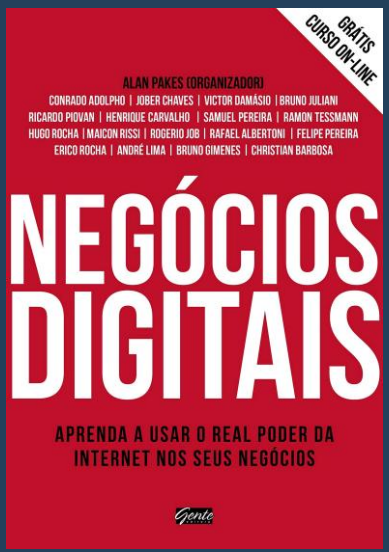


Negócios Digitais

Negócios Digitais
Ano de publicação: 2016
Autor: Alan Pakes
240 páginas
Link para compra: https://amzn.to/2lYhule

Publicado em 2016, "Negócios Digitais" traz o compilado dos relatos de 18 pessoas sobre como cada um deles tiveram experiências bem sucedidas no ramo digital.
Durante suas 240 páginas, o livro promete trazer inspiração para que você enxergue e crie novas oportunidades na rede e, assim, possa alcançar o sucesso!

Avaliação geral

8

8 Aplicabilidade
7 Inspiração
9 Inovação
8 Impacto no resultado
7 Estrutura

Principais ideias do livro

- O que são Negócios Digitais;
- Quais as novidades desse mercado;
- Qual é a estrutura de um negócio digital;
- Como ingressar nesse ramo.

Esse livro é indicado para quem?

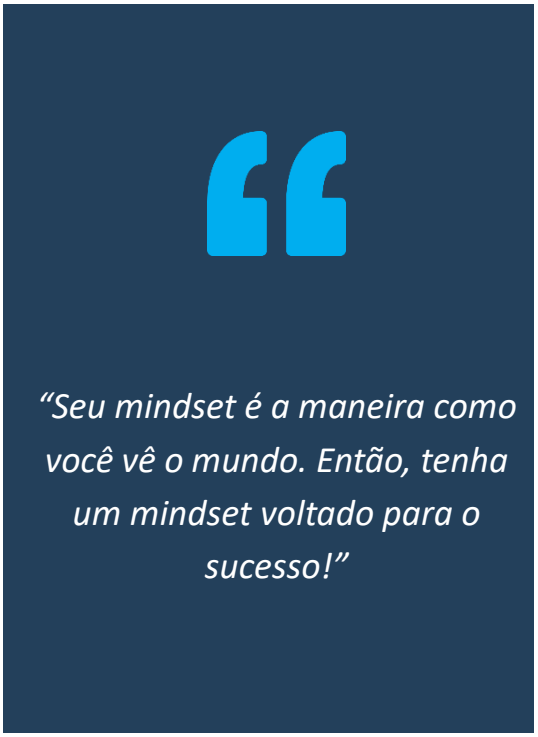
Hoje em dia, quase tudo tem relação com o mundo digital. Então, se você possui uma empresa digital, um site na internet, um blog ou trabalha de alguma forma com a internet, esse livro vai te ajudar bastante a entender como funciona esse mundo.
Durante a leitura, você vai ver ideias desde como conseguir o contato de clientes até a estruturação de um blog, passando por conceitos de marketing digital, promovendo uma gama de conhecimentos muito legal sobre o assunto.

Visão geral do livro

Overview: O que são Negócios Digitais?

A cada dia que passa novas tecnologias surgem, novas possibilidades são identificadas e novas oportunidades criadas. Adaptando-se a essa realidade, as empresas investem cada vez mais na internet e no mundo digital.

Assim surge o conceito de “Negócios Digitais”, ou seja, negócios fundamentados no mundo digital, que se utilizam das ferramentas disponíveis para poder alcançar os melhores resultados.
Por isso, o autor traça 4 pontos principais para empreendimentos tecnológicos:



Atrair

A internet é um território muito amplo, sem fronteiras geográficas, com muitos concorrentes. Por isso, sua empresa deve estar em destaque para atrair novos clientes.
E para atrair pessoas, devemos focar em geração de valor, oferecendo conteúdos que terão alguma utilidade para essas pessoas e farão com que sua marca seja reconhecida.

Junto a isso, as redes sociais surgem com um papel de apoio e divulgação, pois redes como Facebook e Instagram tem uma fluxo de pessoas gigante, colaborando para a visibilidade da marca.

Preparar

Após atrair os clientes, é preciso prepará-los para a venda e conduzi-los no decorrer do seu funil de vendas, para que eles possam se tornar oportunidades de negócio e estejam prontos para comprar o seu produto.
O grande objetivo é transformar os visitantes em pessoas que não conhecem seu produto e podem não conhecer sua marca, em pessoas prontas para comprar.

Vender

As vendas são os pilares que sustentam qualquer negócio. Por isso, nos negócios digitais, você também precisa focar em conquistar seu cliente e mostrar que você tem a solução certa para ele, guiando-o rumo à venda do seu produto.
Nos próximos tópicos, poderemos aprofundar ainda mais nesse aspecto.

Automatizar

O último passo é automatizar esse processo, fazendo com que a tecnologia seja usada a seu favor e, assim, possa tornar todas as etapas mais fáceis e mais ágeis, de forma que contribua para alcançar resultados positivos.

Overview: Histórias Digitais

Todas as histórias contadas no livro se interligam de alguma forma, pois cada uma trata de assuntos distintos, mas que constituem uma estrutura presente nos negócios digitais.

Por isso, a partir de agora apresentarei para você uma história relativa a cada etapa dessa estrutura e, ao final, poderemos perceber as formas de conexão entre elas.

Mindset

O primeiro relato apresenta o "modelo mental dos empreendedores de sucesso". O livro afirma que grandes empreendedores possuem características em comum, o que permite definir este, como o autor diz, *mindset* empreendedor.

Como resultado desse *mindset*, podemos extrair as seguintes características:

- Foco na resolução de problemas;
- Inteligência emocional;
- É preciso ter objetivos claros;
- Um empreendedor precisa ter foco no que realmente é importante para o negócio.

Aliado a esses pontos, o livro apresenta 3 perguntas que você deve fazer a si mesmo: o que é sucesso para você? Quais são seus objetivos? E quais são as metas para chegar lá?

Respondendo-as, você já terá a estrutura para desenvolver seu *mindset*.

Estrutura Inicial

Um negócio digital precisa ter uma estrutura. Por isso, os relatos que vamos analisar agora trazem, principalmente, dicas de como desenvolver a estrutura do seu empreendimento.

O ponto inicial apresentado pela obra é que, para construir sua casa, construa em terreno próprio e não em terreno alugado. Nessa metáfora, a casa é seu negócio virtual e em um terreno próprio você cria as suas próprias regras e não depende de terceiros.

No processo de construção da sua página, várias dúvidas surgirão, para decidir qual página é mais efetiva, onde deve-se colocar foto, qual modelo de página converte mais.

O autor do relato explica, então, que duas páginas são essenciais para seu negócio digital: a página de inscrição e a página de vendas.

A **página de inscrição** é onde você vai conseguir formar sua lista de contatos (vamos abordar isso em outro tópico). Para isso, é oferecida uma recompensa em troca do e-mail das pessoas.

Já a **página de vendas**, como o próprio nome diz, é onde os consumidores poderão comprar seu produto.

Com essas duas páginas, você já deu o primeiro e principal passo para o desenvolvimento da estrutura inicial do seu negócio.

Tráfego

Com sua estrutura montada, você precisa ter público para visitar seu site e criar um tráfego de visitantes, o que é indispensável para o sucesso da sua marca.

Para conquistar essa audiência, o livro sugere as seguintes dicas:

- Conheça seu público e sempre forneça conteúdo focado nas necessidades deles;
- Mesmo sendo online, é preciso fortalecer o contato humano;
- Depoimentos de clientes satisfeitos são a chave para atrair novos interessados;
- Desenvolva suas postagens em redes sociais, criando o engajamento dos clientes com a marca.

Seguindo essas recomendações, você conseguirá criar um vínculo maior com os clientes, atraindo mais pessoas interessadas e aumentando as chances de conversão.

Lista

Ter uma lista significa ter o contato das pessoas com quem você e sua empresa podem se relacionar, para que, a partir disso, você possa desenvolver esse relacionamento e trilhar o caminho para o objetivo de **fidelizar** esses clientes.

Então, para atrair as pessoas certas, você deve utilizar ferramentas que permitirão a coleta de e-mail das pessoas interessadas. Por exemplo, e-mail em troca de recompensas, a inscrição em cursos gratuitos, o login no site, entre outras.

Conseguindo uma lista qualificada, partimos para a fase do relacionamento com esses consumidores, que veremos no próximo tópico.

Relacionamento

Você já tem uma lista de contatos formada, agora é necessário criar uma relação empresa-cliente para que haja uma aproximação entre ambos, tornando o processo de compra e venda mais fluido.

Quando falamos de relacionamento nos negócios digitais, a palavra-chave é **marketing de conteúdo**. Esse conceito consiste em, basicamente, nutrir o consumidor com conteúdos diversos, com a intenção de guiá-lo rumo à compra.

O livro apresenta 4 pilares desse “novo marketing”, que são:

- **SEO:** essa é uma estratégia que visa melhorar o posicionamento em sites de pesquisa, como o Google e, consequentemente, aumentar a quantidade de acessos;
- **Blog:** geração de conteúdo para conquistar a confiança do cliente e estreitar o relacionamento;

Certamente, o conteúdo é valiosíssimo no que se refere à utilização do real poder da internet nos seus negócios.

- **Mídias Sociais:** são a vitrine do mundo virtual, cabe a elas compartilhar o conteúdo e auxiliar na atração dos clientes;
- **E-mail:** a utilização do e-mail é bem ampla e vai desde a atração de pessoas para a sua lista, até a venda do produto. É importante saber a melhor forma de adequá-lo a sua empresa.

Esses são apenas alguns exemplos de como podemos nos aproximar dos clientes. O mais importante é que você saiba que quanto melhor e mais próximo o relacionamento com seu cliente, maiores as chances de conseguir chegar a um resultado positivo no final do funil de vendas.

Oferta

Com uma relação bem estabelecida com seus clientes, o próximo passo é ofertar seu produto. Por isso, o livro nos apresenta o conceito da Fórmula de Lançamento.

Muitas vezes, mesmo com uma boa relação criada com o cliente, as empresas não conseguem gerar um estímulo de compra adequado. Por isso, a Fórmula de Lançamento apresenta gatilhos mentais que auxiliam no processo de venda. Dentre eles, podemos citar:

- Mostre que você é **autoridade** no assunto, assim, conquistará a confiança dos consumidores e aumentará as chances de conversão;
- O senso de **escassez** faz as pessoas darem mais valor;
- Crie uma **antecipação** pelo produto, pois saber que algo importante está por vir aumenta a expectativa dos consumidores;
- **Converse** com seus clientes, pois isso desenvolve a atenção e o engajamento deles.

Esse modelo apresentado sugere também que o processo de venda seja estendido um pouco para que sejam realizados pré-lançamentos do produto, onde você cria uma expectativa e fornece informações iniciais para já estimular o cliente a comprar.

Vendas

Agora que você já sabe as dicas para ofertar seu produto e despertar o interesse do cliente, você precisa saber como vender. E para saber vender, é preciso usar as palavras certas.

Este relato nos apresenta dicas de como lidar com o cliente de forma a criar uma aproximação com ele e facilitar a prática da venda.

Nesse ponto, é preciso trabalhar 4 pontos:

- **Linguagem pessoal:** ter uma abordagem próxima com o consumidor;
- **Sentimento -chave:** descobrir porque o cliente está comprando seu produto;
- **Reforçar a dor:** é nesse momento que você deve mostrar que seu produto é a solução para os problemas do cliente;

- **Seu produto é a ponte:** é preciso entender que seu produto não é o objetivo do seu cliente, mas sim, a ponte para alcançá-lo, ou seja, seu produto vai permitir ao cliente chegar a esse objetivo.

Entendendo esses pontos, você terá uma proximidade maior com o consumidor no momento da venda e o guiará rumo ao seu produto, mostrando que ele vai ser fundamental para solucionar seus problemas.

Por fim, podemos dizer que passamos por todas as etapas, desde a concepção e estrutura da ideia, até a venda do produto. Seguindo essas sugestões que foram relatadas, é possível criar uma ótima estrutura para seu negócio digital.

O que outros autores dizem a respeito?

No seu livro "*Mindset*", Carol Dweck traz um estudo que se relaciona com o *mindset* empreendedor, onde ela afirma que pessoas que possuem um *mindset* de crescimento sempre buscam oportunidades de crescer, inclusive em tempos de grandes desafios.

Luiz Guimarães, autor do livro "Inove ou Morra!", afirma que hoje, estamos vivendo uma revolução digital com foco na tecnologia móvel, comunicativa, acessível, inteligente e global. E isso tem muito impacto nos negócios digitais.

Já o autor do livro "*Launch*", Jeff Walker aborda assuntos muito semelhantes a esse livro que estudamos agora, mas vale destacar os gatilhos mentais descritos com ele para realizar a venda, por exemplo, autoridade, escassez, simpatia e comunidade.

Certo, mas como eu posso aplicar isso na minha vida?

Agora nós já entendemos a questão teórica, chegou a hora de botar em prática!

- Desenvolva seu *mindset* empreendedor;
- Defina a estrutura da sua empresa digital;
- Forme sua lista de contatos;
- Crie uma relação com seus clientes;
- Saiba o que, como, quando e onde vender seus produtos;
- Foque na fidelização dos clientes.

Se você gostou desse livro, aproveite para conhecer nosso acervo completo com centenas de Pocketbooks dos maiores sucessos nas áreas de gestão, marketing e vendas, liderança, estratégia, desenvolvimento pessoal e empreendedorismo!

Clique e acesse agora: www.pocketbook4you.com

O conteúdo apresentado acima traduz a visão e análise crítica da nossa equipe de redatores, respeitando os fundamentos de propriedade intelectual no Brasil (artigo 8, inciso I). Nenhuma parte do livro está sendo copiada. São conteúdos únicos e exclusivos, sempre dando créditos aos autores e indicando o link para aquisição da obra completa. A PocketBook4You respeita o código de direitos autorais de acordo com o estabelecido na legislação brasileira, Lei 9.610/98. Este conteúdo é de propriedade exclusiva da PocketBook4You e está protegido pela Lei de Direitos Autorais em seus artigos 46, I, (a) e em seu artigo 47, isso porque não se trata de reprodução e também não lhe implicam qualquer descrédito, pelo contrário, o direito moral é protegido e, como ressaltado anteriormente, o leitor recebe um link para adquirir a obra. É proibida a reprodução deste material sem a autorização da empresa.