PRECIFICAÇÃO LUCRATIVA

DE PRODUTOS E SERVIÇOS



★ ★ ★ ★ ★

O MÉTODO PRÁTICO
PARA CRIAR **PREÇOS**
DE MÁXIMO LUCRO

RODRIGO ALMEIDA

NUNCA VENDA ANTES DE TER CERTEZA QUE VAI GERAR LUCRO PARA O SEU NEGÓCIO.

RODRIGO ALMEIDA

A DESCOBERTA

Eles não sabiam que estava tudo errado.



EU NO MERCADINHO DOS MEUS PAIS

A época mais divertida da minha vida.

Aos 7 anos, o trabalho que eu mais gostava de fazer no pequeno mercado dos meus pais, era colocar ou mudar o preço das coisas.

No meio da inflação absurda dos anos 80, posso dizer que passava pelo menos umas 2 horas por dia trocando o preço da tampa dos produtos com uma daquelas maquininhas etiquetadoras.

Me lembro como se fosse hoje, eu brincando de quebrar meu recorde de velocidade, etiquetando uma prateleira inteira de latas de molho de tomate...

...enquanto tentava me esconder dos clientes que olhavam feio pra mim porque tinham certeza que aquele preço tinha ficado mais caro.

FAZER O QUÊ? ERA ISSO OU PAGAR PRA TRABALHAR.

Pelo menos era o que meus pais pensavam.

Mas, **o que eles não sabiam era que aquele %** que mandavam eu somar no custo de compra das mercadorias...

Mal dava pra pagar as contas.

Sinceramente, eu gostaria que essa história tivesse um final feliz, mas eu só fui descobrir o que a gente fazia de errado muito tempo depois.

Quando já tava no terceiro ano da faculdade e fui trabalhar como **consultor de negócios** numa multinacional aqui em São Paulo.

À essa altura, meus pais já tinham **ralado muito, ganhado pouco dinheiro** e não tinham mais paciência, muito menos saúde pra continuar trabalhando naquele ritmo.

NÂO TER CONSEGUIDO AJUDAR MEUS PAIS NA HORA CERTA SEMPRE ME INCOMODOU.

Principalmente depois, quando descobri que eles poderiam ter lucrado múltiplas vezes mais, com todas as técnicas de **precificação, finanças e marketing**...

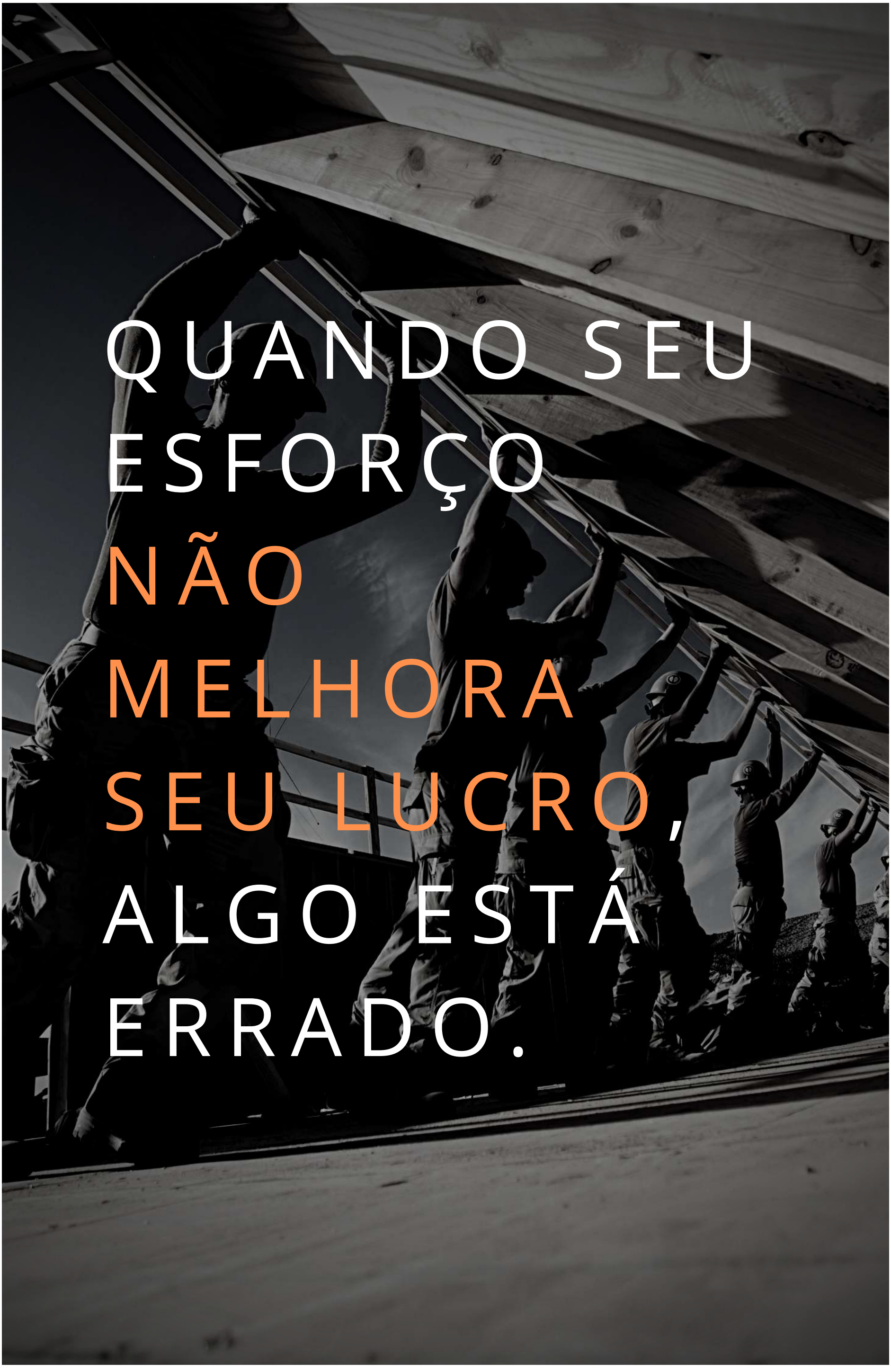


...que aprendi, apliquei e ensinei em centenas de negócios de vários setores e tamanhos, que chegaram a lucrar mais de **R$2 bilhões de reais** com os meus projetos.

Por isso, te peço com o coração aberto, que não caia no mesmo erro dos meus pais...

...e se dê a chance de ler as próximas páginas até o final.

Porque essa pode ser **a melhor decisão** que você já tomou para o lucro, crescimento e sucesso da sua empresa até agora.


QUANDO SEU
ESFORÇO
NÃO
MELHORA
SEU LUCRO,
ALGO ESTÁ
ERRADO.

O PIOR PROBLEMA

Sua empresa está com a Ré engatada?



Se as empresas fossem como carros, tentar vender produtos ou serviços com a **margem negativa**...

Seria o mesmo que meter o pé no acelerador com a marcha ré engatada.

Você põe o maior esforço pra vender cada vez mais, tenta aproveitar cada oportunidade ao seu alcance pra conseguir trazer um cliente novo...

Mas cada vez que você vende alguma coisa, a **sua empresa ao invés de avançar, anda pra trás**.

O lucro reduz e suas finanças ficam cada vez mais no vermelho.

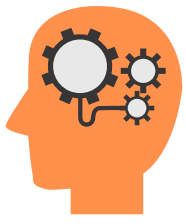
ESSE PROBLEMA PODE SER AINDA MAIS CRUEL E OCULTO QUANDO...

Você tem um portfólio com mais de um produto ou serviço e apenas alguns deles estão com o **preço errado**.

Ou seja, dependendo do que você vende, pode te trazer lucro ou prejuízo.

Muitas vezes, um acaba compensando o outro e você termina trabalhando o dobro, pra ganhar o mesmo que ganharia apenas se...

Corrigisse os preços errados, ou simplesmente parasse de vender esses itens negativos.



Imagine esse problema...

Você tem 3 produtos ou serviços diferentes no seu catálogo:

PRODUTO A) Lucro de **R$30** por venda
PRODUTO B) Lucro de **R$50** por venda
PRODUTO C) Prejuízo de **R$20** por venda

Se você vender 100 produtos de cada durante o mês, vai gerar:

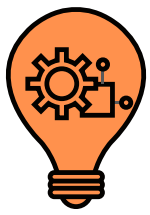
100 x **R$30** + 100 x **R$50** + 100 x (**-R$20**)

que é igual a

R$3.000 **mais** R$5.000 **menos** R$2.000

ou seja, um total de **R$6.000** de lucro no mês

QUE ÓTIMO! VOCÊ ESTÁ GERANDO LUCRO NA SUA EMPRESA, MAS PODERIA SER MELHOR...



Vamos explorar algumas possibilidades

ALTERNATIVA 1

Tirar o produto **C** do portfólio:

R$3.000 + R$5.000

Novo lucro = **R$8.000**/mês

+**R$2 mil** por mês (+33%)

ALTERNATIVA 2

Aumentar a margem do produto **C** para +R$20/venda:

R$3.000 + R$5.000 + R$2,000

Novo lucro = **R$10.000**/mês

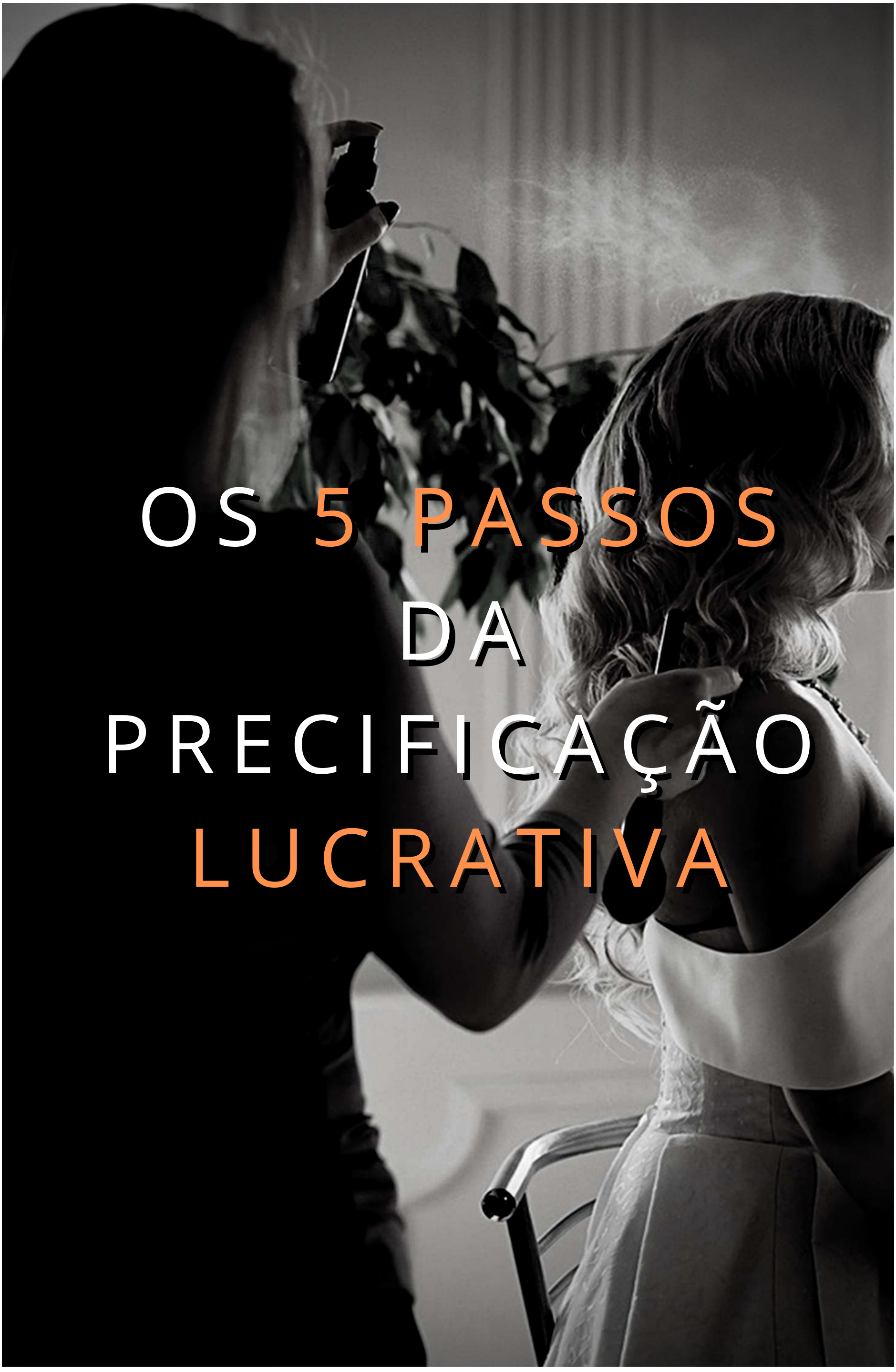
+**R$4 mil** por mês (+66%)

Nas duas situações, com **pouco ou nenhum esforço**...

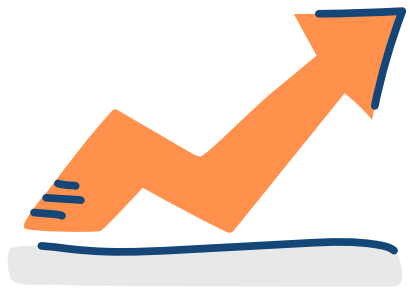
Você conseguiu aumentar seu lucro em **R$2** ou **R$4 mil** por mês!

ESSA É APENAS UMA AMOSTRA DO PODER DA PRECIFICAÇÃO LUCRATIVA!

Então, vamos para o **passo a passo?**


OS 5 PASSOS
DA
PRECIFICAÇÃO
LUCRATIVA

PASSO 1



"A simplicidade é o último grau de sofisticação"

Leonardo Da Vinci

Vou ser direto com você, tudo em finanças e marketing, inclusive a parte de precificação, você precisa ser simples pra ter algum resultado.

A ideia aqui não é você ficar testando coisas aleatórias, super elaboradas...

...é você **fazer o simples muito bem feito**, é isso que vai trazer resultado de verdade.

E o seu primeiro passo é você ter a visão real de quais são os **redutores de faturamento** da sua empresa.

Como assim Rodrigo?

Alguns exemplos vão te ajudar...

REDUTOR DE FATURAMENTO É TUDO QUE...

Diminui a receita da sua empresa logo na entrada:

- IMPOSTOS
- TAXAS DE RECEBIMENTO
- COMISSÕES

Ou seja, tudo que reduz o dinheiro que entra na sua empresa são gastos importantes que não podem ser ignorados.

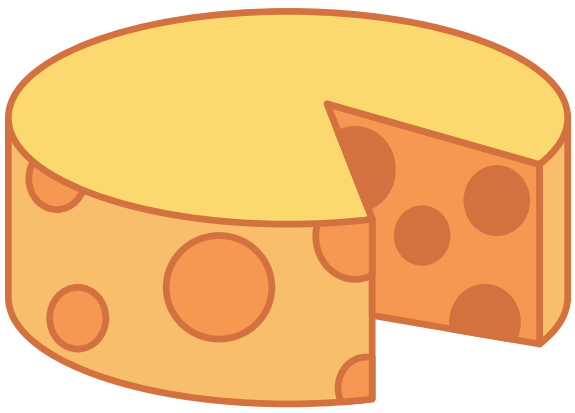
Inclusive, um amigo meu que trabalhava com eventos, **quase quebrou** porque esqueceu de calcular os redutores no preço de um grande contrato.

A maioria desses redutores são **calculados em %** sobre o faturamento, como o Simples Nacional e a taxa de cartão de crédito.

Mas também **pode ser em R$**, no caso da tarifa cobrada na emissão dos boletos, por exemplo.

IMPORTANTE: se você faz antecipação de cartão na sua empresa, a taxa que você vai usar é a taxa total de antecipação...

Você vai perceber que isso vai fazer muita diferença no seu lucro final.

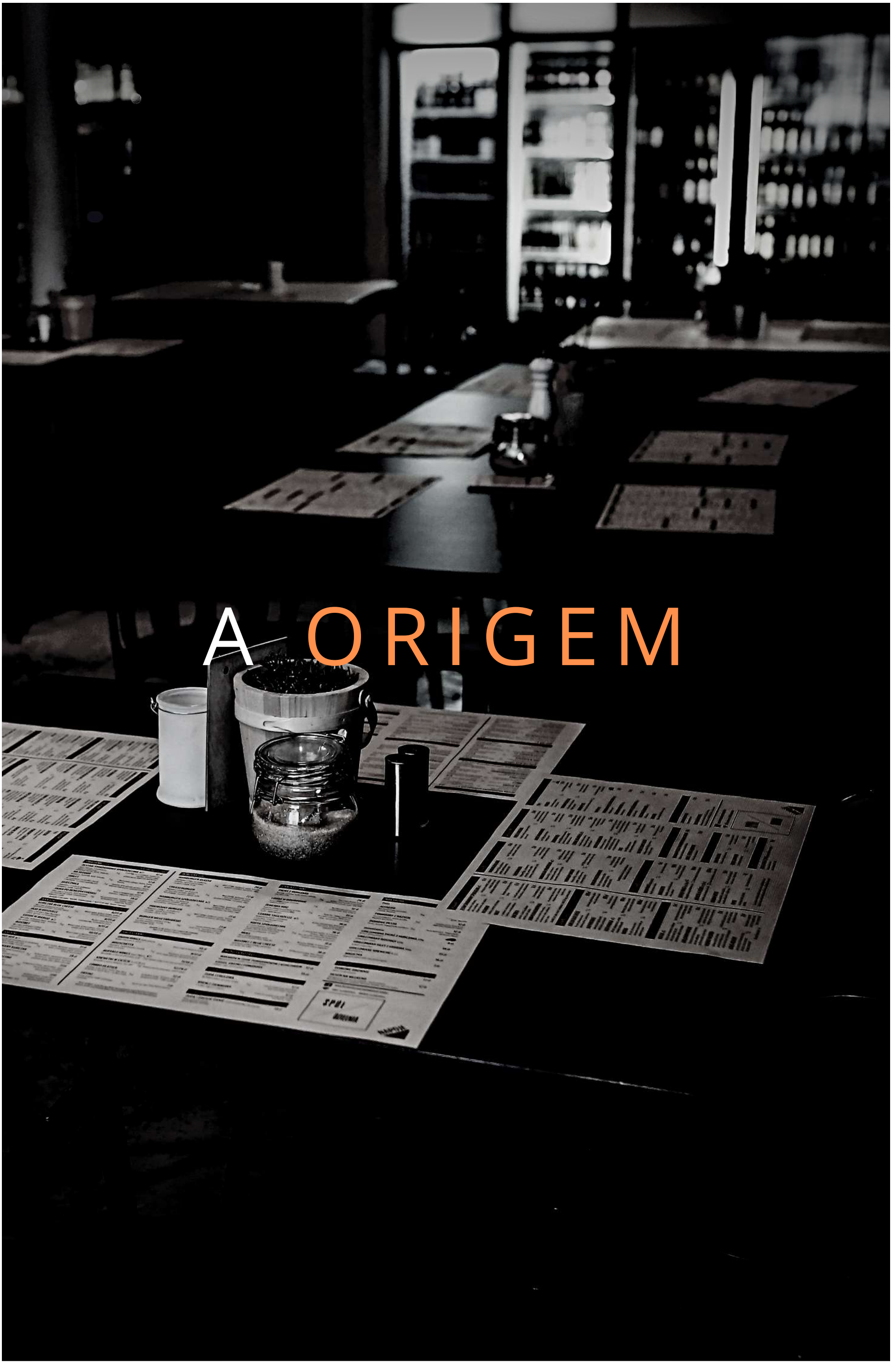




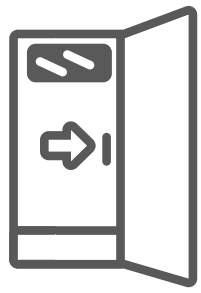
EXEMPLO DE REDUTORES DE FATURAMENTO

- 6% IMPOSTOS
- 3% TAXA CARTÃO
- 5% COMISSÃO VENDAS
- R$2,50 EMISSÃO BOLETO

A ORIGEM



PASSO 2



"O começo é a metade do todo"

Platão

Uma vez que você já sabe quais os redutores de receita da sua venda, você vai levantar os principais **gastos que tem origem na existência** do seu produto ou serviço.

ALGUNS GASTOS SÃO ESSENCIAIS PARA O SEU NEGÓCIO EXISTIR...

Sem eles, seria impossível você vender algo, ou seja, eles fazem parte do processo de criação ou revenda do produto.

E se você presta algum tipo de serviço, esses gastos são os custos que você teve pra fazer esse serviço.

- CUSTO DE AQUISIÇÃO
- MATÉRIA PRIMA
- INSUMOS DE FABRICAÇÃO
- MÃO DE OBRA TERCEIRIZADA

A essa altura você já deve ter percebido que é importante considerar a sua cadeia produtiva no cálculo do seu preço.

Essa cadeia pode ser de compra e revenda de um produto (custo de aquisição)...

De entrega de um produto ou terceirização de um serviço (frete ou instalação).

E também pode ser um material ou insumo usado na fabricação de algo ou prestação do seu serviço.

O segredo aqui é você pensar nos gastos essenciais que fazem seu produto ou serviço existir e usar apenas...

...se eles estiverem conectados com sua venda, ou seja,

Imagine uma situação em que você simplesmente pare de vender por uns 3 meses.

E SE FAÇA A SEGUINTE PERGUNTA...



>> Quais **custos ou despesas desapareceriam** no seu negócio?

A resposta pra essa pergunta são os **custos e despesas variáveis** da sua empresa.

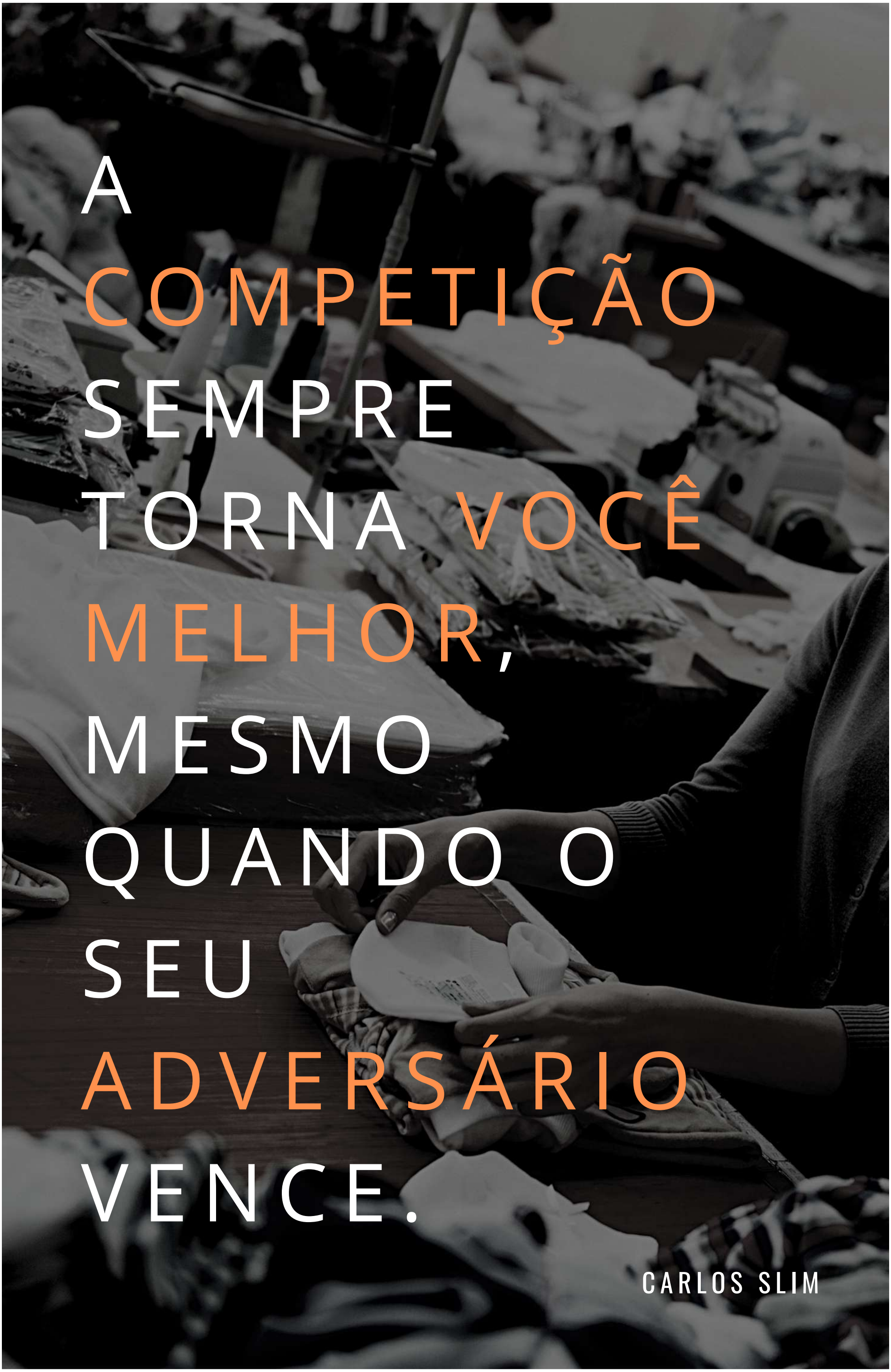
Eles são a base pra você calcular a margem real da sua venda.

É exatamente essa margem que a gente quer descobrir, vai ser sua melhor amiga e também vai te ajudar a aumentar o LUCRO do seu negócio.

ATÉ ESSE PONTO, SEU PREÇO GANHOU CORPO E JÁ CONSIDERA:

- **IMPOSTOS**
- **TAXA RECEBIMENTO**
- **COMISSÕES**
- **CUSTO DE AQUISIÇÃO**
- **MATERIAIS E EMBALAGENS**
- **INSUMOS**
- **CUSTO DE TERCEIROS**

Mas bora que ainda tem muita coisa boa vindo por aí...


A
COMPETIÇÃO
SEMPRE
TORNA VOCÊ
MELHOR,
MESMO
QUANDO O
SEU
ADVERSÁRIO
VENCE.
CARLOS SLIM

PASSO 3



Seus clientes e concorrentes são a melhor referência pra você ter um preço imbatível.

E isso não significa que você tem que ser o máximo em tudo pra conseguir cobrar mais...

A grande sacada aqui é você não ter uma empresa boa em tudo, mas **boa apenas no que ela deseja ser boa**.

Essa é a base fundamental de marketing que você vai considerar no seu preço.

E por causa dessa mesma base, muitos consultores de negócio, donas e sócios inteligentes de empresas, escorregam quando definem preço.

Porque fazem uma comparação fria com os concorrentes e concluem:

MEUS CONCORRENTES COBRAM "X" REAIS, ENTÃO PRECISO COBRAR IGUAL OU MENOS PRA VENDER MAIS!



NÃO FAÇA ISSO! E muita atenção no que vou te contar agora:

Antes de você olhar pra concorrência, **você precisa olhar para os seus clientes**.

Isso mesmo!

Você **define o perfil dos clientes que deseja atender** e suprir as principais necessidades, então...

FOCA 100% NELES!

Vamos explorar um exemplo.

Você pode escolher focar seu negócio em jovens solteiros que querem economizar tempo e ter um conforto no tempo livre.

Se esse for seu público alvo, você precisa avaliar o seu negócio e dos seus concorrentes sobre a ótica de atendimento desse público APENAS.

Ninguém mais importa!

Porque é nesse público que você vai fazer todo o seu esforço pra atrair, agradar, ajudar, vender e fidelizar.



Por isso, sempre reforço com meus alunos no curso de precificação que...

Eles devem **evitar o desejo de ABRAÇAR O MUNDO!**

As empresas simplesmente não têm capacidade de agradar todo tipo de cliente e...

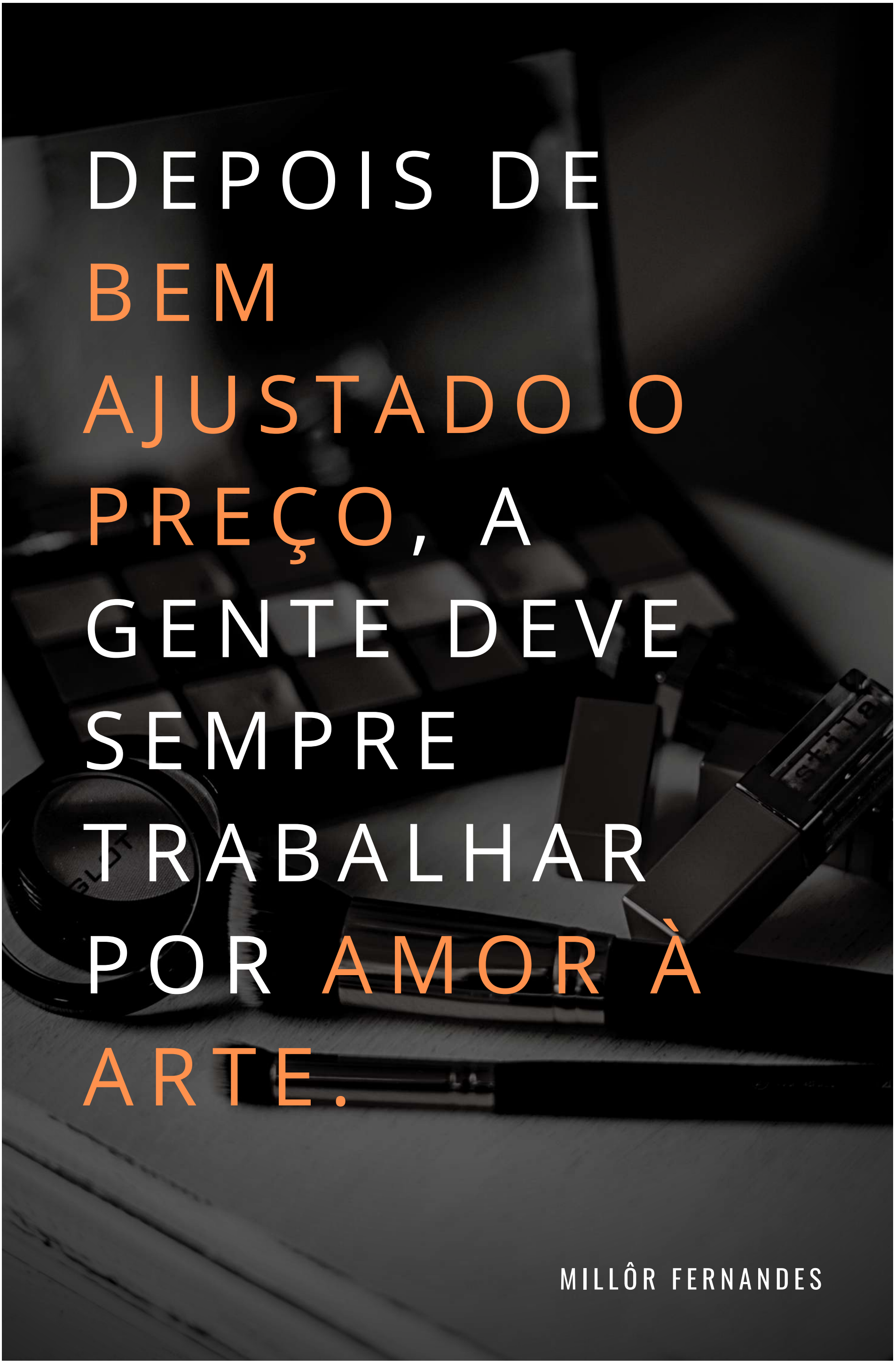
Pra você ter uma empresa lucrativa de verdade e trabalhar com o preço que suporte isso...

É importante que você foque num público específico pra **ganhar o jogo dos concorrentes sempre.**

Quer saber como fazer isso?

Simples! Você faz uma lista do que seu público alvo acha importante e avalia cada item separado dando uma nota de 1 a 3 pra sua empresa e pra cada concorrente da comparação.

A soma de todas **as notas** vai responder se você pode **praticar preços mais altos ou mais baixos que a sua concorrência**.


DEPOIS DE
BEM
AJUSTADO O
PREÇO, A
GENTE DEVE
SEMPRE
TRABALHAR
POR AMOR À
ARTE.
MILLÔR FERNANDES

PASSO 4



Ancoragem de Preço

O quarto passo é a grande cereja da precificação lucrativa.

Uma **técnica oculta** muito poderosa pra aumento de lucro e poucas pessoas sabem como usar direito.

Ela surgiu após alguns estudos científicos que concluíram que o cérebro das pessoas funciona como se fosse uma balança.

Sempre está comparando coisas pra dizer se algo é bom ou ruim, melhor ou pior...

E quando falamos de valores, também funciona assim.

Vamos fazer um exercício rápido pra você entender esse ponto com mais clareza.

Preste atenção nesses valores:

R$ 350.000, R$ 320.000,
R$ 530.000, R$ 490.000

Já viu todos com atenção?

Agora deixa eu te fazer uma pergunta:

Quanto você acha que uma pessoa gasta em média pra viajar sozinha ao redor do mundo durante 1 ano? Pense e responda rápido.

Por acaso, esse número que você pensou está **próximo dos valores** que eu coloquei **alí em cima**?

Talvez você pode ter até escolhido um deles, mas em momento algum eu disse que aqueles valores tinham relação com o custo da viagem.

E é exatamente isso que o cérebro faz, percebe?

Seu cérebro fica o tempo todo se agarrando **às informações que estão mais próximas** e tenta criar alguma resposta mais óbvia, que tenha alguma lógica.

Se você pesquisar na internet, vai encontrar várias estimativas pra esse custo de viagem...

A maioria delas varia entre R$20 e R$100 mil reais, dependendo do roteiro e das experiências que as pessoas buscam.

Ou seja, a maioria delas não está nesse patamar de custo que eu coloquei...

Mas o simples fato dos números estarem alí, bem pertinho... o seu cérebro entendeu que R$300 a R$500 mil seria o patamar mais provável, ou seja, **o preço mais justo pra essa viagem**.

Resumindo, você passou a achar que um preço 3 a 5x maior até fazia sentido pra viajar o mundo.

E isso é uma notícia excelente pra nossa precificação lucrativa...

NÃO É VERDADE?

...porque quando os clientes acham que o preço está justo, eles compram!

E se você sabe fazer as estratégias certas de ancoragem de preço, a maioria dos seus clientes vão ter essa percepção sobre os seus produtos ou serviços, e vão...

1) Comprar muito mais de você;
2) Ficar muito mais satisfeitos, mesmo pagando um preço maior do que você costumava cobrar.

Uma das técnicas mais simples de ancoragem é **o famoso R$9,99**.

Se você costuma trabalhar com preços arredondados de produtos ou serviços, tente as variações abaixo por exemplo:

- R$ 30 substituir por R$29,90
- R$ 10 substituir por R$10,90
- R$ 150 substituir por R$ 159

Com certeza vai te ajudar a ter um lucro muito maior!


LUCRO É
SUBPRODUTO
DAS COISAS
BEM FEITAS.
PHILIP KOTLER

PASSO 5



Descobrindo a Margem Real

Essa é a hora de você juntar tudo o que aprendeu até agora pra validar seu preço e descobrir a **Margem de Contribuição** (MC) dos seus produtos ou serviços.

A MC é um dos principais indicadores financeiros do seu negócio e está fortemente relacionada às suas estratégias de **marketing pra multiplicação do lucro** da empresa.

Quando você descobre a MC, você sobe o primeiro degrau da escada que vai te levar à uma empresa altamente lucrativa.

A MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO É O VALOR AGREGADO PELO PRODUTO OU SERVIÇO QUANDO VOCÊ O VENDE!

Qual é o objetivo de uma venda?

O LUCRO!

Mas você só sabe se aquela venda está gerando lucro se sua margem de contribuição é positiva.

E pra você calcular a margem de contribuição, você desconta do seu preço os redutores de receita e os custos ou despesas variáveis.

Mas pra você calcular isso, você precisou fazer o que antes?

Você precisou **descobrir cada item separadamente**, além de comparar seu preço com a concorrência, ajustar a competitividade de acordo com as necessidades do seu cliente alvo e usar ancoragem pra poder cobrar mais!

Com tudo isso, você consegue fechar um **preço muito mais competitivo e lucrativo**.

Um preço que te ajude a faturar mais e garantir aumento de lucro e renda real pra você.

E como funciona a Margem de Contribuição?

O conceito é bem simples, significa que cada vez que você vende um produto ou um serviço, ele agrega um lucro pra você.

E a soma desse lucro, você vai usar pra pagar seus gastos fixos do negócio, como aluguel, funcionários, contas de telefone por exemplo...

...e se você vender a quantidade suficiente...

Também **vai pagar o seu Pró Labore** (seu salário) e alguns investimentos pra sua empresa crescer mais.

Veja agora o cálculo na prática:

- **PREÇO:** **R$ 79,00**

- **IMPOSTOS (6%):** **R$ 4,74**
- **TAXA RECEB. (3%):** **R$ 2,37**
- **COMISSÕES (5%):** **R$ 3,95**
- **CUSTO AQUISIÇÃO:** **R$ 20,00**
- **MAT./EMBAL.:** **R$ 3,00**
- **INSUMOS:** **R$ 2,00**
- **CUSTO TERCEIROS:** **R$ 5,00**

MC = PREÇO - REDUTORES - GASTOS VAR.

MC = R$ 79,00 - R$ 7,11 - R$ 33,95 = R$ 37,94


OS
EMPRESÁRIOS
NÃO SÃO
PASSAGEIROS,
SÃO OS
MOTORISTAS.

O PRÓXIMO SALTO

Suba o primeiro degrau com fé. Não é necessário que você veja toda a escada. Apenas dê o primeiro passo.

Martin Luther King

Muito bom! Você evoluiu muito até aqui e...

Estou muito empolgado por você porque tenho certeza que essas técnicas vão te ajudar a lucrar mais no seu negócio.

Só pra você ter idéia do **potencial de ganho** que você tem após colocar a mão na massa...

Um dos meus alunos, fez uma revisão na precificação dos produtos dele e, com ajustes rápidos, conseguiu aumentar a receita em mais de R$45 mil em apenas 45 dias.

Ele, dentre dezenas de outros empresários estão aprendendo que o trabalho duro, sozinho, não traz **nem 20% do resultado que sua empresa pode gerar**.

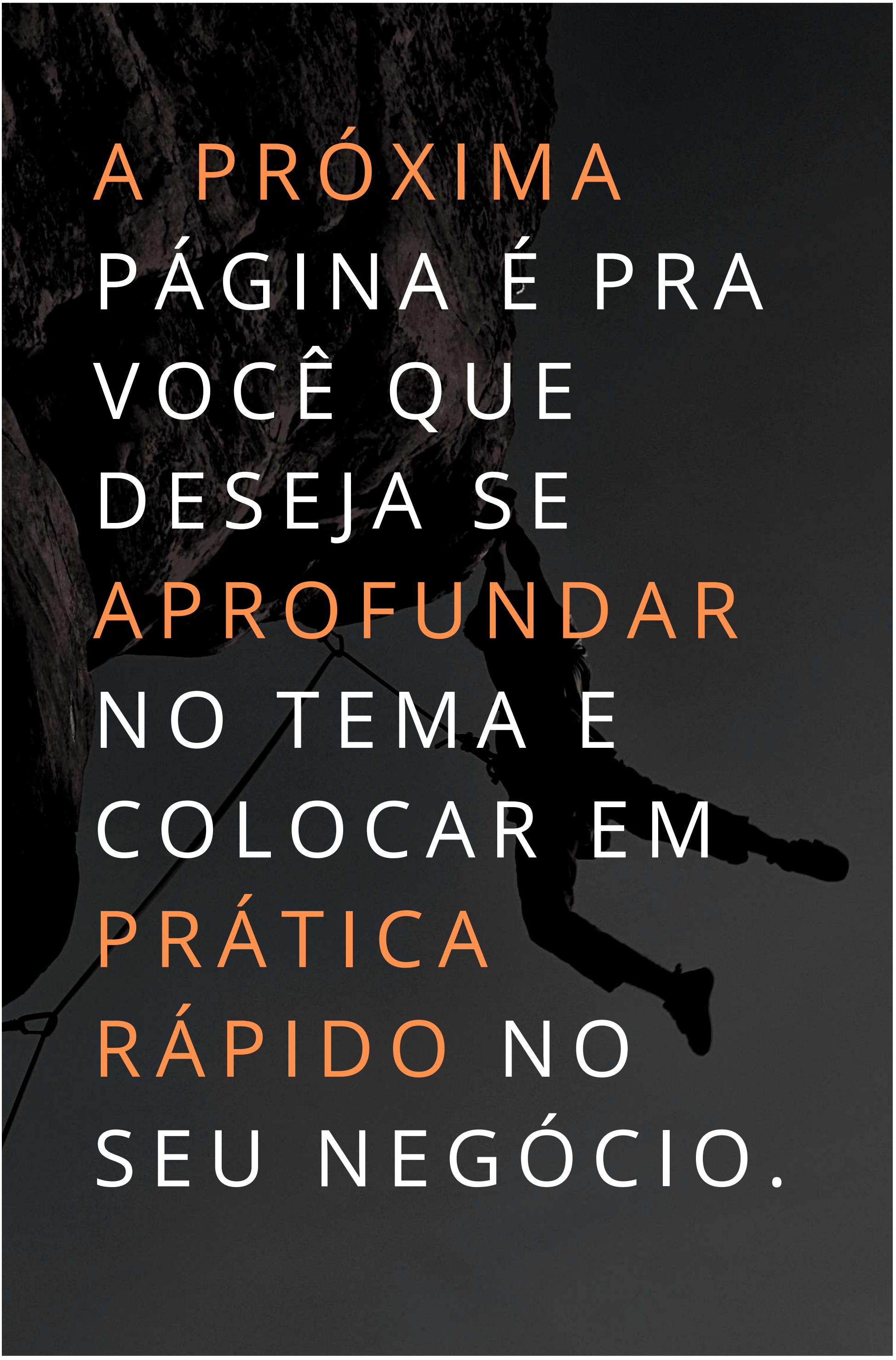
VOCÊ QUER E PRECISA DE MUITO MAIS!

As empresárias e empresários mais antenados estão descobrindo que **técnicas de finanças e marketing**, como as que você aprendeu até aqui...

São mais que um caminho real para o lucro, são também escolhas que exigem menos tempo e esforço pra você ter os resultados que persegue.

Como acredito que as pessoas honestas e dedicadas merecem ter mais oportunidades pra conquistar uma vida melhor e...

Se você é uma pessoa que quer continuar subindo a escada do lucro na sua empresa, CONTINUE LENDO...


A PRÓXIMA
PÁGINA É PRA
VOCÊ QUE
DESEJA SE
APROFUNDAR
NO TEMA E
COLOCAR EM
PRÁTICA
RÁPIDO NO
SEU NEGÓCIO.

Você já deve ter percebido, que o que viu aqui é só o comecinho de algo muito mais poderoso.

E gostaria de te ajudar a dar mais um passo e **dominar o tema de precificação** de um jeito ainda mais prático e claro.

Vou disponibilizar pra você um benefício simplesmente insano pra você entrar no **Preço2x!**

Um **curso muito rápido** e **simples** de precificação que criei, onde você vai ter acesso à **aula online** com detalhes de como fazer cada passo da precificação do seu produto ou serviço.

É SIMPLESMENTE O CURSO MAIS RÁPIDO E PODEROSO SOBRE PRECIFICAÇÃO QUE EXISTE!

Depois de mais de 18 anos e 1.200 assessorias, consultorias e projetos de negócios, onde desenvolvi, testei, melhorei e simplifiquei técnicas de finanças e marketing que geraram mais de R$ 2 bilhões em lucro...

Decidi compartilhar essas técnicas do jeito mais fácil para os pequenos empresários brasileiros...

Uma galera honesta e trabalhadora, **que tem pouco tempo pra perder** com bobeira e precisa melhorar os resultados do negócio agora.

O curso tem um pouco mais de uma hora de duração, onde explico passo a passo de como montar seu preço lucrativo e...

Você também ganha uma planilha automática de precificação...

...pra você baixar e **montar seus preços** quantas vezes precisar **em menos de 5 minutos**.

Sinceramente, não sei até quando vou deixar esse curso aberto ou seus **R$100 de desconto ativo (use o cupom DESC100)**, toque no botão abaixo e aproveite agora!

SIM, EU QUERO TER PREÇOS LUCRATIVOS!

Show! Quanta coisa boa nós vimos até aqui!

Gostaria que soubesse que foi um imenso prazer compartilhar essas dicas com você e...

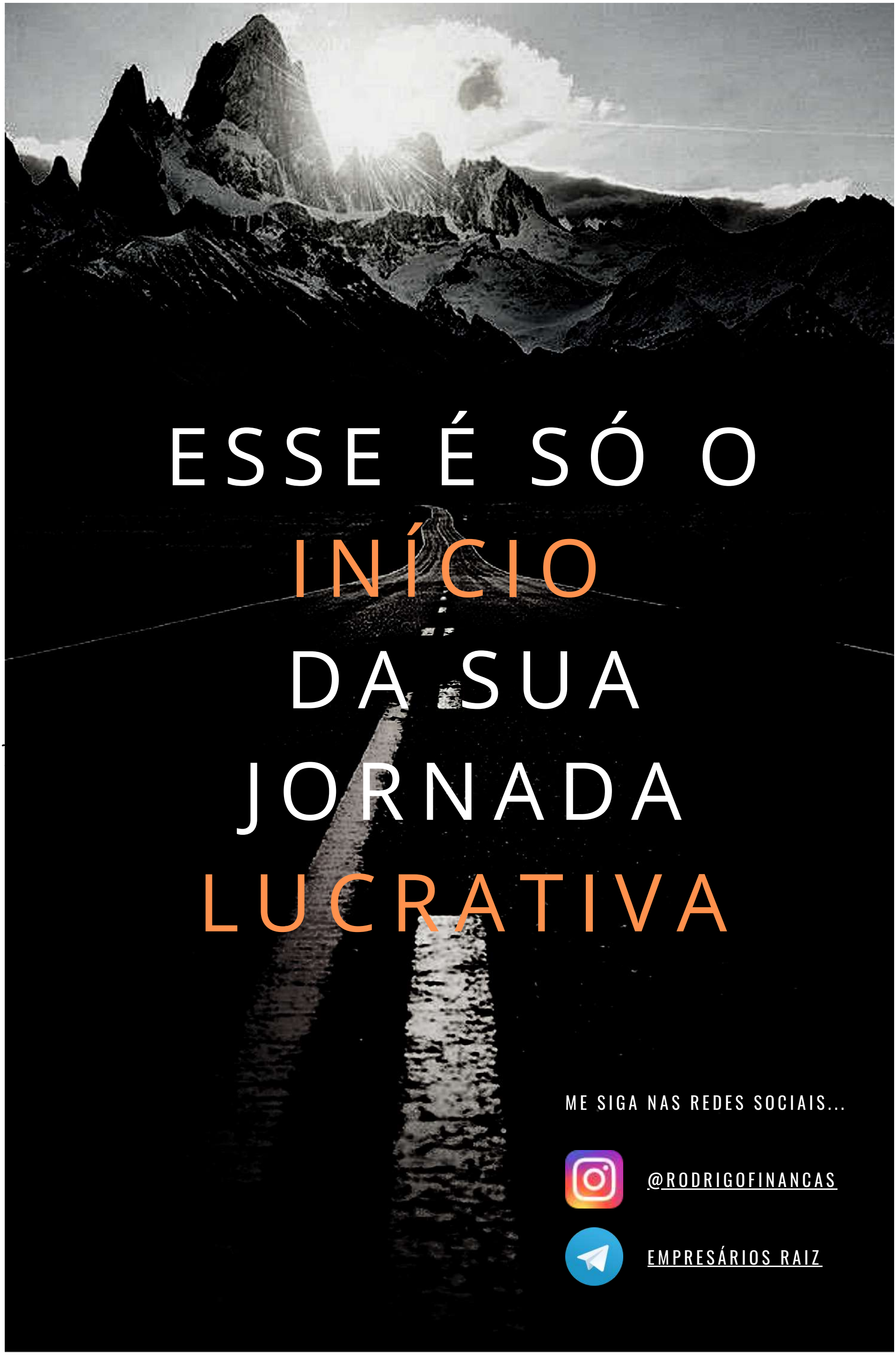
Espero que tenha gostado do conteúdo desse livro, assim como eu sempre curti ensinar e trabalhar com esse tema!

Parabéns pelo seu compromisso e nos vemos daqui a pouco.

Até mais!

Rodrigo Almeida

PS: bônus secreto pra você que leu até aqui! Em até 30 dias após sua inscrição no Preço2x, você também ganhará uma mentoria em grupo comigo (100% grátis | 100% online). Inscreva-se na página anterior.


ESSE É SÓ O
INÍCIO
DA SUA
JORNADA
LUCRATIVA
ME SIGA NAS REDES SOCIAIS...
@RODRIGOFINANCAS
EMPRESÁRIOS RAIZ