

OS MELHORES INSIGHTS SOBRE VENDAS POR INDICAÇÃO - PARTE 2

 rodrigonoll



**POR QUE INVESTIR EM
VENDAS POR INDICAÇÃO É A
MELHOR IDEIA PARA O SEU
NEGÓCIO NA CRISE?**

 **rodrigonoll**

POR QUE INVESTIR EM VENDAS POR INDICAÇÃO É A MELHOR IDEIA PARA O SEU NEGÓCIO NA CRISE?

Investir em Vendas Por Indicação é uma das melhores alternativas para minimizar os impactos da crise.

O mundo inteiro está passando por uma crise sem precedentes. A pandemia do novo coronavírus foi declarada no dia 11 de março pela Organização Mundial da Saúde (OMS).

Desde então, o mundo entrou em um colapso econômico e que deve ser o pior e o mais difícil das últimas décadas.

Além das perdas, muitos sofrerão as consequências dos efeitos na economia em nível global.

Especialistas já apontam que, boa parte desses impactos, acontecerá, sobretudo, nos pequenos negócios.



Isso porque, as medidas de isolamento social afeta diretamente trabalhadores informais e pequenos negócios que, geralmente, não têm reserva financeira e capital de giro para segurar suas finanças por muito tempo.

Apesar do cenário ser de muita ansiedade, o momento é de ter calma e estratégia. Uma dessas estratégias é justamente a utilizar das Vendas Por Indicação.

É justamente sobre como driblar a crise através das Vendas Por Indicação que vamos falar no artigo de hoje. Continue acompanhando.



QUAIS OS APRENDIZADOS QUE PODEM SER RETIRADOS?

As grandes crises fazem parte de um ciclo econômico que vêm seguidas por momentos de aceleração e oportunidades.

Provavelmente isso também vai acontecer neste momento pelo qual o mundo está passando. Por isso mesmo que é importante aguentar firme e tentar sobreviver a todo custo.

De preferência fazendo isso com inovação e assertividade.

A crise vai deixar alguns legados e é importante que você pense nisso. As empresas que há algum tempo entenderam que o meio digital era o caminho, elas devem manter a operação.

As chances de sobrevivência serão maiores para quem tiver clareza sobre isso, portanto, é importante que o conteúdo seja trabalhado, semeando o terreno para que a colheita venha depois.

Alguns paradigmas serão fatalmente quebrados.

Durante o isolamento, foram incorporados hábitos como estudar remotamente, se especializar através de conteúdos e, empresas que antes haviam resistência ao modelo home-office, foram obrigadas à implementar.

Com isso, diversas vagas não preenchidas podem começar a incluir candidatos que trabalhem à distância.



É HORA DE SE PREPARAR E INVESTIR EM VENDAS POR INDICAÇÃO

Se a sua empresa deseja espaço no mercado para conquistar o público, é certo que ela precisa buscar atualizações nas estratégias.

E essas atualizações serão fundamentais para o atual momento que o mundo está passando.

Uma dessas estratégias é justamente a utilização do Marketing de Indicação ou Vendas Por Indicação, também conhecido como Referral Marketing.

Esse tipo de estratégia tenho ganho cada vez mais abrangência quando implementada de maneira bem pensada e estratégica.

Feita de forma assertiva, ela se torna eficiente para qualquer tipo de empresa, seja ela do tamanho e área de atuação que for.

O Marketing de Indicação, por definição, é o **método de gerar vendas utilizando os seus próprios clientes atuais.**

Se os seus clientes estiverem satisfeitos com seu produto ou serviço, a tendência dele indicar a experiência positiva para amigos, parentes e conhecidos é muito grande.

Clientes que são indicados têm uma tendência muito maior à retenção e fidelização ao produto e serviço do que outros que vieram de outros canais de vendas.

Apesar da eficiência comprovada deste tipo de estratégia, as Vendas por Indicação são pouco lembradas e usadas na hora das empresas conquistarem novos clientes. Isso aqui no Brasil.

Isso porque os profissionais de marketing e empreendedores não se deram conta de que ele é um programa e não uma simples campanha ou ação isolada.

Um programa de indicações bem planejado pode mudar completamente a história do seu negócio, seja ele voltado ao B2B, B2C de qualquer segmento do mercado de produtos e serviços.

Os resultados constantes que ele pode trazer durante anos e anos.



UTILIZE SEUS CLIENTES ATUAIS PARA DRIBLAR A CRISE ATRAVÉS DO REFERRAL MARKETING

Eu sempre procuro definir as estratégias digitais através de 4 Forças do Tráfego e eu recomendo você ler [esse artigo](#) para entender o porquê.

A força do Tráfego por Referência é quando você usa toda sua base de clientes e leads atuais para gerar novas vendas e novos leads.

Não confundir com afiliados que tem uma audiência de terceiro e tem interesse financeiro, pois demanda comissão.

É a força que eu tanto falo por aqui.

A vantagem com as Vendas Por Indicação é que a estratégia não envolve dinheiro, não precisa trabalhar com descontos e não precisa trabalhar com terceiros no meio da relação que pode distorcer a mensagem.

Além disso, não precisa de mídia paga e você consegue acelerar ou desacelerar através de campanhas de ativação dentro do negócio.

Ou seja, você não precisa investir recursos que estão escassos diante da atual crise.

Ainda que eficiente, o Referral ainda é pouco utilizado no Brasil, tendo em vista o grande resultado que ele pode alcançar.

Esse é o grande momento de você utilizar seus próprios clientes para engajar o seu negócio.

Basicamente o Marketing de Indicação funciona da seguinte maneira, pela indicação, o cliente que já faz parte da sua base, recebe uma determinada recompensa, que pode ser produtos ou serviços de outras marcas, pacotes adicionais, assinaturas, entre outros prêmios.

Se você pretende a começar a investir no seu marketing de indicação com um programa de indicações é bom saber como os seus clientes veem a sua marca.

Faça uma pesquisa de métricas para descobrir quem são os seus promotores e detratores.

Desta maneira você conseguirá saber o que motivou o seu cliente a comprar de você com os primeiros e coletar retorno com os segundos.



FORTALEÇA O CONTEÚDO PARA PROMOVER SUAS VENDAS POR INDICAÇÃO

Use as redes sociais para fornecer conteúdo que possa mantê-los informados sobre tudo que envolve o serviço prestado pela sua marca.

A partir do conteúdo produzido direcionado às Vendas Por Indicação, você garante que seus seguidores permaneçam conectados e, dependendo do quanto se interessarem pelo conteúdo, podem inclusive compartilhá-lo com outros seguidores.

Existem diversos formatos de conteúdo para se produzir mas, se você quer uma dica, aposte na diversidade e interação.



Aproveite a proximidade que as redes sociais oferecem para otimizar também o seu atendimento ao público.

Lembre-se que o processo de vendas vai muito além da ação final tomada pelo consumidor.

A proximidade proporcionada pelas redes sociais permite que você consiga não apenas obter feedbacks imediatos do público, mas também dar a eles informações relevantes sobre o que sua marca tem a oferecer.

Essas informações podem ser fixadas em sua página ou então disponibilizadas a partir dos chats disponíveis nas redes sociais.



SEJA CLARO SOBRE TODOS OS BENEFÍCIOS QUE SEU PROGRAMA DE INDICAÇÃO VAI OFERECER

Falei sobre essa questão [neste artigo](#). Neste momento difícil do mercado, é necessário ser claro quanto aos benefícios que seu Programa de Indicação vai oferecer.

Isso traz confiança e um sentimento de vantagem no tempo de crise

Um dos maiores equívocos das empresas e profissionais de marketing é quanto à clareza do Programa de Indicações estipulado na estratégia.

Principalmente na hora de divulgar informações sobre a mecânica do programa. Isso acontecendo, obviamente não vão dar segmento com participação ativa, ou seja, não vão compartilhar com os amigos e parentes.

E como há disponibilidade de inúmeras formas de compartilhar sua estratégia, você precisa planejar qual ferramenta irá utilizar, dependendo das características do seu negócio.

Neste momento é hora de compartilhar nas redes sociais, mandar e-mails para grupos segmentados de clientes fiéis falando sobre o programa e sem esquecer do pós-venda.

Parece óbvio mas muitas empresas não sabem como fazer isso e acabam não tendo um bom resultado com o marketing de indicação, mesmo tendo um programa eficaz.

Seu cliente precisa saber sobre seu programa, e sobre de que forma ele se beneficiará, para que então ele comece a te indicar.

Quanto mais pessoas virem seu programa, mais pessoas vão compartilhar seu programa. Ele precisa ser visto, então quanto mais lugares você promover seu programa de indicações, melhor.



SEJA CLARO SOBRE TODOS OS BENEFÍCIOS QUE SEU PROGRAMA DE INDICAÇÃO VAI OFERECER

Uma excelente opção para você divulgar bem sua campanha é através de campanhas pagas.

Fazer propaganda nas redes sociais é barato.

Você pode testar sua campanha investindo um valor pequeno primeiro, e se tiver bons resultados investir mais depois.

E, caso você tenha uma empresa pequena, mesmo com valores pequenos você pode ter bons resultados.



Tanto o Facebook, quanto o Google Adwords (plataforma de anúncios do Google) possuem um guia para te ajudar a criar seus anúncios.

Além disso, campanhas nas redes sociais são uma ótima forma de promover programa de indicações, atingir um público altamente segmentado, e conseqüentemente ter uma maior chance de ter conversões.



O MARKETING DE INDICAÇÃO TAMBÉM É APLICÁVEL NO B2B

As mesmas regras e os mesmos comportamentos é que movem o consumo em um tipo de empresa e, sobretudo nos tempos de crise, é importante que esse tipo de negócio também de redescubra.

As pessoas vão nas empresas que vendem para os clientes finais, também vão participar daqueles que vendem para outras empresas.

Simple assim.

Empresas estão cheias de seres humanos e seres humanos indicam coisas uns para os outros.



Obviamente, a única coisa que você vai precisar fazer, é fazer um pouco diferente, por exemplo, as recompensas e mecânicas devem ser diferenciadas.

Se você segue o método que eu ensino na minha mentoria para os meus alunos, você vai se dar muito bem com isso.

No entanto, aconselho a você não ficar pensando que só porque você vê por aí os programas B2C que são focadas para pessoas, tipo Rappi, Yellow, os patinetes e Uber que dão descontos, somente eles que funcionam.

Os programas B2B são mais segmentados e com volumes menores. Porém, é uma das forças mais eficazes e que podem ser otimizadas com o tempo.



SE UTILIZE DAS VENDAS POR INDICAÇÃO PARA ENFRENTAR A CRISE COM CORAGEM

O mundo já mudou e é preciso que você esteja ciente disso.

As Vendas Por Indicação pode e deve ser o fator chave para você transformar a história da sua empresa.

Essa modalidade é um dos canais mais baratos e costuma trazer mais leads qualificados, afinal de contas, ninguém recomenda fraldas a quem não tem filhos.

Trabalhe com indicação dos seus clientes e leads atuais é muito mais negócio neste atual momento.

Na minha opinião e pelo o que eu tenho observado é que o Marketing de Indicação no infoproduto vai ser maior que o mercado de afiliados, sobretudo nesse momento de crise.

As quatro forças de tráfego são uma análise que eu faço sobre todos os canais de aquisição que um determinado negócio, profissional liberal ou pequeno empreendedor tem.

Uma coisa que eu descobri na minha experiência de trabalhar com mkt digital desde 2010, sendo executivo de várias empresas e head de startup é que quem mais cresce é quem masteriza a estratégia de canais, ou seja, quem tem vários canais colaborando para trazer resultado para sua empresa.

Não é quem tem um canal ou dois. E isso vale para o atual momento que estamos passando.

Aliás, pode ser que um ou dois sejam os melhores e mais eficientes, mas quem otimiza o processo é quem ganha o jogo.

Neste momento de crise, você está utilizando todos que estão à disposição da sua empresa ou só correndo atrás da máquina? Estou aqui para te ajudar nisso.

2020 é o ano do planejamento do seu negócio e você não pode deixar escapar as oportunidades que estão surgindo, independente do coronavírus.

Saia do usual e arrisque no certo. Seus clientes confiam no seu produto e no serviço. Aproveite esse momento.

Além de abrir a possibilidade de vender mais para seus próprios leads e clientes, incentive-os a indicar sempre.

É a melhor oportunidade e a mais barata, de crescimento e manutenção do seu negócio neste ano e nos outros que estão por vir.



**VENDAS POR INDICAÇÃO:
APRENDA FAZER COM 5
CASES DE SUCESSO**

 rodrigonoll

VENDAS POR INDICAÇÃO: APRENDA FAZER COM 5 CASES DE SUCESSO

Vendas por indicação é o que pode e vai salvar o seu negócio, sobretudo nesse momento de crise sem precedentes na qual estamos vivendo.

O mundo entrou em um colapso econômico e que deve ser o pior e o mais difícil das últimas décadas.

Além das perdas, muitos sofrerão as consequências dos efeitos na economia em nível global.

Especialistas já apontam que, boa parte desses impactos, acontecerá, sobretudo, nos pequenos negócios.

Isso porque, medidas de isolamento social afetam diretamente trabalhadores informais e pequenos negócios que, geralmente, não têm reserva financeira e capital de giro para segurar suas finanças por muito tempo.

Apesar do cenário ser de muita ansiedade, o momento é de ter calma e estratégia. Uma dessas estratégias é justamente a utilizar das Vendas Por Indicação.

Nesse capítulo analisaremos 5 cases de sucesso que te ajudarão a ter uma visão mais ampla de como o marketing de indicação pode levar o seu negócio para o próximo nível.



TOP 5 MAIORES CASES DE VENDAS POR INDICAÇÃO DA BASE VIRAL

A Base Viral foi fundada em 2017 por mim e foi através dela que eu consegui me tornar o maior especialista em Vendas por Indicação do Brasil.



Além disso, eu idealizei o conceito da 4ª Força do Tráfego, que tem por objetivo trazer resultados práticos e aumentar em até 10 vezes as vendas por indicação das empresas.

Listei 5 cases de muito sucesso que alcançaram resultados importantes com o meu método de Vendas Por Indicação.

GROWTH MACHINE

Analisando relatórios chegamos a conclusão de que o growth lab tinha quase 30% de vendas por indicação reativa, sem nenhum estímulo.



Com isso chegamos a conclusão de que existia uma oportunidade muito grande para aumentar essas vendas.

Com algumas reuniões de diagnóstico, foram passada tarefas muito claras para que ao cliente criasse seu próprio programa de indicações.

Dentro do projeto do Growth Lab, obtivemos para o cliente o melhor ROI (Retorno sobre investimento), chegando à incomparável a eficiência do valor do lead do valor da indicação para o valor do lead de compra de tráfego.

O valor de um lead do programa de indicação se tornou 1/10 do valor de um lead por tráfego pago.

A indicação logo se tornou o segundo maior canal de vendas do cliente. Tudo isso com 10% do custo dos leads por tráfego.



CHURRAS FLORIPA

Esse cliente já possuía muitas indicações, de amigos, clientes, seguidores. Entretanto, essas indicações não eram convertidas de uma forma profissional, e por isso implementamos uma estratégia concisa de Vendas por Indicação.

CHURRAS
FLORIPA

A estratégia utilizada foi a de **usar a autoridade no assunto para a conquista de novas indicações, o que tornou o cliente ser ainda mais influente no meio do churrasco.**

O resultado foi incrível, com muito crescimento da empresa e com muitos convites para eventos em outros locais do Brasil.

A partir daí, o cliente começou a fechar eventos maiores e descobriu o quanto era recomendável dentro do seu nicho de mercado.

O CORPO EXPLICA

Através da estratégia de Vendas por Indicação que estabelecemos para esse cliente, conseguimos viabilizar um lançamento com captação de mais de 30 mil leads só com um programa de indicação.



Só com essa programa, o canal de de indicação foi responsável por mais de um milhão em reais de vendas

Depois disso, o cliente começou a ter resultados muito exponenciais com custos de venda absurdamente baixos por conta desse programa e de indicação que foi criado.



No caso deste cliente, através da estratégia de Vendas por Indicação, conseguimos diminuir consideravelmente o custo dos leads.



Nas palavras do próprio cliente, Henrique Schmidt da Soliens:

“Depois que eu conheci o Rodrigo e a metodologia que ele passou pra gente o nosso negócio mudou completamente nós conseguimos diminuir entre um terço, um quarto do custo de lead que a gente tinha antes.

Eu recomendo demais os cursos e a melhoria dele, o Rodrigo é um profissional que pra mim é o maior especialista em marketing de indicação do Brasil, então é quem eu confio”.

EM CASA

Com esse cliente, através das estratégias de Vendas por indicação, foi conquistado um salto de 100 para mais de 5000 indicações mensais em 4 meses.



Segundo o depoimento do cliente, Felipe Witt, do site Em Casa:

“Conheço o Noll desde 2017 e desde 2017 o Noll já era uma referência em marketing de indicação, tendo gerado mais de 20 milhões de reais para a Sbtur. Com o nosso programa de indicação, saltamos de 10 parceiros para 7000 parceiros em apenas 4 meses. Também acredito que o aspecto mais importante a ser ressaltado é que a indicação se tornou o nosso canal de aquisição mais barato”.

Esses são apenas alguns dos cases cuja estratégia foi aplicada e que elevou consideravelmente os resultados de empresas, seja ela do tamanho que for.



OUÇA SEMPRE SEU CLIENTE

Fidelizar seu cliente trata-se de reconhecer e mostrar da melhor maneira possível sua satisfação em poder contar com ele.

O envio de um cartão de Natal, um brinde ou qualquer outro tipo de felicitação, são as pequenas coisas que fazem com que os clientes se lembrem da sua empresa.

Esse reconhecimento não apenas mostrará que você se importa, mas também abre portas para indicações para novos clientes, com o qual você pode moldar sua empresa para o futuro.

Portanto, não esqueça de combinar habilidades profissionais e pessoais para construir e manter esse relacionamento com seus clientes.

A internet e as redes sociais possibilitaram não só que os clientes encontrassem as informações que estão procurando em relação ao seu produto ou serviço, como também entrassem em contato com a empresa facilmente e por canais alternativos.

Ao mesmo tempo em que isso serve para estreitar o relacionamento entre marca e consumidor, também pode ser um problema quando as pessoas são ignoradas nessas plataformas.

É preciso que a comunicação seja uma via de mão-dupla.

Assim, você tem o compromisso de sentar e ouvir o que o cliente tem a dizer, independente do canal de comunicação que ele esteja utilizando.

Entende que eles podem apontar algum detalhe que passou despercebido e que talvez afete a satisfação de outros clientes no futuro.

As Vendas por Indicação é o seu maior trunfo de faturamento. Se você já vende por indicação, reforço meus parabéns a você.

Porém, proponho o desafio de você seguir minhas dicas para sair desse incômodo de pertencer a essa estatística de apenas 29%.

O potencial da estratégia é muito grande para você ficar limitado a apenas 3 pessoas a cada 10.

Entre em contato comigo que terei o maior prazer em ajudar você a alavancar de verdade os seus negócios.



EXEMPLOS DE MARKETING DE INDICAÇÃO PARA PROGRAMA EFICIENTE

 rodrigonoll

EXEMPLOS DE MARKETING DE INDICAÇÃO PARA PROGRAMA EFICIENTE

De todas as 4 Forças do Tráfego, o Marketing de Indicação é o que mais traz resultados práticos, sobretudo para o momento pelo qual estamos passando.

Se você ainda não sabe quais são as 4 Forças do Tráfego eu recomendo que você leia este [artigo aqui](#).

Hoje, eu quero dar a você alguns Exemplos de marketing de indicação para você formatar seu programa de forma eficiente.

Ao longo de todos os anos em que venho apostando nessa estratégia, eu consegui, junto aos meus alunos e mentorados mais de R\$ 25 milhões em faturamento.

E quer saber o melhor disso tudo? Sem precisar dar descontos, investir em anúncios, afiliados e utilizando apenas a sua base de clientes atuais.

Então continue lendo que eu vou passar alguns Exemplos de marketing de indicação importantes que você poderá aplicar no seu negócio.



COMO O MARKETING DE INDICAÇÃO PODE AJUDAR A AUMENTAR AS VENDAS?

Antes de mais nada, é preciso dizer que alinhar e definir estratégias de marketing são passos essenciais para qualquer tipo de negócio.

Eles devem ser pensados, sobretudo, para atingir o público e a persona ideal para uma comunicação direta e assertiva para canalizar energia e investimentos de forma correta para conversão.

Existem vários tipos de estratégia e cada uma delas tem sua peculiaridade, seja na forma orgânica ou patrocinada.

No entanto, é sobre o marketing de indicação que eu sempre venho falando, até mesmo por ser o maior especialista do Brasil no segmento.

Eu sempre bato na tecla de que a indicação é algo que faz parte da natureza do ser humano, ou seja, de todos nós.

E isso vem desde os primórdios quando os homo sapiens passaram a se comunicar de forma a indicar onde havia perigo ou comida, por exemplo.

Trazendo para o tempo presente, quem nunca indicou algum produto ou serviço para um amigo próximo ou familiar, não é mesmo?

Já que você já sabe disso, existe uma parte técnica que comprova a eficácia da indicação. Algumas pesquisas dizem que mais de 90% dos consumidores confiam muito mais na opinião de pessoas próximas do que em qualquer tipo de mídia de publicidade.

Porém, agora vem a parte importante. Apesar de quase todo mundo saber da eficácia da indicação, ela ainda é muito pouco utilizada de forma organizada.

Ou seja, muitos empreendedores estão deixando dinheiro na mesa, justamente por não terem criado um programa ativo de indicações. Recomendo você ler esse artigo para saber mais detalhes sobre isso.

Portanto, o marketing de indicação pode se tornar uma poderosa ferramenta de vendas (eu aposto que seja a maior!), com você se utilizando de um bom programa de indicações.

Continue acompanhando o texto para saber como você pode aumentar suas vendas através do Referral Marketing.



CRIANDO UM FUNIL DE VENDAS NATURAL

Como você já deve saber, o Funil de Vendas é um “objeto” fundamental para qualquer estratégia de marketing.

Através do funil é que a empresa pode metrificar o volume e a taxa de conversão do seu negócio, ou seja, o quanto de investimento de recursos e tempo você e seu time de vendas está gastando para converter em vendas.

Na visão do Marketing e Vendas de Indicação, esse funil acaba sendo construído de forma natural, pois a propensão dos novos clientes já chegarem até você com propensão de compra é muito maior.

Isso porque eles já vêm indicados por aquele cliente que já é seu e conhece seu produto ou serviço.



Eu sempre falo em meus treinamentos, cursos e artigos, do **Funil Ampulheta**. Eu chamo de ampulheta porque, ao contrário do funil tradicional, onde a venda é o último estágio a ser explorado, no Marketing de Indicação, o pós-venda pode e deve ser aproveitado.

No meu entendimento, a venda é apenas a metade do caminho, por mais que a venda tenha gerado lucro. Depois dela, há um horizonte infinito a ser explorado.

Isso inclui a oportunidade de você fidelizar o seu cliente com outros produtos e serviços, implantar estratégias de venda cruzada – também conhecida como “Cross Sell” e, principalmente, promover um atendimento de qualidade para seu cliente voltar a consumir com você o mais rápido possível.



PROMOVENDO A FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES

Sem dúvida nenhuma, o que o Marketing de Indicação promove, através dos programas de indicação para o aumento de vendas é justamente se utilizar da fidelização.

Vamos pensar juntos. Como eu falei aí em cima, o funil ampulheta abre a possibilidade de você continuar a jornada após a venda.

Isso porque a grande sacada de um bom programa de indicações é fazer você se utilizar das mecânicas e alavancas de vendas.

O mais legal de tudo isso é que algumas dessas mecânicas são perpétuas.

Só para citar uma delas é a clássica **“Indique e ganhe”**.

Basicamente, ela é promovida através da indicação dos amigos para que seu cliente obtenha benefícios exclusivos mediante indicação.

Dependendo das suas possibilidades, ele pode sempre ser beneficiado com pontos, brindes e outras formas de tornar participativa a ação de indicação dele.

Vale lembrar que essa é uma forma de você estreitar cada vez mais o relacionamento com ele.

Dentro das mecânicas, há uma muito legal que nada mais é do que a evolução do “Indique e ganhe”. Eu costumo chamar de escalada de prêmios.

Ou seja, consiste na melhora de prêmios e benefícios, conforme o seu cliente consegue indicar mais pessoas. Uma coisa muito importante que tem que ser frisada é a necessidade de você sempre lembrar o seu cliente de indicar.

Aliás, esse é um grande problema que acaba sendo cometido pela grande maioria dos empreendedores que implantam seu programa de indicação – falta de divulgação.

É muito comum que, apesar de existir o programa de indicação, o seu próprio cliente não saiba da existência dele. Atente-se sempre de lembrar que ele pode participar do seu programa e se beneficiar com isso.

Falei sobre esse e outros problemas que podem fazer seu programa de indicações falhar [neste artigo](#).



LIBERANDO A ENTRADA DE LEADS MAIS QUALIFICADOS

Ainda sobre o aspecto de não esquecer de lembrar seu cliente que seu negócio tem um programa de indicações, você precisa ensinar seu cliente a indicar.

Uma vez que ele conhece a mecânica e as regras do seu programa, na hora de indicar, é quase que certo que a grande maioria dos novos clientes serão leads muito bem qualificados.

Com isso, você já ultrapassa etapas importantes e demoradas do seu funil de vendas.

Vou voltar mais uma vez na máxima que, uma vez que o senso de indicar seja natural do ser humano, ele vai ajudar seus amigos e familiares a conhecerem o seu produto e serviço para agregar de maneira assertiva.

Portanto, construa uma identidade para o programa de maneira a facilitar a visão de como seu cliente vai enxergar o funcionamento e os propósitos da sua participação.



VALE A PENA INVESTIR EM UM PROGRAMA DE INDICAÇÃO?

Essa é uma pergunta que você mesmo vai ter que responder, partindo do princípio que você já tenha clientes satisfeitos com seus produtos e serviços.

Além disso, que eles são segmentados e, naturalmente, já têm o costume de indicar informalmente tudo aquilo que considera bom para seus amigos e familiares.

A resposta é óbvia né? **Claro que sim.**

Mesmo porque, você provavelmente já é indicado, no entanto, só precisa organizar o seu próprio programa conforme eu já falei para você.

Um bom programa de indicação vai aumentar o seu volume de vendas e o melhor – você não vai precisar investir em anúncios e sequer dar descontos.

Afinal, em tempos de crise como estamos vivendo, não podemos abrir mão de qualquer tipo de economia, não é mesmo?



VALE A PENA INVESTIR EM UM PROGRAMA DE INDICAÇÃO?

Essa é uma pergunta que você mesmo vai ter que responder, partindo do princípio que você já tenha clientes satisfeitos com seus produtos e serviços.

Além disso, que eles são segmentados e, naturalmente, já têm o costume de indicar informalmente tudo aquilo que considera bom para seus amigos e familiares.

A resposta é óbvia né? **Claro que sim.**

Mesmo porque, você provavelmente já é indicado, no entanto, só precisa organizar o seu próprio programa conforme eu já falei para você.

Um bom programa de indicação vai aumentar o seu volume de vendas e o melhor – você não vai precisar investir em anúncios e sequer dar descontos.

Afinal, em tempos de crise como estamos vivendo, não podemos abrir mão de qualquer tipo de economia, não é mesmo?

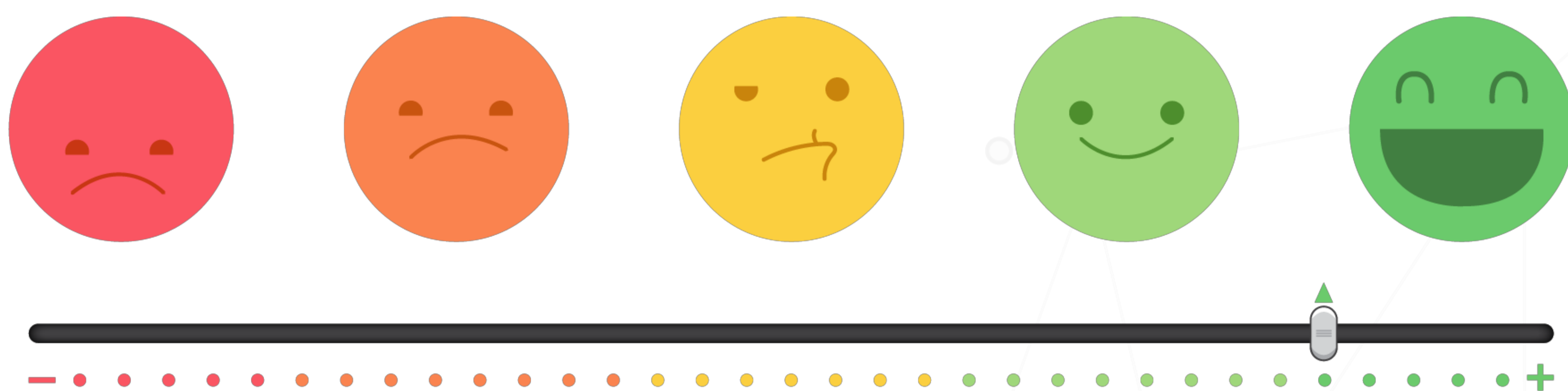


COMO MONTAR UM BOM PROGRAMA DE INDICAÇÃO?

Agora que você já tem quase todas as informações sobre Marketing de Indicação, você deve estar se perguntando como montar o seu programa.

Basicamente, o Método de Vendas por Indicação se define através de alguns passos importantes na sua formatação.

Antes de mais nada, é preciso descobrir quem são os promotores da sua marca. Para isso, se utilize do NPS (Net Promoter Score). A recompensa é o segundo passo. A recompensa é a gasolina do marketing de indicação. No entanto, é necessário oferecer prêmios condizentes com a persona e com a sua capacidade. Nada de subornar seu cliente, oferecendo prêmios que vai quebrar sua empresa. Premie com algo que agregue valor entre sua marca e seu produto.



A definição da mecânica também é importante. Neste momento, você precisa definir em que momento vai recompensar. Se é apenas pela indicação ou quando a venda for finalizada, por exemplo.

Como eu falei lá em cima, o terceiro passo é justamente a didática para com seu cliente. Você precisa ensinar ele a indicar. Por isso, tenha claro em seu programa uma espécie de manual nos seus canais de atendimento ao cliente. Vai ser fundamental para ele entender toda a dinâmica do seu programa.

O momento-chave também é um passo importante no seu programa. Ele é definido pelo momento em que o cliente está mais propenso a indicar. Eu sempre dou o exemplo da agência de turismo em que atuei.

Escolhemos o momento após a viagem, na qual o cliente esteja contente e satisfeito, para falar sobre o programa de indicações. Neste momento, como ele continua entusiasmado, as chances dele fazer indicações são muito grandes. Analise os melhores momentos e aproveite.



CURSO DE MARKETING DE INDICAÇÃO COM O MAIOR ESPECIALISTA DO BRASIL

Essas dicas acima são apenas o resumo de como você deve iniciar seu programa de indicação.

No entanto, eu aconselho a você se capacitar para extrair ao máximo as ideias e fazer a aplicação corretamente para um aumento efetivo das suas vendas.

Aproveitando meu conhecimento dentro do marketing de indicação, eu tenho ensinado diversos empreendedores na montagem e na execução dos programas.

Isso tem levado eles a **números até 10 vezes maior em vendas pelos meus cursos e mentorias.**

O objetivo é conduzir desde o primeiro passo até o último na construção de um Programa de Indicação lucrativo, previsível e escalável do zero, sem ter que dar descontos, nem investir em mídia paga e sem usar afiliados.

Nas mentorias, é feito um diagnóstico dos negócios e na estratégia de marketing que vem sendo usada, com identificação dos pontos cegos do negócio.

No curso online, o empreendedor será capaz de montar seu próprio programa de indicação absolutamente do zero para vender até 10 vezes mais. Esse curso está dividido em módulos com aulas curtas, simples e objetivas, para você absorver de maneira prática.



EXEMPLOS MARKETING DE INDICAÇÃO: CASES DE SUCESSO

Através da Base Viral, empresa que eu criei para realizar justamente para o trabalho de mentoria, foi idealizado o conceito da 4ª Força do Tráfego.

A 4ª Força do Tráfego que eu tanto falo é o tráfego por indicação, cujo potencial de trazer resultados práticos e aumentar em até 10 vezes as vendas por indicação é altamente alcançável.

Eu separei alguns cases importantes de alguns clientes que obtiveram resultados enormes com os programas de indicação que eu ajudei a implantar.

No caso da Growth Machine foram realizadas algumas reuniões de diagnóstico e formatadas tarefas claras e assertivas para o primeiro programa de indicações.

Como resultado, alcançamos o melhor ROI e a indicação se tornou o segundo maior canal de vendas do cliente, com apenas 10% do custo do lead por tráfego.

No Churras Floripa utilizamos a estratégia de autoridade no nicho para conquistar novas indicações e obter mais influência no nicho dos churrasqueiros. O cliente alcançou como resultado prático o fechamento de novos negócios através de eventos e recomendações vindas de muitos outros locais do país.

E você? Já vende por indicação mas nunca incentivou seus clientes a indicarem? Sente que poderia estar vendendo muito mais através dos seus clientes?

Conheça a mentoria Vendas Por Indicação com o Rodrigo Noll, o maior especialista do Brasil no assunto.

Mais de 300 mentorados satisfeitos, mais de R\$ 30 milhões colocados no bolso dos seus clientes.

[Clique aqui](#) e definitivamente crie um canal de vendas previsíveis, utilizando apenas os seus clientes atuais sem precisar gastar mais em anúncios nem contratar ferramentas caras. Poucas vagas disponíveis.

SAIBA MAIS





rodrigonoll

Follow



PARA MAIS DICAS,
DIÁRIAS SIGA-ME NO
INSTAGRAM!



20.451 views

🏆 Maior Especialista em Vendas por Indicação do BR

[View all 245 comments](#)

2 DAYS AGO