



BOOTCAMP

EMPREENDEDORISMO EM AÇÃO

MÓDULO

05

CANAIS, VENDAS E MODELOS FINANCEIROS

Estratégias e ferramentas para **conectar** sua oferta aos clientes, **vender mais** e construir um modelo financeiro **sustentável**.

“

*Eu vou fazer uma oferta
que ele não pode recusar.*

Don Vito Corleone, O Poderoso Chefão



Escolher e priorizar
canais de comunicação
e distribuição



Estratégias e
técnicas de vendas



Relacionamento
e experiência
do cliente



Estrutura de custos
e formação de preço



Fluxo de receitas
e indicadores
financeiros



Garantir lucratividade
e sustentabilidade
do negócio



GUIA DO BOOTCAMPER
/ CANAIS, VENDAS E
MODELOS FINANCEIROS



@josejunior.lima

SEBRAE



BOOTCAMP

EMPREENDEDORISMO EM AÇÃO



ATÉ AQUI

RESUMO DA NOSSA JORNADA

No **Módulo 4**, aprendemos que uma boa ideia só ganha valor quando é transformada em algo concreto e colocada nas mãos dos clientes.

Descobrimos que **prototipar, testar, medir e aprender** reduz riscos, evita desperdícios e acelera a construção de soluções que realmente fazem sentido para o mercado.



OS PRINCIPAIS TÓPICOS DO MÓDULO 4



LEAN STARTUP

Construir → Medir → Aprender
Utilizar ciclos rápidos de experimentação para evoluir a ideia continuamente.



PROTOTIPAGEM

Transformar ideias em representações simples para obter feedback antes de investir tempo e dinheiro.



MVP MÍNIMO PRODUTO VIÁVEL

Criar a versão mais simples da solução capaz de gerar aprendizado com clientes reais.



TIPOS DE PROTÓTIPOS

Escolher entre protótipos de baixa ou alta fidelidade conforme o objetivo do teste.



TESTES DE HIPÓTESES

Validar suposições utilizando experimentos, métricas e evidências obtidas com os clientes.



ITERAR OU PIVOTAR

Decidir se vale a pena melhorar a solução atual ou realizar mudanças mais significativas com base nos aprendizados.



GUIA DO BOOTCAMPER
/ PROTOTIPAGEM E
MÍNIMO PRODUTO VIÁVEL



@josejunior.lima





BOOTCAMP

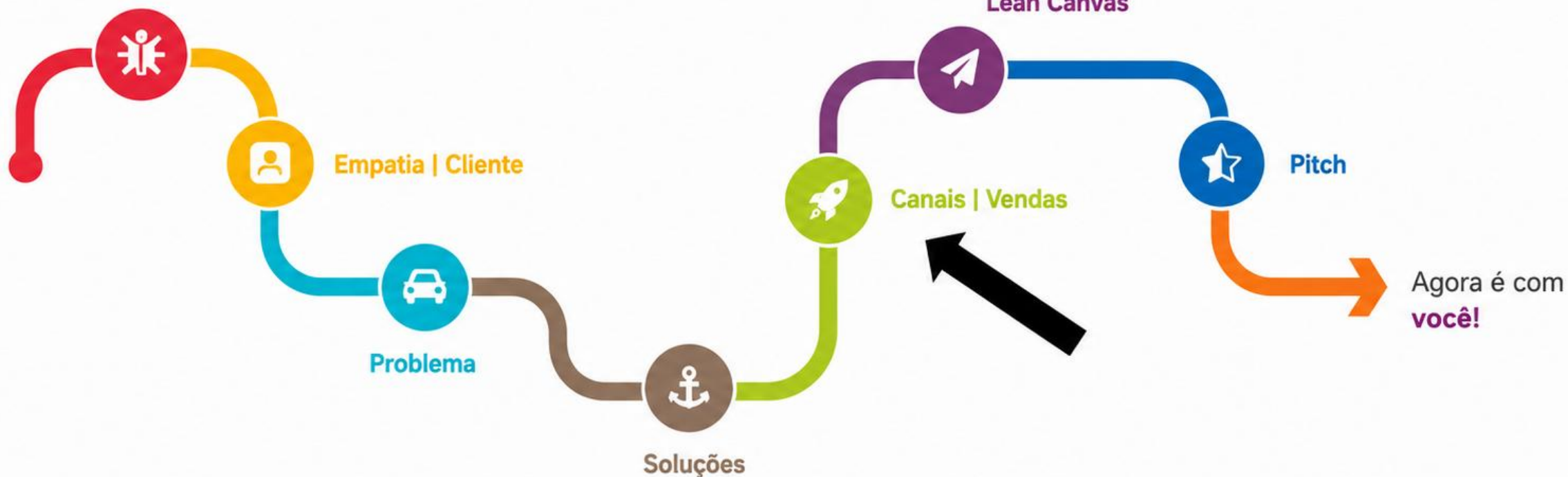
EMPREENDEDORISMO EM AÇÃO

LINHA DO TEMPO



Veja como tudo que você aprendeu **se conecta até aqui**
e como vamos avançar juntos a partir de agora!

Effectuation + Propósito



GUIA DO BOOTCAMPER
/ CANAIS, VENDAS E
MODELOS FINANCEIROS



@josejunior.lima





BOOTCAMP

EMPREENDEDORISMO EM AÇÃO



CONCEITO

Os canais de vendas e comunicação são os **pontos de contato** entre o negócio e o cliente.

São eles que permitem que as pessoas:



Conheçam sua solução



Avaliem sua proposta de valor



Comprem seu produto ou serviço



Recebam o que foi comprado



Mantenham relacionamento após a venda

O QUE SÃO CANAIS DE VENDAS?

Como sua solução chega até o cliente.

A JORNADA DOS CANAIS



CONHECIMENTO

O cliente descobre que sua solução existe.



AVALIAÇÃO

O cliente avalia se sua solução atende às suas necessidades.



COMPRA

O cliente decide comprar e realiza a aquisição.



ENTREGA

O cliente recebe o produto ou serviço contratado.



PÓS-VENDA

O cliente mantém relacionamento e pode comprar novamente.



POR QUE ISSO É IMPORTANTE?



Não basta ter um excelente produto ou serviço.



O cliente precisa conseguir encontrar sua solução.



Quanto melhores os canais, maior será a geração de clientes, vendas e relacionamento.

No Bootcamp, essa capacidade é chamada de **TRAÇÃO**: utilizar canais de comunicação e vendas para atrair clientes e transformar oportunidades em receita para o negócio.



GUIA DO BOOTCAMPER
/ CANAIS, VENDAS E
MODELOS FINANCEIROS



@josejunior.lima



**BOOTCAMP**

EMPREENDEDORISMO EM AÇÃO

CANAIS DE VENDA E DISTRIBUIÇÃO



Onde seus clientes podem encontrar sua empresa?



No **Bullseye Framework**, o objetivo é explorar diferentes canais de aquisição e comunicação antes de decidir onde concentrar seus esforços. O empreendedor deve testar diferentes alternativas e validar quais realmente geram resultados para o negócio.

1

E-MAIL MARKETING

?**O que é?**

Utilizar o e-mail para se comunicar com clientes e potenciais clientes, fortalecendo o relacionamento e apresentando ofertas, novidades e conteúdos relevantes.

**Objetivo**

Criar relacionamento contínuo e estimular novas vendas.

2

PLATAFORMAS EXISTENTES

?**O que é?**

Utilizar plataformas já consolidadas no mercado para alcançar clientes que já estão buscando produtos ou serviços.

**Objetivo**

Aproveitar a audiência e o fluxo de usuários dessas plataformas para **acelerar as vendas**.

3

MARKETING VIRAL

?**O que é?**

Criar conteúdos ou ações que incentivem as próprias pessoas a compartilhar sua marca espontaneamente.

**Objetivo**

Ampliar o alcance da empresa por meio das recomendações e compartilhamentos do público.



REFLEXÃO PARA A TURMA

Se você tivesse que investir em apenas um desses três canais hoje, qual escolheria e por quê?



GUIA DO BOOTCAMPER
/ CANAIS, VENDAS E
MODELOS FINANCEIROS



@josejunior.lima





CANAIS DE VENDA E DISTRIBUIÇÃO



Explore, teste e valide os canais que mais geram resultados para o seu negócio.
Este grupo destaca canais baseados em **parcerias e alavancagem**.

4

PROGRAMAS DE AFILIADOS



O que é?

Pessoas ou empresas promovem seus produtos ou serviços e recebem uma comissão por cada venda realizada.



Objetivo

Expandir vendas utilizando a rede e influência de terceiros.



Exemplos

- Cursos online
- Infoprodutos
- E-commerce
- SaaS

5

PARCERIAS E ACORDOS



O que é?

Empresas que se unem para oferecer soluções complementares e alcançar clientes em conjunto.



Objetivo

Aumentar alcance, credibilidade e gerar valor para ambos os lados.



Exemplos

- Academia + Nutricionista
- Loja de móveis + Arquiteto
- Sebrae + Parceiros locais

6

ENGENHARIA DE MARKETING



O que é?

Criar mecanismos e sistemas que geram crescimento contínuo e recorrente para o negócio.



Objetivo

Estimular indicações, recompensas e ações que multiplicam resultados.



Exemplos

- Programa de indicação
- Bônus por indicação
- Cashback
- Indicação premiada



REFLEXÃO PARA A TURMA

Quais desses canais você já utiliza? Quais poderiam ser testados no seu negócio?





CANAIS DE VENDA E DISTRIBUIÇÃO



Explore, teste e valide os canais que mais geram resultados para o seu negócio.
Este grupo destaca canais que fortalecem sua **presença, autoridade e relacionamento**.

7

PALESTRAS E APRESENTAÇÕES

**O que é?**

Apresentar seu negócio, ideias e conhecimentos para educar, inspirar e gerar conexões com potenciais clientes.

**Objetivo**

Gerar autoridade, confiança e oportunidades de negócios.

**Exemplos**

- Palestras em eventos do setor
- Workshops
- Lives e webinars
- Treinamentos corporativos

8

WOW

**O que é?**

Surpreender o cliente com experiências memoráveis que geram encantamento e fidelização.

**Objetivo**

Criar defensores da marca e fortalecer o relacionamento.

**Exemplos**

- Entregas inesperadas
- Brindes personalizados
- Atendimento que encanta
- Ações de pós-venda diferenciadas

9

ASSESSORIA DE IMPRENSA

**O que é?**

Conseguir espaço na mídia espontânea por meio de releases, entrevistas, matérias e histórias sobre sua empresa.

**Objetivo**

Aumentar visibilidade, credibilidade e atrair novos clientes.

**Exemplos**

- Matérias em jornais e revistas
- Participação em programas de TV e rádio
- Entrevistas e podcasts
- Publicações em portais e blogs



REFLEXÃO PARA A TURMA

Qual desses canais você já utiliza ou pode testar para aproximar sua marca dos clientes?



**BOOTCAMP**

EMPREENDEDORISMO EM AÇÃO

CANAIS DE VENDA E DISTRIBUIÇÃO



Explore, teste e valide os canais que mais geram resultados para o seu negócio.
Este grupo destaca canais de **conteúdo e presença digital** que atraem e educam o cliente.

10

BLOGS



O que é?

Publicar conteúdos relevantes para atrair, informar e educar seu público, gerando tráfego e confiança.



Objetivo

Atrair visitantes qualificados e construir relacionamento de longo prazo.



Exemplos

- Blog de receitas de um restaurante
- Dicas de decoração de uma loja de móveis
- Conteúdos educativos de um consultor

11

COMUNIDADES



O que é?

Criar grupos e espaços onde pessoas com interesses em comum interagem, compartilham e trocam experiências.



Objetivo

Gerar engajamento, fortalecer relacionamentos e aumentar a recomendação.



Exemplos

- Grupo VIP de clientes no WhatsApp
- Comunidade no Facebook
- Canal no Telegram sobre o tema do negócio

12

SEO – PESQUISA RANKING (GRATUITO)



O que é?

Otimizar seu site e conteúdos para aparecer nos primeiros resultados do Google de forma orgânica (não paga).



Objetivo

Aumentar a visibilidade e atrair clientes de forma contínua e gratuita.



Exemplos

- Artigos otimizados para Google
- Palavras-chave relevantes para o negócio
- SEO técnico no site e nas páginas



REFLEXÃO PARA A TURMA

Quais desses canais podem ajudar a educar seu cliente e gerar relacionamento antes da venda?



GUIA DO BOOTCAMPER
/ CANAIS, VENDAS E
MODELOS FINANCEIROS



@josejunior.lima





CANAIS DE VENDA E DISTRIBUIÇÃO



Explore, teste e valide os canais que mais geram resultados para o seu negócio.
Este grupo destaca canais de **publicidade paga** e de **mídia** para ampliar o alcance da sua marca.

13

SEM – LINKS PATROCINADOS

? O que é?

Anúncios pagos que aparecem nos mecanismos de busca (ex.: Google Ads) quando alguém pesquisa por algo relacionado ao seu negócio.

🎯 Objetivo

Gerar tráfego qualificado e resultados rápidos para o negócio.

**Exemplos**

- Google Ads
- Bing Ads
- Anúncios locais

14

PUBLICIDADE REDES SOCIAIS

? O que é?

Anúncios pagos em redes sociais para gerar alcance, engajamento e conversões.

🎯 Objetivo

Aumentar a visibilidade, atrair novos públicos e gerar vendas.

**Exemplos**

- Instagram Ads
- Facebook Ads
- TikTok Ads
- LinkedIn Ads

15

PUBLICIDADE CONVENCIONAL

? O que é?

Veiculação de anúncios em meios tradicionais de comunicação de massa.

🎯 Objetivo

Alcançar grandes audiências e fortalecer a presença da marca.

**Exemplos**

- TV
- Rádio
- Jornal
- Outdoor
- Revistas e panfletos



REFLEXÃO PARA A TURMA

Quais desses canais você já utiliza? Quais têm maior potencial para alcançar seu público?





CANAIS DE VENDA E DISTRIBUIÇÃO



Explore, teste e valide os canais que mais geram resultados para o seu negócio.
Este grupo destaca canais de **presença física e eventos** para gerar conexões e oportunidades.

16

MARKETING DE CONTEÚDO

**O que é?**

Produzir e compartilhar conteúdos relevantes para atrair, educar e gerar valor ao público.

**Objetivo**

Construir autoridade, gerar confiança e atrair clientes de forma contínua.

**Exemplos**

- E-books e guias
- Vídeos educativos
- Webinars e lives
- Newsletters e artigos

17

FEIRAS E EXPOSIÇÕES

**O que é?**

Participar de feiras e exposições do setor para apresentar produtos, serviços e fazer networking.

**Objetivo**

Gerar visibilidade, conhecer clientes e parceiros e aumentar oportunidades de negócio.

**Exemplos**

- Feiras do setor
- Rodadas de negócios
- Exposições regionais
- Salões e convenções

18

EVENTOS AO VIVO

**O que é?**

Realizar ou participar de eventos presenciais para conectar, engajar e apresentar soluções.

**Objetivo**

Fortalecer relacionamento, gerar autoridade e impulsionar vendas.

**Exemplos**

- Workshops e treinamentos
- Palestras e seminários
- Imersões e experiências
- Feiras e festivais



REFLEXÃO PARA A TURMA

Quais desses canais você já utiliza ou gostaria de experimentar para se conectar com seu público de forma mais próxima?





CANAIS DE VENDA E DISTRIBUIÇÃO



Explore, teste e valide os canais que mais geram resultados para o seu negócio.
Este grupo destaca o canal de **venda direta e relacionamento comercial**.

19

VENDAS DIRETAS



O que é?

Venda realizada diretamente por você, sua equipe ou representantes, sem intermediários.



Objetivo

Criar relacionamento próximo, entender necessidades e oferecer soluções personalizadas.



Exemplos

- Visitas a empresas
- Reuniões consultivas
- Equipe de representantes
- Inside Sales (vendas internas)
- WhatsApp Business



Quando utilizar?

- Produtos ou serviços de alto valor
- Negócios que exigem consultoria ou personalização
- Ciclos de venda mais longos
- Quando o relacionamento é decisivo para fechar negócios



Erro mais comum

Focar apenas em vender, sem entender as reais necessidades do cliente.

Lembre-se: Venda é consequência do relacionamento e da confiança.



REFLEXÃO PARA A TURMA

Qual desses canais permite um relacionamento mais próximo com o seu cliente e pode contribuir para vendas de maior valor?





CANAIS DE VENDA

De muitas opções à escolha do canal prioritário.

Foque no que realmente **gera resultados**!



REFLEXÃO PARA A TURMA

Quais critérios você usará para decidir qual canal terá mais foco?





BOOTCAMP

EMPREENDEDORISMO EM AÇÃO



VENDER É DA NATUREZA HUMANA!



REFLEXÃO PARA A TURMA

Quais critérios você usará para decidir qual canal terá mais foco?



GUIA DO BOOTCAMPER
/ CANAIS, VENDAS E
MODELOS FINANCEIROS



@josejunior.lima





BOOTCAMP

EMPREENDEDORISMO EM AÇÃO



QUAL A MAIOR MUDANÇA NA ÁREA COMERCIAL NAS ÚLTIMAS DÉCADAS?



GUIA DO BOOTCAMPER
/ CANAIS, VENDAS E
MODELOS FINANCEIROS



@josejunior.lima





BOOTCAMP

EMPREENDEDORISMO EM AÇÃO



ABC de Vendas

SINTONIA, CLAREZA e ÂNIMO

de Daniel Pink



SINTONIA

Ouvir de verdade é o primeiro passo para vender.

Entenda as necessidades, dores, desejos e contexto do cliente. Empatia gera conexão e confiança.



CLAREZA

Comunicar o valor de forma simples e objetiva.

Mostre como sua solução resolve o problema do cliente e os resultados que ele pode alcançar.



ÂNIMO

Transmitir energia positiva e segurança.

Entusiasmo, confiança e propósito inspiram o cliente a tomar a decisão e agir.



Quando você combina **SINTONIA, CLAREZA e ÂNIMO**, você não apenas vende: **você gera valor e constrói relacionamentos duradouros.**

Fonte:
Daniel H. Pink – A arte de vender é a arte de servir



GUIA DO BOOTCAMPER
/ CANAIS, VENDAS E
MODELOS FINANCEIROS



@josejunior.lima





BOOTCAMP

EMPREENDEDORISMO EM AÇÃO



Vamos elaborar sua oferta?



Vamos transformar valor em solução e criar uma **oferta que gera resultados!**



GUIA DO BOOTCAMPER
/ CANAIS, VENDAS E
MODELOS FINANCEIROS



@josejunior.lima



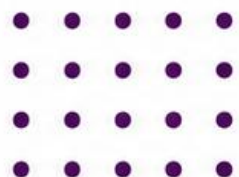


BOOTCAMP

EMPREENDEDORISMO EM AÇÃO



Vamos falar de dinheiro?



GUIA DO BOOTCAMPER
/ CANAIS, VENDAS E
MODELOS FINANCEIROS



@josejunior.lima





BOOTCAMP

EMPREENDEDORISMO EM AÇÃO



Estratégias de Receita



Transações de pagamento único

Venda realizada uma única vez, com pagamento à vista ou parcelado.



Receita Recorrente

Receitas geradas de forma contínua, por meio de assinaturas, mensalidades ou renovações periódicas.



GUIA DO BOOTCAMPER
/ CANAIS, VENDAS E
MODELOS FINANCEIROS



@josejunior.lima





Formas de **receitas**



Vendas de recursos



Taxas de uso



Taxa de assinatura



Empréstimos, aluguéis e *leasing*



Licenciamento



Taxa de corretagem



Anúncios





BOOTCAMP

EMPREENDEDORISMO EM AÇÃO

Formas de Receitas



Orientada por custo



Orientada por valor

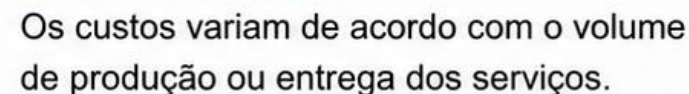


GUIA DO BOOTCAMPER
/ CANAIS, VENDAS E
MODELOS FINANCEIROS



@josejunior.lima

SEBRAE

A man in a blue uniform is washing a dark-colored car. He is using a sponge to clean the side of the vehicle, which is covered in white soap suds. The car's side mirror and door handle are visible. The background is slightly blurred, showing some greenery.



O que é DRE?



DRE vem de Demonstração do Resultado do Exercício.

É um relatório financeiro que mostra de forma organizada todas as receitas, custos e despesas da empresa em um determinado período, revelando o resultado: lucro ou prejuízo.



Para que serve?

- Mostra se a empresa está dando lucro ou prejuízo
- Ajuda na tomada de decisões estratégicas
- Permite acompanhar a saúde financeira do negócio
- É essencial para planejar, controlar e crescer

EXEMPLO DE DRE SIMPLIFICADA

R\$

RECEITA BRUTA DE VENDAS	100.000
(-) Deduções (impostos, devoluções, descontos)	(10.000)
RECEITA LÍQUIDA	90.000
(-) CUSTOS DOS PRODUTOS / SERVIÇOS	(45.000)
LUCRO BRUTO	45.000
(-) DESPESAS OPERACIONAIS	(25.000)
• Despesas com vendas	(10.000)
• Despesas administrativas	(15.000)
LUCRO OPERACIONAL	20.000
(+/-) Outras receitas e despesas	2.000
LUCRO ANTES DO IR E CSLL	22.000
(-) Imposto de Renda e CSLL	(5.000)
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	17.000





BOOTCAMP

EMPREENDEDORISMO EM AÇÃO

Bora fazer uma **conta** **de padeiro?**



GUIA DO BOOTCAMPER
/ CANAIS, VENDAS E
MODELOS FINANCEIROS



@josejunior.lima





BOOTCAMP

EMPREENDEDORISMO EM AÇÃO



Até amanhã!

Foi um prazer **compartilhar ideias**
e **aprender** com você!



31 99587-4540



@josejunior.lima



www.josejuniorlima.com.br



@josejunior.lima

