

COMO AUMENTAR

EM 20% AS VENDAS
E EM
30% O PREÇO MÉDIO
SEM GASTAR NADA

Por Renan Kaminski
Tempo de leitura aprox.: 6min

4blue

Você já me conhece?

Meu nome é Renan Kaminski, e eu sou sócio da **4blue**, empresa nascida em 2009, especialista em finanças e gestão para pequenas empresas.

Sou o responsável pelo Marketing da empresa e nos últimos anos gerenciais campanhas onde investimos mais de 7 milhões de reais e faturamos mais de 30 milhões.



O que você vai aprender?

Neste e-book vou apresentar como eu e meu sócio, Aleksander Avalca, **aumentamos consideravelmente os resultados de nossa empresa há alguns anos.**

Mais especificamente, como aumentamos **em 20% a taxa de aceitação de nossas propostas** e em 30% o valor médio dos projetos. **Isso tudo sem gastar um tostão furado!**

Acompanhe comigo porque você irá aplicar esta técnica em seu negócio!

Rápida contextualização...

Para você se situar...

A 4blue, além de treinamentos e programas de aceleração, presta consultoria em gestão financeira para pequenas empresas.

Historicamente (desde julho de 2009, quando iniciamos), sempre tivemos uma taxa média de aceitação das propostas de 50%.

Ou seja, para cada 10 propostas apresentadas, fechávamos,

Rápida contextualização...



Depois de muito estudar sobre **como as pessoas tomam decisões**, chegamos a diversas técnicas de marketing e vendas de **custo praticamente zero**.

Uma delas, em especial, funcionou excepcionalmente conosco!

O Poder da Comparação



Essa técnica que funcionou muito bem é chamada de “**Poder da Comparação**”.

Muito possivelmente sua empresa já aplique esta técnica, **mas sem saber qual a sua verdadeira lógica e o quão poderosa ela pode ser.**

Imagine que...

... você está disposto a comprar a revista Pequenas Empresas
Grandes Negócios.

Procurando na internet, viu os seguintes valores:

- **Assinatura digital:** R\$ 60,00
- **Revista impressa + Digital** R\$ 120,00

Qual você escolheria?

Enquanto isso...

... um colega seu também estava procurando sobre assinatura de revista PEGN. **Mas ele encontrou uma opção um pouco diferente que a sua.** Esta foi a opção apresentada ao seu colega:

- Assinatura digital R\$ 60,00
- Assinatura da revista impressa R\$ 120,00
- Revista impressa + Digital R\$ 120,00

Qual será que ele escolheu?

A diferença parece quase mínima, né?

	Para você (viu 2 opções)	Para seu amigo (viu 3 opções)
Assinatura Digital	R\$ 60,00	R\$ 60,00
Assinatura da revista Impressa	X	R\$ 120,00
Revista Impressa + Digital	R\$ 120,00	R\$ 120,00

A diferença é quase máxima!

	Para você	Para seu amigo
Assinatura Digital	R\$ 60,00	R\$ 60,00
Assinatura da revista Impressa	X	R\$ 120,00
Revista Impressa + Digital	R\$ 120,00	R\$ 120,00

O cientista Dan Ariely apresentou estas opções para alunos do MIT. Para um grupo eram apresentadas duas opções de preços e para outro três.

Será que isso influenciava em sua escolha?!

O resultado do estudo foi esse:

	Duas Opções	Três opções
Assinatura Digital	68%	16%
Assinatura Impressa		0%
Impressa + Digital	32%	84%

Quando havia três opções de compra, 84% dos alunos escolheu a opção mais cara. Quando havia apenas duas opções, apenas 32%.

O resultado do estudo foi esse:

	Duas Opções	Três opções
Assinatura Digital	68%	16%
Assinatura Impressa		0%
Impressa + Digital	32%	84%

O número de pessoas que escolheu a opção mais cara foi 162% maior!!!

Por que isso acontece?

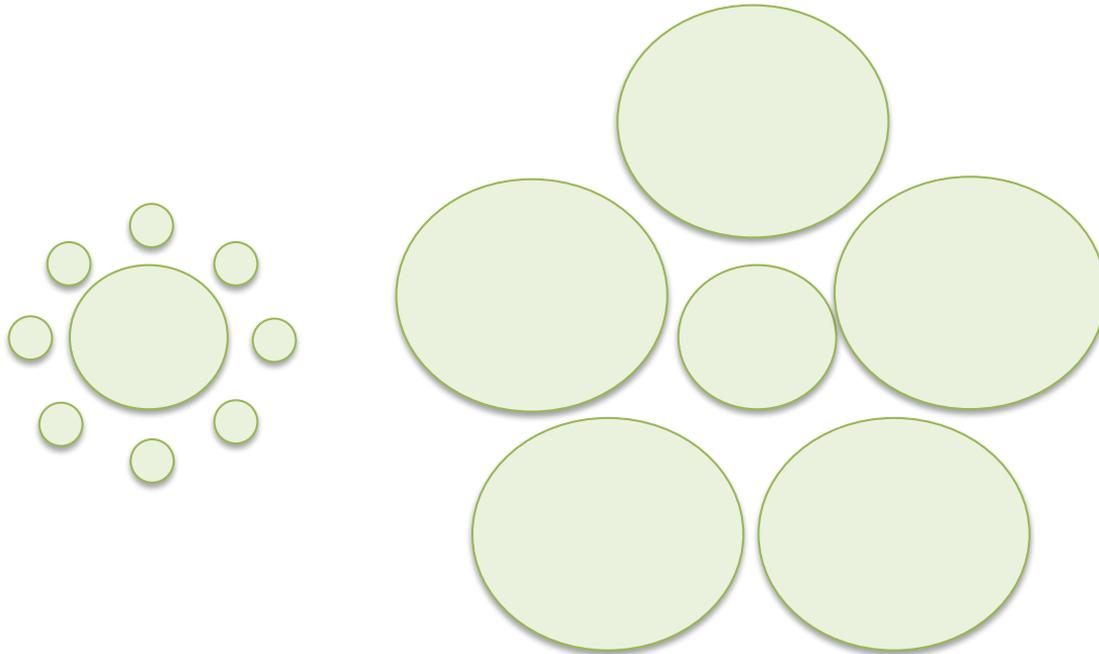
Não irei me aprofundar nas explicações (ficará para um segundo momento), mas a lógica é:

Nosso cérebro gosta de comparações. Nosso cérebro toma decisões com base em comparações.

Mais que isso: **ele gosta de comparações fáceis.**

Qual círculo central é maior?

O da **direita** ou o da **esquerda**?



Por que isso acontece?

Se você colocar seu dedo ali para comparar, **os dois círculos são exatamente iguais**, mas o ponto é: nosso cérebro trabalha por comparações.

Na esquerda, ele parece maior pois está sendo comparado com vários círculos pequenos. No lado direito, acontece o contrário.

Mas afinal, o que a 4blue fez?

Antigamente, a maioria das propostas que apresentávamos, continha apenas um projeto e um preço.

Depois de aprender sobre o poder da comparação, passamos a oferecer mais de uma opção de projeto.

Mas afinal, o que a 4blue fez?

Exemplo: um cliente nos solicita um projeto de Gestão Financeira. Antigamente apresentávamos apenas uma opção.

Agora apresentamos duas ou três opções de projetos:

Sem poder da comparação		Com poder da comparação	
Projeto de Gestão Financeira (3 meses)	R\$ 10.500,00	Projeto de Gestão Financeira (3 meses)	R\$ 10.500,00
		Projeto de Gestão Financeira (6 meses)	R\$ 16.900,00
		Projeto Gestão Financeira e Estratégica (12m)	R\$ 19.900,00

Aqui apresentávamos
uma opção de projeto.
Ou o cliente aceita,
ou não aceita.



Já aqui criamos uma comparação
entre projetos diferentes.
Inclusive com opções mais
avancadas do que ele solicitou.



Sem poder da comparação		Com poder da comparação	
Projeto de Gestão Financeira (3 meses)	R\$ 10.500,00	Projeto de Gestão Financeira (3 meses)	R\$ 10.500,00
		Projeto de Gestão Financeira (6 meses)	R\$ 16.900,00
		Projeto Gestão Financeira e Estratégica (12m)	R\$ 19.900,00

RESULTADO:

Nossa taxa de conversão aumentou e o preço médio também – visto que passamos a oferecer serviços mais completos e avançados

Com o Poder da Comparação, conseguimos...

20%

**de aumento na taxa de
aceitação de projetos**

30%

**de aumento no preço médio
de venda**

Esse estudo foi tema do meu TCC no MBA.

Resultado: um belíssimo 10 e sem ressalvas quanto ao trabalho!

^^

(reza a lenda que fui um dos únicos ^^2)

USP NPT FUNDACE

Espaço do TCC - 2
Estratégia 2 » TCC2 » Trabalhos com revisão » Etapa 8 - Reformulações Obrigatórias » Ver avaliação

Avaliação de Trabalho de Conclusão de Curso - Versão Final

Avaliação	
	segunda, 7 abril 2014, 11:54
	A nota é : 10.00 (Nota máxima 10)

Conclusão:

Você pode aumentar seus resultados apenas oferecendo boas e fáceis comparações ao seu cliente!

Isso também vale para produtos!



Você já foi em algum bar especializado em cervejas? Se sim, você sabe que existem **inúúúúmeras** opções.

Poxa que bacana! Sim! **Mas não.**

Quem não entende de cerveja, por exemplo, simplesmente não consegue se decidir direito!

Ou seja, o fato de ter comparações demais, atrapalha o processo de compra!

E quando lhe perguntarem...

“Como conseguir mais clientes pagando mais e sem gastar nada?”

Bom, já sabemos a resposta...

Basta usar o Poder da Comparação!

Curtiu?

Então confira outros e-books e materiais gratuitos em nosso site!

Clique aqui para acessar

E se não seguiu a gente nas redes sociais ainda, corre lá! :)



@4blueofici



4bluegesta



DIA 24/07 (QUINTA-FEIRA)

é sua melhor chance de participar do



MÁQUINA DE LUCROS

**E FAZER SUA EMPRESA CRESCER MAIS,
VENDER MAIS E LUCRAR MAIS**

**POR MENOS QUE O SALÁRIO
DE UM FUNCIONÁRIO**

(e que entrega muito mais: mentoria, treinamento, software)!

[CLIQUE AQUI](#)