

DES. 9014
— D I A S —

Aula 004

Chegou a hora de pensar no cliente

Data: 10.08.2019

Em nossa aula de hoje falaremos sobre encontrar ou descobrir o seu cliente ideal.

O que significa isso?

Seguindo aquela sequência onde uma aula torna a próxima mais fácil, nós falamos sobre suas crenças, sobre o seu momento presente, sobre o seu produto, e como isso se relaciona com suas habilidades e capacidades de transformar paixão em dinheiro. **De transformar conhecimento em dinheiro.**

Um monte de gente falou comigo depois da aula de ontem dizendo: - “Cara, eu não imaginava que eu já tinha um produto”. - “Eu não imaginava que eu já tinha alguma coisa para transformar em minha atividade”. - “Eu nunca pensei no que eu continuaria fazendo se eu fosse um bilionário.”

Acho que essa é uma das perguntas chaves para encarar e saber o que queremos fazer da nossa vida nos próximos anos: **O que você continuaria fazendo se fosse um bilionário?**

O que você faria se você olhasse a tua conta corrente e encontrasse 100 milhões de dólares? No primeiro dia você ia ficar louco, ia comprar uma casa, ajudar a tua família e ia ajudar todo mundo. Ia comprar um carrão para ficar passando com ele devagarzinho em frente ao posto, não é? Ia passar em frente a escola, onde todo mundo falou que você ia ser um gari e você ia dizer: - “E aí, quem é que está mal aqui?”

Mas depois de um tempo, quando o fogo baixasse, o que você iria fazer?

Provavelmente você iria voltar a trabalhar, iria voltar a produzir, iria continuar ajudando a si mesmo e a outras pessoas através de uma atividade produtiva. Você não ia ficar em casa no computador ou viajando o mundo pelo resto da tua vida.

A maioria aqui tem entre 30 ou 35 anos. Você não ia passar 40, 50 anos viajando o mundo. A real é que a gente acha que sim, mas, depois de um tempo percebe que não dá. Ia continuar trabalhando. E então, o que você ia fazer da tua vida? **Essa é a grande questão:** o que você faria da tua vida? Eu conversei isso inclusive com o Victor ontem, enquanto voltávamos de São Paulo. Eu disse:

- "Cara, o que nós faríamos com as propostas que nós temos se nós não precisássemos de dinheiro pelo resto da nossa vida? Se nós tirássemos o dinheiro da jogada?" Esse é o ponto!

E agora na aula de hoje nós **falaremos sobre clientes**. Por quê?

Porque nós temos uma série de deficiências em nossa formação. Como vendedores ou como empreendedores. Como pessoas que precisam, querem ou gostam de fazer dinheiro e de fazer negócios. Nós não fomos preparados, nós não fomos treinados para fazer dinheiro, mas sim para uma abstração pela busca do emprego perfeito. Isso é tão surreal! Você delega à outras pessoas o sucesso, a manutenção e a prosperidade da sua vida!

E assim, para fazer dinheiro você precisa que alguém te empregue e te pague. Para se aposentar, você precisa que o governo te assegure e te garanta. E detalhe, você sabe que o governo é incapaz de administrar até mesmo a reforma de uma ruazinha que fica atrás da tua casa, mas mesmo assim você quer que o governo tome conta dos últimos 20 anos da sua vida.



E nós também temos dificuldades de enxergar os nossos clientes. Eu tive dificuldade durante muitos anos.

E é o seguinte: a maioria das pessoas ganham o salário e gastam uma parte dele. Aí, quando chegar o próximo mês, elas ganham um salário e talvez gastem ou não. Não fomos preparados para negociar, para fazer grana e algumas pessoas nem foram preparadas para guardar. Mesmo aquelas que conseguem guardar um pouquinho durante anos, pode acontecer de ter uma doença, de perder um familiar, de acontecer uma catástrofe ou qualquer outro imprevisto. Se bater o carro ou roubar o carro justamente na semana que estava fazendo o seguro, **acabou!** O cara perde toda aquela reserva de anos e fica sem nada! Então essa pessoa **vive literalmente uma vida inteira pagando para comer.**

Você lembra do teu avô e de como ele dava duro. Ele trabalhava o mês inteiro e comprava carnes, queijos e aquelas coisas todas e ele chama-va isso de fartura. Isso já era uma grande conquista, um grande trabalho, e a grana dele ia praticamente toda para isso. E muitas vezes não tinha reserva. Era assim: estava rico, estava pobre.

Vocês conhecem alguém na família de vocês que sempre está rico-pobre, rico - pobre? Quando o cara está rico, fica cheio de amigos, faz churrascos e dá festas. E de repente, ele está pobre.

- "Ah, é porque ele perdeu o dinheiro, aí por isso ficou pobre."

Não existe nem uma transição. Ele está rico em um ano e está pobre no outro!

Agora ele está precisando de dinheiro emprestado. Aí de repente ele volta e está bem de novo. O cara está bem. – "Estou bem, estou bem! Está sobrando!" Está dando presentes, esta comprando coisas, está viajando e trocando de carro... E de repente ficou pobre. De novo! Não tem transição.

Então, pensa nisso: se nós não fomos programados, treinados, qualificados e desenvolvidos para pensar em nós mesmos, você acha que fomos "programados" para pensar no outro? Quando eu me refiro ao "outro" eu me refiro ao cliente. Não me refiro a caridade. Isso é importante, mas agora nós estamos falando de dinheiro.

Em que momento na escola ou na faculdade alguém te ensinou sobre o que o cliente espera de você? Quem aqui é médico, dentista, esteticista, nutricionista, arquiteto, engenheiro ou psicólogo? Quantas aulas na faculdade vocês tiveram sobre o cliente?



Eu acho que deveria ter uma cadeira sobre o cliente. Uma matéria sobre cliente. O cliente! Tinha que ter um semestre inteiro ou talvez o ano inteiro sobre o cliente.

As vezes quando eu converso com meu pai que é médico, com outros médicos ou com muitos alunos meus que são médicos, e digo: - "Caro, você tem que pensar que teus clientes..." E eles me cortam falando: "- Não, não, Ícaro. Não é cliente, é paciente!" E você percebe que existe toda uma questão -- inclusive semântica -- para que você não encare (o paciente) como cliente. Olha só: vocês não podem nem chamar de cliente!

O paciente é seu cliente!

Então, na minha opinião na faculdade deveria ministrar um semestre sobre clientes. Um semestre sobre vendas. Um semestre sobre atendimento. Deveria ter um semestre de propaganda. Porque são coisas tão importantes quanto as matérias fundamentais da carreira de vocês.

Então se nós não fomos programados para pensar em nós mesmos, como é que você acha que fomos programados para pensar no outro? No cliente?

Nós vamos falar sobre isso hoje!

Vamos lá! Primeiro ponto. Prestem atenção.

As pessoas sempre me perguntam: “- Ícaro, o meu mercado é bom? O meu mercado é bom para trabalhar na internet? O meu mercado é bom para fazer propaganda? O meu mercado é bom para fazer anúncio? O meu mercado é bom para fazer conteúdo aqui no Instagram?”

Peguem papel e caneta!

Anotem a primeira coisa: **vocês sabem qual é o maior mercado que existe no planeta? Qual é o maior mercado que existe no mundo e que nunca vai acabar? Que só cresce e que não vai sair de moda nunca? Por que as pessoas são cada vez mais clientes desse mercado?**

O mercado da transformação.

Presta atenção: o maior mercado do mundo é o mercado da transformação. Não importa se você é médico, advogado ou dono de uma sapataria. O maior mercado do mundo é o mercado da transformação. Porquê?

Porque 100% das pessoas querem mais!

Eu ia falar sexo (referente ao maior mercado do mundo). Sexo é uma puta transformação. Você está estressado, se você está irritado, você vai lá e dá uma bistecada para um lado e bistecada para outro e pronto, transformou o homem. O homem fica mansinho. O homem vai lá e compra um apartamento. O homem vai lá e reforma a casa inteira. O homem vai e mexe na cozinha. O cara vai lá troca de carro, compra uma passagem.

"- Não, amor! Não precisa ir de classe executiva não."

"- Nós vamos de classe executiva!"

(O sexo) transformou o cara! Homem é um bicho besta! É um tremendo mercado.

O maior mercado do mundo é o mercado da transformação! Porque **100% das pessoas querem mais.**

Isso é engraçado. Uma vez eu estava entrando no Uber, eu estava inclusive com o Victor. E o cara que saiu do Uber para pegar as malas estava com uma camisa em que estava escrito: "o que eu mais quero é sossego".

"-Ícaro, você pode pensar que 100% das pessoas querem mais, mas você pode estar se confundindo por causa do teu público, de pessoas que querem ganhar dinheiro, de pessoas que querem fazer negócios mas não é sempre assim! Tem gente que não quer mais."

O cacete!

Esse cara do sossego quer coisa pra caramba! Esse cara da camisa do sossego também quer mais: ele quer mais sossego, ele quer mais tempo, ele quer mais tempo com o filho, ele quer mais saúde e ele quer mais tranquilidade.

Quando você ver aquele cara que vende bijuteria na praia com a camisa do Bob Marley fumando um baseado, saiba que esse cara quer um monte de coisa. Esse cara compra CD, esse cara compra camisa, esse cara vai para shows, esse cara paga 200 conto numa paranga de maconha... Esse cara quer coisa pra caramba!

Tem um monte de gente que quer alguma coisa.

- "Ah, Ícaro... mas os depressivos, os pobres, os mendigos..." Gente, eles também são **pessoas!** Pare de enxergar o pobre como um animal, cara!

Você fala: "- Olha, eu vou te dar um dinheiro aqui pra você mas não vá tomar cachaça não!" Pare de tratar o homem como um animal! Ele também tem um monte de desejo, ele também gostaria de comer sentado em uma mesa. Mesmo quando ele tem dinheiro ele gostaria de poder ser atendido em algum lugar. Todo mundo quer alguma coisa.

É por isso que o mercado mais importante, o maior mercado do mundo é o mercado da transformação. Beleza?

○ **primeiro** ponto que vocês vão aprender hoje é: esqueçam os colchões!

"- Ícaro, o que você está falando? Você está ficando louco?"

Esse é um ditado de um grande vendedor, de um grande copywriter americano e ele fala assim: Esqueçam os colchões, vendam as noites de sono!



Santos é uma das cidades que deve ter mais lojas de colchão no planeta terra. **Santos só tem colchão, petshop e farmácia.** Só existe isso e a praia.

Quando você vai comprar um colchão, ninguém fica falando: "- Olha, isso aqui tem mil fios, mil issos, mil aquilos..." Minha esposa gosta de colchões e eu só fico vendo os colchões sendo trocados. Ela sabe todas as especificações de colchões.

As pessoas focam no quê? Focam em: "deita aqui, cara! Isso é bom! Você vai dormir bem! Metade da sua vida você passará dormindo e se você não dormir bem você não produz". "Se você não produzir você não ganha mais dinheiro e por isso o colchão é importante. **Você passa 1/3 da sua vida deitado!"**

Esqueçam os colchões, foquem nas noites de sono. **Parem de falar do produto, falem dos benefícios dele porque é isso que os clientes querem.**

E hoje eu vou te dar talvez a frase mais importante da minha carreira: não é sobre você!

Se eu estivesse no leito de morte e eu tivesse que falar uma única frase para meus filhos para que eles tenham prosperidade nos negócios, eu diria: **não é sobre você! É sobre o outro!**

Quando eu escrevo, eu não escrevo sobre mim! E eu acredito que um dos principais motivos de vocês não terem mais sucesso nos stories, mais gente te vendo, de não ter mais gente acompanhando, é porque está sempre falando sobre você!

Por que eu criei essa maneira de usar as perguntinhas para usar dessa forma? Porque caramba, eu saio do processo! Eu estou só ajudando. Eu estou respondendo dúvidas das pessoas!

Não é sobre você!

Você abre os stories e encontra as pessoas falando: "olha, hoje eu fiz tal coisa. Criei tal coisa..."

Eu, eu, eu!

Eu!

Não é sobre você, cara! É sobre o cliente!

Não é o quanto a sua empresa está faturando e o quanto ela pode faturar mais. Se você pensar em como as pessoas vão ficar mais satisfeitas com o seu produto, o faturamento vai aumentar.

Sabe o que é engraçado? Todo mundo fica falando do Steve Jobs, do Jeff Bezos, do Bill Gates, Mark Zuckerberg... Eles tem um monte de coisas em comum. São inteligentes, bilionários e riquíssimos. Todos foram ou são gênios e homens que marcaram seu tempo... Mas sabe uma coisa engraçada com quase todos eles?

Não posso falar todos porque eu não conheço esses caras pessoalmente...



As coisas que lemos nos livros, nas biografias das pessoas próximas... sabe o que é comum entre esses caras? Todos eles são obsessivos pelo produto.

Qual é a grande diferença entre o vendedor e o dono do negócio? O vendedor quer vendas, quer resultados, quer faturamento, quer lucro líquido.

Mas você escuta o Steve Jobs e ele diz: “- *Foda-se o preço do meu iPhone!*”

Quando o Steve Jobs disse: - “*Eu quero um iPhone*”, as pessoas falavam: “- *Ninguém vai pagar 500 dólares em um telefone.*” Teve artigo de jornal que dizia: “*200 dólares em um telefone? Ninguém vai pagar!*”

E ele disse: - “Foda-se o preço do meu telefone! Eu quero que ele seja o melhor! Eu não me importo com isso!”

E então quando ele criou a Apple Store, as pessoas falaram: “- *70% da tua loja é espaço vazio.*” Ele disse: “- *Porra, quando eu entro em algumas lojas eu não consigo andar porque está tudo abarrotado de produto. Eu quero uma experiência boa!*” “*Eu quero que todas as minhas telas estejam em 45º graus para que o cara não precise se inclinar para ver. E eu quero um funcionário da loja só para limpar tela.*”

Você acha que ele está pensando no lucro? Você acha que o Steve Jobs criou a loja mais cara do mundo pensando no lucro?

Ele inaugurou a primeira Apple Store fora dos EUA, em Tóquio. Ele quis inaugurar uma loja inteira de vidros e ele com aquele jeitão dele foi direto para Tóquio especialmente para inspecionar a loja. Pessoalmente! O CEO da empresa mais valiosa do mundo pega um avião até Tóquio para fiscalizar a loja.

E quando ele chega, ele diz"- *Eu não vou inaugurar a loja porque o corrimão não é o corrimão que eu quero.*"

O cara não estava pensando no **lucro, estava pensando no **produto**. Mas no fundo, quando você pensa no produto você pensa no **CLIENTE**. Você pensa na experiência do cliente.**

E qual é o resultado disso? A Apple Store é o metro quadrado mais valioso do mundo. Steve Jobs se tornou um mito! De cada 10 palestras de empreendedorismo, 10 caras falam de Steve Jobs.

Mas, o que as pessoas não falam de Steve Jobs? As pessoas não falam que Steve Jobs era **obsessivo**, as pessoas não falam que Steve Jobs era um gênio incontestável. Não é todo mundo que vai ser um Steve Jobs, você só tem um Steve Jobs por geração. O que as pessoas não falam? Que Steve Jobs era insuportável no ambiente de trabalho, era impossível... O cara chegava sem tomar banho, descalço e ficava andando em cima da mesa!

Mas pelo amor de Deus! O que você pode pensar de todas essas experiências? Cara, pensa no seguinte. **Você não precisa ser como ele** e fundar uma Apple ou criar um AirPod que ninguém sabia como ia funcionar mas agora ninguém vive sem.

Mas pegue pelo menos uma **coisinha** do cara! E qual é a coisinha que eu pegaria do cara? Não pegaria a genialidade. Não é a disruptão. Não é inventar um iPhone. É algo simples: **eu vou atender bem meu cliente.**

Parem de procurar essas notícias em blogs de empreendedorismo na Internet. Parem de ficar lendo essas merdas! Parem de procurar saber se a terra é plana. **Por que vocês estão fazendo isso com a Internet, cara?** Parem de usar a internet para procurar ets. Vão usar para algo útil!

Agora falando de Jeff Bezos, vamos para o outro extremo.

Se Steve Jobs fazia questão de baixar a margem do produto para ter qualidade, se ele tinha uma obsessão absurda pela experiência, Bezos queria **PREÇO**. Ele queria preço, queria volume, queria coisas baratas!

A Amazon vai ser rápida. A Amazon vai ser barata!

**Mas o que Bezos tem?
Ele tem **obsessão** pelo atendimento.
Que é simplesmente pensar no cliente.**

Eu estava nos Estados Unidos, trabalhando para a Avenue em Nova York e a minha esposa me disse: “- Ícaro, compra dois presentinhos para o Matteo”. O Matteo é louco por carros.

Então eu comprei o caminhão escolar do Playmobil e um caminhão de bombeiro que acendia umas luzes. Aqui no Brasil ele custa uns 700 mil reais e você tem que trocar seu apartamento pelo caminhão de bombeiro do Playmobil.

Nos EUA custa \$ 20 dólares. Então eu entrei no site da Amazon, comprei e informei o zip code do hotel onde eu estava. A data da entrega estava marcada para um dia antes da minha viagem. No dia da entrega chegou apenas o caminhão escolar. Então eu liguei para os caras da Amazon e disse: “- Olha, chegou o caminhão escolar mas está faltando o de bombeiros.”

Então o cara me disse: “- Senhor, me desculpe. É que a entrega é privada e eles atrasaram. Amanhã estará na sua casa e nós pedimos desculpas por isso.”

Então eu disse para ele: - “Olha, eu não moro aqui. Sou brasileiro e amanhã eu estou pegando o avião.”

O atendente me perguntou: - “Qual é o produto?”

Eu disse: - “É um caminhão de bombeiros da Playmobil. Eu comprei para o meu filho e ele está esperando para quando eu voltar.”

Eu disse isso despretensiosamente e pedi para estornar.

A atendente me disse: - “Senhor, vamos entregar essa noite esse caminhão.”

E então os caras contrataram um entregador privado que veio de carro entregar o caminhão do Matteo.

O que fazer diante de um atendimento desse? Agora eu estou aqui numa live com 3500 pessoas espalhando a marca do cara. É isso, entendeu? Provavelmente eles perderam dinheiro nesse caminhão, mas eles entregaram.

Porque imagina se o pai da criança faz um texto falando que voltaram sem o caminhão de bombeiro do filho. Vocês sabem que lá os “fireman” são muito fortes, o negócio de ser bombeiro é muito importante. As crianças sonham em ser bombeiros. Imagina um pai escrevendo que voltou sem o caminhão do filho? Isso ia viralizar!

A maioria das pessoas aqui fizeram faculdade. Quantas vezes vocês tiveram essa conversa na faculdade? Quantas vezes vocês deixaram as matérias de lado, as provas e sentaram com os professores para falar sobre os clientes e não sobre vocês? **Quando vocês pararam de pensar um pouco nisso?**

Parem de pensar só em grana! Eu vou falar de grana em 13 lives, mas hoje eu não vou falar de grana. Hoje eu vou falar que **tratar bem o cliente é o que vai te dar mais grana.**

O Perini é o cara mais educado que eu conheço. O cara mais **doce** do mundo. Ele é mais educado que minha mulher. O cara serve vocês, o cara dá aula de graça para vocês nos stories. O cara criou um close friends para vocês e está dando para a caridade. O cara abre o curso e o que acontece? O cara vende milhões em minutos! E eu duvido que tenha gente insatisfeita com o produto do cara. Porque se ele faz isso de graça, ele faz isso 20x melhor e maior no pago. **Pense nas pessoas.**

Outro dia eu estava almoçando em um shopping e eu estava muito cansado. Tinha feito o voo São Francisco – Nova York, 12h, minha equipe já tinha feito isso 2 vezes. Voltamos para o Brasil e passamos por toda aquela burocracia de viagem e polícia federal... Eram dias e dias com poucas horas de sono. Eu parei em um shopping porque eu estava tão cansado que nem queria abrir um pacote que estivesse em minha geladeira. E quando eu sentei para comer, chegou um cara e me disse: - “Ícaro de Carvalho, eu sou seu fã!” E sentou na minha mesa e começou a conversar comigo, sendo que tudo o que eu queria naquele momento era ficar quieto, comer minha comida e ir para casa dormir por 24h.

E eu comendo, cansado, e esse cara falando, comentando as minhas aulas... E eu comendo, escutando. Eu respondia, conversava com o cara e ensinava o cara. Então chegou uma pessoa da minha equipe e fez um sinal para mim perguntando se eu queria que eles falassem para o cara que eu estava cansado. E eu disse para o menino da minha equipe:

- “Cara, você tá louco!”

Eu atendi o cara até o final. Tiramos uma foto e o cara foi embora feliz da vida. E a turma falou: - “Eu nunca faria live por causa disso, porque eu não posso descansar!

Eu falei para as pessoas do meu time que estavam ali: - "Tudo o que eu tenho é por causa desses caras! Tudo o que eu tenho é porque hoje, sábado, tem 3795 pessoas aqui me ouvindo. É por isso que eu tenho meu apartamento, é por isso que meus filhos comem, é por isso que eu tenho essa roupa, essa luz e esse celular. Tudo porque eu tenho clientes."

Henry Ford falava: quem paga seu salário são os clientes. • • • • • • • • • • • • • • •

Quem paga seu salário é o cliente. Quem paga o seu estilo de vida é o cliente. Quem paga seu carro é o cliente. Quem paga a sua gasolina é o cliente. Quem manda em você é o cliente, cara! Você só tem o que tem por causa do cliente.

Então pense em servi-los da melhor maneira possível. Pense neles! Se distancie um pouco da sua empresa.



O Pedro Sobral criou um termo, "o olhar do furo", eu apliquei 2x na minha empresa e isso explodiu minha cabeça.

Eu disse que não ia passar dos 15 minutos de aula e já estamos com quase 40 minutos. Mas eu não consigo! Não consigo porque vocês passam a vida inteira sem escutar nada disso. Vocês passam a vida inteira escutando que vocês têm que dar certo e que o mundo vai ter que se arranjar. Puta que pariu! E é por isso que eu não consigo parar de falar!

O que é o olhar do furo? Por que é fácil para as pessoas de fora darem pitacos no nosso negócio? Quem aqui tem filho? Por que é tão fácil alguém dar um pitaco sobre o seu filho? "Nossa, seu filho dorme tarde. Nossa, seu filho fica muito tempo no tablet. Nossa, seu filho fala palavrão. Nossa, teu filho estava vendo muita TV. Nossa, o cachorro acabou de lamber o céu da boca do teu filho!"

Por que é fácil chegar de fora e dar pitaco? Porque você não está envolvido pelo dia a dia. Porque não está cansado, porque não está acordando cedo, porque não está levando alguém para o hospital... **As pessoas dão pitaco em tudo.**

Quando vocês olham a empresa dos outros, o filho de outras pessoas, os negócios de outras pessoas, é muito mais fácil dar pitaco! É muito mais fácil dar pitaco sobre a vida dos outros do que sobre a nossa!

Fica no raciocínio comigo que eu já vou falar sobre o olhar do furo!

Presta atenção: **O olhar do furo** é você fazer um exercício de olhar para tua empresa, para teu negócio, como se você não fosse mais o dono. Você vai imaginar que é um consultor que está sendo pago para encontrar defeitos no teu negócio! Isso é um exercício de abstração onde você imagina que está sendo pago por alguém para encontrar defeitos no teu negócio!

E por que isso é tão importante?

Você gasta mais tempo na empresa do que na tua casa. **Então a tua empresa é tua filha!**

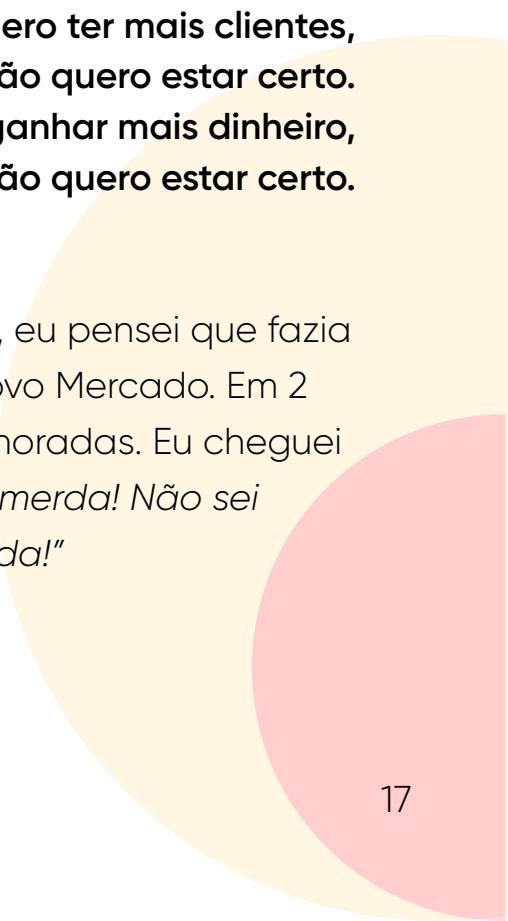
Imagina se o Perini chega na minha empresa e fala: - "Olha Ícaro, a situação financeira da tua empresa é triste."

Mães são um exemplo ótimo para isso! O moleque é o capeta. O moleque é o Satanás. Ela vive brigando com o moleque o dia todo! Mas se chega uma tia e fala: - "Olha, o Pedrinho está mal educado!" A mãe responde: - "Você não fala do Pedrinho não, sua...!". Ela fica louca. O moleque é o Exu, Satanás, mas se a tia fala: - "Olha, o moleque pode parar de bater com a pedra na cabeça do meu cachorro?" A mãe responde: - "O que você está falando do meu filho?"

Brasileiro fala mal do Brasil, mas se chega alguém de fora falando mal... - "Ei, o que você está falando do Brasil, seu gringo folgado? Você tem 5 copas do mundo, ein? Você tem o Pelé? Você tem havaianas? Você tem Açaí? Você tem pão com manteiga? (quando eu vou viajar para qualquer lugar fora do Brasil, eu descubro que o nosso maior patrimônio é o pão com manteiga! Ninguém tem pão com manteiga decente, só a gente"

Então, quando alguém critica a nossa empresa e diz que nós temos que melhorar nós ficamos no modo de defesa. - "Ah, isso é porque eu não tive tempo!" - "Ah, isso é porque eu meu contador fez errado." - "Ah, eu não me preocupo com isso porque eu tenho muito dinheiro". Você cruza os braços e fica só se defendendo.

Quando você faz o exercício do **olhar do furo** para procurar defeitos na tua empresa, você não precisa se defender de ninguém! E olha que foda: eu sempre disse que eu sou o cara mais treinável do mundo! Se você me mostrar por A + B que é melhor, eu vou! Se você me disser: - "Olha Ícaro, isso que você está defendendo não é bem assim". Se você me provar, eu imediatamente mudo. **Por quê? Porque eu quero ganhar dinheiro, não quero estar certo!**



**Eu quero ter mais clientes,
não quero estar certo.
Eu quero ganhar mais dinheiro,
não quero estar certo.**

Quando o Pedro Sobral me disse sobre o olhar do furo, eu pensei que fazia sentido! E faz sentido. Eu fui tentar aplicar isso no O Novo Mercado. Em 2 dias eu voltei com uma lista de coisas para serem melhoradas. Eu cheguei para os meninos e falei: "- A nossa empresa está uma merda! Não sei como a gente não faliu ainda! Essa porra tá toda errada!"

Eu fiquei 24h fora disso tudo para limpar a minha cabeça e voltei. Apertei play nas aulas e sabe o que eu percebi?

Que as primeiras aulas do O novo Mercado estão uma **merda!** Porque elas não foram gravadas pensando em dar aulas pois minha intenção era só documentar. Há 10 anos eu gravava tudo o que eu fazia com uma camerazinha.

E eu pensei: - “*Nossa, e se alguém entra aqui, encontra isso e dá play e pensa que o áudio é esse mesmo?*”. Eu nunca tinha parado para pensar isso.

Então, o que eu fiz? Contratei um engenheiro de áudio, o Gustavo, e esse **cara está tratando todos os áudios das aulas. T-O-D-O-S!** Estamos gastando uma puta grana para remasterizar todos os áudios. Antes eu pensava: - “*Foda-se! Dá para ouvir!*”

E aí eu pensei que, antes, minha empresa era 95% homens. Hoje é meio a meio. E eu comecei a pensar que deve ter muitas mães, muitas mulheres com filhos, muitas pessoas que devem escutar essas aulas no trabalho... Então decidi legendar tudo! Então estamos legendando todas as aulas.

Então pensei outra coisa: - “*Como é que o cara vai saber se essa aula tem o assunto que ele quer. Ele vai ter que dar play e assistir ela inteira?*”. Eu não percebia isso! Eu olhava minha empresa como dono dela!

Comecei a decidir: **vou fazer o resumo de todas as aulas, vou fazer a transcrição de todas as aulas...** Tem gente que prefere ler. Por exemplo, eu prefiro ler, prefiro usar marca-texto...

**Em 2 dias de olhar do furo eu encontrei
10 melhorias para a minha empresa.**



Quem participou do meu primeiro desafio? Lembram que eu não tinha um horário fixo? As pessoas não conseguiam nem saber quando eu ia aparecer para que elas pudessem se programar.

Então faça isso!

Pense no cliente!

Pense no cliente!



Agora vamos para os exercícios práticos!

Você vai pensar:

Quem é seu cliente?

Descreva! Meu cliente é homem, mulher, casado, do sul, do sudeste, ele tem entre 22 a 35 anos. Ele trabalha, ele tem faculdade.

Você pode pensar que nem todo mundo é assim. Faça do geral e você vai chegar em uma **persona**.

Você sabe o que é persona? Já ouviu falar? Persona é uma figura abstrata que representa o teu cliente médio ou ideal. É uma ilustração, uma abstração, é o José. Teu cliente ideal. E por que é importante saber quem é a sua persona? Porque mais pra frente nós vamos falar sobre isso e você vai precisar saber quem é sua persona. Se você não sabe por onde começar, então vai lá nas estatísticas do Instagram que ele vai te dar um monte de ideias. Qual é a idade, se é homem ou mulher, em que estado ele está...

Depois você vai fazer duas perguntas e encontrar as duas respostas mais importantes do teu negócio.

Anotem:

- O que o seu cliente quer.

- O que seu cliente teme.

Muitas vezes pensamos somente nas coisas que nosso cliente quer, mas esquecemos o que ele teme. Porque Napoleão (não o Hill), o segundo maior conquistador da história, um general inteligente, dizia: **existem apenas duas motivações que movem o ser humano: o medo e a ganância.**

Então, qual é o medo do teu cliente?

Qual é a ganância dele?

O que ele quer e o que ele teme?

O que o meu cliente quer? Mais dinheiro, uma fonte alternativa de receita, desenvolver um negócio dele, ele quer que o negócio dele cresça? Ele quer que as redes sociais dele cresça, quer ter mais seguidores?

Meu cliente quer saber como fazer mais stories. Quer saber porque ele deve fazer mais lives ou porque deve postar mais na timeline.

Meu cliente quer saber como comprar tráfego, meu cliente quer saber como se posicionar melhor no Google. Ele quer saber como aparecer no vídeo como a Betina!

O que meu cliente teme?

Ele teme continuar onde está. Meu cliente teme perder o emprego e não ter uma segunda fonte de renda. Não ter um plano A ou um plano B.

Meu cliente teme porque os concorrentes dele estão aprendendo a usar a Internet e ele não. Meu cliente teme ficar para trás, virar passado. Teme depender só do boca a boca e dos instrumentos tradicionais de comunicação. Meu cliente teme adoecer e não ter como se sustentar. **Meu cliente teme tudo isso!**

Então o que o seu cliente quer e o que o seu cliente teme?

Depois disso, você vai pensar em outro elemento: inimigo comum.

Quem é o inimigo comum do teu **mercado?**

- "O que é *inimigo comum*, Ícaro?". É um agente, um instituto, uma figura que fez com que seu cliente estivesse nesse estado atual.

Você não pode culpar seu cliente.

Qual nutricionista chega para um cliente gordo e diz: "você é um preguiçoso, você é um vagabundo? Você é um pança mole! Sua mulher nem quer dar para você. Você é ridículo. Toma vergonha!"

O que aconteceria se você fizesse isso? Você deprimiria o cara, humilharia ele. Você acha que ele vai ter força de espírito e força de vontade para se comprometer a fazer algo difícil? Perder peso, mudar dieta e restringir alimento? Ele está cansado, sem forças, com baixa auto-estima e você ainda por cima vai foder ele?

Ou se você me pergunta algo e eu falo: - "Tu é pobre porque tu é vagabundo. Porque tu é preguiçoso, porque não quer fazer nada! Tua mulher vai te deixar. Tu é um lixo!"

O cara vai te falar: "- Ok, eu sei disso. Mas por que você está fazendo isso?"

Que porra é essa?

Então, é assim que surge a figura do inimigo comum. Porque quando a pessoa está em uma situação tão ruim, ela fica tão vulnerável psicologicamente que se você colocar toda a culpa nas costas dele, ele não aguenta. **Ele quebra. Ele não aguenta. Ele quebra na sua frente.**

Se você é psicólogo, psiquiatra ou coach, você sabe que se você jogar tudo na cara do cara ele quebra na tua frente. E ele não consegue pensar em nada, começa a chorar e desiste de tudo. Aí nasce a figura do inimigo comum.

Quem é o inimigo comum?

**É a culpa que você tira do seu cliente,
coloca em outra pessoa ou outra situação para que ele
tenha força para fazer alguma coisa.**

É a culpa que você tira das costas de outras pessoas e coloca em outro lugar para que ela tenha força para caminhar.

Por exemplo, quem é meu inimigo comum? São as escolas, as faculdades.

É quando eu digo: - “Cara, você está fodido sem saber sobre dinheiro porque ninguém te ensinou.”

Para os casos dos nutricionistas, você pode dizer: - “Claro, a comida é um lixo”. As pessoas não te contam a verdade. Você compra coisas lights mas elas não são lights. Você acha que ficar comendo peito de peru vai te emagrecer.

Você não pode chegar e dizer: - “E ai, Virgulino! Puta costas tortas, hein?”. Você não pode apavorar o cara! Você tem que dizer: - “Claro, você trabalha muito. Fica muito tempo sentado.”

Você tem que tirar a culpa do cara!

Então, **em resumo:**

Você tem que pensar quem é seu cliente; o que cliente quer; o que seu cliente teme; quem é o inimigo comum.

Anotem isso e façam!

E porque eu estou falando isso? Porque amanhã vamos começar a desenhar a proposta. A desenhar o discurso do seu produto. Você precisa ter essas respostas.



Qual é a recomendação de livro: Experiência Apple.



Qual é o vídeo de recomendação: o primeiro anúncio de iPhone do Steve Jobs.

A aula de hoje foi um record! Eu sei que foi longa mas precisávamos falar sobre isso. Ninguém pensa no outro.

Fechado?

Quem paga suas contas é o cara que você chama de chato hoje!

**Clique abaixo e conheça
mais do nosso trabalho**



@icaro.decarvalho



facebook.com/onovomercadoo



onovomercado.com.br