



# **O CICLO** **DO** **INEVITÁVEL**

*O livro do empreendedor*

**Marina Ribeiro**



# DEDICATÓRIA

## AGRADECIMENTOS

Eu dedico esse livro a Deus e ao meu marido Sandro, que sempre me apoiou, sempre me estimulou a ser mais do que ter, sempre acreditou no meu potencial e sempre insistiu para que eu compartilhasse o meu conhecimento com outros profissionais.

Agradeço a Deus por cada experiência vivida, sem elas não seria possível escrever esse livro, agradeço a meu esposo por sempre me apoiar, agradeço aos meus filhos que também sempre me apoiaram, agradeço a todos os profissionais que lerão e colocaram em prática as atividades desse livro!

Desejo a você caro leitor que faça uma excelente leitura e aproveite essas atividades, pois se eu soubesse elas antes eu teria alcançado meus objetivos muito mais rápido!!!

@oficialmarinaribeiro

**APROVEITE A LEITURA E COLOQUE EM PRÁTICA AS  
ATIVIDADES!!!!**

# MAPA INICIAL



## AUTOAVALIAÇÃO

*A auto avaliação serve para que você conheça a si próprio, o mapa inicial é uma ferramenta que pode mudar o jeito que pensa e age, através desse mapa que faremos um plano de ação, que se executado de forma persistente, pode mudar a sua vida!*

Quais são as minhas qualidades?

---

Qual meu objetivo pessoal?

---

Quais são as minhas fraquezas?

---

O que você mais valoriza na vida?

---

Qual é o seu maior sonho?

---

Qual foi a melhor coisa que aconteceu na sua vida até agora?

---

@oficialmarinaribeiro

LEMBRE-SE VOCÊ É A PEÇA PRINCIPAL!  
O SEU NEGÓCIO CRESCE A MEDIDA QUE  
VOCÊ CRESCE!

# MAPA INICIAL



***PENSAMENTOS GERAM SENTIMENTOS  
SENTIMENTOS GERAM AÇÕES  
AÇÕES GERAM RESULTADOS***

Tem tempo livre?  SIM  NÃO

Tem dívidas?  SIM  NÃO

Está feliz com seus resultados?  SIM  NÃO

Você se acha capaz?  SIM  NÃO

Esta dando o seu melhor?  SIM  NÃO

Se pudesse mudar algo o que seria?

---

---

Qual hábito pode mudar para evoluir?

---

---

Porque resolveu empreender?

---

---

Qual a sua motivação?

---

---

Qual foi o seu maior aprendizado?

---

---

@oficialmarinaribeiro

# MAPA INICIAL



***EU POSSO  
EU CONSIGO  
EU MEREÇO***

Qual é a sua maior dificuldade?

---

Quem são as pessoas mais importantes na sua vida?

---

## CONCLUSÃO

A conclusão é individual, não importa o que os outros pensam, e sim o que você viu que pode mudar, o que pode deixar para traz, para que seu novo eu floresça!

Você já tinha pensado nessas coisas antes?  SIM  NÃO

Qual foi a pergunta mais difícil de responder? Porquê?

---

O que você aprendeu sobre você?

---

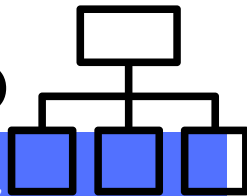
Como você se vê hoje?

---

@oficialmarinaribeiro



# ESTRUTURANDO



*Estrutura é o ponto mais importante, é dela que sai as tarefas e os objetivos, e o melhor a trajetória do CICLO DO INEVITÁVEL, é dela que traçamos um plano de ação! Vamos nessa?*

Para estruturar seu negócio você usará 2 ferramentas, o CANVAS, e a TABELA DE PERCEPÇÃO, ambos caminham juntos!

O que é **CANVA**?

É uma ferramenta de planejamento estratégico para inovar o seu negócio, através dela você consegue:

- Criar um negócio
- Planejar seu negócio
- Visualizar as funções do seu negócio
- Visualizar as atividades
- Analisar seu negócio
- Criar novas ideias

O que é **TABELA DE PERCEPÇÃO**?

É uma ferramenta de planejamento estratégico para definir o seu cliente, a sua persona, através dela você consegue:

- Definir seu público alvo
- Planejar conteúdo
- Planejar promoções
- Se comunicar da maneira correta
- Identificar as queixas do seu público
- Criar uma proposta de valor

É importante que as 2 ferramentas sejam impressas ou feitas em cartolina para que haja visualização diária! Defina um tempo de reavaliação das ferramentas, por exemplo daqui 7 dias!

# TABELA DE PERCEPÇÃO

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

*É uma tabela que possibilita você definir sua persona com mais facilidade, ao montar ela de forma correta você conseguirá perceber a dor do seu cliente, e conseguirá se comunicar com ele diretamente, poderá usar como um gerenciador de conteúdos.*

Na tabela nós vamos criar o antes e o depois, aquele famoso resultado que todo cliente pede! Então responda as perguntas do cliente antes de te conhecer e depois de realizar o procedimento com você!

## ANTES DE CONHECER VOCÊ?

1. TER: O QUE O CLIENTE TEM ANTES DE TE CONHECER? (DOR)(QUEIXA)
2. SENTIR: COMO O CLIENTE SE SENTE ANTES DE TE CONHECER? (FRUSTRADO)
3. COTIDIANO/ROTINA: QUAL É A ROTINA ANTES DE TE CONHECER? (DE MÉDICO EM MÉDICO)
4. STATUS: COMO AS PESSOAS ENXERGAM O CLIENTE ANTES DE TE CONHECER? (DOENTE)
5. RECONHECER: COMO ESSE CLIENTE É RECONHECIDO PERANTE OS DE MAIS ANTES DE TE CONHECER? (COITADO)

## DEPOIS DE CONHECER VOCÊ?

1. TER: O QUE O CLIENTE TEM DEPOIS DE TE CONHECER? (SOLUÇÃO)
2. SENTIR: COMO O CLIENTE SE SENTE DEPOIS DE TE CONHECER? (REALIZADO)
3. COTIDIANO/ROTINA: QUAL É A ROTINA DEPOIS DE TE CONHECER? (TEMPO LIVRE)
4. STATUS: COMO AS PESSOAS ENXERGAM O CLIENTE DEPOIS DE TE CONHECER? (SAUDAVEL)
5. RECONHECER: COMO ESSE CLIENTE É RECONHECIDO PERANTE OS DE MAIS DEPOIS DE TE CONHECER? (VITORIOSO)

@oficialmarinaribeiro

O CLIENTE DESEJA BOAS EXPERIÊNCIAS!



# CANVAS



*Foi criado por Alexander Osterwalder, para descrever como uma empresa que cria, entrega e captura valor, para ajudar empreendedores a descrever, desenhar, desafiar, inventar e reinventar o seu modelo de negócios. Ele contém 9 blocos que evidenciam os principais elementos de um empreendimento.*

Quanto mais informações maior a chance de você atrair o público correto ao seu negócio!!

## PARA QUEM?

### 1. Segmento de Clientes

Você vai colocar as informações sobre os clientes que o seu negócio atende. Seu público alvo, ou seja, sua persona, caracterize o máximo possível o seu público. Você vai perceber que tem mais de um público alvo e não tem problema. Mas faça um de cada vez para não se perder. Lembre-se, você está começando, não vai conseguir atender todo mundo.

## O QUE FAÇO?

### 2. Proposta de Valor

É o que você está oferecendo para o seu cliente, por esse motivo esse é o segundo campo que deve ser preenchido no canvas. Agora você já sabe quem é seu cliente e quais problemas ou obstáculos ele está enfrentando, a pergunta é: Como você resolve esses problemas? Ser direto na definição da sua proposta de valor facilita o entendimento do seu cliente, diga o que você faz e como você faz. Caso tenha mais de um público alvo, você deve criar uma proposta de valor pensando em cada um desses públicos.

@oficialmarinaribeiro

PLANEJAMENTO É O CAMINHO  
PARA ALCANÇAR A META

# CANVAS



NADA É DIFÍCIL SE DIVIDIDO EM  
PEQUENAS PARTES

Quanto mais informações maior a chance de você atrair o público correto ao seu negócio!!

## PARA QUEM?

### 3. Canais

Como você entrega o seu serviço para os seus clientes? Qual o meio de pagamento? Pense também nos canais indiretos, aqueles que não estão sobre o seu controle, mas são primordiais para o negócio dar certo. Entregadores são um bom exemplo de canal indireto.

## PARA QUEM?

### 4. Relacionamento com Clientes

Como você se relaciona com os seus clientes? Por onde eles descobrem que você existe? Pode ser via redes sociais, o seu site, campanhas patrocinadas, outdoor, sua fachada, etc. É importante para esse campo: como você atende seus clientes nesses locais. Você consegue receber dúvidas e feedbacks dos seus clientes por eles? Quem vai atender eles nas plataformas?

## COMO FAÇO?

### 5. Atividade Chave

São as atividades que não podem faltar no seu negócio, ou seja, o que você precisa fazer todos os dias, a pergunta é: Se eu deixar de fazer determinada atividade o meu negócio para? Se sim isso é uma atividade chave, por exemplo: vender, fazer campanhas de marketing, conseguir clientes, coloque até 5 atividades.

@oficialmarinaribeiro

**FAZER COM PACIÊNCIA É A CHAVE PARA  
TRANSFORMAR DESAFIOS EM  
CONQUISTAS.**

# CANVAS



## *VISUALIZAR E ESTRUTURAR ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIOS DE FORMA CLARA E EFICIENTE*

Quanto mais informações maior a chance de você atrair o público correto ao seu negócio!!

### COMO FAÇO?

#### 6. Recursos Chave

São todas as coisas que, se não existirem, o seu negócio para de funcionar, por exemplo: ter uma sede física para atendimentos, ter produtos, etc.. Apenas recursos que realmente sejam necessários, liste no máximo 5 itens.

### COMO FAÇO?

#### 7. Parceiros

Quem são seus parceiros de negócio? Quem são as pessoas que ajudam você com as suas metas de negócio. Importante: “as pessoas” é que são suas parceiras, você sempre tem contato com uma pessoa dentro das empresa, essa pessoa é seu parceiro e ela deve ser citada nesse campo.

### QUANTO?

#### 8. Estrutura de Custos

É tudo aquilo em que você precisa investir para que o seu negócio funcionar. O que é essencial para que o seu negócio se sustente? Esse é o seu recurso mais importante!

@oficialmarinaribeiro

**ORGANIZAR É O PRIMEIRO PASSO PARA  
TRANSFORMAR SONHOS EM REALIDADE**

# CANVAS



## *VISUALIZAR E ESTRUTURAR ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIOS DE FORMA CLARA E EFICIENTE*

Quanto mais informações maior a chance de você atrair o público correto ao seu negócio!!

### QUANTO?

#### 9. Fontes de Renda

Você deverá dizer: O que você ganha com isso?

Lembre-se: dinheiro é um dos princípios da administração, empresas são criadas para gerar lucro.

Esse lucro precisa ser sempre financeiro? Não claro que não! Quais são os ativos que você está gerando com o seu negócio? Quais deles você consegue converter em valor financeiro no futuro?

Aprendizado adquiridos com o projeto são um tipo de valor gerado, contatos dos seus clientes, desenvolvimento de soluções, etc. Pense quais são os seus ganhos e liste aqui.

Importante: descreva de maneira simples como você ganha dinheiro com esse negócio.

### IMPORTANTE!

#### REVISAR

É uma ferramenta de organização de ideias, faz você refletir sobre questões importantes do seu negócio enquanto preenche, muitos detalhes sobre a sua ideia aparecem enquanto você está preenchendo, então de tempos em tempos revise, veja se as coisas que você colocou nos campos ainda fazem sentido e sempre aprimore as práticas da sua organização tendo a visão ampla do seu negócio.

@oficialmarinaribeiro

**A REVISÃO É ESSENCIAL PARA AJUSTAR A ROTA  
REVISE SUAS ROTAS E REFAÇA SEUS CAMINHOS**

COMO FAÇO?

7.

5.

6.

O QUE FAÇO?

2.

4.

3.

PARA QUEM?

1.

8. 9.

QUANTO?

# METAS



*Temos 2 tipos de metas, a pessoal e a profissional, geralmente uma complementa a outra, as metas são os objetivos que você quer alcançar, vamos traçar suas metas juntas???*

## PESSOAL

São os objetivos que envolvem sua vida pessoal, como por exemplo a casa própria, um carro, uma cirurgia plástica, cursos, etc...

## PROFISSIONAL

São os objetivos que envolvem seu negócio, como por exemplo uma reforma, compra de equipamentos, contratação de funcionários, etc..

## REQUISITOS

*ESPECIFICO: é um objetivo claramente definido que detalha exatamente o que se deseja alcançar.*

*MENSURÁVEL: algo que se pode medir para alcançar*

*ALCANÇÁVEL: algo que é realista e pode ser alcançado nas condições que você tem*

*RELEVANTE: algo que é capaz de gerar resultados positivos*

*TEMPORAL: tempo que levará para alcançar as metas*

@oficialmarinaribeiro

# METAS



*FOCO \* DISCIPLINA \* DEDICAÇÃO  
\* CONFIANÇA \* MOTIVAÇÃO \*  
ACOMPANHAMENTO \* MUDANÇA \**

CURTO PRAZO

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

MÉDIO PRAZO

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

@oficialmarinaribeiro

# METAS



*FOCO \* DISCIPLINA \* DEDICAÇÃO  
\* CONFIANÇA \* MOTIVAÇÃO \*  
ACOMPANHAMENTO \* MUDANÇA \**

LONGO PRAZO

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

ANOTAÇÕES

---

---

---

---

---

---

---

---

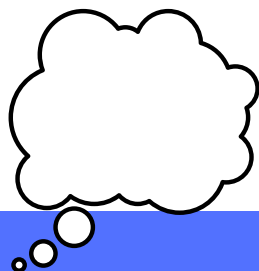
---

---

@oficialmarinaribeiro



# QUADRO DOS SONHOS



*É uma ferramenta de atração que ajuda o seu cérebro a criar um cenário positivo em torno dos seus objetivos. E essa positividade vai gerar ações que vão agilizar a realização dos seus desejos.*

## APLICANDO

Você pode fazer um quadro dos sonhos em uma cartolina, em um quadro de fotos, pode usar a criatividade a vontade.

Ele precisa estar a vista!

Revele fotos da suas metas por exemplo:

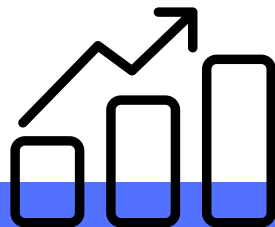
carro: onix preto 4 portas



@oficialmarinaribeiro

*A DISTÂNCIA ENTRE SEUS  
SONHOS E A REALIZAÇÃO  
É A AÇÃO*

# VALORES E PRECIFICAÇÃO



*DEFINIR OS VALORES E SABER PRECIFICAR SEU SERVIÇO É UMA TAREFA QUE TODOS OS PROFISSIONAIS DEVEM FAZER A FUNDO, VAMOS VER O QUE É VALOR E O QUE É PRECIFICAÇÃO???*

## VALORES

São os benefícios que o procedimento traz para o cliente e que ele reconhece como importantes para resolver seu problema. Quão valiosa pode ser aquela solução para seu cliente.

## PRECIFICAÇÃO

É um processo extremamente importante na vida do terapeuta que deseja obter lucros de seus atendimentos e crescimento de maneira sustentável. A definição de valor do serviço é essencial.

## IMPORTANTE

Errar no estudo da precificação de serviços ou não dar a devida importância poderá ser a diferença entre o crescimento ou queda financeira. Essa tarefa deverá ser realizada para cada serviço e produto disponível no seu negócio, para que você consiga ver o seu real lucro.

@oficialmarinaribeiro

*PREÇO É O QUE VOCÊ PAGA  
VALOR É O QUE VOCÊ LEVA*

# VALORES



*SÃO OS BANEFÍCIOS QUE O SEU CLIENTE TERÁ AO FAZER DETERMINADO PROCEDIMENTO, VOCÊ PODERÁ UTILIZAR A DEFINIÇÃO DE VALORES PARA OUTROS PROCEDIMENTOS, LEMBRANDO QUE ESSA ESTRATÉGIA PODE SER FEITA EM TODOS OS PROCEDIMENTOS E PRODUTOS, ELA TAMBÉM AJUDA NA HORA DE TREINAR A EQUIPE.*

## 1º PASSO

ESCOLHA UM PROCEDIMENTO

## 2º PASSO

DEFINA OS BENEFÍCIOS

EX.:

AUMENTA A AUTOESTIMA

MELHORA A TEXTURA DA PELE

FAÇA BEM FEITO PRA NÃO PRECISAR FAZER 2X

@oficialmarinaribeiro

OFERECER OS VALORES  
GERA FIDELIZAÇÃO

# PRECIFICAÇÃO



*SÃO OS PREÇOS QUE VOCÊ IRÁ COBRAR DO SEU CLIENTE, É UMA TAREFA ARDUA POIS NELA QUE CONTÉM SEU LUCRO, ENTÃO FAZER UM CÁLCULO ESPECÍFICO PARA CADA SERVIÇO É UMA GRANDE OPORTUNIDADE DE REVER SEU NEGÓCIO, OS CUSTOS E AS DESPESAS SÃO AS CONTAS A PAGAR.*

## 1º PASSO

**DEFINIR CUSTOS:** Serve para verificar o quanto você paga aos seus fornecedores, são relacionados a produtividade.

São eles:

- Mão de obra
- Energia
- Água
- Manutenção
- Matéria-prima (ex: Cone)
- Salário de funcionários

## 2º PASSO

**CALCULAR CUSTOS:** Serve para verificar o quanto você gasta por atendimento e serve para precificar seu serviço.

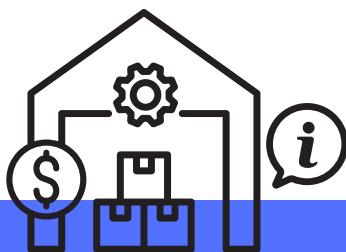
## OBSERVAÇÃO

Os custos podem ser fixos ou variáveis

@oficialmarinaribeiro

*CUSTOS EXISTEM PARA  
SEREM REDUZIDOS*

# AÇÃO DE CUSTOS



TODOS OS GASTOS RELACIONADOS A ATENDIMENTOS

## CUSTOS FIXOS

SÃO DESPESAS COMERCIAIS QUE NÃO DEPENDEM DA QUANTIDADE DE SERVIÇOS EXECUTADOS PELA EMPRESA, E SIM SÃO FIXOS.

SÃO ELES:

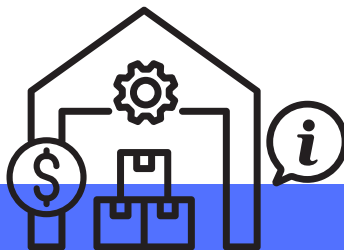
- ALUGUEL
- SALÁRIO DE FUNCIONARIOS
- ENCARGOS DE SALÁRIOS
- MANUTENÇÃO
- INTERNET
- SERVIÇO DE SEGURANÇA
- PRÓ LABORE
- TELEFONE
- CONTADOR
- DIARISTA
- TARIFA DE BANCO
- CONDOMINIO
- IPTU
- IMPOSTO

FAÇA UMA PLANILHA PARA FICAR MELHOR DE VISUALIZAR...

@oficialmarinaribeiro

*A contabilidade dos custos fixos é essencial para uma precificação precisa, garantindo a cobertura dos gastos. Isso assegura a lucratividade e a sustentabilidade do negócio.*

# AÇÃO DE CUSTOS



TODOS OS GASTOS RELACIONADOS A ATENDIMENTOS

## CUSTOS VARIÁVEIS

SÃO CUSTOS QUE MUDAM DE ACORDO COM A QUANTIDADE DE SERVIÇOS EXECUTADOS (ATENDIMENTOS)

SÃO ELES:

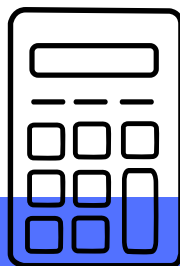
- ÁGUA
- ENERGIA
- MATERIAL DE ATENDIMENTO
- MATERIAL DE LIMPEZA
- IMPOSTO SOBRE VENDA
- REPAROS
- MATERIAIS ADMINISTRATIVOS
- PUBLICIDADE E PROPAGANDA
- COMISSÕES
- MATERIAL DESCARTÁVEL
- LAVANDERIA
- PRODUTOS

FAÇA UMA PLANILHA PARA FICAR MELHOR DE VISUALIZAR...

@oficialmarinaribeiro

*A precificação adequada é crucial para garantir a cobertura de custos e maximizar lucros. Além disso, influencia a competitividade e a percepção de valor no mercado.*

# CÁLCULOS



*É NECESSÁRIO CÁLCULAR OS CUSTOS FIXOS E OS VARIÁVEIS DO SEU NEGÓCIO PARA PRECIFICAR SEU SERVIÇO E OTIMIZAR A ECONOMIA, OU SEJA, TER MAIS LUCRO...*

## CUSTOS FIXOS

1. Primeiro identificamos os custos Fixos e somamos todos eles para ter um valor total
2. Faça a divisão do valor total das despesas fixas pela quantidade de atendimentos realizados (caso não tenha faça uma prévia de quantos clientes vai atender), teremos o valor do custo fixo de cada sessão individual.

**CUSTOS FIXOS ÷ QUANTIDADE DE ATENDIMENTOS = CUSTO FIXO POR ATENDIMENTO**

## CUSTOS VARIÁVEIS

1. Primeiro identificamos os custos Variáveis e somamos todos eles para ter um valor total
2. Faça a divisão do valor total das despesas variáveis pela quantidade de atendimentos realizados (caso não tenha faça uma prévia de quantos clientes vai atender), teremos o valor do custo de cada sessão individual.

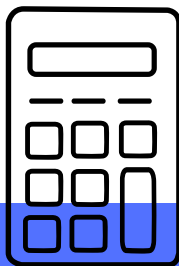
**CUSTOS VARIÁVEIS ÷ QUANTIDADE DE ATENDIMENTOS = CUSTO VARIÁVEL POR ATENDIMENTO**

*PARA FACILITAR VOCÊ PODE COLOCAR UMA META DE QUANTIDADE DE ATENDIMENTO POR EXEMPLO: 50 ATENDIMENTOS*

@oficialmarinaribeiro

**CUSTOS EXISTEM PARA  
SEREM REDUZIDOS**

# CÁLCULOS



*FAZENDO TODOS ESSES CÁLCULOS E FINAMENTE TEMOS O VALOR QUE COBRAREMOS DO CLIENTE EM CADA SESSÃO*

## LUCRO

Defina sua margem de lucro em porcentagem.  
(A recomendada é 40%)

## SESSÃO

Agora já sabemos tudo o que precisamos...

- Para calcular o valor da sua sessão basta somar o custo fixo por atendimento, o custo variável por atendimento e o seu lucro, assim teremos o valor que deverá ser cobrado pela sua sessão.

**CUSTOS VARIÁVEIS P/ ATENDIMENTO + CUSTOS FIXOS P/ ATENDIMENTO + LUCRO = PREÇO DA SESSÃO**

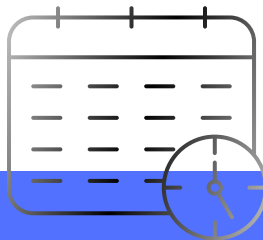
## OBSERVAÇÃO

Se você tem 40 tipos de procedimentos, deverá fazer um planejamento para cada um destes procedimentos.

@oficialmarinaribeiro

*LUCRO É MELHOR  
QUE SALÁRIO*

# PRAZOS



*DEFINIR PRAZOS É DAR VIDA A ATIVIDADE DIÁRIA, PREENCHA E DEIXE A VISTA ESSA PÁGINA, VOCÊ PODE COLOCAR NO SEU QUADRO DOS SONHOS*

## 3 MESES

Quanto tempo você irá dedicar por dia para captar novos clientes?

\_\_\_\_\_

Quantos clientes você precisa atender para ter lucro?

\_\_\_\_\_

Quanto tempo você vai dedicar para planejar os próximos 3 meses?

\_\_\_\_\_

Quanto tempo você vai dedicar para precificar corretamente todos os seus serviços?

\_\_\_\_\_

Quanto tempo você vai investir semanalmente para estudos?

\_\_\_\_\_

Quanto tempo você vai investir para treinar sua equipe?

\_\_\_\_\_

Que dia você vai reavaliar seu planejamento?

\_\_\_\_\_

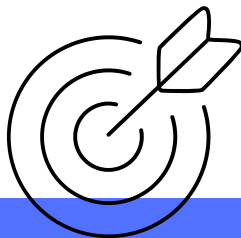
## OBSERVAÇÃO

**COLOQUE PRAZOS REAIS, NADA DE FICAR SE ENGANANDO E PROCRASTINANDO, ENTÃO FIQUE ATENTO AO PRAZO DE REAVLIAÇÃO!**

@oficialmarinaribeiro

*PRAZO SIGNIFICA  
TEMPO DETERMINADO*

# ESTRATÉGIAS



*É um plano de ação projetado para atingir um objetivo específico, ou seja, é a trajetória que você vai seguir para alcançar suas metas. Vou trazer 3 estratégias para que você possa criar a sua.*

A estratégia de faturamento é um conjunto de ações planejadas que visa maximizar a receita de uma empresa. Ela envolve a definição de preços, a segmentação de mercado, a promoção de produtos ou serviços e a otimização do processo de vendas.

Você pode criar uma estratégia promocional, onde seu cliente compra 2 serviços com um desconto, ou o cliente marca no instagram e ganha um desconto, você pode utilizar sua criatividade para fazer sua estratégia.

OBS.: PROMOÇÃO SIGNIFICA PROMOVER E NÃO DAR DESCONTOS EXUBERANTES

## EXTERNA

É uma estratégia para atrair um cliente novo ou trazer aquele que ainda é um lead.

1. QUAL O PROCEDIMENTO VAI PROMOVER:

2. QUAL VALOR VOCÊ COBRA NO PROCEDIMENTO:

3. QUANTO É SUA DESPESA COM O PROCEDIMENTO:

4. VAI INVESTIR EM ANÚNCIOS E PUBLICIDADE, QUANTO?

5. QUAL É O SEU LUCRO NO PROCEDIMENTO:

6. QUAL O MEIO DE PROMOÇÃO VAI USAR? (Ex: facebook, insta)

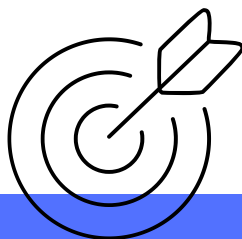
7. QUANTO TEMPO VOCÊ LEVA PARA REALIZAR O PROCEDIMENTO:

8. QUANTO TEMPO VAI INVESTIR NA DISTRIBUIÇÃO DA SUA ESTRATÉGIA EXTERNA:

@oficialmarinaribeiro

*A PROPAGANDA É A ALMA  
DO NEGÓCIO*

# ESTRATÉGIAS



*A estratégia de vendas internas é um conjunto de práticas e abordagens focadas em maximizar as vendas dentro da empresa, utilizando principalmente canais de comunicação. Essa estratégia busca o aumento de faturamento e a fidelização do cliente.*

## INTERNA

É uma estratégia para fidelizar seu cliente. para isso precisa definir:

1. QUAL O PROCEDIMENTO VAI DISPONIBILIZAR:

2. QUAL VALOR VOCÊ COBRA:

3. QUANTO É SUA DESPESA COM ESSE PROCEDIMENTO:

4. QUAL É O SEU LUCRO:

5. QUAL MEIO DE COMUNICAÇÃO IRÁ UTILIZAR:

6. QUANTO TEMPO VOCÊ LEVA PARA REALIZAR O PROCEDIMENTO:

## PA

É uma estratégia para aumentar o ticket do seu cliente através de produto ou procedimento agregado. para isso precisa definir:

1. QUAL O PROCEDIMENTO OU PRODUTO VAI AGREGAR:

2. QUAL VALOR VOCÊ COBRA NO PROCEDIMENTO OU PRODUTO:

3. QUANTO É SUA DESPESA COM O PROCEDIMENTO OU PRODUTO:

4. QUAL É O SEU LUCRO NO PROCEDIMENTO OU PRODUTO:

5. QUANTO TEMPO VOCÊ LEVA PARA REALIZAR O ATENDIMENTO:

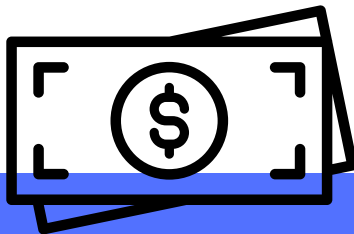
6. O MEIO DE COMUNICAÇÃO É A OFERTA PRESENCIAL

@oficialmarinaribeiro

*FIDELIZAR UM CLIENTE  
CUSTA 5X MENOS QUE  
ATRAIR UM NOVO.*

*PROCEDIMENTO OU PRODUTO  
AGREGADO AUMENTA  
O FATURAMENTO*

# FINANÇAS



*ELAS SÃO O CONJUNTO DE RECEITAS E DESPESAS, PRECISAMOS FICAR ATENTOS E REALMENTE EQUILIBRAR PARA NÃO QUEBRAR OU FICAR SEMPRE PREOCUPADO COM A FALTA DO DINHEIRO*

## COLETA DE DADOS

É o armazenamento das entradas e saídas do seu caixa, que podem ser colocadas em um caderno, ou sistema, ou aplicativo.

## ENTRADA

são todos os recebimentos que acontecem no seu dia.

## SAÍDA

são todos os gastos, pagamentos que acontecem no seu dia.

## FECHAMENTO

Para fechar o seu caixa é muito simples você vai SOMAR AS ENTRADAS para saber o total delas, vai SOMAR AS SAÍDAS para saber o total delas, e por fim vai DIMINUIR AS ENTRADAS PELAS SAÍDAS, assim você terá o fechamento do seu dia!

**AO FINAL DE TODO MÊS FAÇA O FECHAMENTO DO MÊS, NELE VOCÊ VERÁ SE REALMENTE SEU NEGÓCIO ESTA DANDO CERTO OU NÃO!**

## DICAS

- EVITE RETIRADAS DO CAIXA
- ESTIPULE UM PRÓ LABORE
- SEPARE O DINHEIRO EM ENVELOPES (CUSTOS FIXOS, CUSTOS VARIÁVEIS, RESERVA DE EMERGÊNCIA) (OU EM CONTAS SEPARADAS PODE SER UMA POUPANÇA)
- EVITE INVESTIR ANTES DE FAZER O FECHAMENTO DO MÊS
- COMPRE SOMENTE O NECESSÁRIO
- PESQUISE PREÇOS

@oficialmarinaribeiro

*O SEGREDO DA  
PROSPERIDADE FINANCEIRA ESTÁ  
NA EDUCAÇÃO FINANCEIRA*

# CAPTAÇÃO DE CLIENTES



*O SEU NEGÓCIO SÓ ACONTECE SE HOVER CLIENTES ENTÃO É IMPORTANTE QUE VOCÊ MANTENHA SEUS OLHOS NISSO, O FOCO DEVE SER TOTAL NA ENTRADA DE CLIENTES*

## CAPTAÇÃO ORGÂNICA

É a maneira que captamos NOVOS clientes SEM INVESTIMENTO FINANCEIRO, então pode ser por redes sociais ou por indicação boca a boca. Por exemplo:

- COMPARTILHAMENTO DA PAGINA EM GRUPOS
- COMPARTILHAMENTO POR MESSENGER
- ANUNCIO NO MARKETPLACE
- STORIES (VINCLADO COM O DO INSTAGRAM PRA NÃO PRECISAR FAZER 2X)
- CLIENTES NOVOS SEM INVESTIMENTO FINANCEIRO PELAS REDES SOCIAIS
- PUBLICAÇÃO EM GRUPOS MODO DISCUSSÃO
- PUBLICAR FOTOS, COM UMA BOA LEGENDA E #s
- ENVIO PELO DIRECT
- REELS
- COMPARTILHAMENTO NO WHATSAPP
- STORIES DO WHATSAPP
- OLX – GOOGLE – MERCADO LIVRE - PLATAFORMAS DE SERVIÇOS
- FICHA DE PÓS ATENDIMENTO (É UMA FICHA QUE APRESENTAMOS PARA O PACIENTE APÓS O ATENDIMENTO, VOCÊ PODE INCLUIR A PERGUNTA: COMO FOI SUA EXPERIENCIA COM O PROCEDIMENTO, SUPRIU AS EXPECTATIVAS?)

## OBSERVAÇÃO

TODAS AS FORMAS DE CAPTAÇÃO SÃO VÁLIDAS, O REAL OBJETIVO É TRAZER O CLIENTE ATÉ NOSSO ESPAÇO!

@oficialmarinaribeiro

*O MARKETING É A  
ALMA DO NEGÓCIO*

*CONHEÇA SEU PÚBLICO ALVO  
E FALE DIRETO COM ELE*

# CAPTAÇÃO DE CLIENTES



*AGORA SE VOCÊ JA ENTENDEU QUE O MARKETING É  
A ALMA DO NEGÓCIO É HORA DE INVESTIR...*

## CAPTAÇÃO PAGA

É a maneira que captamos NOVOS clientes COM INVESTIMENTO FINANCEIRO, então pode ser por redes sociais, agências de marketing, panfletagem, ou seja, tudo aquilo que você precisa investir. Por exemplo:

- FAZER IMPULSIONAMENTOS NAS REDES SOCIAIS
- CONTRATAR UM GESTOR DE TRAFEGO LOCAL
- CONTRATAR UMA AGÊNCIA DE MARKETING
- PARCERIAS COM INFLUENCIADORES LOCAIS

Obs.: você poderá fazer isso sozinha porém não recomendo por ser mais uma área para se desenvolver, ter um parceiro te gera tempo e dinheiro.

## ENCHENDO A AGENDA

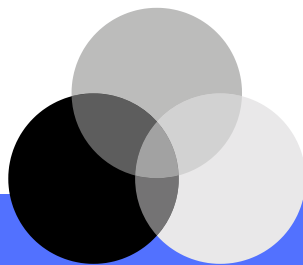
TODOS OS PACIENTES SERAM AGENDADOS POR:

- WHATSAPP, REDES SOCIAIS OU LIGAÇÕES
- ENTENDA A NECESSIDADE DO PACIENTE
- DOMINE O ASSUNTO
- FAÇA FECHAMENTO

@oficialmarinaribeiro

*ESTRATÉGIA DE CAPTAÇÃO  
É A BASE DO SUCESSO*

# PREPARAÇÃO



*PREPARAR SIGNIFICA: APARELHAR, ARRUMAR, ANTECIPADAMENTE, A PREPARAÇÃO FAZ PARTE DA ROTINA DO PROFISSIONAL SEJA ELA PESSOAL, PROFISSIONAL OU DO AMBIENTE*

## PESSOAL

- CABELOS SEMPRE LIMPOS E ARRUMADOS
- SE GOSTAR DE MAKE UMA MAKE SUAVE
- UNHAS SEMPRE LIMPAS SE POSSIVEL FEITAS
- UNIFORME SEMPRE LIMPO (JALECO)
- CALÇADOS SEMPRE LIMPOS
- PERFUME LEVE ( VC TRABALHA COM PUBLICO PODE ATENDER PACIENTES ALÉRGICOS OU SENSÍVEIS A CHEIROS)
- DECLARAÇÃO DE VITÓRIA (LER ELA NA FRENTE DO ESPELHO TODOS OS DIAS ANTES DE INICIAR SUA ROTINA DE TRABALHO)

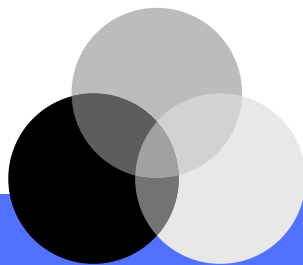
## PROFISSIONAL

- USE OS EPI's
- UTILIZE A BIOSSEGURANÇA SEMPRE A SEU FAVOR
- VERIFIQUE O QUE O PACIENTE QUER TRATAR ANTES DA SESSÃO E ESTUDE O CASO
- O QUE POSSO OFERCER DE DIFERENCIAL NO ATENDIMENTO (DICAS GRATUITAS, COMO POR EXEMPLO: ALGO QUE VÁ MELHORAR O RESULTADO DO PACIENTE)
- INSERIR UM MIMO DURANTE A SESSÃO, EU POR EXEMPLO INSEI UM CHA TERAPEUTICO RELAXANTE

@oficialmarinaribeiro

*A PREPARAÇÃO É A CHAVE DO SUCESSO E DA VITÓRIA*

# PREPARAÇÃO



ORGANIZAÇÃO GERA  
SEGURANÇA

## AMBIENTE

- BUSQUE DEIXAR SEU ESPAÇO A SUA CARA
- DECORE
- ARRUME
- ORGANIZE
- MODIFIQUE
- HIGIENIZE
- RENOVE

## SALA ATENDIMENTO

- ORGANIZE SUA SALA ANTES DO ATENDIMENTO
- DEIXE A VISTA APENAS OS MATERIAIS QUE IRÁ USAR DURANTE O ATENDIMENTO
- LOCAL COM MENOS POLUIÇÃO VISUAL TRAZ MAIS VONTADE DE AQUISIÇÃO E MELHORA O ATENDIMENTO
- CERTIFIQUE SE QUE NÃO ESQUECEU NADA PARA EVITAR SAIDA DA SALA, ASSIM EVITA DE QUEBRAR O HAPPORT
- PREPARE OS MATERIAIS DE ACORDO COM CADA ATENDIMENTO
- VERIFIQUE A MUSICA
- VERIFIQUE A TEMPERATURA DO AMBIENTE
- VERIFIQUE A HIGIENE DA SALA

@oficialmarinaribeiro

ORGANIZAÇÃO GERA  
SEGURANÇA

# ATENDIMENTO



*ESSE É UM MOMENTO QUE O CLIENTE DEVE RECEBER TOTAL ATENÇÃO, É O TEMPO DELE, DEVERÁ SER PREPARADO COM MUITO CARINHO, COM MUITO AMOR E MUITO PROFISSIONALISMO*

## PONTOS NECESSÁRIOS

- SAUDAÇÃO COM APRESENTAÇÃO EXCLUSIVA DA SUA EMPRESA
- AVALIAÇÃO (ANAMNESE)
- APRESENTAÇÃO - EXPLICAÇÃO (CHUVA DE INFORMARÇÕES)
- FECHAMENTO DE VENDA
- APLICAÇÃO DE PROCEDIMENTO
- FECHAMENTO DE ATENDIMENTO (FICHA DE PÓS ATENDIMENTO)
- AGRADECIMENTO
- ACOMPANHAMENTO

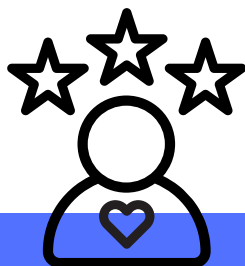
## ATITUDES IMPORTANTES

- POSTURA
- GENTILEZA
- EMPATIA
- COMPETENCIA
- SINCERIDADE
- DISPOSIÇÃO
- TRANQUILIDADE
- AGILIDADE
- BOA DICÇÃO
- DOMINIO DE ASSUNTO

@oficialmarinaribeiro

*ATENDER É SUPERAR  
EXPECTATIVAS*

# PÓS ATENDIMENTO



*É A PARTE DO ATENDIMENTO AO CLIENTE EM QUE REUNIMOS AS ESTRATÉGIAS PENSADAS PARA MELHORAR A EXPERIÊNCIA APÓS A SESSÃO REALIZADA, COM O OBJETIVO DE FIDELIZAR O PACIENTE*

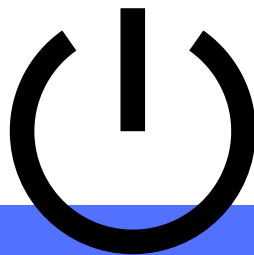
## PONTOS NECESSÁRIOS

- APÓS O ATENDIMENTO TER UMA FICHA PARA O CLIENTE PREENCHER ANTES DE SAIR DA SUA EMPRESA, UM FEEDBACK ASSIM É IMPORTANTE PRINCIPALMENTE PARA VERIFICAR O ATENDIMENTO DOS SEUS FUNCIONARIOS
- PRIMEIRO CONTATO APÓS A SESSÃO (FEEDBACK - SABER COMO O CLIENTE ESTA E PEDIR PARA AVALIAR O ATENDIMENTO, PODE SER NA PAGINA DO FACEBOOK OU ATÉ MESMO NO GOOGLE MAPS, BASTA VOCÊ ENVIAR O LINK PRA ELE VIA WHATSAPP)
- SEGUNDO CONTATO APÓS A SESSÃO É QUERER SABER COMO O CLIENTE ESTÁ APÓS O ATENDIMENTO, E SE FICOU COM ALGUMA DÚVIDA (PODE SER APÓS 5 OU 7 DIAS)
- LEMBRAR QUE ESTÁ PRÓXIMO DA PRÓXIMA SESSÃO PARA O PACIENTE RETORNAR E CONTINUAR O TRATAMENTO (CASO NÃO TENHA FECHADO UM PACOTE OU PLANO DE ATENDIMENTO)
- CASO TENHA FECHADO O PACOTE ENVIAR UMA MENSAGEM COM UMA IMAGEM BEM LINDA DIZENDO QUE ELE É SEU CLIENTE VIP E VC QUER PRESENTEAR COM UMA SUPER PROMOÇÃO (PROMOÇÃO INTERNA)
- ENVIAR PROMOÇÕES INTERNAS EXCLUSIVAS PARA

@oficialmarinaribeiro

*PÓS VENDAS É  
GARANTIR RESULTADOS*

# FIM...



*ESSE MATERIAL FOI DESENVOLVIDO POR MARINA RIBEIRO, COM OBJETIVO DE TRAÇAR O SEU CICLO DO INEVITÁVEL, O INÍCIO DO QUE PRECISA PARA TER UMA EMPRESA SUSTENTÁVEL E QUE CRESCE DIA APÓS DIA.*

QUEM É MARINA RIBEIRO



É empresária, mentora e instrutora, casada com Sandro, mãe de três filhos Isabelly, Davi e Leticia, Terapeuta, esteticista e estudante de biomedicina, que leva auto estima e beleza para os clientes e leva uma novo horizonte para empreendedores, compartilhando as experiências do dia a dia (para que outros empreendedores possam errar menos) e treinando profissionais para atingirem seus objetivos profissionais. Atualmente proprietária de 2 clínicas de estética. Apaixonada por desenvolver pessoas.

“Meu objetivo de vida é ensinar outras pessoas a crescerem e se desenvolverem como profissionais, isso me motiva diariamente.”

Me siga nas redes sociais:  
Instagram:

@oficialmarinaribeiro

**SEUS RESULTADOS SÓ  
DEPENDEM DE VC♥**

# QUER APRENDER MAIS?

*Conheça minha mentoria  
onde ensino na prática o  
crescimento profissional!*



- Mentoria completa
- Planilha de controle
- Exercícios e desafios



**CLIQUE AQUI**