

POSICIONAMENTO **MAGNÉTICO**

As 19 Leis para Atrair Seu
Cliente Ideal e Assim
Vender Mais

Claudio Shigueo Watanabe
SÉRIE **POSICIONAMENTO MAGNÉTICO**

Posicionamento Magnético

As 19 Leis para Atrair Seu Cliente Ideal e Assim Vender Mais

Claudio Shigueo Watanabe

Esse livro está à venda em

http://leanpub.com/Posicionamento_Magnetico_as_19_leis

Essa versão foi publicada em 2016-04-01



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.

Tweet Sobre Esse Livro!

Por favor ajude Claudio Shigueo Watanabe a divulgar esse livro no [Twitter!](#)

A hashtag sugerida para esse livro é [#PosicionamentoMagnetico](#).

Descubra o que as outras pessoas estão falando sobre esse livro clicando nesse link para buscar a hashtag no Twitter:

<https://twitter.com/search?q=#PosicionamentoMagnetico>

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 dedicação. [Mais informações sobre feedbacks aqui.](#)

Conteúdo

Dedicatória	i
1. Comece aqui. Regra essencial para você ter sucesso nos negócios e na vida	2
2. Por quê?	7
3. Os Guias que Vão lhe Ajudar a Tomar Decisões	9
4. Para Você se Sentir Plenamente Realizado com seu Negócio	11
5. Foco é Mais Importante do que Você Imagina	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/Posicionamento_Magnetico_as_19_leis/

²<https://leanpub.com/u/claudiosw>

³<http://posicionamentomagnetico.com/OpiniaoLivro1>

⁴<http://posicionamentomagnetico.com/Livro1>

1. Comece aqui. Regra essencial para você ter sucesso nos negócios e na vida

Primeiramente, muito obrigado por estar lendo este livro!

Eu agradeço porque sei que seu tempo é importante.

Eu tenho certeza que se você prestar atenção em tudo que está neste livro e aplicar as idéias, seus lucros irão se multiplicar e você precisará dedicar menos tempo a ele. Com isso você terá mais tempo para as atividades e pessoas que são mais importantes na sua vida.

1.1 O Básico do Posicionamento

Posicionamento é uma definição de marketing que representa a forma com que a empresa, marca ou produto se coloca no mercado e na mente das pessoas.

Por exemplo, o mercado de beleza e saúde é gigantesco e dificilmente haverá um produto que irá atrair a todo tipo de pessoa.

Para dar um exemplo mais real, vou me ater ao nicho de redução de peso e gordura corporal. Mesmo nesse nicho, dificilmente haverá um produto que atende à qualquer pessoa.

O *Emagrecer de Vez*¹, pelo nome já dá para saber que é para quem quer emagrecer. Talvez até já emagreceu no passado mas voltou a engordar.

Por outro lado, o *Mamãe Sarada*² é para as mães que engordaram durante a gravidez e querem emagrecer novamente.

¹<http://posicionamentomagnetico.com/EmagrecerDeVez>

²<http://posicionamentomagnetico.com/MamaeSarada>

Outro exemplo interessante é o do *Nerd Fitness*³ que tem o objetivo de ser um guia de fitness para os nerds.

Veja que os três programas que mencionei podem ajudar uma pessoa que está acima do peso e quer emagrecer mas ela pode achar mais interessante um ou outro dependendo de seu perfil. E, este é o conceito básico de posicionamento e tem como objetivo atrair o cliente ideal.

1.2 A Importância de um Bom Posicionamento

Se você quer vender mais, com preços acima dos da concorrência, é importante ter um bom posicionamento.

Imagine dois psicólogos com formação de coaching. Os dois estudaram juntos, os dois tiveram notas parecidas e são igualmente capazes de fazer um bom trabalho e transformarem a vida de seus clientes.

Mas há diferenças. O profissional A conseguiu se posicionar bem no mercado e atrai clientes que pagam R\$500 por sessão, enquanto que o profissional B cobra apenas R\$60 por sessão.

Além disso, como A tem clientes bastante parecidos e pode se dar ao luxo de escolher quem vai estar em sua carteira, o trabalho dele acaba sendo relativamente tranquilo. E ainda tem 100% de satisfação de seus clientes que recomendam o serviço para amigos.

Por outro lado, o profissional B tem muitos clientes bem diferentes e se sente na obrigação de atender a todos os que aceitam pagar e às vezes até tem clientes pró-bono porque fica com peso na consciência e fica na esperança de transformá-los em clientes pagantes, o que nunca acontece. O pior de tudo é que seus clientes não ficam felizes com o serviço porque eles não tem resultados.

Lembre que B tem toda a capacidade de proporcionar excelentes resultados a seus clientes.

Você sabe qual é a diferença entre estes dois profissionais?

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

Sim, um estabeleceu um posicionamento magnético e outro atendia qualquer um, não importando qual fosse o objetivo do cliente, poderia ser uma pessoa que quisesse ser um executivo de uma multinacional, ser empreendedor bem-sucedido, emagrecer, encontrar a alma gêmea ou sair de uma depressão. Não importava. Se alguém precisava de ajuda lá estava ele para oferecer seus serviços.

1.3 Plantação

Espero que você esteja interessado em estabelecer um posicionamento magnético que atraia seu cliente ideal e possa estar mais próximo de seus maiores sonhos.

Garanto que no médio prazo vale muito a pena.

Só que para conseguir se posicionar desta maneira exige esforço. Se você está comprometido em fazer o que é necessário no curto prazo para que no médio prazo você possa estar mais próximo de seus sonhos, então convido você a continuar lendo este livro.

Pense isto como um investimento ou uma plantação. Você precisa poupar e plantar, cuidando para que cresça de forma saudável e irá colher os merecidos frutos no futuro.

Mas se você quer ter resultados rápidos sem esforço, é melhor você parar de ler este livro e buscar outra fonte de informação.

1.4 Regra Essencial para Você Ter Sucesso

Como você ainda está lendo então estamos combinados que você não vai poupar esforços para fazer o que é necessário, ok?

Então vamos à regra essencial para você ter sucesso: Fuja dos atalhos.

Vou explicar.

Não nego que há formas de acelerar o sucesso. E isso é bom.

O problema é sempre buscar o jeito mais fácil ou mais cômodo. Dessa forma, a tendência é ficar procurando pela fórmula mágica, pulando de fórmula em fórmula, até desistir dizendo que sucesso é para os outros, para quem nasceu em berço de ouro ou algo do gênero.

Correr sempre atrás do atalho é ler este livro por cima e depois reclamar que ele não ajudou em nada.

Então leia este livro na ordem e com atenção.

Desligue as notificações das redes sociais, incluindo o WhatsApp para se concentrar melhor. Faça isso não apenas quando for ler este livro mas sempre que for fazer algo importante.

1.5 Para Quem este Livro foi Escrito

Este livro pode ser útil para qualquer pessoa que queira estabelecer um posicionamento magnético para si próprio ou para uma empresa ou outro tipo de organização.

Porém, o foco principal são empreendedores (ou que desejem ser em um futuro próximo) e que queiram implementar projetos que façam a diferença na vida das pessoas, através de conteúdo, treinamento e/ou serviços.

Alguns exemplos são professores, coaches, psicólogos, freelancers, consultores, autores de livros não-ficção e de cursos online, etc.

1.6 Quem é o Autor deste Livro e Porque foi Escrito

Meu nome é Claudio Shigueo Watanabe. Sou formado em engenharia com ênfase em Computação pela USP, com MBA Internacional em Negócios (OneMBA) pela FGV em parceria com escolas de negócio internacionais. Também tenho formação de Coaching pela Sociedade Brasileira de Coaching.

Eu criei este livro porque não estava satisfeito com o que estava entregando para meus clientes na minha agência de marketing digital [Zumit](http://zumit.com.br)⁴.

Um dos problemas foi que combinávamos algo no começo e depois apareciam discordâncias. Outro problema era que o conhecimento não estava alinhado para proporcionar os melhores resultados para meus clientes.

Então decidi criar um método que inclui conhecimento, plataforma tecnológica, consultoria e serviços de desenvolvimento de websites para criar negócios digitais de sucesso com foco para o público deste livro.

Este livro é o primeiro passo deste método. E [neste link](#)⁵ você pode ter acesso ao [próximo passo](#)⁶.

1.7 Conclusão

Estabelecer Posicionamento Magnético é uma das melhores maneiras para criar um negócio bem-sucedido, se não a melhor.

Também falei sobre a importância de fugir dos atalhos que muitas vezes nos fazem perder tempo.

No próximo capítulo vou falar sobre a importância do porquê e qual é a relação disso com posicionamento.

⁴<http://zumit.com.br>

⁵http://posicionamentomagnetico.com/LP_APP

⁶http://posicionamentomagnetico.com/LP_APP

2. Por quê?

Você já assistiu a palestra do Simon Sinek no TED?

Se não, ele disse que as pessoas não compram **o que** as empresas vendem, mas sim **o porquê**.

Eu não acredito que isto seja sempre verdade. Mas pense bem. Se você fosse escolher dois serviços muito parecidos como por exemplo de duas nutricionistas e uma delas quer fazer a diferença na vida das pessoas e oferece serviço gratuito para crianças carentes.

Provavelmente a maioria das pessoas até pagaria mais para ser atendida com a nutricionista com propósito.

O porquê não é útil apenas para convencer as pessoas a comprar, mas também para direcionar cada passo da empresa. Se isso não acontecer, o cliente não vai comprar a idéia.

Por exemplo, não adiantaria nada a Apple ter o slogan “Think different” (Pense diferente) e fazer as coisas como todo mundo. Eles realmente criaram produtos inovadores. E você acha que os produtos seriam iguais se esse porquê não existisse? Provavelmente não. Porque isso contribuiu para a equipe da Apple inovar.

2.1 O Porquê e o Posicionamento

Ter um porquê contribui para que o público alvo perceba o negócio de uma maneira diferente.

Perceba que o porquê é apenas um entre muitos aspectos que formam o posicionamento na mente da audiência. Ou seja, não adianta muito acertar no porquê e falhar em outros pontos.

A boa notícia é que como eu disse, ter um porquê em que a equipe da empresa realmente acredita faz com que ela siga numa mesma direção.

2.2 O Nosso Porquê

O meu porquê, da *Zumit*¹ e deste projeto filho *Posicionamento Magnético*², é fazer a diferença na vida das pessoas. Não apenas de nossos clientes mas também dos clientes de nossos clientes, o que aumenta nosso impacto. Por isso que nosso foco também é ter clientes que também queiram fazer a diferença na vida das pessoas.

Para mim, fazer a diferença na vida das pessoas não é doar peixe, por exemplo. É ensinar as pessoas a pescar. E pescar de maneira eficiente. E eficiente de modo que não cause desequilíbrio ambiental. De forma que tanto nós quanto os netos de nossos netos tenham ainda mais peixes para pescar.

2.3 Conclusão

Ter um porquê move tanto o empreendedor, como funcionários e clientes irem na direção de um mesmo sonho.

No próximo capítulo você aprenderá quem são os guias que vão lhe ajudar a tomar decisões.

¹<http://zumit.com.br>

²<http://posicionamentomagnetico.com/>

3. Os Guias que Vão lhe Ajudar a Tomar Decisões

3.1 O que são e a Importância dos Valores

Assim como o porquê de uma empresa, os valores também tem como objetivo comunicar e guiar a direção que ela, sua equipe e fornecedores toma.

Diferentemente do porquê, valores não é uma frase mas sim palavras como ética, proatividade, criatividade, inovação, eficiência, etc.

É importante que não sejam muitos valores para que as pessoas lembrem deles. A recomendação costuma ser ter 3 valores. Não copie valores de outras empresas, eles precisam ser seus.

Uma outra vantagem dos valores é que eles ajudam a dar poder às pessoas. Por exemplo, um cliente ou um colaborador pode reclamar que algo não está de acordo com os valores da empresa. Sem os valores, é mais difícil de saber o que é esperado ou não.

Eu vejo os valores como guias que ajudam a tomar decisões no dia-a-dia.

3.2 Nossos Valores

Nossos valores são produtividade, insatisfação e paixão.

Produtividade porque queremos entregar muito conteúdo de qualidade de forma simples e sucinta. Também temos como objetivo estabelecer processos e ferramentas que ajudem nossos clientes a ter mais resultados com menos esforços.

Insatisfação tem a ver com não nos satisfazermos de como as coisas são. E buscarmos modos para deixar nossos clientes mais satisfeitos. Ficar insatisfeito não quer dizer reclamar da vida. Se reclamar, diga o que deve ser feito para melhorar a situação. Lembrando sempre da importância do porquê.

Paixão é para nos lembrarmos de nos dedicarmos com paixão em tudo o que fazemos. Acreditamos que somente assim vamos inspirar nossos clientes a conseguir alcançar degraus cada vez mais altos.

3.3 Nossos Valores em Ação

Como expliquei, os valores dão poder aos clientes, então se tiver alguma crítica ou sugestão, *[nos informe aqui](#)*¹.

3.4 Conclusão

Os valores são como guias que ajudam a manter o negócio no caminho certo e informar, não apenas para nós empreendedores, como também para funcionários, parceiros e clientes.

Mais importante que definir os valores, é segui-los. Se não for assim, é melhor nem ter.

No próximo capítulo você entenderá melhor porque há tantas pessoas bem-sucedidas infelizes.

¹<http://posicionamentomagnetico.com/faca-parte-da-evolucao/>

4. Para Você se Sentir Plenamente Realizado com seu Negócio

Da mesma forma que a Alice do País das Maravilhas, se você não souber onde quer ir, não saberá qual caminho seguir.

O porquê é **apenas uma parte** da razão da empresa existir, pois é possível seguir o porquê de milhares de formas.

Por isso, precisamos de algo mais para saber para onde vamos e por onde vamos.

4.1 Propósito

Para mim, propósito é algo mais pessoal do empreendedor à frente do projeto. O que é importante na sua vida. Poderia ser algo como deixar um legado, ter bons relacionamentos e uma vida confortável para você e sua família.

É preciso que o empreendedor tenha claro seus propósitos para que não chegue no final da vida com um negócio espetacular mas com uma vida infeliz, porque não sabe ou não faz o que realmente importa.

4.2 Missão

Missão é o propósito da empresa, o que faz e para quem.

Acredito que a falha de muitas empresas é que tendem a criar missões que apenas a diretoria e os grandes investidores entendem. É preciso que seja simples e todo mundo entenda.

Acredito que um bom exemplo de missão é o da Disney que é “Alegrar pessoas”. Pode parecer curto demais mas o objetivo da Disney é alegrar quem lê gibis, vai aos parques e assiste os desenhos e filmes, além dos acionistas e funcionários.

Apesar de não seguir tão bem, uma boa missão é o do WalMart Brasil “Vender por menos para as pessoas viverem melhor”.

Veja que o WalMart teve muitos problemas por não tratar bem as pessoas. E com esta missão, o WalMart pode se tornar uma empresa melhor.

Talvez tratando as pessoas melhor não consiga vender tão barato mas para uma empresa que tem 3 dos maiores bilionários na lista dos 20 mais ricos do mundo, então provavelmente é possível ter preços baixos sem sacrificar os funcionários.

4.3 Visão

Já a visão é como se fosse o sonho da empresa, como a diretoria vê a empresa daqui a muitos anos. Esta visão deve motivar e inspirar as pessoas a seguir nesta direção.

O ideal é que as pessoas tenham orgulho de estarem envolvidas em uma empresa com esta visão, incluindo clientes e funcionários.

Eu também gosto da visão do WalMart Brasil “Ser o melhor varejista do Brasil na mente e no coração dos consumidores e funcionários”.

Veja que se os funcionários do WalMart Brasil não acharem que a diretoria está se esforçando para alcançar esta visão, é como se ela não existisse. A diretoria pode até dar o sangue para isso mas se os funcionários não acreditarem, de nada adianta.

Isso também vale para os clientes. se eles perceberem que a empresa está indo na direção da visão podem comprar mais no WalMart e menos na concorrência. Mas em qualquer passo em falso pode causar o efeito contrário.

Lembre-se que criar um posicionamento magnético é um trabalho de formiguinha. Mas um pouco a cada dia causa uma grande transformação em um ano.

4.4 Meu Propósito

Um propósito importante para mim é dar o melhor para meu filho.

Que inclui ser um bom pai dando boa educação e amor.

E que ele tenha orgulho de mim. Quero que este livro e o restante do método seja espetacular, e que daqui a alguns anos, ele realmente queira ser como eu.

Que ele não queira ser como um astronauta, um vingador, Barack Obama, Richard Branson ou Steve Jobs, e sim, que queira ser como eu.

Por outro lado eu sou apaixonado pelo novo. Ter novas experiências, conhecer novos lugares e experimentar comidas exóticas. Por isso o valor da insatisfação é importante para mim.

Por isso meu propósito é alinhar cada vez melhor este negócio com meu filho e a paixão pelo novo.

4.5 Nossa Missão e Visão

Nossa missão é transformar a vida das pessoas e negócios que querem fazer a diferença. Através de conteúdo, consultoria e serviços em tecnologia e negócios digitais.

Em outras palavras, nossa missão é transformar pessoas que querem fazer a diferença no mundo, através de seus conhecimentos e habilidades. Tornar estas pessoas em empreendedores bem-sucedidos e felizes.

Já nossa visão é ter conteúdos, métodos e ferramentas que acelerem o sucesso de nossos clientes, que tornem os custos de nossos planos completos altamente atrativos. Tudo isto entregue de forma que o cliente não apenas fique muito satisfeito com os resultados mas também com a caminhada.

Novamente, sua experiência com nossos conteúdos é muito importante, então se tiver alguma crítica ou sugestão, *[nos informe aqui](#)*¹.

4.6 Conclusão

Ter um bom propósito, missão e valores é importante para qualquer empresa que queira ser bem sucedida. E é mais ainda para quem quer estabelecer um posicionamento magnético.

No próximo capítulo vou falar sobre a importância do foco e que nem todo foco é igual.

¹<http://posicionamentomagnetico.com/faca-parte-da-evolucao/>

5. Foco é Mais Importante do que Você Imagina

Neste capítulo você vai saber a importância do foco e qual tipo de foco é o mais recomendável.

5.1 A Importância do Foco

Quando dois dos homens mais ricos do planeta, Warren Buffett e Bill Gates se encontraram pela primeira vez, nenhum dos dois estava muito empolgado com o encontro.

Era um jantar na casa da mãe do Bill Gates. Durante este jantar, a mãe de Gates perguntou às pessoas da mesa qual é o fator mais importante para ter sucesso na vida.

E ambos, Warren Buffett e Bill Gates responderam que é ter **um único foco**.

Steve Jobs também era um grande defensor de foco e era conhecido por remover distrações de sua equipe. Sir Jonathan Ive, criador do iMac, iPod, iPhone e iPad, disse que Steve Jobs perguntava para ele quantas vezes ele tinha dito não naquele dia. Jonathan diz que dizer não foi um dos principais aprendizados que teve com o antigo chefe.

5.2 Foco Único Variável

Vamos exemplificar com uma pessoa que fale inglês muito bem e queira começar a dar aulas particulares.

Ele decide, por exemplo, começar focando em encontrar pessoas interessadas em aprender inglês.

Depois que encontrou as pessoas, ele foca em descobrir qual a necessidade destas pessoas.

E ele passa a focar em dar uma primeira aula gratuita, aprender a dar esta aula de forma que os clientes amem e queiram continuar a ter aulas com ele.

Finalmente, ele decide criar um curso online. E, com tudo que ele aprendeu, fica muito mais fácil criar este curso.

Veja que a cada etapa, o foco dele mudou. A cada etapa ele poderia ter uma meta. Se ele tivesse um único foco e uma única meta o tempo todo provavelmente a meta dele seria ter um bom dinheiro entrando todo mês, por exemplo R\$5 mil. E todo dia olharia a conta dele e não teria nada. E não ficaria nem um pouco feliz com isso.

5.3 Conclusão

Espero que você tenha se convencido que ter um foco único e variável é importante para o sucesso.

No próximo capítulo vou falar sobre o maior erro e força dos empreendedores. Dica: tem bastante a ver com o tópico deste capítulo.