



Venda Direta

Para
leigos

Belinda Ellsworth



ALTA BOOKS
EDITORA
Rio de Janeiro, 2021

CAP. DE AMOSTRA

Dedicatória

Para aqueles que me orientaram por anos e os milhares que tive o privilégio de aconselhar, obrigada por compartilharem suas histórias de sucesso. A cada pessoa que tem o sonho de melhorar de vida nesse setor surpreendente, sempre foi e permanece sendo meu objetivo apresentar as melhores ferramentas para tornar esse sonho uma realidade.

Sobre a Autora

Belinda Ellsworth é a principal palestrante motivacional, treinadora de vendas e especialista no setor de vendas diretas. Ela treinou milhares de representantes de vendas independentes, gerentes e executivos e trabalhou com mais de cem empresas diferentes de vendas diretas. Com mais de trinta anos de experiência na área, Belinda é a consultora corporativa, palestrante motivacional e instrutora a que empresas e principais líderes do setor recorrem repetidamente. Ela também é reconhecida entre seus pares no setor de vendas diretas como ganhadora do DSA Ethos Partnership Award de 2015, concedido pela Associação de Vendas Diretas dos Estados Unidos, por sua contribuição e especialização no setor.

Agradecimentos da Autora

Quero agradecer à minha família por seu amor e encorajamento em tudo que faço, e pela paciência durante a conclusão deste livro. Obrigada a meu marido, Chris, e a minha filha, Tiffany, pela ajuda na edição e na escrita.

Obrigada à minha equipe na Step Into Success: Donna, Lydia, Karen e Tiffany. Seu trabalho pesado e sua dedicação me permitiram fazer o que mais amo: ensinar outras pessoas a terem sucesso.

Um agradecimento muito especial à equipe de escritores com quem trabalhei ao longo dos anos e que se reuniram para tornar este projeto o melhor: Lindsay Tompkins, Jenna Lang e Martha McBride. Foi um grande prazer trabalhar com vocês. Lindsay, sempre serei grata por seu trabalho esforçado e sua dedicação.

Gostaria de agradecer especialmente à equipe na Wiley por me dar esta oportunidade incrível e por sua dedicação em levar um trabalho de qualidade para os leitores. Um agradecimento especial a Stacy Kennedy, editora de aquisições, e Corbin Collins, meu editor maravilhoso. Obrigada por tornar incrível essa experiência de aprendizagem.

Obrigada a Martha McBride, da Words Are My Life, nossa editora técnica, pelo tempo, esforço e autenticidade colocados neste livro.

Por fim, obrigada a meus outros amigos de vendas diretas que me escutaram e aconselharam quando necessário.

Sumário Resumido

Introdução	1
Parte 1: Explorando o Setor de Vendas Diretas	5
CAPÍTULO 1: Fundamentos das Vendas Diretas	7
CAPÍTULO 2: Escolhendo a Empresa Certa de Vendas Diretas	31
CAPÍTULO 3: Trabalhando com Diferentes Modelos de Venda Direta	43
Parte 2: Habilidades para Montar um Negócio de Sucesso	55
CAPÍTULO 4: Mantendo uma Atitude Positiva	57
CAPÍTULO 5: Criando Visão, Definindo Metas e Aumentando Sua Produtividade	73
CAPÍTULO 6: Sempre Pronto para o Negócio	93
Parte 3: Colocando em Prática as Estratégias de Vendas	109
CAPÍTULO 7: Consolidando Seu Negócio com Agendamentos	111
CAPÍTULO 8: Planejando uma Reunião de Lançamento ou Apresentação	141
CAPÍTULO 9: Organizando Reuniões de Sucesso	151
CAPÍTULO 10: Treinando a Anfitriã	167
CAPÍTULO 11: Venda Social: Venda Direta na Rede Social	179
CAPÍTULO 12: O Poder da Venda Individual	213
CAPÍTULO 13: Sustentabilidade: O Sucesso Está no Acompanhamento	227
Parte 4: Criando uma Organização	243
CAPÍTULO 14: Atraindo Novos Membros para a Equipe: Recrutando e Patrocinando	245
CAPÍTULO 15: Entrevistando	267
CAPÍTULO 16: Patrocinando Novos Recrutados e Liderando Equipes	275
CAPÍTULO 17: Recrutando em Grupo: Eventos de Oportunidade	295
Parte 5: Operando e Mantendo um Negócio de Sucesso	305
CAPÍTULO 18: Gerenciando Seu Dinheiro com Inteligência	307
CAPÍTULO 19: Encontrando e Comunicando-se	315
CAPÍTULO 20: Networking para Expandir Seu Alcance	325

Parte 6: A Parte dos Dez	337
CAPÍTULO 21: Dez Erros a Evitar	339
CAPÍTULO 22: Dez Recursos Principais para Vendedores Diretos	347
CAPÍTULO 23: Dez Benefícios das Vendas Diretas	353
Índice	359

CAP. DE AMOSTRA

Introdução

Bem-vindo ao livro *Venda Direta Para Leigos!* Atuo como instrutora de vendas diretas há vinte anos (após quinze anos como representante independente), e nesse tempo, as pessoas me pediram para escrever um livro. Bem, algo sempre me impedia, e eu nunca escrevia, até... o pessoal da Para Leigos me abordar e pedir para eu escrever um livro sobre vendas diretas. Entrei de cabeça. Eu já havia escrito muitos guias para empresas individuais, mas sabia que o setor de vendas diretas precisava de um guia passo a passo escrito com simplicidade para navegar nas vendas diretas e desenvolver um negócio bem-sucedido.

Apesar do que pode ser lido no Facebook, criar e manter um negócio de vendas bem-sucedido envolve muito mais do que postar fotos de produtos e implorar que as pessoas "entrem na sua equipe". As vendas diretas são como qualquer outro negócio, requerem trabalho. Mas os benefícios do aumento de renda, da flexibilidade, do reconhecimento e crescimento pessoal fazem tudo valer a pena.

Se você escolheu este livro, suponho que foi mordido pelo bicho das vendas diretas e está pronto para apostar em *você* . Saiba apenas que, mesmo se estiver procurando montar um negócio para si mesmo, você não está sozinho agora que comprou este livro. Estou aqui com você em cada passo do caminho.

Sobre Este Livro

As empresas de vendas diretas fazem o melhor para dar a seus representantes informações relevantes sobre o setor e guias de treinamento para ajudá-los a ter sucesso, mas até o momento não existia nenhum livro ou guia como este aqui, simples e abrangente. Nenhum outro livro nas prateleiras percorrerá todo o caminho, desde o início de sua jornada em vendas diretas até o sucesso. Este livro tem todo o meu treinamento em cada aspecto do negócio, desde sua primeira reunião ou consulta até o desenvolvimento de uma organização multimilionária.



DICA

Mantenha este livro na prateleira em seu escritório ou por perto. Ele é perfeito para consultas se você estiver com dificuldades para preencher sua agenda, recrutar novos membros da equipe, aumentar as vendas ou trabalhar com um membro da equipe.

Qualquer pessoa pode ter sucesso, mas o que interessa é que o setor atualmente é muito feminino, e reconheço isso quando uso pronomes femininos no livro. Fique tranquilo, mesmo que eu use *ela* e *dela* em todo lugar, o setor tem sua parcela de homens, sobretudo na ponta do espectro onde ficam os tipos Marketing de Rede e Híbrido (veja o Capítulo 3 para saber mais sobre esses modelos). Dito isso, grande parte deste livro visa o modelo Party Plan (que pode ser entendido como um Plano de Reunião) das vendas diretas, e tomei a decisão de permitir que a linguagem refletisse isso.

Penso que...

Não é possível presumir que conheço suas esperanças e seus sonhos. O que sei é que você escolheu este livro, significando que está ao menos interessado em ter renda em casa ao administrar seu próprio negócio e ficar tão ocupado quanto desejar. Se decidiu seguir em frente e arriscar, prepare-se para mudar sua vida. Se está buscando pagar as aulas de dança de sua filha, comprar seu primeiro carro ou pagar dívidas, este setor pode ajudar, assim como este livro.

Agora, não sei em qual empresa está interessado, se prefere o modelo Party Plan ou Marketing de Rede (veja o Capítulo 3 para saber mais) ou se tem experiência no setor. Se não tiver, ótimo; do contrário, ótimo também. Há algo aqui para você, de qualquer modo.

E pressuponho que você tenha uma visão de vida melhor para si mesmo. Que deseja buscar seus sonhos, melhorar a situação familiar e ter crescimento pessoal. Pressuponho que esteja procurando algo pequeno (ou grande) para finalmente chamar de seu. Eu imagino que esteja motivado e tenha iniciativa.

Ícones Usados Neste Livro



DICA

As dicas contêm pequenos conselhos úteis e práticos que aprendi com anos de experiência no setor e treinamento de representantes.



LEMBRE-SE

O material ao lado deste ícone é o que você deve ter em mente para uma futura referência.



CUIDADO

Este é para alertá-lo sobre coisas que poderiam causar problemas ou custar seu tempo. Serve para ajudá-lo a evitar erros comuns, mas que custam caro.

Além Deste Livro

Quando ler este livro, ficará ansioso por ainda mais conteúdo.

Além do material impresso que você está lendo agora, este produto vem com artigos acessados na web. Não importa há quanto tempo está no setor de vendas diretas ou como seu chefe ou empresa é ótima, você provavelmente terá algumas perguntas para as quais precisará de ajuda extra. Verifique nossa Folha de Cola em www.altabooks.com.br [procure pelo título do livro].

De Lá para Cá, Daqui para Lá

Você pode estar imaginando: *Se posso iniciar em qualquer lugar, por onde devo começar?*

Este livro não foi planejado para ser linear. É uma referência amigável, não um tutorial, o que significa que você pode iniciar ou parar onde quiser. Veja o Sumário ou o Índice para descobrir as áreas mais interessantes no seu caso. Ou verifique as seções que cobrem os tópicos nos quais precisa de mais ajuda.

Se você é novo em vendas diretas, o começo é um ótimo lugar para iniciar. Você aprenderá um pouco sobre o setor de vendas diretas, ficará informado sobre qual tipo de empresa pode ser melhor para você e sua situação e poderá conferir minha nova lista de representantes. Independentemente de onde começar, espero que se divirta explorando o livro e curtindo meus 35 anos de conhecimento e expertise em vendas diretas.

CAP. DE AMOSTRA

1

Explorando o Setor de Vendas Diretas

CAP. DEMONSTRA

CAP. DEMONSTRA

NESTA PARTE . . .

Oriente-se no mundo das vendas diretas.

Descubra a empresa e o tipo certo para você.

Conheça três modelos principais de venda direta.

NESTE CAPÍTULO

- » Entendendo como funcionam as vendas diretas
- » Examinando três tipos de modelos de vendas diretas
- » Começando bem com uma checklist
- » Trabalhando as habilidades certas para ter sucesso
- » Tendo uma visão geral sobre modos de administrar seu negócio
- » Conhecendo um pouco sobre a história das vendas diretas

Capítulo 1

Fundamentos das Vendas Diretas

Você pode ter se sentido atraído para iniciar seu negócio de vendas diretas por alguns motivos ou talvez ainda esteja fazendo uma pesquisa antes de avançar. De qualquer modo, seja bem-vindo às vendas diretas, um modelo de distribuição que mudou muitas vidas.

Vendas diretas se referem à venda de produtos ou serviços longe de um ponto de atendimento fixo. Esses produtos são comercializados e vendidos diretamente por representantes de vendas independentes, também conhecidos como consultores, representantes, distribuidores e vários outros nomes.

Os representantes de vendas diretas não são funcionários da empresa. Pelo contrário, são donos de negócios independentes que desfrutam de todos os benefícios de serem autônomos, com a vantagem extra de fazer parte de uma empresa que lida com operações, como envio, desenvolvimento de produtos, marketing e outros.

Você está no negócio por conta própria, mas não sozinho.



LEMBRE-SE

A venda direta é uma oportunidade para homens e mulheres terem um negócio próprio, aumentarem a renda familiar e terem a vida que sempre imaginaram. O setor de vendas diretas está repleto de histórias de sucesso, desde donas de casa pagando para ter aulas de dança, mulheres que se aposentaram com seus maridos e famílias comprando a casa dos sonhos. Seja qual for a meta, as vendas diretas provavelmente são um setor que pode fazer você chegar lá.

Sua mãe amava Tupperware quando você era criança? Sua vizinha vende Mary Kay? Sua família conheceu um milionário da Amway? Mesmo se a resposta for não, é provável que você conheça bem algumas empresas lendárias que usaram esse estilo de rede de marketing para seus produtos. As empresas de vendas diretas incluem alguns grandes nomes conhecidos e marcas globais quase tão familiares quanto Coca-Cola, McDonald's, General Mills ou Kraft. Alguns exemplos:

- » Cutco
- » Kirby Vacuums
- » Avon
- » Tupperware

Você pode ter notado amigos no Facebook postando sobre como ganhar dinheiro extra, viagens gratuitas ou, talvez, até saindo de seus trabalhos convencionais! Muitas pessoas tiveram sucesso com negócios assim. Atualmente, pessoas comuns como você continuam a montar negócios prósperos em vendas diretas.

Você pode estar interessado em iniciar seu negócio para gerar uma renda extra enquanto trabalha em meio expediente, ou talvez a meta seja contar com as vendas diretas como sua renda principal. Você pode ser como muitas pessoas que se apaixonaram por um produto, viram um amigo ou conhecido gerenciar seu negócio e decidiram que também gostariam de ganhar um produto gratuito e ter uma renda compartilhando algo que amaram. Se é como a grande maioria das pessoas que se associa a empresas de vendas diretas, seus motivos podem envolver uma combinação dessas possibilidades.

O mundo das vendas diretas foi muito significativo em minha vida por mais de 35 anos. Sou sinceramente grata por tudo que ele deu a mim e à minha família. A renda e as recompensas das empresas de vendas diretas me proporcionaram um estilo de vida que eu nem imaginava e me levaram a amizades preciosas e duradouras.



LEMBRE-SE

O setor de vendas diretas pode ajudá-lo a conseguir o que quer da vida. Os detalhes do que é uma *vida melhor* cabem apenas a você.

Mas como funcionam as vendas diretas e o que envolve se tornar um representante de vendas diretas independente? Continue lendo.

Como Funcionam as Vendas Diretas

Em vendas diretas, como mencionado, os produtos são vendidos por *representantes independentes*, não funcionários. Esses vendedores adquirem um kit inicial do negócio para se associarem à empresa de vendas diretas. Em geral, esse *kit inicial* requer uma taxa de baixo custo para os materiais, cujos detalhes diferem entre as empresas. Ele costuma incluir produtos que você pode usar para mostrar em suas reuniões e demonstrar para os clientes. O kit também inclui a documentação necessária e os materiais de treinamento que o ajudarão a iniciar o negócio de modo fantástico. Seu kit tem tudo de que você precisa para gerenciar um negócio de sucesso. Essa aquisição, junto com a assinatura do contrato padrão da empresa, o constitui como membro ou representante independente.

Como representante (consultor, embaixador da marca ou talvez outro título, dependendo da empresa), você é um contratado independente que trabalha apenas por comissão, gerenciando seu pequeno negócio. Por ser realmente independente, não se dirige a um supervisor. Você faz seu horário e decide quando, se ou com que frequência trabalhará. Caso sinta que precisa, poderá se esforçar mais e ganhar mais dinheiro — na prática, se dando um aumento — ou pode buscar um cargo mais avançado. Com a venda direta, todos os cargos, as promoções e os aumentos de salário se baseiam unicamente na produção.

Você é independente, sim, mas também tem um sistema de suporte predefinido da empresa e de sua equipe. Você faz parte de uma equipe de outros representantes independentes com um interesse pessoal em seu sucesso — seus *superiores*. Esses superiores incluem seu *patrocinador*, a pessoa que o ajudou a entrar na empresa (seu superior direto em termos de estrutura organizacional), junto com outras pessoas experientes cujos negócios estão ligados ao seu por um patrocínio. Esses mentores superiores podem, de fato, ajudá-lo. Eles sabem como gerar sucesso no negócio e patrocinaram muitos outros representantes independentes. Eles podem mostrar como fazer o mesmo. Seu acesso a essa mentoria faz parte do modelo comercial de vendas diretas.

Além de aprender a vender produtos, você receberá treinamento sobre como atender pessoas fora de seu círculo pessoal para vender esses produtos e como apresentar a elas os benefícios de se tornar um representante também.

Sinta-se à vontade para recorrer a seu superior em busca de suporte, porque o modelo comercial paga a ele comissões com base no sucesso das pessoas em sua linha de patrocínio. Eles estão ansiosos para ver você tendo

sucesso e entendem os detalhes de seu negócio melhor do que ninguém. Seu sucesso contribui com o sucesso deles, portanto, incentivam seu acesso a ferramentas e informações necessárias para administrar bem seu negócio.

Com a aquisição de um kit inicial muito barato, as vendas diretas oferecem à pessoa comum um meio de ter renda com um modelo de negócio estabelecido e uma linha de produtos comercializáveis. Funciona quase como uma minifranquia, mas sem o investimento inicial. Pode custar ao novo dono do negócio dezenas de milhares ou até milhões de reais abrir uma franquia física, como uma loja de donuts ou um restaurante fast-food. Com as vendas diretas, você aproveita a afiliação de uma empresa que criou o conceito, fez pesquisa e desenvolvimento, arcou com os custos de fabricação e investiu dinheiro para iniciar o amplo negócio e a marca. Isso lhe dá uma oportunidade de baixo risco para ganhar mais dinheiro do que poderia ganhar começando do zero.

A empresa também absorve as despesas contínuas de armazenamento do produto, desenvolvimento de novos produtos, criação de materiais de marketing, conformidade com regulamentações governamentais e cuidado com vários outros custos elevados que você nunca teria considerado, que dirá ser responsável por eles. Esse esquema acaba com algumas dores de cabeça para você e elimina a necessidade de contratar uma equipe própria ou se tornar especialista nessas outras áreas. Quando as coisas funcionam bem, os representantes podem focar unicamente o marketing dos produtos, cuidando bem de clientes e equipes e recrutando novas pessoas para suas equipes.

E a empresa, o que ganha com isso? Os representantes independentes são o braço de vendas e marketing da empresa, e ela só paga comissões por vendas reais. Em vez de pagar pela publicidade e outro marketing caro, a empresa só paga a equipe de vendas independente após uma venda ser feita. Isso é interessante para as empresas, sobretudo quando têm produtos que acreditam ser melhores para a publicidade boca a boca e demonstração pessoal.

Entendendo os Três Modelos Diferentes de Vendas Diretas

No modelo comercial de vendas diretas, há três tipos principais de estruturas corporativas: Marketing de Rede, Party Plan (Plano de Reunião) e Híbrido. O Capítulo 3 detalha mais isso, porém esta seção dá uma rápida visão geral.

Marketing de Rede

Marketing de Rede se refere a uma estrutura corporativa planejada para mover os produtos de consumo em uma rede de representantes independentes por meio de uso pessoal e vendas para consumidores finais. Quando uma empresa com a estrutura de Marketing de Rede monta sua equipe de vendas, ela foca desenvolver uma rede de consumidores. Ela não diferencia quem se associa como representante independente para ganhar dinheiro e quem entra meramente para ter desconto em seus produtos pessoais.

(Marketing de Rede também era chamado de *marketing multinível* — MMN, ou, em inglês, *multi-level marketing* — MLM, mas isso é um equívoco. Na verdade, todas as vendas diretas são estruturadas com planos de compensação multinível para pagar seus representantes, e todas as empresas de vendas diretas são de marketing multinível.)

Um ponto forte do modelo Marketing de Rede é que as empresas podem expandir muito e vender quantidades enormes de produtos por meio de uma grande rede de pessoas que se associaram, em muitos sentidos da palavra, como membros. Muitos membros acabam assinando para receber produtos todo mês, um sistema geralmente chamado de *envio automático*. Os pedidos novos e contínuos via rede de pessoas que escolheram se afiliar à empresa podem levar a um crescimento de vendas consistente, contanto que as pessoas na rede continuem a ver benefícios no produto.

Exemplos de empresas que usam o modelo Marketing de Rede são Isagenix, USANA e Amway.

Party Plan

Party Plan (compreendido como Plano de Reunião) se refere a um modelo focado na venda eficiente para grupos de pessoas reunidas, ao vivo ou virtualmente (online), por um organizador que elas conhecem pessoalmente. Esses encontros costumam ser denominados de *reuniões*. Porém, algumas empresas personalizam o termo usado para suas reuniões para tornar a experiência mais exclusiva. Por exemplo, mostruário de joias, degustação, programas de culinária, transformações etc.

Essas reuniões são feitas na casa do cliente, conhecido como *anfitrião*. Por tradição, ele é recompensado com vários produtos com desconto ou gratuitos, assim como ofertas exclusivas. O anfitrião convida amigos para as reuniões. Em geral, a reunião consiste em servir bebidas leves, socialização e uma apresentação feita pelo representante. A finalidade da reunião em casa é proporcionar uma experiência de compra divertida e relaxante.

No final da reunião, o representante coleta o pagamento (normalmente com cartão de crédito ou dinheiro) dos produtos que o anfitrião e seus convidados desejam pedir. Esses pedidos são feitos por meio do *escritório virtual* do representante (fornecido pela empresa). O Capítulo 9 detalha como fazer uma reunião bem-sucedida.

Esse modelo concede o poder da recomendação pessoal do anfitrião aos produtos e facilita a *aprovação social*, que significa o peso da influência que um grupo de pessoas tem. Assim que alguém decide comprar, aumenta a probabilidade de que o resto dos convidados presentes também compre; é a aprovação social em ação.

O modelo é chamado Party Plan, mas muitas empresas que usam essa estrutura preferem uma terminologia diferente. Algumas se referem aos encontros como *reuniões*, mas outras os chamam de *apresentações*, *demonstrações*, *aulas*, *misturas*, *degustações*, *exposições especiais* ou *vitruines*. Algumas empresas de vendas diretas até desencorajam o uso da palavra *reunião*. Independentemente de como são chamadas, as reuniões Party Plan são bem eficientes em gerar vendas, atrair recrutas e ensinar outras pessoas a vender.

Uma vantagem clara do modelo Party Plan é a facilidade de entender como vender produtos para clientes. Essa estrutura pode incluir vendas individuais e vários outros modos de vender, mas grande parte do treinamento feito por essas empresas foca o método mais eficiente e divertido de vendas, que é, claro, a reunião. Novos representantes independentes podem entender com facilidade o conceito desse método de comércio divertido, e isso o torna um modelo comercial muito acessível para a pessoa comum.

Exemplos de empresas que usam o modelo Party Plan são Jamberry, The Pampered Chef, Scentsy e Stella & Dot.

Híbrido

É novo no pedaço. Como se pode imaginar, combina as práticas do Marketing de Rede e do Party Plan. Nas empresas híbridas, como naquelas do modelo Party Plan, representantes independentes têm anfitriões que reúnem os amigos e a família para uma demonstração do produto, ao vivo ou online. Mas com o modelo Híbrido, a ênfase está tanto na oportunidade de negócio quanto nas vendas do produto. As estruturas do plano de compensação tendem a pegar os elementos tradicionais do Party Plan e do Marketing de Rede.

Uma diferença importante é que, nas empresas híbridas, é comum o representante encorajar o anfitrião a fazer um encontro *improvisado*, em vez de agendar com semanas de antecedência. Eles podem dizer: "Com certeza, adoraria demonstrar como funciona o produto. Gosto muito dele e acho que você

também gostará. Você também pode ter um gratuito, e posso mostrar como. Por que você e seus amigos não aparecem e assistem à minha apresentação hoje à noite ou amanhã?"

Em geral, as empresas híbridas representam produtos concretos de consumo, como saúde e bem-estar, ou produtos de beleza. Como no Marketing de Rede, esses produtos são bons para o envio automático, o modelo do pedido de assinatura em que representantes independentes e clientes são reabastecidos mensalmente com pedidos enviados para suas casas de modo automático.

Nas empresas híbridas, o envio automático costuma oferecer um desconto ao cliente (às vezes chamado de *taxa do cliente preferencial*). Você verá programas que oferecem um *envio automático infimo* ou *gratuito* para clientes que indicam outros clientes por meio de programas de recomendação. Esses programas também podem incluir o envio automático gratuito para representantes independentes com certo número de clientes no envio automático, significando que o próprio consumo mensal do representante é coberto. Os programas de indicação, que combinam de forma atrativa a visão do Party Plan focado no cliente com a abordagem de envio automático no estilo Marketing de Rede, tiveram muito sucesso e levaram a um crescimento significativo das empresas e dos líderes envolvidos.

Exemplos de empresas que apoiam um modelo híbrido são Nerium, ItWorks, e Thrive Life. E no Brasil, temos o exemplo da Hinode.

Quem é melhor com cada modelo?

As vendas diretas agradam as pessoas interessadas em ganhar dinheiro extra fora de um trabalho tradicional. Algumas escolhem trabalhar meio expediente com uma empresa de vendas diretas na tentativa de pagar os custos extras que desafiam o orçamento, muitas vezes paralelamente a um trabalho em tempo integral. Outras buscam um modo de ganhar dinheiro extra ainda atendendo as prioridades em suas vidas, como cuidar dos filhos, cuidar de alguém, escola ou trabalho de caridade, e gostam do fato de controlar suas agendas e planejar eventos, reuniões e *encontros diretos* (em que você encontra os clientes individualmente, em vez de um grupo, como em uma reunião em casa) no tempo livre.

Segundo a Associação de Venda Direta dos Estados Unidos, 83% dos representantes em venda direta são mulheres. No Brasil, de acordo com a ABEVD (Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas), no ano de 2019, mais de 90% da força de venda era formada por mulheres. No passado, falando em termos gerais, os homens tendiam a ser mais atraídos pelo modelo Marketing de Rede, e as mulheres se sentiam mais confortáveis focadas no estilo de negócio Party Plan.

Talvez compartilhar produtos que elas adoram seja mais fácil para a maioria das mulheres. De qualquer modo, não há dúvidas de que a venda Party Plan é muito popular entre as mulheres. Em geral, elas gostam de se reunir com outras mulheres e tendem a procurar motivos para isso. Ter um negócio Party Plan ou organizar uma reunião é uma excelente desculpa para se encontrar.

Nos últimos anos, com o crescimento da internet, o aumento de famílias com duas rendas e linhas de produto mais atraentes para a mulher moderna (perda de peso, cuidados com a pele e produtos energéticos), houve um aumento visível nas empresas dos modelos Híbrido e Marketing de Rede que visam a mão de obra feminina.

E mais, homens e mulheres ocupados veem a reputação do Marketing de Rede como uma vantagem para terem uma renda *automática* contínua (também conhecida como *renda residual*) em um negócio que pode caber nas brechas de sua agenda e com o qual se pode lidar por telefone e usando o teclado, em vez das reuniões em casa. Isso pode explicar por que muitos casais escolheram montar um negócio juntos no modelo Marketing de Rede.

O Party Plan ainda é forte e continua sendo a primeira escolha das pessoas interessadas em ter lucros e criar fluxo de caixa mesmo nos estágios iniciais do negócio. Com frequência, representantes no Party Plan recebem por parte ou por todas as vendas na noite de cada reunião. Para as pessoas que buscam diminuir o *deficit* orçamentário do dia a dia, o modelo Party Plan é muito atraente.

Com as mudanças no setor por meio da internet e das redes sociais, assim como a globalização deste, as vendas diretas estão crescendo. E com vários modos de tocar sua empresa, todos os três modelos estão ficando cada vez mais atraentes.

Primeiras Etapas nas Vendas Diretas

Grande parte deste livro é dedicada a ajudá-lo a resolver os muitos detalhes da venda direta, e dedico capítulos inteiros a explicar as muitas facetas e dar suporte na tomada de decisões.

Digamos, por um segundo, que escolheu seu produto e empresa e decidiu se associar. E depois? Qual é sua expectativa? Veja uma checklist simples que você pode seguir conforme dá os primeiros passos em seu novo negócio.

Enquanto aguarda seu kit:

- » Pegue uma agenda ou calendário grande o bastante para escrever nele. É onde você agendará seus encontros, consultas e reuniões.
- » Marque todas as datas em que deseja trabalhar nos próximos dois meses e acrescente qualquer conflito pessoal. Se sua meta é trabalhar às terças e quintas, coloque uma estrela em cada data. Isso o ajudará a oferecer datas aos clientes que querem marcar reuniões ou consultas com você.
- » Agende sua reunião de lançamento. A *reunião de lançamento* é aquela que você mesmo organiza e que lançará seu negócio para a família e os amigos. Para ter resultados melhores, você agendará duas reuniões de lançamento dentro de três dias. O Capítulo 8 explica as reuniões de lançamento.
- » Faça uma lista de trabalho das pessoas que você conhece (de cinquenta a cem nomes) e informações de contato (veja o Capítulo 7 para ter ajuda sobre como criar uma lista com cem).
- » Publique seus planos no Facebook e conte aos amigos e à família sobre como está animado com o novo negócio (para ter mais informações quanto a utilizar as redes sociais em seu negócio, vá para o Capítulo 11).
- » Convide quantas pessoas puder para a(s) reunião(ões) de lançamento (verifique o Capítulo 8 para mais informações).
- » Agende de quatro a cinco reuniões extras em casa (veja o Capítulo 9) ou consultas (Capítulo 12) em um intervalo de trinta dias. Nesse caso, você pedirá às pessoas que não podem comparecer às suas reuniões de lançamento para elas mesmas organizarem reuniões. Veja os Capítulos 7 e 8 para ter mais informações.
- » Convide um amigo para iniciar o negócio com você. Estatísticas mostram que, quando você age assim, suas chances de sucesso são muito maiores (veja o Capítulo 14 para saber mais sobre recrutamento).
- » Prepare o site pessoal que sua empresa fornece. A empresa lhe dará instruções passo a passo sobre como fazer isso. É um site para você compartilhar com seus clientes e usar para fazer marketing. Os clientes poderão pedir diretamente no site e descobrir mais informações a respeito de organizar uma reunião e se associar ao negócio.
- » Conheça seu escritório virtual. Ele é o portal que sua empresa fornecerá e onde é possível fazer pedidos, acessar treinamento e obter outras informações da empresa. Não fique aflito com o escritório virtual. Peça a seu chefe para orientá-lo ao fazer seu primeiro pedido e navegar.

- » Prepare um espaço para usar como seu escritório pessoal (veja o Capítulo 5 para obter dicas sobre organização).
- » Participe de uma ou mais reuniões e entrevistas do seu patrocinador ou chefe na área. Aprender com outras pessoas experientes no negócio é uma ótima maneira de se sentir mais confortável com os aspectos da apresentação, da venda e do recrutamento.
- » Faça um resumo da sua apresentação (veja o Capítulo 9).

Assim que o kit chegar:

- » Prepare a apresentação do kit e tire uma foto. Publique no Facebook para mostrar aos amigos e à família.
- » Familiarize-se com o catálogo e os produtos.
- » Faça seu primeiro pedido.
- » Peça outros suprimentos.
- » Prepare seu kit, pratique a apresentação e convide alguém para ajudá-lo a praticar. Sua apresentação incluirá a demonstração do produto e outros elementos de uma reunião bem-sucedida, como apresentação de abertura, apresentação de agendamento e fechamento. Para ter mais informações sobre tudo isso, veja o Capítulo 9.
- » Abra uma conta-corrente/poupança separada para seu negócio.
- » Convide mais amigos para experimentar o negócio com você. Recrutar ou patrocinar novos membros da equipe costuma ser um componente do programa "Início Rápido" de sua empresa. Você deve atrair novos recrutas com a reunião de lançamento e outras reuniões (veja o Capítulo 14 para saber mais acerca do recrutamento).
- » Familiarize-se com o programa Início Rápido da empresa. Ele é planejado por sua empresa para ajudá-lo a ter sucesso nos primeiros noventa dias do negócio.
- » Familiarize-se com o plano de compensação da empresa. Seu chefe pode explicá-lo para você.
- » Saiba como treinar seu primeiro anfitrião. Verifique o Capítulo 10 para saber mais sobre o treinamento.

MINHA INTRODUÇÃO NAS VENDAS DIRETAS

Fui mordida pelo bicho das vendas diretas quando jovem. Quando eu tinha 14 anos, minha mãe foi convidada para uma reunião dos cosméticos Mary Kay à qual eu queria muito ir. É muito provável que ela esperava ter uma noite agradável com outros adultos, porque disse que eu não podia ir. Mas como qualquer adolescente, simplesmente não pude resistir ao chamado da maquiagem e de uma reunião, então pulei na minha bicicleta e fui até a casa das amigas dela. Minha chegada foi bem calculada; estava escuro demais para ela me mandar de volta para casa sozinha de bicicleta.

A diretora Mary Kay (uma posição alta em uma empresa de vendas diretas) avaliou rápido a situação e me pediu gentilmente para ser sua ajudante especial na noite. Aparentemente, ela gostou da minha assistência, porque, no final da reunião, perguntou se eu estaria interessada em ajudá-la em alguns dias da semana depois da escola. É claro que eu disse sim. Na época, eu não tinha ideia de que aceitar aquele "trabalho" divertido de meio expediente, assim como, um ano depois, encontrar a fundadora da empresa, Mary Kay Ash, levaria a uma carreira de 35 anos trabalhando com vendas diretas, como uma representante independente exatamente como você, em funções corporativas e como oradora requisitada, instrutora e especialista.

Eu amo esse setor, e é um prazer compartilhar seu poder com pessoas como você e ajudá-lo a ter o máximo de sucesso possível oferecendo treinamento prático, particularidades sobre como expandir um negócio bem-sucedido e dicas sobre o que evitar em sua jornada.

Pode parecer confuso ou até desanimador. Não se preocupe. É por isso que escrevi este livro. A maioria das pessoas se associa a uma empresa e se pergunta: *O que faço primeiro? O que significa todo esse jargão? E o que realmente preciso saber, agora, para seguir em frente e ganhar dinheiro?*

É onde entra a lista de passos. Sempre volte a consultá-la caso comece a se sentir perdida. Você terá uma curva de aprendizagem menor e se sentirá mais confiante ao prestar atenção na lista, ler os capítulos afins neste livro, buscar mais orientação e treinamento na empresa, sobretudo de seu patrocinador e seus superiores.

Por que o Modelo de Vendas Diretas É um Sucesso

Os modelos de vendas diretas são bem-sucedidos porque dão à empresa uma oportunidade de comercializar produtos diretamente com os consumidores. Nas vendas diretas, como mencionado, os produtos são vendidos por *representantes independentes* que não são funcionários. Eles são contratados independentes que trabalham apenas por comissão.

Como esses representantes independentes são o braço de vendas da empresa, ela só paga comissões pelas vendas reais. Eles também são o principal modo de a empresa anunciar e comercializar seus produtos. Muitas empresas tradicionais com canais de vendas comuns utilizam as redes sociais, por exemplo, para ajudar a aumentar a consciência da marca e do produto. Mas as empresas de vendas diretas não usam estratégias de publicidade típicas, como rádio ou TV, para comercializar suas ofertas. Elas utilizam sobretudo seus representantes para ajudar a vender os produtos, porque acreditam que eles são melhores com a publicidade boca a boca e demonstrações ao vivo.

Conforme você explorar os diferentes produtos disponíveis com as vendas diretas, descobrirá que eles costumam ser posicionados como modernos, únicos e feitos com matérias-primas superiores, e basicamente são melhores que os produtos disponíveis nas lojas. Embora nem sempre seja o caso, geralmente falando, os produtos passam por um escrutínio e tendem a inspirar um tipo de "superfã" convencido da alta qualidade suprema de cada produto.

É fato que as linhas de produtos de vendas diretas geralmente são as primeiras a colocar novas ideias no mercado. Muitas vezes, as empresas são lideradas por pessoas inconformadas ou que correm riscos, buscando sair à frente e incorporar a última pesquisa e os ingredientes "milagrosos" mais recentes. As pessoas nesse modelo de distribuição, que foram ridicularizadas no passado, são as mesmas que colocaram primeiro no mercado coisas como superalimentos, vitaminas, bebidas energéticas saudáveis e shakes em pó enriquecidos com nutrientes. Tudo isso agora, claro, é colocado em larga escala em lojas de alimentos saudáveis e mercados por todo país, e não é mais considerado *algo marginal*.

Também são reais as economias e as realocações de custos possíveis ao pular o intermediário e entregando os produtos diretamente ao consumidor por meio de vendedores *voluntários* (representantes independentes). Em vez de usarem uma grande parcela da receita da empresa com publicidade, que, estudos mostram, continua a ter cada vez menos impacto real nas decisões do consumidor, essas empresas podem e devem gastar uma porcentagem maior de seus orçamentos criando produtos de alta qualidade com pesquisa e desenvolvimento.

Combine produtos que geralmente são superiores aos disponíveis com um modelo de vendas que utiliza relações sociais e você terá, com o tempo, um modelo de venda social comprovadamente muito eficiente e lucrativo, tanto para as empresas em si como para os representantes independentes que fizeram negócios com elas.

Hoje, é possível encontrar uma grande variedade de produtos e serviços vendidos com vendas diretas. Veja alguns produtos populares:

- » Cosméticos, produtos de beleza e de tratamento da pele.
- » Vestuário e moda.
- » Alimentos e vinhos.
- » Decoração de casa, inclusive velas e fragrâncias.
- » Joias.
- » Itens de cozinha e utensílios.
- » Suplementos nutricionais e alimentares.
- » Materiais de organização e colagem.
- » Proteção pessoal.
- » Promotores de namoro e relacionamentos.
- » Ferramentas para bricolagem.
- » Materiais para controle de peso e exercícios físicos.

E não são apenas produtos. Os serviços vendidos por meio de vendas diretas incluem:

- » Serviços públicos e energia.
- » Planejamento financeiro.
- » Produtos de seguro.
- » Produtos legais.
- » Serviços corporativos personalizados.
- » Telecomunicação.

As listas são apenas uma amostra. Há centenas de categorias de itens que você pode comercializar ou adquirir nas empresas de vendas diretas.

Atributos Pessoais e Habilidades Necessárias para Vendas Diretas

Ter sucesso com vendas diretas requer certa combinação de traços de personalidade e habilidades. Apesar das diferenças aparentes, os mesmos traços de personalidade e habilidades são úteis em todos os três modelos comerciais:

- » Resiliência e persistência.
- » Muita ética no trabalho e disciplina.
- » Habilidade para aceitar a rejeição e trabalhar fora da zona de conforto.
- » Entusiasmo.

Além desses traços aplicáveis em geral, você descobrirá que ter ou cultivar muitas outras habilidades e talentos será de grande ajuda nas vendas diretas. Esta seção examina isso, bem como sua importância.

Crença no produto

É imprescindível acreditar total e genuinamente no produto que você representa. Sem isso, suas habilidades não conseguirão convencer outras pessoas, e a experiência será tão insatisfatória, que tudo parecerá trabalhoso.

Visão e metas

É preciso ter uma visão clara e específica do que você consegue com o negócio. Você precisa definir, por escrito, suas metas de renda, produção, progresso na hierarquia da empresa, o que o negócio fará em sua vida e como será (leia mais sobre isso no Capítulo 5). As pessoas se referem a isso como seu *motivo*. Ter um bom *motivo* o ajudará a superar os desafios inevitáveis.

Grandes habilidades de comunicação

Se você é naturalmente um grande comunicador, tem sorte. Mas mesmo que não seja, se for determinado, será possível melhorar bastante suas habilidades de comunicação e conseguir benefícios em sua vida e nos negócios. Isso inclui tornar-se um ouvinte melhor, que faz perguntas para entender claramente; um contato melhor, porque as pessoas fazem negócios com gente que elas conhecem, de quem gostam e em quem confiam; e apresentador, porque conseguir demonstrar seus produtos ou explicar sua oportunidade com confiança é essencial.

Paciência

Roma não foi construída em um dia, e, independentemente do modelo escolhido (veja o Capítulo 3 para ter um resumo dos três modelos diferentes de vendas diretas), leva tempo ter domínio e montar um negócio para que ele forneça uma renda constante e confiável. No Marketing de Rede, em geral as pessoas desistem cedo demais, porque suas pequenas verificações iniciais as fazem se sentir fracassadas. Nos tipos Party Plan e Híbrido, a falta de paciência costuma levar à frustração, porque conseguir um ritmo nas reuniões agendadas e melhorar em conduzi-las com consistência levará tempo também. As pessoas melhoram nas atividades de seus negócios, mas nada substitui a prática, e prática leva tempo.

A paciência também é útil em suas interações com clientes atuais e futuros. Estatisticamente falando, são necessárias várias exposições antes de alguém tomar uma decisão de compra. Aprender a ter calma durante o processo pode ajudar muito.



LEMBRE-SE

O *sim* que você busca pode levar muito, muito tempo. Quanto mais você praticar o desapego ao resultado, se mantiver no curso e com paciência, mais divertido será seu negócio.

Habilidades interpessoais

É preciso querer criar relações com outras pessoas, inclusive seus novos contatos, convidados das reuniões, anfitriões, membros da equipe e recrutados em potencial. Quanto melhor você trabalhar com outras pessoas e construir relações, mais longe irá em qualquer negócio e terá resultados melhores.



DICA

Quando as relações são colocadas em primeiro lugar, o negócio flui naturalmente, às vezes diretamente, outras, por meio de indicações.

Habilidades de apresentação

Nos tipos Party Plan e Híbrido, você não fará apenas apresentações de produtos, mas também encorajará outras pessoas a se tornarem anfitriãs de reuniões e membros da equipe.



DICA

O segredo das ótimas apresentações é *ser breve*. O principal motivo para as pessoas irem a uma reunião em casa ao vivo é socializar com os amigos; comprar enquanto fazem isso é um bônus.

Você pode examinar uma apresentação padrão do Party Plan no Capítulo 9. A prática é essencial em relação às habilidades de apresentação.

E embora seja verdade que o modelo Marketing de Rede conta com ferramentas para fazer essas apresentações, quando montar uma equipe, você será chamado mais para se apresentar para grupos e fará apresentações por telefone para os futuros clientes dos membros da equipe. Desenvolver habilidades de apresentação sólidas também é valioso nesse modelo.

Capacidade de reconhecer dicas de compras

Para ter sucesso, ajuda muito se você consegue reconhecer pequenos sinais indicadores de que alguém está interessado em explorar oportunidades para comprar, se associar à sua equipe ou organizar uma reunião. Muitas vezes, as pessoas não pedirão diretamente mais informações sobre como organizar ou se associar ao negócio. Ao contrário, elas simplesmente podem *se inclinar* para ouvir com atenção quando você menciona um benefício, perguntar sobre quanto tempo você está no negócio ou quanto dinheiro ganhou. Às vezes, a dica é tão sutil quanto oferecer ajuda para recolher os produtos de demonstração e colocá-los no seu carro, fazer contato com você nas redes sociais ou até se sentar ao seu lado no almoço.



DICA

Em geral, quando uma pessoa inicia uma conversa, ela está mostrando interesse. E por mais que seja tentador mostrar todo seu entusiasmo, você descobrirá que seus melhores resultados acontecem quando você dá pequenas informações de um modo otimista e evita sobrecarregar a pessoa.

Cuidado com o cliente

Mais um hábito programado que uma habilidade, isso é essencial. Todo mês, ou pelo menos a cada dois meses, você deve entrar em contato com os clientes e perguntar como pode ajudar. O que você está fazendo é ler a temperatura. Comece a conversa perguntando se a pessoa está gostando dos produtos adquiridos. Nos meses seguintes, ofereça produtos nos quais ela possa estar interessada para si mesma ou para as próximas férias. Pelo menos duas vezes ao ano, ofereça a oportunidade para ganhar produtos gratuitos ou com desconto organizando uma reunião divertida para os amigos.



LEMBRE-SE

Essas conversas periódicas o mantêm conectado a seus clientes e lhes dá a oportunidade de compartilhar recomendações com você, expressar interesse em sua oportunidade de renda ou fazer indicações.

O Capítulo 13 detalha como ter um cuidado de excelência com o cliente.

Aptidão tecnológica

Você não precisa ser um gênio no computador, mas as empresas estão buscando cada vez mais soluções tecnológicas. Atualmente, isso significa e-commerce, apps para celulares e usar as redes sociais no nível corporativo, além de encorajar seus representantes independentes a fazerem o mesmo. Eles usam apps, fazem webinars e conferências online. Algumas empresas (a maioria dos modelos Híbrido e Marketing de Rede) até se orgulham de que você pode "gerenciar seu negócio por telefone". Para acompanhar, será preciso se conectar e ficar online. Veja o Capítulo 11 para saber mais sobre como administrar um negócio online bem-sucedido.

Compromisso com o desenvolvimento pessoal

Os esforços para construir sua visão, ser um melhor comunicador e desenvolver uma personalidade mais paciente ficam todos na categoria de *desenvolvimento pessoal*. Uma parte essencial de seu trabalho em vendas diretas é melhorar sua atitude, resiliência e suas habilidades interpessoais e de liderança.



DICA

É preciso perceber que, embora passar um tempo desenvolvendo essas habilidades pareça não ter um impacto imediato ou direto no negócio, isso faz uma diferença significativa em sua experiência e resultados. Ler livros, ouvir áudios motivacionais e buscar mais treinamento ajudarão em seu desenvolvimento pessoal.

Sempre rio com a imagem de uma criança entrando em um estábulo cheio de estrume gritando feliz: "Sei que tem um pônei por aqui!" Rio porque normalmente a vida tira esse otimismo de nós. O desenvolvimento pessoal é um modo simples de resgatá-lo. Se é um artigo de revista sobre como alguém superou as adversidades para alcançar um sonho ou um podcast que ajuda a lembrar princípios já conhecidos, o material de desenvolvimento pessoal realmente nos lembra que coisas boas acontecem quando não desistimos.

Ficar cercado de pessoas que você deseja imitar e observá-las melhorará suas habilidades. Todo dia é um novo dia. Não importa o que fez ou deixou de fazer ontem, você tem um novo começo.



DICA

Seja persistente, paciente, ajude outras pessoas, tenha a mente aberta, desenvolva uma atitude positiva e irá longe!

Modos Diferentes de Administrar Seu Negócio

Um dos aspectos mais empolgantes da venda direta é a flexibilidade e as várias opções disponíveis. De fato, você deve usar vários métodos diferentes de tocar o negócio e gerenciar novos contatos (*tocar* significa interagir). Quanto mais coisas diferentes você experimentar, mais criará uma grande base de lucro que o sustentará e mais atrairá um número maior de futuros membros da equipe. Gerencie o negócio de vários modos e verá opções para agradar os futuros clientes, que podem não ser exatamente como você.

Recomendo que escolha alguns métodos favoritos entre as opções dadas nesta seção e experimente. Mantenha as outras em mente. Então, se chegar um dia em que novas oportunidades estão diminuindo ou você precisa de mais agendamentos, poderá rever as opções para ter ideias sobre outros modos de expandir o negócio.

Apresentações ao vivo e reuniões em casa

Quando as pessoas participam de uma reunião ou interagem com outros convidados, sentem muita energia circulando devido ao tempo que passaram juntas. O equilíbrio certo da diversão, da animação por ver amigos fazendo compras parecidas, das informações fornecidas na apresentação rápida e o bônus extra do conselho especializado se combinam para criar a aprovação social mencionada antes neste capítulo. Essa aprovação pode gerar boas vendas, resultar em mais agendamentos e até facilitar o recrutamento de novos membros da equipe. Por experiência própria, fazer reuniões regularmente resulta em maiores vendas e recrutamento.

Feiras e eventos do revendedor

As feiras podem ajudar a entrar em contato com sua comunidade e encontrar pessoas inacessíveis de outro modo. Veja algo surpreendente: descobri que eventos menores e mais baratos dão um retorno maior no investimento.

Também descobri que há um ingrediente-chave para gerar sucesso: decida sobre a finalidade do evento em particular. Se é para conseguir agendamentos, não foque a venda do produto. Concentre-se em interagir com as pessoas para fazer o agendamento. Isso significa que é muito provável que você só precise mostrar o produto e uma pequena quantidade de pessoas para vender. Seu foco estará na criação de urgência de agendar uma reunião com você, talvez com uma oferta *Agendar Hoje*.

Caso a meta seja ganhar o bastante para pagar o estande conforme expande seus contatos, desejará focar a venda do produto que tem em mãos. Você terá melhores resultados se, em vez de trazer seu catálogo ou vários itens, oferecer a opção específica *Oferta do Dia*. A Oferta do Dia é um item particular ou uma coleção de itens que você destaca para esse determinado evento. Você terá um estoque para "pagar e levar" para pessoas que visitam seu estande.

Se seu objetivo for recrutar, monte uma cesta de brindes para enviar ao novo membro da equipe e assegure que todas as conversas incluam a mensagem "Estou buscando pessoas para se juntarem a mim".

Reuniões de eventos

As reuniões de eventos são uma nova mudança interessante nas reuniões em casa que foram o bastião do setor Party Plan por décadas. Elas são feitas fora de casa e estão ficando cada vez mais populares. Há dois tipos básicos: feitas no escritório, no restaurante ou na cafeteria, e as realizadas em parceria com um estabelecimento comercial. O primeiro tipo existe há anos. É apenas uma reunião particular feita em um espaço diferente.

O segundo tipo parece estar ganhando popularidade, pois mais lojas estão começando a se juntar com representantes mensalmente. Uma boutique, academia ou livraria pode querer representantes que oferecem amostras de chá ou alimentos, ou até um produto não relacionado, mas ainda não concorrente. Talvez uma cafeteria goste de convidar representantes de joias, vestuário ou empresas de decoração de casa para mostrar seus produtos.

Por exemplo, um café perto da minha casa tem uma reunião diferente por mês, exibindo um panfleto todo dia até o evento. Eles deixam que o representante selecionado prepare uma apresentação dos produtos; os donos do café e os representantes me disseram que adoram.

Como tanto a frente da loja e o representante promovem o evento, ele se torna um mix de clientes. Os clientes do representante voltam à loja, e os clientes da loja também se tornam clientes dele.

Quer mais exemplos? Lojas de eletrodomésticos deixam que representantes de utensílios de cozinha façam demonstrações de preparo. As academias de mulheres adoram fazer parceria com suplementos nutricionais e representantes de produtos para perda de peso. Algumas boutiques que não têm joias deixam que os representantes de joalherias preparem suas apresentações e atendam a clientela durante fins de semana estratégicos. Bibliotecas são conhecidas por permitir que representantes de alimentos e bebidas distribuam amostras durante as leituras de livros. O segredo é o estabelecimento fornecer um valor agregado aos clientes, também usando seu negócio para levar mais pessoas até o local. É claro que o benefício extra para você é a exposição a uma nova clientela.

Marketing e reuniões online

Ultimamente, um dos aspectos mais procurados da venda direta é o benefício de fazer negócio online. Não resta dúvidas de que as reuniões online podem oferecer um grande impulso ao seu negócio. Elas permitem alcançar pessoas fora de sua vizinhança em geral com a conveniência de cobrir suas responsabilidades em casa enquanto aparece no computador para organizar uma reunião online no Facebook.

Quando se trata de fazer uma ótima reunião online, você usa exatamente as mesmas habilidades da reunião em casa. A diferença está em como as utiliza. Para ter sucesso nas reuniões virtuais, é preciso interagir com os convidados, ser divertido e mostrá-los como seu produto realmente atende a uma necessidade deles. As reuniões online bem-sucedidas também demonstram por que organizar uma reunião é empolgante e recompensador, além de como se tornar um representante atende uma necessidade de cada convidado.



DICA

Você descobrirá que fazer uma combinação de reuniões virtuais e presenciais é geralmente a melhor opção para você e seus organizadores. Você pode precisar estar em casa certa noite ou a pessoa pode achar que a casa dela não é grande o bastante para uma reunião presencial; esse é um ótimo momento para utilizar uma reunião online. Você não precisa sair de casa, pode colocar as crianças na cama, sentar e fazer a reunião virtual. A pessoa não precisa correr para arrumar a casa, basta pegar o laptop e ajudar você a interagir com os amigos dela.

Captação de recursos

A captação de recursos é um mercado de US\$19 bilhões. A melhor parte dos programas de captação é que as pessoas querem apoiar a comunidade. A captação de recursos pode apresentar você e seus produtos a um público totalmente diferente. Muitas empresas oferecem um programa de captação que divide seu lucro normal para que grande parte dele vá para escolas ou organizações. Caso contrário, você pode desenvolver um programa próprio. Foque o oferecimento de uma dúzia de itens principais em um panfleto, em vez de usar o catálogo inteiro. Verifique se o recibo tem uma opção de cancelamento para o futuro contato e se os produtos são entregues com suas informações de contato incluídas. As pessoas oriundas de um contexto corporativo de longo prazo acham esse modelo de negócio muito positivo e interessante.

Novo atendimento

É uma parte do negócio que muitas pessoas deixam de lado e oferece uma quantia imensa de dinheiro para simplesmente ignorá-la. O *novo atendimento* é mais do que postar no Facebook "Estou fazendo um pedido, alguém deseja algo?" Novo atendimento é cuidar realmente do cliente, o que significa contatar os clientes por telefone com uma conversa simples e breve para assegurar que ele está bem e gosta dos produtos e determinar se ele precisa de mais ou gostaria de experimentar a oferta mensal.



DICA

Se sua empresa não oferece uma oferta mensal, crie uma para os clientes. Ou veja as compras anteriores de cada cliente e sugira algo personalizado. O novo atendimento pode se transformar em um fluxo de renda independente. Ganhei milhares de dólares em vendas focando apenas um dia da semana para o novo atendimento. Você também pode programar cerca de quinze ou vinte minutos por dia para essa tarefa.

Para obter mais detalhes sobre o novo atendimento, consulte o Capítulo 13.

Experiência de compra pessoal



DICA

Pense sobre fornecer um serviço além de vender produtos. Por exemplo, para as pessoas que vendem produtos para estoque de alimentos, você pode dizer a seus futuros clientes algo como: "Mediante uma taxa, posso vir e organizar sua despensa." Então o cliente paga e você aparece, mostra como organizar e quais produtos devem ser usados, e informa que ele pode usar a taxa como crédito para fazer pedidos. Os representantes que oferecem utensílios de cozinha podem se oferecer para melhorar as cozinhas. Os que oferecem roupas podem também oferecer serviços sazonais de organização do guarda-roupa. Para muitas empresas, é adequado oferecer o serviço duas vezes ao ano.

A compra pessoal pode não ser algo sobre o qual basear todo o seu negócio, mas é uma camada extra a adicionar. Embora você possa ter tempo para fazer uma reunião por semana, talvez no meio do dia seja possível oferecer algumas experiências de compra pessoal.



CUIDADO

Alguns representantes ignoram essa oportunidade. Eles não reconhecem que há pessoas que *não* farão uma reunião, mas *comprarão* seus produtos. Recentemente, ouvi por acaso uma conversa entre uma profissional de sucesso e uma representante ansiosa. Quando a futura cliente mencionou que adoraria que a representante a ajudasse individualmente, ela respondeu: "Você pode fazer uma reunião." Com as objeções da futura cliente, estava claro que ela não tinha interesse em organizar, mas *estava* pronta e queria comprar os produtos. A representante estava tão focada em persuadir a pessoa a organizar uma reunião, que perdeu a oportunidade de fazer o que poderia ter sido uma venda muito lucrativa.

Uma Breve História do Modelo de Vendas Diretas

Praticamente toda cultura compartilha uma herança de venda direta. O que é vendido diretamente para clientes varia segundo a época, o continente e a comunidade, mas em todo o planeta, desde o início da história, as pessoas vendem produtos para vizinhos e conterrâneos. Essas redes de comércio eram canais de distribuição de venda direta, muito parecidos com as empresas de vendas diretas atuais.

Caixeiros-viajantes

Mostrando suas mercadorias, vendedores se reuniam no centro do vilarejo ou da cidade, a comunidade vinha ouvir as apresentações, então comprava os itens de que precisavam. Alguns trabalhavam apenas em sua própria cidade, outros viajavam entre elas, buscando novos mercados e clientes.



LEMBRE-SE

O arquétipo do caixeiro-viajante é universal. Quando as pessoas precisam de algo e isso é levado até elas, essas pessoas compram. Basicamente, é uma tradição de longa data na qual se baseiam as vendas diretas modernas.

Posteriormente, conforme a prática evoluiu para atender às mudanças no modo como as comunidades e as famílias viviam, surgiu a venda de porta a porta. Com as reuniões em casa entrando em cena nos anos 1950, a imagem do caixeiro-viajante expandiu e incluiu outra: a profissional se aventurando para criar uma carreira diferente para ela (com Mary Kay ou Avon) e a dona de casa (com Tupperware) tendo renda para sua própria diversão, despesas extras ou complementar o orçamento da família.

Atualmente, com a internet e os smartphones, a demografia de quem ganha dinheiro com vendas diretas mudou de novo. Os denominadores comuns são um desejo por parte das pessoas de ter mais renda em seus próprios termos, maior flexibilidade e promover produtos e/ou uma oportunidade de negócio que elas amam.

A era da internet

Assim como os vendedores diretos ao consumidor se adaptaram com os anos às mudanças nas comunidades, os comerciantes diretos são um grupo resiliente. Com o passar do tempo, os métodos de vendas se desenvolveram para refletir as tendências da época, assim como as mudanças demográficas.

Desde as práticas de vendas de porta a porta de empresas como Fuller Brush e Avon, que permitiram às pessoas *comprar em casa*, até o surgimento das reuniões em casa, que permitiram aos convidados socializar enquanto compram e são servidos, e uma população crescente de mulheres ansiosas para sair de casa e ganhar seu próprio dinheiro, uma coisa é clara: conforme os tempos mudam, também mudam os métodos do comércio.

Hoje, a reunião em casa está firme devido à sua eficiência, mas as pessoas também podem administrar seus negócios totalmente online (mais no Capítulo 11). Muitos representantes podem gerenciar negócios bem-sucedidos e desenvolver redes e relações pela internet e em seus canais de rede social.

Além de facilitar muito fazer pedidos, enviar diretamente para os clientes, fazer relatórios de vendas e controlar sua renda com o software da empresa, a era digital abriu novos horizontes para se manter conectado, criando impacto e compartilhando informações valiosas (explico mais no Capítulo 11). Nunca houve uma época mais estimulante ou eficiente para se envolver em venda direta.

Novas tecnologias, apps móveis e canais de rede social surgem constantemente e estão mudando a forma como expandimos nossas marcas. As redes sociais, sobretudo Facebook, Instagram e Pinterest, estão mudando o modo como socializamos, compramos, vendemos, ganhamos dinheiro, fazemos negócios, trabalhamos com bancos e fazemos todo tipo de coisa. Posso continuar sem parar, pois, na realidade, as redes sociais estão mudando a maneira como fazemos *tudo*.

Assim, se o cenário comercial está mudando, temos que mudar. É simples. As redes sociais estão se tornando uma parte integrante do setor de vendas diretas, até mesmo no modo como nos comunicamos com o escritório da empresa, as equipes e os clientes.

O surgimento da venda social

Muito parecidas com Groupon, LivingSocial, Uber, Fabletics, Airbnb e vários outros empreendimentos de e-commerce, as vendas diretas são uma forma de *marketing de indicação*. A diferença é que muitas dessas empresas de alta tecnologia são novas no jogo, se comparadas com a venda direta, que conta com o marketing de indicação por décadas. Nos últimos anos, um novo termo vem circulando: *venda social*.

A venda social pode se referir a alguém que só quer vender socialmente para amigos e família, mas costuma ser usada para descrever pessoas que vendem principalmente pela rede social. *Venda social* é o uso das redes sociais para interagir diretamente com clientes e possíveis clientes. Plataformas como Facebook e Instagram dão aos representantes independentes a oportunidade de fazer amizades, ter visibilidade e responder perguntas.

Aprovação social é somente o peso de influência de um grupo de pessoas. Ela pode aparecer em comunidades online, ficar visível e entrar no jogo da venda social. Mas o principal exemplo do poder da aprovação social nas vendas diretas é o modelo *Party Plan*, que se refere a um modelo de vendas diretas focado em vender com eficiência para grupos de pessoas reunidas, ao vivo ou online, por um anfitrião que elas conhecem diretamente (o Capítulo 2 explica um pouco mais sobre os diferentes modelos de venda direta). Isso traz o poder da recomendação pessoal dos anfitriões para os produtos, junto com a captação e a facilitação da aprovação social. No ambiente da reunião, durante uma reunião online no Facebook ou em uma reunião tradicional em casa, assim que uma pessoa decide comprar, aumenta a probabilidade de que o restante dos convidados presentes também fará uma compra.

A venda social continua ganhando destaque e está começando a parecer um jeito moderno de fazer negócio. Com suas vendas diretas, você tem esse poder incorporado diretamente no modelo de distribuição.