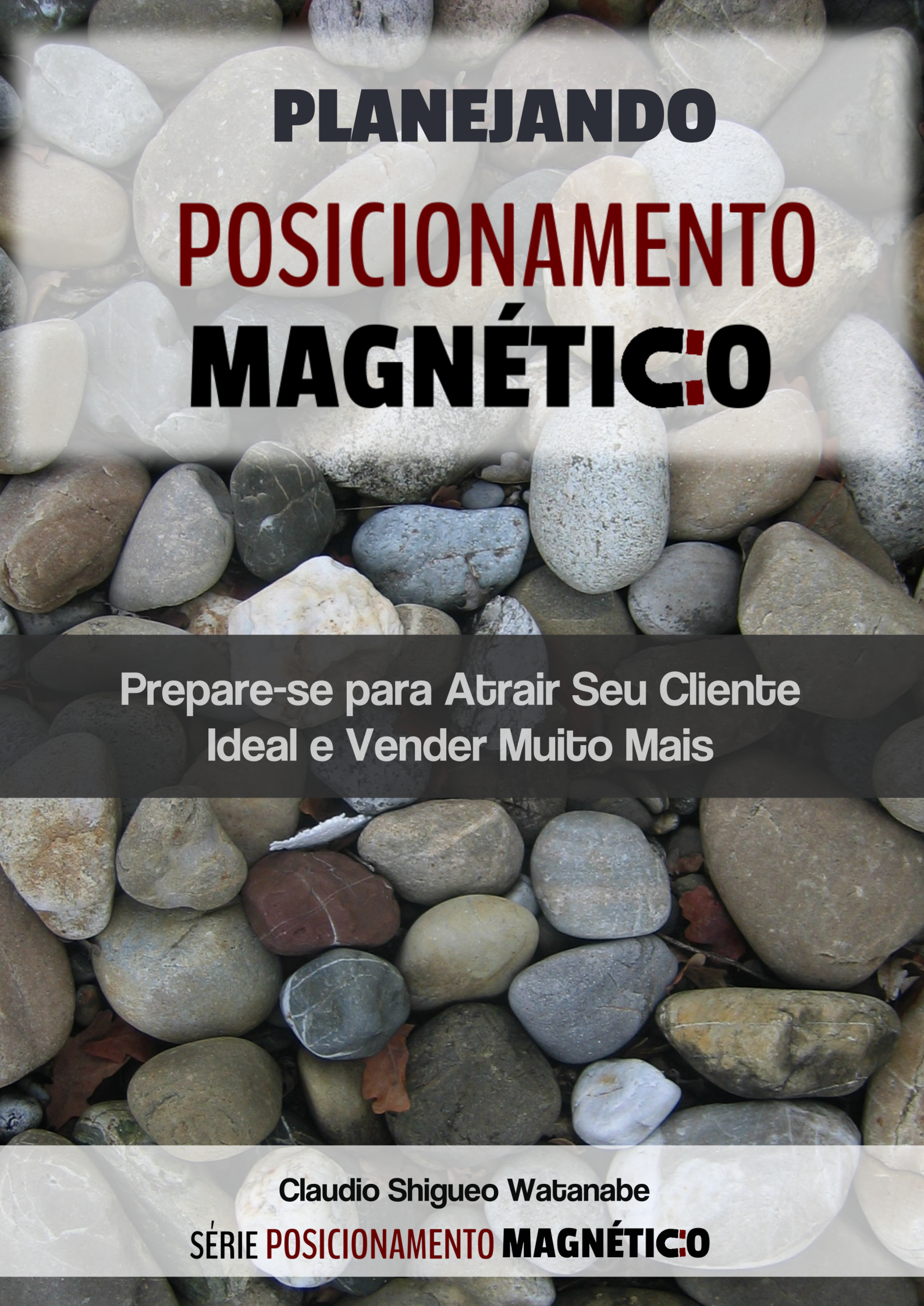




PLANEJANDO **POSICIONAMENTO** **MAGNÉTICO**

**Prepare-se para Atrair Seu Cliente
Ideal e Vender Muito Mais**

Claudio Shigueo Watanabe
SÉRIE POSICIONAMENTO MAGNÉTICO

Planejando Seu Posicionamento Magnético

Prepare-se para Atrair Seu Cliente Ideal e Vender Muito Mais

Claudio Shigueo Watanabe

Esse livro está à venda em

http://leanpub.com/Planejando_Seu_Posicionamento_Magnetico

Essa versão foi publicada em 2016-06-10



This is a [Leanpub](#) book. Leanpub empowers authors and publishers with the Lean Publishing process. [Lean Publishing](#) is the act of publishing an in-progress ebook using lightweight tools and many iterations to get reader feedback, pivot until you have the right book and build traction once you do.

© 2016 Claudio Shigueo Watanabe. Todos os direitos são reservados. Nenhuma parte desta publicação pode ser reproduzida, transmitida, modificada, distribuída, por qualquer meio, seja eletrônico, mecânico ou fotocópia, sem expressa autorização do autor.

Dedicatória

Dedico este livro a meu filho Kenzo, minha família e a todos que apoiaram e contribuíram para que este livro se tornasse realidade, incluindo meus clientes.

Este é o primeiro draft. Assim que mais pessoas contribuírem diretamente para o sucesso deste livro, incluindo feedbacks, eu atualizarei esta dedicatória. [Mais informações sobre feedbacks aqui.](#)

Conteúdo

Dedicatória	i
1. Introdução	2
1.1 Sobre o assunto do livro	2
1.2 Quem é o público deste livro	2
1.3 Um ótimo complemento para este livro	2
2. Ser uma máquina de idéias, um dos segredos dos empreendedores de sucesso	4
2.1 Nível Básico:	4
2.2 Nível Intermediário:	4
2.3 Nível Avançado:	4
2.4 No ZumitApp	5
3. O Empreendedor e o que faz a diferença	6
3.1 A paixão do empreendedor	6
4. Alimente suas paixões	7
4.1 Identifique suas paixões e porquês	7
4.2 Identifique suas forças e competências	7
5. As Bases de Seu Negócio	9
5.1 Os Valores e a importância para seu negócio	9
5.2 Sua História e quem você é	9
5.3 Escolha Seus Valores	10
5.4 Explicando Seus Valores	11
5.5 Na Prática	11
6. Como Escolher o Projeto Ideal para Começar Seu Negócio Online	12
7. Como Escolher Seu Avatar Ideal e Otimizar Seus Resultados	13
7.1 O Básico	13
7.2 Categoria do Avatar	13
7.3 Próximo passo	15

Copyright 2016 Claudio Shiguelo Watanabe. Todos os direitos são reservados. Nenhuma parte desta publicação pode ser reproduzida, transmitida, modificada, distribuída, por qualquer meio, seja eletrônico, mecânico ou fotocópia, sem expressa autorização do autor.

Este conteúdo faz parte [deste livro](#)¹ publicado por [Claudio Shiguelo Watanabe](#)² pela LeanPub.

Este livro está em fase de criação e testes. E quanto mais você participar, mais poderemos criar materiais e ferramentas que tragam melhores resultados para você.

Por isso agradecemos qualquer crítica ou sugestão para que este livro fique cada vez melhor e possa contribuir para que você tenha melhores seus resultados. Por favor, [preencha este formulário](#)³ ou [veja mais detalhes aqui](#)⁴.

¹https://leanpub.com/Planejando_Seu_Posicionamento_Magnetico/

²<https://leanpub.com/u/claudiosw>

³<http://posicionamentomagnetico.com/OpinioaoLivro2>

⁴<http://posicionamentomagnetico.com/Livro2>

1. Introdução

Para criar um negócio com posicionamento magnético não é algo rápido nem fácil. Exige esforço mas ele compensa, e muito!

Cada detalhe de seu negócio gera uma percepção na mente da audiência. O segredo é escolher cada um destes detalhes para que atraia seu cliente ideal e ele queira comprar qualquer produto ou serviço que você queira oferecer.

Quanto melhor você seguir os passos corretos, maiores são as chances de você ter seu negócio dos sonhos daqui a alguns meses.

Se você tentar pular etapas corre o risco de perceber apenas daqui a alguns meses que errou nas etapas iniciais. Por exemplo, se você escolher um projeto qualquer sem ter se preocupado em avaliar melhor sua idéia, acabará perdendo meses de trabalho.

No começo, preocupe-se mais em aprender do que vender ou como automatizar. Depois que você perceber que as coisas estão funcionando, aí sim preocupe-se em automatizar.

1.1 Sobre o assunto do livro

O objetivo deste livro é lhe assessorar na definição da idéia de seu negócio, para que ele atraia seu cliente ideal.

Primeiro vamos definir a base de seu negócio que vai ser como a alma de seu negócio. A essência que vai atrair seu cliente ideal. Esta base é o que você acredita e defende.

1.2 Quem é o público deste livro

Este livro foi criado tendo em mente os empreendedores que querem fazer a diferença na vida das pessoas, como coaches, psicólogos, professores, etc. Inclui tanto os que se intitulam professores quanto outros que querem agregar algo na vida das pessoas. Também estão neste grupo consultores e freelancers que têm como objetivo fazer a diferença na vida de seus clientes.

Em outras palavras, se seu único objetivo é o lucro, este livro não é para você.

1.3 Um ótimo complemento para este livro

Este livro possui muitos conceitos importantes.

Mas, se você só ler e não por em prática, de nada vai adiantar.

Por isso, criamos [um webapp/website](http://zumiit.com.br/)¹ para auxiliá-lo a por tudo isso na prática.

¹<http://zumiit.com.br/>

2. Ser uma máquina de idéias, um dos segredos dos empreendedores de sucesso

2.1 Nível Básico:

- Faça um brainstorming em cerca de 30 minutos, anotando todas as idéias que tiver.
- Em um primeiro momento não pense se a idéia é boa ou ruim. Procure apenas escrever o maior número de idéias possível.
 - *Ordene as idéias. Deixe as que você acha mais interessante no topo
 - *No dia seguinte, veja a lista e procure incluir mais idéias em cerca de 30 minutos. Isso é importante pois ter passado o dia inteiro pode lhe ajudar a ter mais idéias.
 - *Perguntar para outras pessoas o que elas acham das idéias e se elas têm mais alguma

2.2 Nível Intermediário:

- Busque inspirações! Acesse conteúdos que sejam relacionados com o que você deseja. Veja o que poderia fazer igual e o que poderia ser diferente. Talvez você possa focar em outro público ou ter uma abordagem diferenciada.
- Procure em tipos de mídia que você tem preferência em publicar. Por exemplo, livros, blogs, podcast, vídeos, etc.
 - *Você também pode aplicar idéias que você achou interessante em uma empresa ou site e aplicar em outra completamente diferente.

2.3 Nível Avançado:

- *No nível avançado, o objetivo é se forçar a ter 10 idéias novas todo dia como sugere James Altucher escritor do bestseller Choose Yourself.
- * Ter idéias é como exercitar um músculo. Quanto mais você praticar, melhores suas idéias se tornarão.
- *Tenha experiências diferentes. Isto contribui para ter uma outra perspectiva e com isso ter novas idéias. Mesmo escolher um caminho diferente ou experimentar uma nova comida pode fazer diferença.
- * Busque saber mais detalhes: tanto de concorrentes quanto outros negócios.

2.4 No ZumitApp

No [ZumitApp](http://zumit.com.br/)¹ você poderá escolher suas idéias mais facilmente através de comparativos além de outras ferramentas.

¹<http://zumit.com.br/>

3. O Empreendedor e o que faz a diferença

3.1 A paixão do empreendedor

Os segredos no empreendedorismo está em encontrar a oportunidade ideal para as competências e forças do empreendedor, reunir os recursos necessários e executar de maneira eficaz e eficiente.

O problema é que isso está longe de ser fácil.

Em boa parte dos casos, é preciso suportar muitos meses sem resultados até que eles apareçam.

Por isso é preciso que o fundador seja apaixonado por seu negócio. E é muito melhor quando esta paixão não é apenas pelo dinheiro.

4. Alimente suas paixões

Então, para aumentar as chances de sucesso, é importante buscar algo que inspire esta paixão.

Se você não tiver nenhuma idéia que aproveite suas paixões, esforce-se pois normalmente vale muito a pena.

Também é possível aprender a criar e fortalecê-la. Ou seja, aprender a gostar do que você já faz ou tem competência.

4.1 Identifique suas paixões e porquês

Claro que o primeiro passo é identificar suas paixões.

Para alguns elas podem ser bastante óbvias mas não para todos.

Talvez, apenas o fato de ajudar alguém já seja suficiente mas procure encontrar mais.

Algumas idéias são coisas que você gosta de fazer ou mesmo um hobby.

Pode ser que sua paixão esteja ligada a um sonho como viajar, escrever um livro, dar o melhor para sua família ou tornar o mundo um lugar melhor.

Pense no que te move. Qual é a razão de você levantar todo dia de manhã, de fazer você continuar batalhando.

Se você acha que não tem nada, olhe para o futuro. Reflita quem você gostaria de ser, ter e sentir.

Para alguns, pode ser provar para alguém que você é capaz ou deixá-lo orgulhoso. Para quem duvida de você ou que você não quer decepcionar ou para você mesmo.

4.2 Identifique suas forças e competências

Suas forças e competências são o que você sabe e o que faz bem.

Não é preciso ser o melhor. Sempre vão haver os que sabem menos e os que sabem mais.

Se alguém sabe menos, este é seu público.

Lembre-se que você pode começar com um público pequeno e ampliá-lo conforme avança.

Talvez sua força esteja em sua formação acadêmica, autoestudo ou experiência prática.

De qualquer forma, toda sua bagagem de conhecimento, habilidades e experiência, o torna capaz de criar algo que vai ser útil para alguém.

5. As Bases de Seu Negócio

5.1 Os Valores e a importância para seu negócio

Definir os valores de seu negócio é importantíssimo para qualquer um que queira criar um posicionamento magnético.

Primeiro, esta definição é importante para o próprio empreendedor, para que esteja claro no que você acredita e defende.

É comum nos perdermos no meio do caminho com a correria do dia a dia, por isso é essencial que esteja claro o que é importante para nós. É como um médico que se tornou médico porque queria fazer a diferença na vida das pessoas e depois de tantos anos vendo sofrimento, acabou se tornando uma pessoa fria como a maioria dos médicos.

Em outras palavras, é comum nos tornar o que juramos combater.

Talvez você pense: Ahh... Mas eu sou diferente... Eu consigo. Mas saiba que a grande parte dos que falharam disseram isso.

Meu objetivo não é lhe desanimar mas abrir seus olhos para as dificuldades em empreender, especialmente sozinho.

Abrir seus olhos é o primeiro passo para seu sucesso.

Definir seus valores contribui para você refletir sobre o que é importante para você.

Uma das vantagens em comunicar o que você acredita e defende para outras pessoas faz com que você atraia pessoas que pensa da mesma forma que você, contribuindo para atrair seu cliente ideal. Além de parceiros que lhe ajudarão a acelerar o crescimento de seu negócio.

5.2 Sua História e quem você é

Sua história define muito quem você é e no que acredita.

Isto porque nossas decisões e atitudes mostra quem somos.

Por exemplo, a maioria das pessoas provavelmente vai concordar que jogar lixo na rua é errado. Mas poucas vão guardar o saquinho de salgadinho para não jogá-lo em um parque que tem lixo no chão e não tem lixeira. Menos ainda vão fazer algo porque comece a ter lixeira.

Eu não estou dizendo isso para você jogar menos lixo. Mas que suas ações mostrem o que você quer ser.

Perceba que o que você faz, mostra para as outras pessoas quem você é.

Por exemplo, é difícil de confiar em alguém que só mente.

Agora vamos ao lado positivo.

Pense nos melhores momentos de sua vida. Perceba o que eles tem em comum.

Talvez foram viagens que você fez, momentos com quem você ama ou experimentar algo diferente. Mas pode ser quando você superou um desafio ou depois de ajudar alguém ou receber um elogio.

Estes episódios podem lhe ajudar a perceber o que é importante para você.

Perguntar para pessoas próximas a você o que você valoriza também podem lhe ajudar a identificar.

Elas podem deste contar o que aconteceu, transmitir emoções e até motivar as pessoas a fazer o que o contador da história quer.

É como nos filmes que tem um bandido como personagem principal. E na história o criminoso tem um motivo para cometer o crime. Então as pessoas que assistem, acabam torcendo para que dê tudo certo para o fora da lei.

Se sua história mostra que você é humano e que você tem um propósito maior que não é puro e simples lucro, as pessoas ficarão mais abertas ao que você diz.

Como disse Simon Sinek: as pessoas compram o **porquê** você faz e não o **que** você faz.

A maioria das boas histórias tem mudança e tensão. Até os super-heróis passam por dificuldades muito grandes. As dificuldades mostram o lado humano que aproxima o personagem com a audiência.

As mudanças que acontecem no roteiro fazem a história ser mais interessante, principalmente quando elas são inesperadas. Por isso é importante incluir mudanças em suas histórias. Inclua também o que muda em seu jeito de pensar.

Não se esqueça de incluir seus super poderes e suas fraquezas que determinam quem você é. Seu super poder é o que você faz de melhor. Não precisa necessariamente ser algo espetacular. Expor suas fraquezas faz com que você realce suas forças, pois mostra que você conseguiu alcançar algo apesar de todas as dificuldades.

Não é preciso dizer tudo. Procure focar no que é importante para seu negócio.

5.3 Escolha Seus Valores

Escolha 3 valores que norteiem tudo que você fará em seu negócio.

A idéia de serem 3 é para ser fácil de seus clientes, funcionários e parceiros lembrarem dos valores.

É importante escolher valores que sejam diferentes e complementares, não sendo sinônimos, muito menos passar idéias opostas.

Busque escolher palavras que representem o seu, e apenas o seu negócio. Se outros concorrentes puderem utilizar as mesmas palavras é sinal que há espaço para melhorar.

Fuja de palavras que são óbvias como “amigável”, “honesto” ou “confiável”. Fuja também de clichés como “proativo” e “dinâmico”.

Procure escolher palavras que sejam fortes. Que não apenas transmita o significado, mas também emoção.

5.4 Explicando Seus Valores

De nada adianta escolher palavras ótimas, se ninguém entende estas palavras da mesma forma que você.

Por isso, inclua texto que explique o que estas palavras devem representar para o negócio e porque elas são importantes para nortear a evolução dele.

Seja sucinto e ao mesmo tempo claro e prático.

5.5 Na Prática

Em nosso webapp [ZumitApp](http://zumit.com.br/)¹ vamos te ajudar a identificar os seus valores e de seu negócio.

¹<http://zumit.com.br/>

6. Como Escolher o Projeto Ideal para Começar Seu Negócio Online

Este conteúdo tem como objetivo lhe auxiliar a escolher um negócio/projeto que seja ideal para você.

Primeiro releia seus valores, crenças, propósitos, pontos positivos e negativos.

Quais negócios/projetos você consegue pensar?

7. Como Escolher Seu Avatar Ideal e Otimizar Seus Resultados

7.1 O Básico

Seu público alvo são as pessoas que você adoraria de ter como cliente e que tem as maiores chances de comprar seus produtos ou serviços.

Já um avatar, na minha definição, é um tipo de pessoa bem específico dentro do público alvo que é a pessoa que você vai pensar quando cria seu conteúdo, incluindo artigos e páginas do site, vídeos, posts nas redes sociais, e-mails e páginas de venda.

Seu avatar é o seu cliente dos sonhos, que vai amar tudo que você faz, que tem os mesmos valores que você e vai lhe pagar com gosto. E você se sentirá feliz e satisfeito em contribuir com ele, além de lhe dar pouco trabalho.

Dá trabalho convencer quem não está tão interessado. Quem não pensa como você vai questionar tudo o que você faz. Além do que não dá para agradar a gregos e troianos.

Outro ponto importante é. que quanto mais específico, melhor. Porque estas pessoas vão sentir que você está falando diretamente a elas. Um avatar costuma ter até um nome, e melhor ainda, se tiver uma imagem que o represente. Isso contribui para que você consiga se imaginar mais como esta pessoa.

É importante saber quais as dificuldades, problemas e dores do avatar.

Dores não são apenas as dores físicas mas também as psicológicas.

Também é essencial saber quais são os objetivos e sonhos do seu avatar.

Uma idéia interessante pode ser usar um avatar que era como você quando era mais jovem. Dessa forma você estará mais familiar sobre as dores e sonhos deste avatar.

Mas tome cuidado para não tomar decisões precipitadas, pois as podem pensar diferente de você. Por isso é importante fazer pesquisa.

7.2 Categoria do Avatar

Imagine que você está pensando em criar um produto sobre habilidades sociais. Provavelmente a escolha mais óbvia seria que seu público alvo fossem pessoas tímidas ou introvertidas.

Mas também você pode pensar mais fora da caixa e escolher pessoas que queiram subir na carreira, ou usar habilidades sociais para encontrar um emprego, ou mulheres que queiram encontrar sua alma gêmea, ou pessoas que acabaram de mudar para uma nova cidade e não conseguem encontrar amizades.

No caso de um produto de emagrecimento, um produto focado em homens seria bem diferente de um produto para mulheres.

A linguagem e os objetivos destes dois públicos são totalmente diferentes.

Homens querem ficar musculosos e mulheres na maioria das vezes não.

Também há produtos de sucesso específico para mães como o Mamãe Sarada e até para “nerds” como o Nerd Fitness.

As mães têm dores bem específicas pois muitas não tinham tantos problemas com o corpo antes da gravidez.

E “nerds” em geral não querem ficar musculosos demais.

O foco também poderia ser o modo de pensar (mindset) como por exemplo, pessoas que estão cansadas de emagrecer e engordar (o famoso efeito sanfona). Ou pode ser alguém que está cansado de blá blá blá e queira conteúdo mais focado que vá direto ao ponto.

Quais outras características diferenciam seu público? Idade, sexo, localização, renda, nível de educação, estado civil, ocupação, como pensa e seus interesses?

Qual das categorias que você escolheu que tem mais pessoas? Quantas destas pessoas comprariam seu Produto?

Onde Você Pode Encontrá-los?

Imagine todos os lugares que você pode encontrar seu público alvo seja online ou offline.

Online: Fóruns, Sites, Grupos e Páginas em Redes Sociais, Canais do Youtube, sites de classificados, Amazon, cursos de concorrentes, etc.

Offline: Encontro de classe, festas, cabelereiros, parques, outros eventos?

Dependendo do seu nicho o site Meetup.com pode lhe ajudar a encontrar eventos interessantes para você.

Eles utilizam o Google para procurar conteúdo relacionado? Quais palavras chave eles utilizam?

Seu público compra livros, audiobooks ou cursos em vídeo?

Qual tipo de mídia eles preferem? Eles gostam de interagir em grupos de discussão? Eles clicam em anúncios? Eles compartilham informação com seus amigos? Isso tudo são perguntas importantes para avaliar se será fácil conseguir tráfego para seu site no futuro.

7.3 Próximo passo

No próximo capítulo você saberá como conhecer melhor seu público alvo do que eles mesmos.

Espero que você já saiba que quanto melhor entender seu cliente ideal, maiores são as chances de você vender mais.