primeiro passo foi idealizar o *workshop*, no qual intitulei de “Um novo ciclo de consciência”. Essa iniciativa me trouxe a oportunidade de conhecer pessoas incríveis em prol do desenvolvimento humano.

A proposta visou reunir, em sua primeira edição, oito especialistas para realizar palestras de forma colaborativa. O resultado da iniciativa atraiu profissionais com alto valor de mercado a aceitarem o meu convite e palestrarem gratuitamente. Usei essa mesma estratégia para captar pessoas com foco comercial e que pudessem promover o evento de forma colaborativa. No final, consegui um resultado em que pude mostrar o meu trabalho para especialistas do cenário nacional.

O público, que foi à procura de outros especialistas, conheceu também o meu trabalho e pude expandir o meu *network*.

Ressalto que, para conseguir ter êxito com estratégia colaborativa, é preciso entender algumas coisas importantes sobre relacionamento e contribuição genuína. No caso da minha história com a criação de um *workshop*, para alcançar o objetivo de promover um evento com profissionais competentes e de forma colaborativa, eu tive que mostrar, com clareza, alguns benefícios:

- Palestrar para mais de 60 pessoas;
- Fazer conexões com grandes especialistas do mesmo ramo;
- Ter a sua marca divulgada virtualmente por outros especialistas;

As pessoas estão dispostas a assumir atividades voluntárias quando se sentem beneficiadas, de preferência, por pessoas que inspiram credibilidade e transmitam um comportamento inspirador. Por isso, tenha sempre em mente a pergunta: como posso ser útil na vida das pessoas que se conectam comigo?

É dessa forma que suas conexões se tornarão duradouras e prósperas. Segue abaixo uma imagem que pode te ajudar nas definições de contribuição.

<b>Quem é você e o que você possui?</b>	<b>O que você faz?</b>	<b>O que você oferece?</b>	<b>Qual é a sua expectativa com a conexão?</b>	<b>Pontos positivos da parceria</b>
Sou Jorge Richard, sou um entusiasta.	Empreendo em eventos musicais.	Treinamento e mentoria de negócios.	Procuro <i>business partner</i> .	Ampliação de <i>net-working</i> .
Tenho um auditório que promove palestras.	Transformo artistas amadores em profissionais.	Parceria envolvendo visibilidade de marca, remuneração por resultado.	Encontrar pessoas que possam divulgar e vender o meu evento.	Vendas remunerada.

## 4º Elemento – Prova social gera credibilidade

---

**AS PESSOAS GOSTAM DE CONHECER** boas histórias.

Nós somos condicionados desde pequenos nas escolas, no ambiente familiar e social. Somos inspirados por histórias que dão certo e que promovem pensamentos que nos levam a sonhar. Você já reparou como fica lotado o cinema no dia do lançamento dos filmes da Marvel? São filmes com histórias de heróis que ajudam o próximo ao transmitir o valor da justiça ou a superar desafios levando à frente uma missão.

Crie sua própria história.

Crie artigos sobre essas histórias, publique-os, participe de comunidades e divulgue suas ações. É o primeiro passo para inspirar pessoas e ganhar *know-how* para fazer convites colaborativos a grandes profissionais. Com certeza, um convite vindo de uma pessoa com uma história de superação ou de mobilização para algo maior surtirá considerável efeito e aumentará de forma poderosa a possibilidade de o convidado aceitar esse convite. Por isso, reflita acerca de algumas perguntas:

- Qual é a evidência de que a proposta pode ser próspera para todos?
- Como pode provar isso?
- Quais são as provas? Existem depoimentos? Existem dados concretos?

Você precisa transparecer a sua credibilidade para se tornar interessante o suficiente para as pessoas se sentirem à vontade de prosperar com você na esfera da cooperação. Uma das ações que me ajudou nisso foi criar meu perfil profissional no *Instagram* e *Facebook*. Nessas mídias, eu tive a oportunidade de impactar pessoas com postagens das imagens dos meus eventos, dicas semanais, séries, vídeos de depoimentos dos meus clientes, vídeos de conteúdo relevante focado no meu nicho de mercado. Segue, abaixo, imagens de como funciona a minha vitrine do *Instagram*:



Fonte de ilustração: [instagram.com/coach\\_leandro\\_cristo/](https://www.instagram.com/coach_leandro_cristo/)

Sugiro de segunda a sexta realizar postagens relevantes que mostrem a sua atuação no mercado. Ao mesmo tempo, você pode tentar criar um padrão sequencial de postagens, a sua mídia social pode ficar muito mais atrativa.

**Exemplo 1** – Padrão sequencial com postagem: Postar seis sequências de vídeos falando da mesma série e com suas respectivas numerações. Veja o exemplo abaixo:



**Exemplo 2** – Postar uma série de dicas com a mesma cor e a numeração diariamente:



Seja criativo com as postagens e sempre siga um padrão de cores, uma sequência de continuação, crie capas sequenciais para vídeos. Tenha certeza de que essas ações atrairão muito mais seguidores, que podem se tornar seus clientes. E essa forma de expor o seu trabalho pode ser utilizada em qualquer mídia social ou apresentação presencial de algum evento.

Enquanto você não conseguir uma legião de pessoas que pague pelo seu produto ou serviço, ou pelo que sua empresa oferece, você não criará sustentabilidade. Isso quer dizer que você não possui um negócio de verdade. Agora, vou revelar estratégias que utilizei para converter meu público seguidor em público pagante.

Vivemos no século XXI, numa competitividade imensa no que tange à área comercial e vendas. É muito serviço e produto sendo oferecido, é muita fórmula do sucesso sendo disponibilizada diariamente por especialistas de diversas áreas do conhecimento.

**Como conseguir atrair clientes pagantes com tantos recursos sendo disponibilizados a todo o momento e ao mesmo tempo?**

Comece a prestar atenção nas pessoas que curtem suas postagens e, assim que possível, curta também as fotos dessas pessoas. Se houver comentários, faça questão de agradecer, o reconhecimento é um dos valores mais poderosos para fidelizar conexões poderosas. Preste atenção nas mensagens que chegam até você, tente respondê-las com atenção e cuidado. Isso mostrará que você está interessado no seu público e gerará *rapport* (força de conexão).

Preste atenção também naqueles que repetidamente tentam participar de suas ações pagas e nunca conseguem se inscrever por falta de condição financeira ou oportunidade. Selecione algumas dessas pessoas e as presenteie com uma cortesia. Essa ação promove gratidão e essa gratidão pode levar para você a colaboração genuína. Essas pessoas passarão a defender a sua bandeira e divulgar fortemente o seu negócio. Perceba que até o momento conversamos sobre processos que não precisam de investimento em marketing. Hoje você consegue encontrar muitas mídias sociais que podem ser utilizadas a custo zero e causar um impacto seguindo alguns passos citados até o momento. Dessa maneira, seus clientes e potenciais parceiros ficam atraídos pelo seu negócio, sem a necessidade de investimento em marketing.

## 5º Elemento – Tenha uma proposta de parceria focada no ganha-ganha

---

**ANTES DE VOCÊ CONVIDAR** as pessoas com potencial para se tornar parceiro, tenha um bom plano de contribuição mútua. Se eu vou vender o seu evento sem remuneração fixa, eu vou ganhar o quê?

É nessa hora que você não deve focar somente no financeiro e sim na oferta (a transformação que essa parceria pode trazer).

Por exemplo: Olá, Carla, obrigado por aceitar o meu convite para essa reunião, quero te dizer que, além do valor da comissão, você poderá fazer *networking* com pessoas do seu

ramo profissional aumentando a possibilidade de você ampliar os seus negócios, vender mais. Também poderá aprender mais sobre liderança com grandes especialistas que estarão presentes.

Entendeu? Sempre ofereça algo a mais, sempre entregue 4x mais do que a parceria parece ser. Uma dica, envie por *e-mail* esses detalhes, ou se marcar um encontro pessoal, deixe um documento impresso pronto para visualizar cada item, ou use um *notebook* ou *tablet*, use o que tiver para ajudar na visualização do convidado, isso vai ajudar muito a ele ter clareza do quanto será transformador esse convite. Segue abaixo um exemplo:

#### RESUMO DA REUNIÃO

Cenário presente	Diagnóstico	Ideias de parceria colaborativa	Resultado desejado na parceria	Como iniciar?
Fatos e percepções do negócio.	O que fazer para iniciar a parceria?	Planos de ações em conjunto.	Visão, meta e benefícios.	Passo a passo.

### 6º Elemento – *Follow Up* do Sim e Não

O **FOLLOW UP DO SIM E NÃO** É realizado antes de finalizar a reunião, depois que mostrar o resumo da conclusão da reflexão dos pontos abordados. Caso não tenha uma resposta imediata sobre o início da parceria, estabeleça uma data para

você entrar em contato e solicitar um *feedback* definitivo. É muito importante que você saia com uma data definida para ter uma resposta sobre a decisão, mesmo que o seu contato se mostre indeciso. Determine uma data para solicitar um retorno sobre o posicionamento ou resposta final. Se deixar a devolutiva nas mãos de seu cliente ou potencial parceiro, você corre um grande risco de perder muito tempo aguardando um retorno e esfriar a relação que está quentíssima. As pessoas tendem a protelar decisões, na medida que vão surgindo novas demandas, por isso, se mantenha como uma das prioridades, solicitando sempre um novo *feedback* até chegar a uma resposta final. Se for um não, você terá menos uma demanda improdutiva para gastar energia. Se for sim, bola pra frente. Em qualquer uma das alternativas, a vida segue e você sempre deve buscar novas reuniões.

## **7º Elemento – Faça o mapa das cinco pessoas impulsionadoras**

---

**VOCÊ POSSIVELMENTE** deve ter notado o quanto as relações possuem um papel importante para o progresso. Por isso, te convido a selecionar mensalmente cinco pessoas novas que poderão contribuir de alguma forma com a evolução do seu negócio. É importante que você coloque no papel essas pessoas para observar e mentalizar as melhores formas que cada pessoa pode contribuir. Segue abaixo um modelo para lhe ajudar.



## 8º Elemento – Preparação mental

---

**É IMPORTANTE RESSALTAR** que nem sempre teremos o reconhecimento das pessoas ou os resultados que esperamos de nossas parcerias. Por isso, é fundamental a gente se preparar para possíveis decepções e sempre deixar pronto um novo plano para cada situação inesperada. Separei alguns tipos de resultados negativos inesperados que podemos ter.

1. Você conecta a pessoa a influenciadores relevantes no mercado e depois ela não demonstra sinais de qualquer agradecimento ou *feedback*.
2. Você ensina estratégias incríveis com o intuito de ver a evolução do seu parceiro juntamente com o seu negócio. Ele desenvolve uma nova capacidade e se beneficia da situação para criar o próprio negócio, o que não é o problema, mas,

além disso, ele prospecta, sem ética, os seus clientes, falando mal de você. Em suma, ele demonstrou ingratidão pelos ensinamentos dados, além de utilizar a sua metodologia.

3. Você se esforça ao máximo, ensinando, conectando, apresentando a pessoa, para depois começar a encontrar defeitos em você, usando os mesmos contra ti como forma de influenciar e recrutar pessoas para benefício próprio.
4. Você traz uma nova oportunidade de experiência, existe o agradecimento inicial, mas depois, após um fato inesperado, a pessoa esquece tudo que sentiu anteriormente de você, bem como o seu preponderante papel na progressão dela em vários aspectos da vida.

A decepção nos negócios não é inevitável.

De certa forma, sempre esperamos algo, porém, podemos, sim, nos prevenir da decepção, traçando metas mais realistas e tendo uma imagem real das pessoas com quem nos relacionamos. Uma outra dica importante é o olhar interno para analisar o nosso grau de exigência com o mundo externo. Muitas vezes esperamos demasiadamente dos outros.

A forma de se preparar para as decepções é compreender que elas fazem parte da vida. Assim como temos expectativas e nos decepcionamos com os outros, vamos acabar decepcionando pessoas que colocaram suas expectativas em nós.

Ficamos por aqui com a metodologia ICPAC, depois de ter as respostas para essa estrutura, é hora de planejar a melhor forma de comunicar com clareza todos esses aspectos para as pessoas que deseja convidar e desenvolver a parceria.

# 3

---

## EXPANSÃO DA NOTORIEDADE E AUTORIDADE ATRAVÉS DE PARCERIAS ESTRATÉGICAS

**D**epois que percebi a importância de construir conexão de qualidade com pessoas, busquei intensamente em vários momentos me conectar com pessoas de objetivo comum ao meu. Dessa forma, pude notar que o meu resultado nos negócios aumentou consideravelmente. Minha agenda começou a lotar e a quantidade de convites para trabalhos em parceria aumentaram. Percebi que passei a me conectar com maior qualidade em meus relacionamentos e isso me levou a um público que não me conhecia. Passei então a ter o meu trabalho notado no Brasil. Recebi meu primeiro convite para participar de um livro, recebi meu primeiro convite para realizar palestra fora do meu estado e para participar de um programa de TV em SP para falar do *coaching*. Foi aí que aprendi um dos caminhos para ser notado. Quanto mais eu me conecto com qualidade na relação, mais posso ser notado.

Diminuí o meu esforço exagerado para fechar turmas de minhas palestras, porque, a partir dessa nova postura de foco

na conexão, passei a ter voluntários compartilhando o meu trabalho com outras pessoas. Aumentei minha qualidade nas apresentações, porque também tive a oportunidade de ter voluntários me dando esse suporte, como forma de troca por minha contribuição de conteúdo relevante para a vida pessoal daqueles impactados pelo meu conteúdo.

**Você está pronto para conhecer um dos caminhos que pode ser excelente para você ter maiores resultados com conexões?**

Promova pelo menos dois grandes eventos anuais, selecione especialistas ou empreendedores populares para participar como convidado de suas apresentações. Dessa forma, eles terão a oportunidade de divulgar o próprio trabalho para um público novo (o seu público). Além de esses especialistas levarem pessoas para o seu evento, você também terá acesso ao público deles, uma troca mais que justa e sem gasto financeiro.

Essa é uma ótima estratégia para você criar notoriedade perante consumidores e também especialistas. Afinal, os convidados a palestrar também irão conhecer o seu trabalho de perto. Atenção! Estou usando até o momento exemplos dentro da minha realidade como palestrante, mas esse processo pode ser utilizado da mesma forma em qualquer outra área. Posso citar outros exemplos, além das palestras: reuniões em grupos, eventos musicais, encontros para premiação. Tudo vai depender do segmento que o seu negócio está inserido.

Crie uma meta anual de conexões, personalize as propostas para cada condição e perfil. As pessoas gostam de se sentirem exclusivas, dê atenção a esses detalhes e aumente sua

chance de reciprocidade. Sempre tenha o cuidado de chamar pelo nome, elogiar, reconhecer o trabalho e as qualidades das pessoas. Antes de argumentar a proposta, isso aumentará absurdamente a sua chance de conseguir startar a parceria.

É nessa hora que você percebe o quanto é importante todo profissional, empreendedor ou empresário, ter consciência da importância de desenvolver a habilidade de vendas focada em relacionamento. Todos nós, que desejamos evoluir em qualquer área da vida, devemos ser excelentes vendedores, porque a todo momento vendemos consciente e inconscientemente alguma coisa. Vendemos a nossa imagem, referência, postura, competência e isso fará total diferença para criar uma conexão de impacto positivo para você. O interesse das pessoas permanecerem conectadas a você virá do quão bom você é como vendedor da sua marca pessoal. Faz sentido?

Quero aproveitar e deixar contigo um modelo para um convite de parceria por *e-mail*. Sugiro que identifique o que fizer sentido para você e crie o seu próprio modelo.

## **Modelo de convite de parceria realizado por *e-mail***

---

Olá, xxxx, como vai?

Eu sou o xxxxxx, atuo como xxxx há 8 anos e como palestrante há xxxx anos no nicho de xxxxxx. Desde 2016 até o momento atual, eu tenho focado em me conectar com especialistas da área do desenvolvimento humano para realizar um trabalho de forma colaborativa.

Tenho acompanhado o seu trabalho **pelas** mídias sociais e me encantei com a qualidade do conteúdo que traz em seus vídeos para Youtube e durante os seus eventos presenciais.

Por esse motivo, eu percebi o quanto o seu trabalho pode agregar valor para o *workshop* “Um Novo Ciclo de Consciência”. Como também vejo a possibilidade de você alcançar mais pessoas para o seu negócio participando do *workshop*.

O *workshop* “Um Novo Ciclo de Consciência” recebe, de todos os estados do Brasil, palestrantes que atuam de forma colaborativa. O palestrante se apresenta, entrega um conteúdo relevante para uma plateia de 300 pessoas e, no final, pode divulgar o seu serviço e contato. O legal é que nesse *workshop* participam mais de 20 palestrantes, com isso o público de outros especialistas conhecerá o seu trabalho. Você também poderá expor o seu produto durante todo o evento, sempre disponibilizando uma mesa para esse fim.

Respeitosamente,

Tenho a honra de convidá-lo a participar de nosso *Workshop* “xxxxxxxxxxxx”, o qual ocorrerá em xxxxx, nos dias 4 e 5 maio de xxxxx das 8 às 18h, envolvendo xxxx palestrantes. Expectativa de um público de 300 pessoas.

Seria de grande interesse que você pudesse nos prestigiar com uma apresentação sobre algum tema objetivo e relevante, focado na evolução do ser, com duração aproximada de 60 minutos, com direito a mais 3 minutos de pitch e exposição de qualquer produto para comercialização.

Agradeço desde já sua valiosa colaboração e aguardo ansioso por seu posicionamento referente a esse formato de proposta, para que

eu possa avançar com as demais informações. Se assim desejar, eu peço que deixe o seu telefone para contato.

Atenciosamente,

xxxxxxxxxx

Mentor de xxx e xxxx

Esse é um modelo de convite “matador” para aquele que tem o perfil analítico (esse perfil adora detalhes), você inicia se apresentando com credibilidade, faz o patrocínio positivo (elogia pontos positivos do trabalho do seu convidado a ser parceiro), mostra os benefícios de realizar a parceria e termina o texto agradecendo e demonstrando grande interesse no feedback positivo.

No capítulo 5, teremos a oportunidade de refletir mais sobre o conceito de patrocínio positivo.

# 4

---

## MÉTODOS DE CONEXÕES PARA ALAVANCAR AS SUAS VENDAS

**A**gora te convido a conhecer um dos métodos de vendas mais usados no século XXI, e que traz muito resultado. Fiz alguns ajustes focado em conexão humana. O nome do método é AIDA, criado em 1898 por St. Elmo Lewis. Pense nesse método como um caminho para o fechamento de uma venda. A sua conexão com o seu potencial cliente deve percorrer esse caminho até que realize a compra da sua ideia ou proposta, segue abaixo o significado de cada letra:

**A - Atenção I - Interesse D - Desejo A - Ação**

## **Atenção**

---

Se você iniciar a conexão com o seu potencial parceiro ou cliente e ele não lhe der atenção, não avance para a proposta final. A probabilidade de ele não comprar sua ideia ou produto é muito grande. Sempre atine-se para isso!

Para chamar a atenção da sua conexão, inicie com um cumprimento, elogiando algo positivo que ele esteja produzindo, ou seja, conheça antes um pouco sobre o potencial da pessoa antes de fazer a conexão.

Você pode pesquisar nas redes sociais ou com pessoas que a conhece. Isso te dará uma vantagem absurda e aumentará a sua chance de vender a sua ideia e o que quiser. Caso você não tenha a chance de pesquisar antes o perfil da pessoa, porque percebeu um potencial passando ao seu lado e quer aproveitar a chance, observe o comportamento, veja como se veste, como fala e tente encontrar algo para valorizar nessa pessoa. Como uma camisa de time ou um corte de cabelo. Fique atento aos detalhes.

## Interesse

---

Se conseguiu a atenção da pessoa, agora está pronto para levá-la para o próximo passo: o interesse. Fazer perguntas é uma das melhores formas de se criar interesse. Faça perguntas que possam ser respondidas com uma razão e que torne sua oferta irresistível.

Por exemplo, o seu potencial parceiro ou cliente é dono de um restaurante. Pergunte: você já imaginou a possibilidade de aumentar a visibilidade do seu restaurante em sua cidade, sem muitos custos? Resposta: Sim.

Proposta: estou promovendo um evento de premiação aos comércios destaques da sua cidade. Teremos muita gente lá. Você acha interessante ter o seu negócio representado lá? Posso

lhe oferecer uma mentoria pautada em visibilidade que irá ajudar no destaque do seu negócio e, com isso, você poderá ser um dos escolhidos nessa seleção dos melhores comércios da cidade.

Entendeu a sacada? Você cria uma oferta que atenda à necessidade do seu potencial, às vezes, uma necessidade que ele nem sabe que existe. E, com a pergunta certa, você desperta o interesse dele.

---

## Desejo

---

Você conseguiu despertar o interesse da pessoa, a partir deste ponto, esse interesse se transformou em sentimentos e em um desejo futuro do outro. Com isso, você aumenta a possibilidade da pessoa comprar a sua ideia.

O passo seguinte é apresentar o produto ou serviço como um agente de transformação ou como algo que irá suprir as necessidades, problemas ou desejos do outro. Para isso, fale do produto ou serviço, seu funcionamento, suas vantagens em relação aos seus concorrentes mais relevantes de acordo as suas condições. Deixe clara a garantia, a forma de entrega ou a prestação de serviço, manutenção e acessibilidade, em caso de falhas. Ofereça uma promoção caso o cliente continue indeciso.

---

## Ação

---

Se você seguiu toda a sequência que foi passada acima para vender e deu tudo certo, é hora de partir para o propósito final:

fechamento da venda. Esse é o passo final. Aquele que geralmente se concretiza em função de uma boa atuação nas outras etapas.

Por isso, esteja atento aos sinais do seu cliente, encontrando, assim, condições de solicitar o encaminhamento do pedido ou do fechamento do contrato. Tenha um pouco mais de tranquilidade, pois a pressão pode ser uma grande inimiga.

Analise, mais uma vez, o perfil do cliente (agora que já o conhece) e reforce aqueles benefícios que já foram apresentados e aceitos. Com isso, concluímos os quatro estágios para se tornar um campeão de vendas e alavancar a performance dos resultados do teu negócio.

## **Sedução como chave propulsora das conexões de prosperidade**

---

Sedução, este sentimento que nos move à paixão. Aquele instante que antecede a troca de olhares e dos gestos, sabe? Um ato sincero que prenuncia as relações amorosas.

Mas a sedução transcende o universo da paquera. Ela pode também ter o objetivo de encantar pessoas em diferentes aspectos de nossas vidas. E veja só. Todos, literalmente todos nós, nascemos com este talento. A sedução serve para formar novas amizades, conquistar pessoas, manter relacionamentos, liderar equipes e vender produtos/serviços.

A sedução promove conexões de abundância e prosperidade a custo zero! Ela é a arte da conquista e é a responsável por

tornar as relações saudáveis e felizes nos mais diversos campos: sexual, afetivo, familiar e profissional.

A sedução surgiu como solução para o nosso progresso civilizatório. No passado, usava-se da força para conquistar, seja territórios, seja mesmo o sexo. Entretanto, a capacidade da mente sedutora foi sendo desenvolvida, melhorando as habilidades afetivas e sociais. Afinal, os seres humanos sempre precisaram usar uma estratégia protetora constituída por agrupamentos, pois, para garantir a sobrevivência, tiveram que permanecer juntos.

A mente sedutora surgiu como uma habilidade natural para garantir e satisfazer as necessidades humanas, já que a outra forma – a mencionada força – ameaçava a existência do outro. As mulheres inconscientemente sempre foram educadas para seduzir na busca por mais segurança e proteção. Desde os tempos da caverna, com os hormônios da dopamina e oxitocina aflorados, despertavam o interesse do homem, que tinha em seu ofício a necessidade de proteger seu grupo ou família por meio da caça e da vigilância. Buscavam garantir o conforto de sua prole graças à sua boa estrutura corporal e maior força, devido ao hormônio da testosterona.

No entanto, é importante ressaltar que a sedução não se limita ao comportamento sexual. No mundo civilizado, as necessidades são atendidas mediante trocas que implicam em relacionamentos. Não é à toa que a sedução está presente em todas as conexões humanas, sejam profissionais, sejam sociais. A sedução afeta os sentidos e mexe muito com as emoções.

## Sedução em Vendas

---

Quando as nossas emoções positivas são afloradas, passamos a nos conectar com as pessoas de forma mais intensa. Ficamos interessados em atender a necessidade do outro, por isso, prestamos cuidadosamente atenção à fala alheia e às suas demandas, isso porque a nossa necessidade é atendida antes. Como assim?

### Vejamos!

---

Por exemplo, quando reconhecemos palavras ditas sob a forma de carinho, elas nos trazem mais conforto e uma sensação de segurança. Basta lembrar de como se sentiu quando uma pessoa de excelente aparência, repentinamente, passou a te elogiar, enaltecer suas qualidades, lançando-lhe um olhar de admiração.

Seja buscando um parceiro sexual, seja em oportunidades de carreira, seja realizando uma venda de sucesso, você deve entender antes o que a outra pessoa necessita para, assim, atender a demanda dela. Olhe para uma pessoa que deseja criar uma boa conexão e pergunte para si:

- Do que essa pessoa precisa?
- De que forma posso ajudá-la?

Se projetar no outro não for suficiente, descubra. Pergunte para outras pessoas ou pesquise nas redes sociais. O erro de

muitos vendedores, empreendedores, profissionais liberais e empresários é tentar vender com foco no produto. O produto é apenas um meio de satisfazer a necessidade do cliente ou parceiro.

O grande truque da sedução é o seguinte: ao vender, não devemos nos concentrar no produto, mas, sim, no sentimento do cliente. Quer um exemplo? Quem vende seguro para o lar deve dizer, em vez disso, que vende “tranquilidade”. A mesma estratégia vale para uma sedução amorosa. Se você pensar nas suas necessidades de amor e sexo, estará condenado ao fracasso. A sedução só funciona se o outro enxergá-lo como um alguém que lhe satisfaz verdadeiramente. Portanto, aja como tal!

Algumas dicas para o uso assertivo da sedução nas relações de negócios:

1. Aparência: devemos transmitir uma imagem saudável e higiênica. O nosso cérebro primitivo manifesta seus impulsos de atração por pessoas que transparecem uma boa saúde. Herdamos dos nossos ancestrais esta natureza. Na Era Romana, o homem cuidava da aparência física e isso reforçava sua imagem de força e poder. Este aspecto, digamos, aprazível, não implicava necessariamente em uso de roupas caras, mas, sim, vestimentas que lhe sirva bem, que não continha manchas, não eram rasgadas e, ao mesmo tempo, tais indumentárias lhe conferia um ar de elegância e beleza.
2. Conversas e encontros: tenha certeza de exalar um bom hálito, um bom cheiro. Se não tem certeza do tipo de

odor que sua boca ou corpo exala, pergunte a um amigo, a alguém mais próximo antes de participar da conversa de negócios.

3. Simpatia: pergunte a si mesmo o que realmente a outra pessoa deseja. Seja simpático com o outro.
4. Atitude: esteja atenção às suas ações. Não critique, não julgue, não condene, não reclame.
5. Interferências: quando for corrigir a atitude de alguém, lembre-se de enaltecer as qualidades desta pessoa e não provocá-la.
6. Gratidão: encontre uma forma da pessoa saber que fez algo importante e que sua cooperação foi valiosa.
7. Necessidade: ao contrário do desejo, a necessidade é quando realmente a pessoa precisa de algo, enquanto desejo é quando a pessoa quer mais, porém, não precisa. Identifique a real necessidade da pessoa e veja como pode satisfazê-la.

*Com a atitude e alegria do que consigo fazer hoje,  
consegurei chegar no meu resultado esperado amanhã.*

**LEANDRO CRISTO**

# 5

---

## AS 5 FONTES DE ENCANTAMENTO DE CLIENTES PARA VENDER O QUE QUISER

**N**os capítulos anteriores, falamos sobre formas de construir autoridade, parcerias e ser notado. Vamos discutir, agora, sobre formas de atrair clientes e converter em vendas. Existem 5 passos de atração que uso para vender os meus serviços, e vou compartilhar com você.

## **Conexão pela credibilidade**

---

Ter credibilidade significa que as pessoas acreditam no que você diz. A credibilidade pode ser construída por diversas formas, por exemplo: ganhar confiança através da prova social, autenticidade, nível de conhecimento elevado em determinada área, imagem pessoal. Um dos caminhos que pode dar certo são as mídias sociais. Você pode compartilhar vídeos de depoimentos de quem tem algo a relatar positivamente sobre a experiência com o seu trabalho. Realizar ações sociais e registrar através de fotos e filmagens. Outro caminho que pode

ser interessante é se tornar um especialista acima da média na área que atua. Manter-se atualizado nas tendências e inovações. Encontrar soluções diferentes e inteligentes. Isso gera destaque e promove credibilidade. Por falar nisso, te convido a refletir:

Como está de 0 a 10 o seu nível de conhecimentos na área profissional que atua?

Você se considera um especialista acima da média em sua área profissional?

Você pode conseguir mensurar melhor essa resposta pensando naqueles momentos de elogios, na recomendação, indicação, no agradecimento. Você conseguiu se ver em alguns desses momentos?

Desenvolva competências e aprenda a transmitir. Para isso, é importante muito estudo e treinamento. Você tem dedicado quanto tempo para se aprimorar na sua área profissional?

O que ainda não fez que precisa fazer?

Foque em desenvolver sua competência dando o seu melhor e mantenha a consistência. Brian Tracy disse: “Dedique-se constantemente ao aprimoramento pessoal, você é o seu mais valioso recurso.”

## Patrocínio positivo

---

Reconhecer os pontos positivos de suas conexões pode ser um grande diferencial nas suas relações. Isso pode preparar um ambiente de boa receptividade. Por isso, antes de partir para a comunicação direta ao ponto, crie um ambiente

positivo através do elogio e aprovação das características que identificar do seu prospecte. Vamos fazer um teste de conscientização da importância do que foi falado?

**Se pergunte:**

Como você se sente quando alguém reconhece pontos positivos em você?

Esse reconhecimento te deixa mais aberto para uma conversa?

Acredita que é mais fácil alguém vender para você quando se sente bem consigo mesmo?

**Exemplo de patrocínio positivo:** Notei que você parece ser uma pessoa bem atualizada no mundo da tecnologia.

## Exercício

---

Quero te convidar a fazer um exercício com você mesmo de patrocínio positivo.

Segundo Albert Camus: “Não se pode criar experiência, é preciso passar por ela.” O exercício se chama “Carta Futura”.

Convido-o a se imaginar daqui a 15 anos, o que você terá? O que terá conquistado?

Depois que conseguir responder com clareza. Peça para o seu eu do futuro (15 anos depois do ano que vive atualmente) escrever uma carta para o seu eu atual, peça para fazer um patrocínio positivo.

Elogie! Se depois de realizar a leitura da carta, você se sentir surpreso, se divertir e estiver sorrindo, é sinal que você aprendeu a técnica.

## **Pare de focar somente em vender e construa antes um relacionamento**

---

Se você iniciar a conversa focando em vender, você perderá muitas oportunidades, será mais assertivo se mostrar interesse em conhecer a pessoa, antes de mostrar interesse em fechar negócio. Entender o que essa pessoa valoriza, o que é mais importante, quais são as suas prioridades, a sua maior dificuldade, qual a consequência de não resolver algumas situações. Tudo isso ajuda a construir confiança no relacionamento e faz com que de fato você possa ajudá-la com o conteúdo, serviço ou o produto que ela mais precisa para o momento atual. As pessoas compram porque tem um problema a resolver ou algo a ganhar, por isso, você precisa estar preparado para entender o cenário do seu cliente e mostrar que possui os recursos necessários para ajudá-lo. Isso irá fidelizar a sua relação com o cliente e poderá se estender para todo o ciclo de convivência desse cliente, pois ele te indicará com muita facilidade para todas as pessoas que conhece.

## **Reconhecimento por indicações**

---

Quer diminuir seu esforço de venda?

Quer vender mais sem custo?

Conquiste também as indicações dos seus clientes e parceiros. Escolha os atendimentos que deram certo para pedir a esses clientes satisfeitos pelo menos cinco indicações de pessoas

que podem ter o perfil para o seu negócio. Assim, você irá aumentar a sua lista de clientes quentes. As indicações podem melhorar a produtividade do seu ciclo de vendas. Você pula a etapa de ter que procurar alguém para tentar convencê-lo a lhe escutar. Com isso, você diminui o seu esforço de procura. Lembre-se sempre de solicitar o perfil de cada indicação para que você chegue com a abordagem mais adequada.

Pergunte ao seu cliente:

Qual é o nome dele?

Qual é a profissão dele?

Quantos anos ele tem?

Ele é casado?

Por que acredita que ele é o cliente ideal para o meu negócio?

## **Gere valor para o seu cliente**

---

Em 2019, em uma das minhas jornadas de trabalho, solicitei no aplicativo Uber um motorista para me levar a uma reunião. Ao entrar no carro, sou recebido com um bom diaaaaa! Muito sorridente. O motorista me pergunta se estou bem, me oferece café, bala e me diz que posso utilizar a internet de dados móveis dele se eu quiser. Percebe o que está acontecendo? O meu objetivo só era uma carona para o meu destino e sou surpreendido com a entrega do serviço. Recebi muito além do que eu esperava. Isso é gerar valor para o seu cliente, você mostra cuidado e preocupação em entregar o melhor

naquele momento para ele. Com essa reflexão, lhe faço uma pergunta: **Você tem gerado valor para os seus clientes?**

Quando você gera valor, o seu cliente reconhece a sua capacidade de ser humano e valoriza você muito mais, você o fideliza. Quer gerar valor para o seu cliente? Volte para a sua essência e gere empatia. Se coloque no lugar dele. Como você gostaria de ser tratado?

Pronto! Agora você já conhece mais caminhos para atrair clientes e vender o que quiser.



# 6

---

## **ESTRATÉGIAS COLABORATIVAS PARA ATRAIR CLIENTES PAGANTES A CUSTO ZERO**

**A**s conexões humanas são extremamente necessárias em nossa era da conectividade. Quando você encontra uma conexão humana de intenção colaborativa verdadeira, ela tem o poder de transformar a sua vida. A conexão colaborativa verdadeira é aquela que possui os mesmos interesses que você e se preocupa com o seu resultado. Ela sabe o que é viver desejando as mesmas coisas que você e não ter, por isso, existe uma empatia. São essas pessoas que estarão dispostas a colaborar com você, desde que você também esteja disposto a colaborar com elas.

Parece com um conto de fadas, não é? É verdade, essas pessoas existem. Por isso, faça algumas buscas, frequente alguns eventos, participe de encontros e palestras. Amplie suas conexões e fidelize pessoas com o espírito de empatia e colaboração. Entre na sintonia de esforços mútuos. Colabore, compartilhe o trabalho dessas pessoas, marque reuniões com propósito em negócios futuros. Agora que você aprendeu

algumas formas de atrair pessoas para o seu negócio, é hora de começar a idealizar propostas interessantes para que essas conexões também façam a sua publicidade de forma colaborativa. Seguem algumas sugestões de propostas.

## Referência de leads

---

Você agora tem uma boa lista de contatos depois de seguir alguns passos citados neste livro. Isso significa que pode ser uma pessoa muito interessante. Você agora tem o que barganhar. Pode usar essa lista para divulgar ações com parceiros em troca de benefícios que sejam importantes para você ou para o seu negócio. Você pode fazer um lançamento e colocar como bônus algum serviço ou produto do seu parceiro ou vice e versa. A ideia aqui é mostrar a possibilidade de se alcançar mais clientes para ambos.

Exemplo: compre a inscrição na Expofitness e ganhe uma hora de orientação da nutricionista Carla. Percebeu? A Expofitness é o seu evento e a orientação da nutricionista é uma parceria. Você ganha oferecendo um bônus para o seu público e ela ganha popularidade e divulgação da marca. Para você conquistar o interesse das pessoas na parceria, você precisa ter evidências de que será um negócio interessante para ambos.

Analise os dados:

- 1000 pessoas receberão essa informação por *e-mail*.
- Teremos um evento com 300 pessoas inscritas.
- Em nosso *site*, colocaremos a sua marca como parceira.

## Participe de grandes eventos na sua área de atuação

---

Prepare seus cartões de visita, seus melhores depoimentos e provas sociais no seu celular (a qualquer momento pode ser interessante você mostrar para alguém). Se conecte com qualidade na conversa com o máximo de pessoas possíveis. Prepare um script, ou uma estrutura de conversa que envolva a sua apresentação, a sua causa e os benefícios de se conectar a essa causa. Imagine que você está num elevador, encontra o CEO do Google e possui pouco tempo para convencê-lo a comprar a sua ideia. Se conseguir criar esse script, terá uma vantagem incrível. Lembra da técnica AIDA no capítulo 4? Sugiro que releia e crie o script, imaginando as etapas dessa técnica.

Vou fazer melhor por você! Apreendi em um curso de oratória com meu amigo Erick Barcelos uma estrutura de apresentação consistente e encantadora. Aproveitei a metodologia para trazer para a realidade das conexões e acredito que fará todo o sentido para você usá-la nessa situação de Networking em eventos.

Existem 3 etapas para se criar uma estrutura encantadora:

**INTRODUÇÃO:** É o momento em que você chega confiante, se apresenta com uma energia boa na voz, sorri, faz um elogio, quebra o gelo, chama atenção e gera interesse da sua conexão. Para iniciar, é importante reconhecer os responsáveis por promover a oportunidade por essas conexões, faça esse reconhecimento em público ou diretamente para as pessoas.

**DESENVOLVIMENTO:** É o momento de você expor suas ideias, conhecer os argumentos e alinhar a sua causa e valores pessoais com os valores pessoais da sua conexão.

**FECHAMENTO:** É o momento que você revela benefícios do seu negócio. Faz a síntese do que você falou e faz um convite para uma visita, reunião, degustação, experiência ou oferece uma cortesia para dar continuidade a sua relação.

*Só nós conhecemos as esquinas por onde passamos.  
Manter a constância é o segredo para chegar  
no destino que se almeja.*

**LEANDRO CRISTO**

# 7

---

**LIDERE O SEU NEGÓCIO  
E MANTENHA A  
CONSTÂNCIA NA  
ESTRATÉGIA**

○ que os líderes de alta performance possuem em comum? Constância na estratégia, pois eles nunca param. Quando definem uma estratégia, eles seguem até explorar o máximo dela. Não fique mudando suas estratégias sem terminar o ciclo ideal de cada uma delas. Se você iniciou, só pare quando concluir todas as etapas e aprender com todas as etapas, isso dá know-how e torna você uma referência. Grandes líderes se tornaram grandes referências e tiveram êxito no resultado por manter a constância nas estratégias.

**VEJA:** Mahatma Gandhi foi líder do processo de Independência da Índia entre 1869–1948 e conquistou o mundo inteiro com a sua sabedoria.

**A SUA ESTRATÉGIA:** Ele defendia “O caminho da felicidade”, uma filosofia de não violência como meio da evolução, em diversos encontros de reflexões que captaram mais seguidores a cada dia. Através dessa estratégia de posicionamento,

se tornou idealizador e fundador do moderno estado indiano e grande influência para outros ativistas democráticos e antirracistas. Martin Luther King foi um dos maiores líderes do movimento dos direitos civis dos negros nos Estados Unidos e no mundo entre 1929–1968. A SUA ESTRATÉGIA: Liderar marchas nas ruas para combater o racismo e a não violência.

O movimento de seguidores foi aumentando a cada marcha. Em 1963, liderou a marcha sobre Washington e mobilizou mais de 200 mil protestantes. Foi nesse manifesto que o ativista fez aquele famoso discurso: “Eu tenho um sonho.” Uma das verdadeiras virtudes de um líder é a “constância nas ações com propósito”, gerando inovações e melhorias contínuas. O segredo da constância está em você saber com clareza o porquê da estratégia que adotou é importante e como você enfrenta momentos de altos e baixos.

Assim, como qualquer ser humano, o líder não está isento de enfrentar oscilações de humor, de energia ou mesmo de resultados durante a busca pela realização dos objetivos. Quando falo em constância, lembro de minha estratégia para ampliar meu resultado profissional através da liderança de conexões colaborativas. Comecei com um evento de oito palestrantes, com uma turma de 60 alunos e apenas dois parceiros para me apoiarem na divulgação, foi a 1ª edição. Esse evento é o workshop “Um Novo Ciclo de Consciência”, aquele que citei anteriormente, ele surgiu com a intenção de reunir vários palestrantes de todo o Brasil e incentivar oportunidades de parcerias entre eles e os participantes.

Mantive a minha estratégia de líder das conexões colaborativas, levando a clareza para cada conexão do quanto é importante realizar trabalhos com foco em conexão e contribuição mútua. Eu tive altos e baixos, por isso, em alguns momentos, pensei em desistir, entretanto, sempre buscava alimentar dentro de mim uma energia motivadora para que eu pudesse externar uma boa impressão e convencer as pessoas a comprarem a ideia de que elas estavam dentro de um bom negócio.

Essa energia de automotivação era realimentada com a minha clareza mental quanto ao porquê eu estava inspirando profissionais a contribuírem mutuamente. Eu sempre pensava onde essa ação poderia me levar. A 3ª edição desse evento aconteceu com 24 palestrantes e uma média de público de 200 pessoas.

Me manter constante na mesma estratégia de conectar palestrantes do Brasil inteiro para colaborarem entre si em eventos de autoconhecimento tornou-me mais popular, as pessoas passaram a valorizar mais o meu trabalho e posicionamento. O volume de procura do meu trabalho aumentou bastante, logo me tornei, em Salvador, uma referência de líder de conexões colaborativas, pois, na região da Bahia, não existiam trabalhos desenvolvidos com tantos especialistas reunidos para fazer ações nesse formato. Geralmente eram trabalhos incentivados pelo poder financeiro, onde os palestrantes cobravam pelos seus serviços.

Posso afirmar que fui o protagonista em Salvador no que diz respeito as conexões colaborativas de palestrantes

realizadas em workshops. Desde 2017, posso dizer que não é uma ação fácil, pois você tem que gostar muito desse tipo de desafio.

Quantas pessoas você conhece no mundo profissional focadas em desenvolvimento humano que realizam ações com o concorrente de forma coletiva e colaborativa? Quantos projetos você conhece na área de desenvolvimento humano com mais de 20 especialistas atuando no coletivo de forma colaborativa?

Comparado ao tamanho de ações realizadas no mundo, você não vê muita divulgação na internet ou na TV. Talvez seja porque é preciso ter uma habilidade específica, talvez seja porque o mundo profissional, em sua grande maioria, esteja focado no resultado acelerado e não na construção das relações com qualidade, ou com um foco em contribuição mútua.

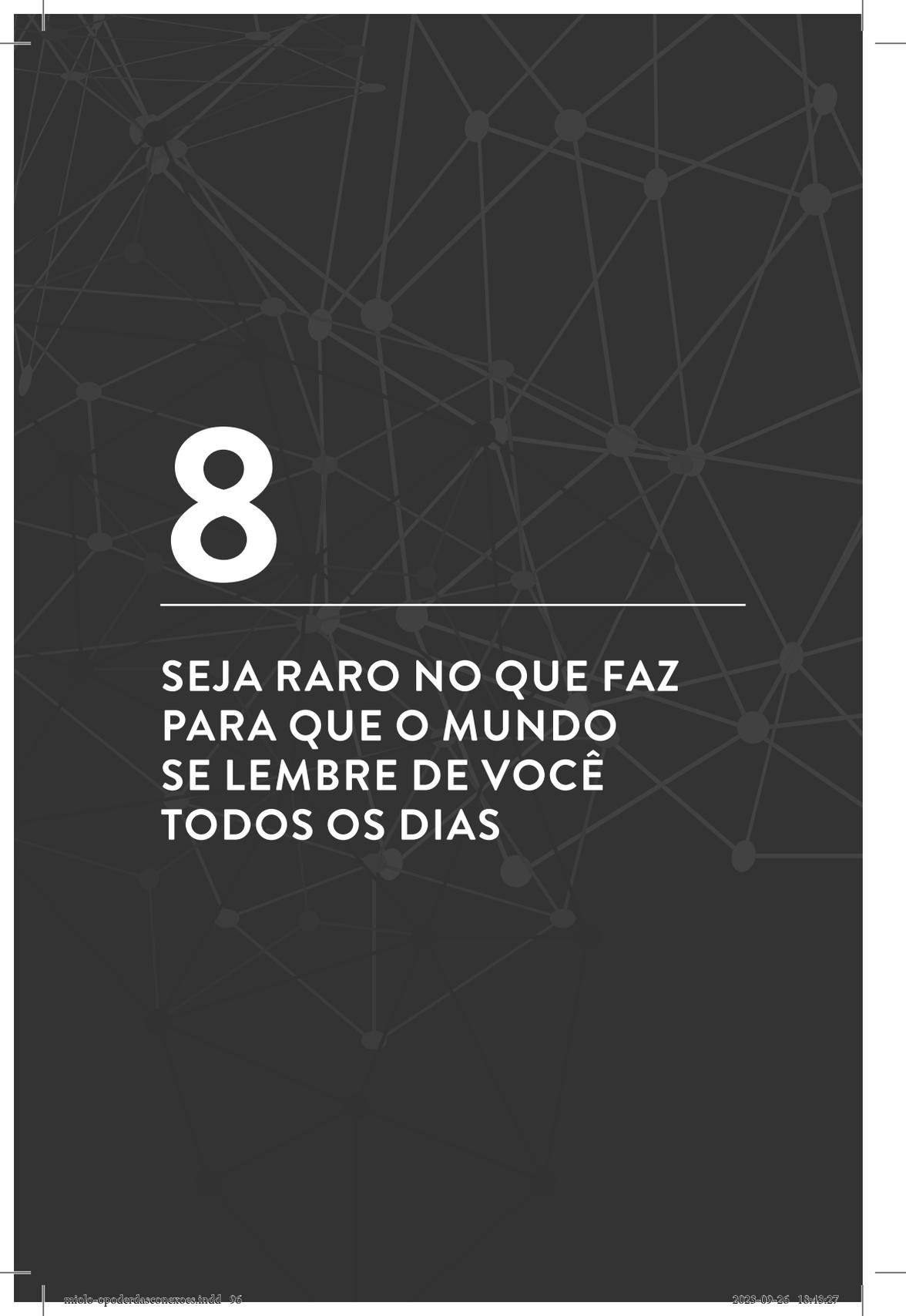
Para liderar com o seu empreendimento com foco colaborativo, é necessária uma mudança de mentalidade, para tornar o ambiente adequado à colaboração. É necessário trazer para a prática ferramentas que promovam o diálogo e a cocriação. Isso significa ampliar a nossa consciência de autorresponsabilidade.

Entender que somos os únicos responsáveis por tudo que movimentamos e que somos responsáveis por nossas ações, bem como pela forma que nós reagimos diante dos desafios.

Quando não entendemos que somos responsáveis pelos nossos resultados e jogamos a culpa do que acontece em coisas externas a nós, nos tornamos reféns da situação, vivemos apenas reclamando do que poderia ser feito se acontecesse, sempre no se... A partir do momento em que lideramos uma

causa assumindo a responsabilidade por nossas ações ou a falta dela, passamos a conversar de forma muito mais autêntica, com transparência e opiniões produtivas, passando a promover credibilidade, autoridade, aumentando assim a capacidade de negociar ação colaborativa. Essa é uma estratégia que me trouxe sucesso e que trará sucesso para o seu negócio também. Por que tenho certeza?

Porque garanto que o seu resultado melhora quando você tem pessoas realizando por você, e o melhor, quando você não precisa pagar por isso. Copiou a ideia? Agora é hora do show!



# 8

---

**SEJA RARO NO QUE FAZ  
PARA QUE O MUNDO  
SE LEMBRE DE VOCÊ  
TODOS OS DIAS**

Quer ser notável pelo mercado e pessoas à sua volta? O que tem feito para isso? Você tem um diferencial? Você oferece algo que poucos possuem condições de oferecer? Faça o que quase ninguém faz, na hora que poucos costumam fazer e com o entusiasmo que ninguém faz. Assim, você será notado como um diferencial e respeitado pelo que faz. O que isso significa para um líder empreendedor de sucesso?

Você fechará bons negócios constantemente e construirá aos poucos o seu legado. Pense sempre nas outras possibilidades que surgirão com cada pessoa que se conectar. Por isso, faça o que poucos fazem e esteja à frente de muitos. Busque aprendizado constantemente, seja diferenciado, porque sabe coisas que muita gente não sabe, fique sempre acima da média no que faz referente ao grupo que convive. Procure sempre saber o que está acontecendo no mundo, dedique esforço a isso e fique atualizado. Com o tempo, vai perceber que estará com bastante conhecimento armazenado para melhorar o

seu nível de conversas e propostas para startar grandes negócios. Você se tornará um ser notável! Seguem abaixo algumas características de uma pessoa notável.

### PESSOA NOTÁVEL

As pessoas sentem o desejo de estar perto de você.
Todos admiram a sua conduta e se inspiram para algo maior.
Você é a grande referência.
As pessoas querem te ouvir.

Segundo Skinner(1989), o homem atua sobre o ambiente modificando-o, sendo também modificado por ele. Imagine quanto o conhecimento, aprendizado, pode te ajudar a desenvolver comportamentos mais assertivos para liderar com maestria o seu empreendimento. Segundo alguns especialistas de performance, um profissional atinge a maestria quando completa 30 anos atuando no mesmo papel. Um desses especialistas é o Josh Kaufman, ele cita essa informação no TEDxCSU.

TEDx é um programa local e um evento independente que torna possível que as pessoas, juntas, compartilhem uma experiência de vida.

O especialista Josh Kaufman é criador de três livros *best-sellers*:

*O MBA Pessoal: Domine a Arte dos Negócios*

*As primeiras 20 horas: Como aprender qualquer coisa... Rápido!*

*Como combater uma hidra: enfrente seus medos, persiga suas ambições e torne-se o herói que você está destinado a ser.*

O Josh foca em negócios, empreendedorismo, aquisição de habilidades e produtividade.

Adoro o Josh, sempre tentando trazer a nossa mentalidade para realização. Fica a dica para você desenvolver alta performance no que faz, coloca no seu acervo de estudos o Josh. O cara é fera.

Vou compartilhar com você 3 passos pra se tornar um profissional raro, essa informação eu também disponibilizo no meu *workshop* de reprogramação mental para desenvolver a alta performance.

## Dê direção à sua mente

---

Um profissional raro tem o seu propósito com clareza. Essa é a base para buscar a sua melhoria e diferencial todos os dias. Por isso, precisamos ter em nossa mente a clareza do que precisamos buscar. Segundo Sêneca: “Se um homem não sabe a que porto se dirige, nenhum vento lhe será favorável.”

Você sabe onde quer chegar?

Não existe uma fórmula definitiva. Por isso, é interessante se questionar:

Qual é o sentido de viver para trabalhar?

Qual o propósito de dedicar pelo menos um terço da minha vida a atividades cujo sentido desconheço?

O que você deseja SER especificamente daqui a 5 anos?

Exemplo: A maior referência de consultoria financeira da Bahia.

O que você deseja TER especificamente com isso?

Exemplo: Um legado de realizações no âmbito pessoal e profissional através das pessoas e o reconhecimento de todas elas. Além de patrimônios que me tragam conforto, segurança pra mim e minha família.

Como você pretende FAZER especificamente isso?

Exemplo: Investir R\$ 50.000,00 reais em minha capacitação na área financeira e atender pelo menos 5.000 pessoas em 5 anos.

Ter um propósito é ter algo a entregar de fato. Quando você tiver a clareza sobre o destino da expansão e resultado que você quer para a sua vida profissional, você poderá criar as etapas necessárias e se preparar para chegar lá.

## Concentre-se no aqui e agora

---

Valorize o que tem, comece com o que tem, utilize todas as cartas disponíveis. Chega de pensar em manobras extraordinárias que nunca saem do papel. É melhor uma caminhada de 2 km realizada do que uma corrida de 10 km que nunca será realizada. Comece com pouco, mas comece. Quero aproveitar esse momento que falo sobre mentalidade e deixar com você um presente. Conheça as **16 Leis do Sucesso por Napoleon Hill**.

## As 16 Leis do Sucesso por Napoleon Hill

---

Eu não poderia deixar de incluir no meu capítulo uma das maiores referências do assunto “conexões”, ele se conectou

e entrevistou grandes figuras de “sucesso”. Por mais de 20 anos, o estudioso e pesquisador Napoleon Hill pesquisou o perfil de mais de 16 mil pessoas consideradas bem sucedidas e entrevistou pessoalmente profissionais como: Henry Ford, Thomas Edson, Graham Bell, George Eastman, John Rockefeller, Theodore Roosevelt e Woodrow Wilson. Com base nessas entrevistas, o Hill criou os 16 mandamentos do sucesso exposto no livro *A lei do triunfo*. São eles:

### **MASTER MIND**

Se associar com outras pessoas com o mesmo perfil de pensamento para realizar seus objetivos. A união dessas mentes o Hill chamou de *Master Mind* (Mente Mestre), concluindo que sozinho ninguém teria conseguido sucesso.

### **OBJETIVO PRINCIPAL DEFINIDO**

Tenha um propósito claro e bem definido em detalhes, com prazo, como será, quando será, com que pessoas. Ter um objetivo definido acelera resultados e evita a perda de tempo com outras coisas. Muita gente deseja mudança para vida, mas não sabe exatamente qual é a mudança. Por isso, tendem a viver uma vida sem propósito, de muita frustração, porque algo que elas querem não acontece. E como acontecer se não sabem o que é?

### **CONFIANÇA EM SI PRÓPRIO**

Pessoas bem-sucedidas desenvolveram o poder de acreditar em si mesmas e naquilo que são capazes de realizar. Isso traz uma grande diferença no tamanho de empenho e ação

necessária para se chegar a algum lugar. Como anda a confiança em si mesmo? Avalie se realmente acredita no seu potencial, ou se geralmente tem medo de enfrentar algumas situações e fazer o que precisa ser feito? Procure formas de vencer o seu medo, trabalhe a sua energia positiva, construa um mapa mental de pensamentos encorajadores, faça uma lista e se envolva nesses pensamentos.

O objetivo principal na vida deve ser escolhido com um grande cuidado e, depois de escolhido, deverá ser escrito e colocado num lugar onde se possa vê-lo pelo menos uma vez por dia. Isso tem por efeito psicológico impressionar o inconsciente da pessoa de tal maneira que ela aceita esse propósito como um lema, um projeto, uma “planta” que finalmente dominará as suas atividades na vida e a guiará, passo a passo, para a consecução desse objetivo.

## **ECONOMIA**

Segundo os entrevistados por Napoleon Hill, a **educação financeira** é uma das regras essenciais para quem quer obter sucesso. Ter desequilíbrio financeiro consome sua mente com pensamentos improdutivos. Os entrevistados por Napoleon Hill sabiam controlar suas finanças e assim tinham sempre dinheiro para investir em oportunidades e para arriscar empreendimentos que, se não dessem certo, também não os iria deixar no meio da rua.

## **INICIATIVA E LIDERANÇA**

A pesquisa de Napoleon Hill aponta que todos os entrevistados tinham um perfil de líder e não de seguidor. Nós sabemos

que nem todos nascem com essa habilidade desenvolvida, mas acreditamos que isso pode ser trabalhado e melhorado. Napoleon Hill afirma em seu livro *As 16 Leis do Triunfo* que, para levar outras pessoas a trabalharem com você em uma iniciativa própria ou mesmo para convencer outros a comprarem seus serviços e produtos, é preciso demonstrar liderança.

### **IMAGINAÇÃO**

Essa é a sexta lei do triunfo revelada por Napoleon Hill, ele afirma que precisamos visualizar o futuro que desejamos. Muitos entrevistados revelaram que precisaram usar a imaginação para pensar em um negócio que não existia, para criar uma solução na qual ninguém pensou antes, para criar coisas novas.

### **ENTUSIASMO**

Precisamos abastecer o nossa mente e corpo com combustível do entusiasmo para levar o nosso carro dos sonhos adiante. Segundo Hill, grande parte dos maiores realizadores do mundo eram absolutamente apaixonados por seus objetivos principais definidos, eles se movimentavam com corpo, alma e coração mesmo quando todas as condições pareciam adversas.

“O homem geralmente triunfa com mais facilidade num campo de esforços em que se lança de corpo, alma e coração.” – Napoleon Hill

Então, você já sabe, ame o seu sonho como nunca e ele manterá acesa a chama em seu coração.

## **AUTOCONTROLE**

A falta de autocontrole nos leva a comportamentos improdutivos e de insucesso nas relações pessoais e profissionais. O autocontrole te leva a ser o líder de si mesmo. É pensar no que vai fazer e no resultado a longo prazo, é ter a capacidade de avaliar as consequências de cada ação, ter a ideia exata de que tudo o que você faz ou o aproxima ou o afasta do seu objetivo principal definido.

## **HÁBITO DE FAZER MAIS DO QUE A OBRIGAÇÃO**

Se você quer se destacar em sua área de atuação, faça além do que esperam de você e terá uma grande vantagem competitiva, do contrário você será apenas uma pessoa com resultado comum aos demais, igual a tantas outras.

## **PERSONALIDADE ATRAENTE**

Os negócios são resultados diretos de relacionamentos, quando você consegue cultivar um comportamento atraente e ser uma figura agradável, simpática, bem apresentada, você consegue levar de forma natural a sua carreira a patamares mais altos.

## **PENSAR COM EXATIDÃO**

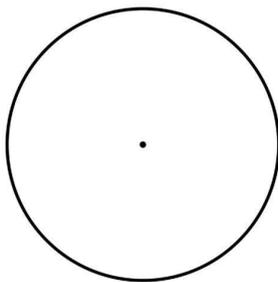
Se pensarmos em aprender a dirigir os nossos pensamentos somente para os assuntos, fatos e informações que, de alguma forma, nos deixarão mais próximos de nosso objetivo principal definido, ou seja, com habilidade do foco, conseguiremos pensar com exatidão, acertar mais nas nossas decisões e nos favorecer em longo prazo.

## CONCENTRAÇÃO

Hoje em dia, com tanta tecnologia e principalmente com as redes sociais, está cada vez mais difícil manter a concentração. Na época em que a pesquisa de Napoleon Hill foi realizada, não tínhamos tantas distrações. A distração pode nos levar aos trabalhos feitos de qualquer jeito, falta de foco, sensação de excesso de informação e um grande sentimento de frustração. Devemos treinar a própria mente para ter foco no que desejamos alcançar. Técnicas de concentração e desenvolver o hábito de lidar com apenas uma coisa de cada vez, com foco total, são úteis para esse tipo de treinamento. Conhece o tatrak?

A técnica é muito utilizada no yoga, muito simples de executar, basta você observar um ponto que está no meio de um círculo, de forma que as laterais não devem desaparecer. Concentração: segundo a definição dada pelo livro *Yôga Aphorisms*, de Patanjali, é ter toda a mente fixada sobre um objeto.

A intenção é manter o foco, concentração e trabalhar plenamente consciente. Realizando esta atividade, vamos percebendo que ficamos mais focados, concentrados e conscientes. Ele é válido para qualquer atividade que vá necessitar destas qualidades. Algumas dicas úteis:



1. Você pode tanto usar na tela do computador, na tela de uma televisão ou imprimir e colar na parede, o importante é manter numa altura razoável a sua vista, que não force muito a coluna ou o pescoço. Lembrando sempre a postura correta que a Yoga e a Meditação básica nos ensina.
2. Toda vez que você se sentir desconcentrado, sem foco, tire alguns minutos, ou até mesmo segundos, para “**voltar-se olhar para o centro**”.
3. De 5 a 40 minutos (tempo de uma meditação básica) já é o suficiente pra este exercício dar um efeito considerável. Às vezes, dependendo da pessoa, pode ser mais rápido. Não vamos trocar nossos afazeres para olhar para o centro, assim, quando sentir-se bem concentrado, se vire para a atividade proposta, de forma suave.
4. Não utilize de músicas durante o exercício, elas podem atrapalhar você a desenvolver outras faculdades de percepção no ambiente, como escutar ruídos em casa etc.

## **COOPERAÇÃO**

Esta lei é a que mais me identifico, você consegue se associar a pessoas com a mesma linha de pensamento. Os entrevistados por Napoleon Hill entendem que a cooperação é o melhor caminho para a realização pessoal e coletiva. Isso inclui ver os concorrentes, os funcionários e todos que estão colaborando para tornar o seu sonho realidade.

A cooperação deve se dar em todos os níveis, pensando não somente no interesse próprio, mas também no bem-estar das pessoas com quem você se relaciona.

## **FRACASSO**

A gente está sempre acostumado a ver somente o triunfo das pessoas de sucesso, dificilmente conhecemos os bastidores. Todas as pessoas que atingiram uma grande realização na vida fracassaram algumas vezes antes.

Cada vez que você falha, é um novo aprendizado e uma nova oportunidade, porque você descobre uma maneira de não realizar o seu objetivo. Elimina um caminho. Continue fazendo isso até você achar a trilha ideal.

## **TOLERÂNCIA**

Para lidar com os nossos erros e falta de resultado, é preciso ter uma boa dose de tolerância e paciência. Não existe ninguém no mundo que consiga ter todas as coisas sob controle. Nem tudo que queremos acontece da forma que queremos e muitas vezes coisas que não queremos acontecem. O segredo é nos desapegar de querer controlar tudo e ter tolerância e paciência para ir acertando e errando até chegar onde queremos, seguindo sempre em frente.

## **FAZER AOS OUTROS AQUILO QUE QUER QUE SEJA FEITO A VOCÊ MESMO**

Tratar as outras pessoas como gostaria de ser tratado é um passo importante para essa compreensão.

Se você consegue se colocar no lugar do outro, você passa a se relacionar de uma forma mais afetiva, acolhedora e segue a vida dando a devida importância a cada conexão humana. Isso gera a energia da reciprocidade e os ganhos podem ser

imensuráveis, afinal, você terá muitas pessoas para te apoiar, reconhecer e te seguir para onde quer que você esteja.

Esse é apenas um resumo das 16 leis do sucesso de Napoleon Hill. Se você quiser saber sobre cada uma delas em detalhes, inclusive com muitos exemplos práticos, procure o livro *A Lei do Triunfo*.

Tenho certeza que, com essas dicas do Napoleon Hill, você triunfará em resultados melhores.



# Bônus

---

**GUIA DEFINITIVO DE  
PALAVRAS ALTAMENTE  
PERSUASIVAS PARA  
CRIAR O SEU *SCRIPT* DE  
VENDAS PELO WHATSAPP**

**D**esde 2015, venho estudando formas de abordagens e melhores *scripts* para aumentar o resultado em vendas. Ao longo da minha atuação como líder, *coach* e mentor em vendas, tenho visto de forma recorrente que um padrão se expressa com muita ênfase e grande frequência nos empreendedores e profissionais liberais. A grande dificuldade de vender, está no receio de fracassar na abordagem de vendas, num padrão repetitivo de autossabotagem e um grande repertório de desculpas para evitar a venda.

Exemplo: Eu gosto mesmo é de fazer tudo certinho.

O que ele quis dizer com isso? Olha! Eu sou muito perfeccionista. Estou estudando mais para fazer direito. E a verdade é que nunca está pronto, por mais que estude.

Foi a partir dessa leitura e outras pautadas em desculpas que reuni neste guia minha experiência com vendas e também *scripts* de muitos especialistas que possuem maravilhosos resultados em vendas.

Por conta disso, este guia tem o intuito de ajudá-lo a dominar o medo e avançar com segurança em direção à realização de seus projetos e conquistas dos seus sonhos.

Atenção! Esteja ciente que esse guia é uma coletânea de técnicas utilizadas por diversos profissionais que tentaram me vender algo ou que me atenderam de alguma forma na internet e presencialmente, entre 2015 e 2019. Por isso, a ideia aqui

é você absorver somente o que fizer sentido para o desenvolvimento do seu trabalho e planos pessoais, com base em seu momento atual. Portanto, veja o que pode agregar valor na sua abordagem de venda. Aproveite!

As frases a seguir são para serem utilizadas substituindo a [palavra] por seu produto ou serviço, você deve sempre no fim da frase, deixar um *link* ou um meio que leve o cliente a chegar até você (formulário, página de vendas).

Essas frases já são comprovadas que atraem muitas pessoas. Pessoas buscam o alívio de uma dor/problema, por isso o seu produto/serviço deve aliviar uma dor específica do seu cliente. As melhores frases para atrair clientes vêm com um contexto de alívio imediato ou solução de algum problema.

Faz sentido para você? Se sim, vamos iniciar.

## Frases de Atração de Clientes

---

1. O pior [palavra] erro e como consertar isso.
2. A segunda parte da receita para [palavra].
3. O [palavra] funciona para você?
4. Como usar [palavra] para alcançar XXXX.
5. A maneira mais lenta para [palavra].
6. X maneiras para [palavra].
7. Volte ao básico em [palavra].
8. XXX razões pelas quais você deve [palavra].
9. O melhor guia para [palavra].
10. Agora você pode ter [palavra] sem medo.

11. A única habilidade que você precisa para [palavra].
12. Se você não [palavra] agora, você se odiará mais tarde.
13. Como acabar com [palavra].
14. Veja como facilmente você [palavra].
15. A fórmula comprovada para [palavra].
16. O que ninguém sabe sobre [palavra] eu vou te contar agora.
17. XX provadas estratégias para ter sucesso com [palavra].
18. Consiga XXX em XXX dias usando [palavra]
19. A [palavra] vale realmente a pena?
20. Se livre de [palavra] de uma vez por todas.

No passado, acreditava-se que as pessoas compravam o que elas precisavam, hoje, nota-se que as pessoas não estão mais direcionadas pelo que elas precisam e sim pelo que elas querem, diante disso, ao invés vender o que as pessoas precisam, você precisa ter em mente que deve oferecer aquilo que elas querem. Por isso, no primeiro contato. Você deve deixar bem claro que você vai dizer o que o seu cliente quer.

## **Script receptivo para chat ou WhatsApp**

---

### **MOMENTO DO PRIMEIRO CONTATO COM O CLIENTE QUE VAI ATÉ VOCÊ**

O WhatsApp é um dos aplicativos de comunicação mais populares do mundo e, dificilmente, alguém que possui celular não tem o recurso instalado. Sendo assim, podemos dizer que

esse é o ambiente onde os seus clientes estão, sendo **inevitável que a sua empresa esteja lá também**.

Mas não é só isso. Para ter resultados de verdade, é necessário ir além do convencional. É importante ter um entendimento básico sobre como abordar, saber negociar e entender **um cliente pelo WhatsApp**.

Imagine, você está utilizando o WhatsApp e um consumidor em potencial entra em contato dando boa tarde, querendo saber mais sobre os seus produtos. Além disso, é provável que ele tenha te enviado mensagens querendo saber mais informações sobre o seu produto/serviço, preço ou, até mesmo, marcar uma reunião.

**Inicie:** responda o seu cliente se apresentando e citando o nome dele (o WhatsApp exibe o nome do cliente). Foque em iniciar o processo de entendimento do cliente e procure **RES-PONDER EXATAMENTE O QUE ELE DESEJA**.

Depois que o cliente te responder, comece a se preocupar em entender a situação da empresa dele, assim como o motivo pelo qual ele chegou até o seu WhatsApp. Não tenha medo de fazer perguntas.

**Exemplo 1:** Olá, tudo bem? Me chamo xxxxx, estou ansioso para te ajudar com relação a suas escolhas e preferências. No que posso te ajudar especificamente?

**Exemplo 2:** Olá, tudo bem? Eu sou o xxx. Estou ansioso para fazer o meu melhor atendimento para você, para isso, eu preciso que me diga o que te chamou atenção especificamente.

Eu quero entender para que eu possa passar exatamente a informação que você quer.

**Exemplo 3:** Olá, tudo bem? Eu sou o xxx, estou ansioso para lhe ajudar, o que procura especificamente? Eu quero entender para que eu possa passar exatamente a informação que você quer.

Essa frase é matadora, porque já induz a pessoa a te falar sobre o que ela está buscando, você passa a dizer aquilo que ela deseja ouvir, além de deixar claro que você tá pronto para ajudar. Isso aumenta a conexão com o cliente.

**MOMENTO DA VENDA QUE DEVEMOS USAR:  
QUANDO O CLIENTE NÃO RESPONDE OU  
DEMONSTRA QUE NÃO VAI COMPRAR**

**Exemplo 1:** “Mesmo que você não leve, posso entender melhor o que você não gostou no produto? Seu *feedback* é muito importante para que eu possa melhorar o meu atendimento.”

**Exemplo 2:** “Mesmo que você não compre, posso te perguntar por que você escolheu nossa marca? Sua opinião é muito importante para nós. A gente sempre procura melhorar através dos *feedbacks* construtivos de nossos clientes.”

**Exemplo 3:** “Quais são os motivos que te levam a não querer ficar com o produto? Seu *feedback* é muito importante para que eu possa melhorar o meu atendimento.”

**Exemplo 4:** “Entendo que não queira comprar o produto no momento, mas poderia me dizer a razão por ter escolhido nossa empresa? **Sua opinião é muito importante para nós. A gente sempre procura melhorar através dos *feedbacks* construtivos de nossos clientes.**”

**Exemplo 5:** “Por que você vai adiar a compra de um produto que pode te trazer tantas vantagens agora? **Sua opinião é muito importante para nós. A gente sempre procura melhorar através dos *feedbacks* construtivos de nossos clientes.**”

**Exemplo 6:** “Caso não fique satisfeito com o produto, oferecemos uma garantia de 30 dias para devolução e ressarcimento do valor pago.”

Esse tipo de frase serve para você ganhar a atenção do cliente quando a venda parece perdida. Demonstre para ele que você está interessado na opinião dele, mesmo que ele não leve nada da sua loja. Isso gera comprometimento e intimidade com o cliente.

E as perguntas têm a intenção de tentar resgatar o cliente. Perguntando para ele por que ele resolveu escolher vocês, ele dará uma dica sobre o que ele gosta na marca. Cabe a você trabalhar isso e reverter a situação rapidamente.

**MOMENTO DA VENDA QUE DEVEMOS  
USAR COM CLIENTE INDECISO**

**Exemplo 1:** “Dentre esses dois produtos, qual mais se encaixa nas suas necessidades?”

**Exemplo 2:** “Se eu te oferecer uma forma de resolver essa questão (citar algum obstáculo dito pelo cliente), você fecharia negócio ainda hoje?”

**Exemplo 3:** “Seria interessante se nós dois fizéssemos uma reflexão sobre as opções para chegarmos na sua melhor decisão?”

**É a frase ideal para lançar quando o cliente se mostra quase convencido, mas ainda não está completamente decidido.**

**MOMENTO DA VENDA QUE DEVEMOS  
USAR NO FECHAMENTO**

**Exemplo 1:** “Existe qualquer coisa que eu possa fazer para fecharmos agora?”

**Exemplo 2:** “Pude perceber que você é uma pessoa bastante decidida. Já aconteceu de deixar escapar uma oportunidade como essa que estou oferecendo?”

**Exemplo 3:** “Existe algo que eu possa fazer para fecharmos o negócio?”

**Exemplo 4:** “Posso agendar a entrega para que data?”

**Exemplo 5:** “Você prefere efetuar o pagamento a vista ou parcelado no cartão de crédito?”

**Exemplo 6:** “Esse desconto é válido apenas até amanhã. O que posso fazer para fecharmos negócio agora?”

Pode usar essas frases naquele momento da venda que o cliente quase fechou, porém ainda falta um empurrãozinho final.

Chegamos ao final do livro e gostaria de lhe convidar a conhecer algumas dicas para você usar e melhorar continuamente os seus negócios e a sua vida como um todo.

1. Defina pelo menos 3 capacitações para fazer por ano.
2. Crie o hábito de ler pelo menos 8 livros por ano.
3. Avalie a habilidade que você precisa melhorar, de preferência pergunte a quem convive com você e depois se pergunte como pode melhorar.
4. Pratique repetidamente aquilo que aprender em teoria até entrar no piloto automático.
5. Se conecte com o máximo de pessoas que puder por ano, de preferência pessoas que demonstram buscar o mesmo que você.
6. Crie formas de expor a prova social do seu trabalho.
7. Tenha em mente todo ano superar pelo menos 3 metas pessoais.
8. Busque formas de se motivar constantemente.

9. Use tudo que aprender e ajude outras pessoas evoluir com você.
10. Pense em maneiras de se fazer presente na vida de pessoas que verdadeiramente podem contribuir com o seu progresso.

Desta forma, eu me despeço de você, agradeço a confiança dada ao meu trabalho. Foi uma imensa satisfação partilhar com você um pouco da minha vivência e ponto de vista. Que esta obra possa ser um *start* para promover uma nova etapa em sua vida. Se tiver interesse em conhecer um pouco mais o meu trabalho, me procure nas redes sociais. Eu ajudo pessoas a encontrarem a melhor versão de si mesmas, promovendo uma melhor gestão de suas emoções, pensamentos, comportamentos, de tal forma que desenvolvam a capacidade de eliminar suas interferências internas e externas para conquistarem os seus sonhos mais ousados. Realizo atendimentos com sessões de *coaching* direcionada para metas e liderança. Também realizo mentoria para líderes e vendedores que desejam melhorar resultados na vida pessoal, nos negócios e na carreira.

Nos encontraremos em breve, se assim desejar. Me procure no Instagram como @leandronascimento, no YouTube como Leandro Cristo, ou acesse o site: <http://www.lccoachingbrasil.com.br>

**ATÉ BREVE!**



Gráfica  
**MIX**  
criativa

71 3035-4561  
99624-7370

 grafica**MIX**criativa



A gráfica MIX CRIATIVA é a escolha ideal para todas as suas necessidades de impressão. Somos uma empresa líder no mercado, com 10 anos de experiência e um compromisso inabalável com a qualidade e serviço ao cliente. Então, se você precisa de um parceiro de confiança para todas as suas necessidades de impressão.

A gráfica MIX CRIATIVA é a escolha certa para você. Do simples cartão de visitas a grandes projetos como fachadas e painéis nós produzimos. Entre em contato conosco hoje mesmo e descubra como podemos ajudar a levar seu projeto para o próximo nível!

Um agradecimento em especial ao Amigo e parceiro de longa data Leandro Cristo. Em quem Eu acredito e valorizo cada conquista.

CONTEÚDOS GRATUITOS, EBOOKS E CURSOS PARA VOCÊ E SUA EQUIPE.

TUDO QUE VOCÊ PRECISA PARA SEU DESENVOLVIMENTO PESSOAL E PROFISSIONAL.

Formação  
Profissional de  
**Oradores e  
Palestrantes**

Curso de  
**Inteligência  
Emocional para  
Palestrantes**



[WWW.ZANDRADAIANE.COM.BR](http://WWW.ZANDRADAIANE.COM.BR)

WhatsApp icon | 71 99277-3867 | 71 99977-0895

