



# *Como começar seu lucrativo serviço de consultoria*

Robert Abraham Abergel

# **COMO COMEÇAR O SEU PRÓPRIO E BEM SUCEDIDO NEGÓCIO DE CONSULTORIA**

**Robert Abraham Abergel**

---

## COMO COMEÇAR O SEU PRÓPRIO E BEM SUCEDIDO NEGÓCIO DE CONSULTORIA

Um consultor ou consulente trabalha com a gerência de um negócio, a fim de melhorar a lucratividade deste mesmo. Trabalhando com o topo da gerência, você pode ficar tranquilo a respeito do pagamento: um consultor é um indivíduo muito bem pago. Alguns consulentes ganham por volta de 100 dólares por hora. Outros, pedem por 1500 dólares por dia pelos seus serviços, sendo que outros ainda trabalham com uma taxa fixa anual de 12000 a 30000 dólares por ano de qualquer uma das grandes corporações.

Até poucos anos atrás, o título “consultor” era mais ou menos limitado a diplomatas aposentados e trabalhadores colocados no topo das corporações. Em outras palavras, até bem recentemente, a posição de um consultor ou consulente era mais honorária do que a atual. Mas isso tudo foi modificado dramaticamente nos últimos anos.

O número de consultores destinados a resolverem quase qualquer problema que pudesse existir na vida das pessoas, aumentou para a resolução de dez falências ou mais durante os últimos dez anos! E o campo de consultoria continua aumentando. Na verdade, a consultoria independente é um dos negócios que tem crescido mais rapidamente no país hoje em dia!

Um consultor é um expert em reconhecer problemas e achar soluções que caibam a esses problemas. A necessidade de pessoas que resolvam problemas de negócios - entre grandes e pequenos negociantes em geral - nunca tinha sido melhor do que hoje. As mudanças freqüentes de humor do comprador, somadas às infinitudes de situações de crise que um negociante enfrenta quase que diariamente, criou esse “mercado de venda” ao consultor de prontidão.

Pedir ajuda a um consultor quando os problemas aparecem é tão natural quanto esperar que o sol nasça toda manhã. Quando você não se sente bem, chama pelos serviços de um médico. Se o seu carro não funciona bem, você o leva a um mecânico. E é da mesma maneira com um homem de negócios quando encontra um problema inesperadamente; legal, de venda, ou relativo à relação com seus clientes.

Outro lado onde pode haver a necessidade de um consultor, é no caso de um empreendedor se entusiasmar mais do que deveria e investir precipitadamente num negócio no qual ele não possui muita experiência ou até mesmo não possui experiência alguma. Muitos sonhadores investem todas suas economias em projetos questionáveis sem nem mesmo considerar a idéia de trazer um consultor de negócios competente para analisar e avaliar seus planos.

Até mesmo pessoas experientes estão propensas a superestimarem suas próprias idéias. A imagem do resultado final e a dedicação de um certo entusiasmo em direção ao alcance de um objetivo são os pré-requisitos mais importantes ao sucesso; no entanto, muito entusiasmo e dedicação também podem ser perigosos. A não ser que estes sejam baseados numa base sólida de pesquisa, pode fazer com que as pessoas busquem precipitadamente arco-íris inexistentes. E é aí onde você pode entrar como um consultor de negócios.

---

Não é necessário que você tenha possuído ou operado um negócio bem sucedido para se tornar um consultor de negócios bem sucedido. Como também não há a necessidade de você ter gerenciado ou tido um título que comprovasse uma alta posição nos negócios. No entanto, você deverá ter a habilidade de vender o seu trabalho e um certo conhecimento na área em que pretende ajudar as pessoas.

O primeiro passo é fazer uma avaliação honesta a respeito do seu próprio treinamento e experiência. Você deve ser um consultor tributário ambicioso nunca antes reconhecido por suas habilidades. Deve ser também especialmente bom em áreas gerais do tipo design de sistemas, marketing, publicidade, distribuição de vendas, ou até mesmo eficiência, administração de tempo, organização de horário, expedição ou produtividade. Existem centenas de consultores pelo país especializados em Mala Direta e operações de Mala Direta. A maioria dessas pessoas gozaram um certo grau de sucesso nesse campo, sendo que descobriram a maneira mais fácil - aconselhando outras pessoas a como operarem bem sucedidamente. Há consultores para pessoas que desejam ter sucesso com venda de garagem, merchandising de planos para festas, ou até mesmo operações de multi-nível. O mais importante de tudo isso é escolher uma área na qual você já tenha alguma experiência; uma área na qual você já tenha gasto algum tempo aprendendo a respeito e, é claro, uma área na qual você goste de trabalhar.

Quase todo mundo tem medo de se envolver com alguma responsabilidade. Essas pessoas alegam não ter experiência ou conhecimento. Como no caso de uma jovem menina que conhecemos, que estava procurando por emprego como vendedora. Ela tinha trabalhado por cinco anos como assistente de um gerente pessoal de um plano de fabricação, quando nós a aconselhamos a tornar-se uma consultora para pessoas que estivessem procurando por emprego, ou então dar início ao seu próprio serviço de recuperação. Ela alegou falta de conhecimento, experiência e habilidade.

Quase todas as pessoas já tiveram um treinamento especial em certa linha de trabalho, sendo que também tiveram de assimilar melhor essas mesmas linhas através de estudos ou educação específica; sem esquecer o fato de que a maioria trabalhou a vida inteira ou quase numa linha ou empenho específicos. Então, por que uma mulher que tenha trabalhado por 20 anos como garçonzete não poderia se apresentar como uma consultora para o programa de treinamento de garçonzetes numa organização de restaurantes? Um embarcador e receptor seria natural em levantar operações eficientes e em resolver problemas para negociantes que estivessem começando ou expandindo o rendimento de suas produções.

A verdade é que a maioria das pessoas não percebem a quantidade de conhecimento que possuem realmente, ou a provável venda de seus treinamentos, conhecimentos ou experiência. O importante é olhar para os seus poderes educacionais, combiná-los com algum treinamento especial ou à experiência no próprio trabalho e oferecer todo esse seu conhecimento para ajudar outras pessoas com seus problemas nas linhas de trabalho que você conhecer melhor.

Você não precisa de um tipo de escritório luxuoso para começar, especialmente se começar o seu negócio numa base de tempo-livre. Um quarto de hóspedes, uma seção do seu porão, ou até mesmo um canto da sala de jantar funcionarão muito bem. Se você tiver a sua própria contabilidade/arquivamento, precisará de um livro-razão de qualquer

tipo e uma ou duas estantes-arquivo. Precisarás também de um bom computador e um processador de dados se estiver pensando em fazer sua própria correspondência.

Ao invés de arcar com a despesa de comprar um telefone só para seus negócios, use seu telefone residencial e treine todos os membros de sua casa para atendê-lo de maneira a tratarem de negócios durante os horários semanais de trabalho. Guarde cópias de todas as cartas de venda

enviadas e, é claro, de todas as propostas de emprego às quais você se submeteu. Levante seu sistema de arquivo com seu plano final em mente, assim você poupará muito tempo e frustrações. Disponha as pastas que costumam ficar penduradas aos lados das suas gavetas de maneira a permitir-lhe posicionar o título de pasta-arquivo em qualquer lugar de um lado ao outro do topo do arquivo. Assim, quando você adicionar clientes ao seu arquivo, poderá mantê-los em ordem alfabética sem precisar ter uma gaveta de aparência confusa na qual você precise pesquisar por cada título. Também seria uma boa idéia manter suas contabilidades ativas em uma gaveta, suas contabilidades “desejadas” em outra e todas as cópias de cartas, propostas, informações de contatos de negócios e outros guardados numa terceira gaveta. Você também vai precisar de cartões de negócios. Sua loja de impressão mais próxima pode fazer isso e ajudar-lhe a selecionar tipos de letras e design.

A escolha de alugar, arrendar ou comprar uma máquina de fazer cópias vai depender de você. Mas lembre-se de que o negócio não poderá andar sem cópias de arquivamento. Papel carbono significa uma privação de eficiência, sendo também que ir à esquina tirar cópias vai custar-lhe

tempo e dinheiro. Então esteja certo de colocar algum tipo de máquina copiadora nos seus custos de investimentos iniciais do seu negócio. Se for impossível logo no começo, use o velho papel carbono - você deve Ter uma cópia a ser arquivada.

Se você for um bom datilógrafo, poderá escrever cartas de venda, sendo que a sua disponibilidade de tempo a dedicar a isso deve ser um fator decisivo para se pensar numa datilógrafa. Se você não for nem um pouco capaz de datilografar - sendo que sempre terá pelo menos algumas cartas

a serem datilografadas pessoalmente - nós sugerimos que você volte novamente às maiores possibilidades e alugue, arrende ou compre o melhor e mais moderno computador que puder. Mais tarde, quando você realmente mudar para aquele escritório dos seus sonhos, esses serão equipamentos aos quais você não precisará mais se preocupar.

Uma vez que você tenha decidido a área de consultoria na qual queira estar e tenha levantado o seu escritório ou espaço de trabalho, o próximo passo será fazer com que as pessoas saibam que você está disponível ao trabalho. Indiscutivelmente, use uma certa dose de senso comum e conhecimento já aplicado, antes de gastar qualquer quantia de dinheiro em propaganda. Genericamente falando, você obterá alguns clientes, independentemente da área de problema à qual for especializado, anunciando no jornal da sua área. No entanto, nós não recomendaríamos mais do que um pequeno anúncio nas edições de domingo, a não ser que você seja um consultor de Mala Direta, multi-nível ou venda de garagem.

Cheque com sua Câmara de Comércio por uma lista de freguesia e publicadores de negócios especializados na sua área. Pegue também uma amostra do jornal de negócios

---

na banca ou escreva ao publicador e peça por uma amostra. Dê uma olhada aos fornecedores do tipo de negócio ao qual você queira servir. Cheque os estilos e tipos de propaganda que o editorial carrega, e então selecione aqueles que corresponderem às suas necessidades. Basicamente, a não ser que a publicação atinja as pessoas às quais você deseja servir, não publique independentemente do estilo, qualidade ou relações de propaganda.

Rádio ou televisão provavelmente seria um completo desperdício de dólares destinados à propaganda, a não ser que você esteja oferecendo um serviço ligado à Mala Direta ou marketing de multi-nível. O melhor horário para qualquer propaganda que vá ao ar, a fim de atingir seus melhores clientes potenciais, parecem ser as horas da noite que precedem os noticiários, quando essas pessoas estão ainda trabalhando em cima de seus projetos ou relaxando um pouco antes de irem dormir. Se utilizar propagandas que vão ao ar, o comercial é muito importante. Realmente concentre-se nisso e utilize de muito senso comum para escrever a mensagem. Até mesmo se você contratar os serviços de um redator de material de propaganda, esteja certo de falar aos seus clientes potenciais e convencê-los de poder ajudá-los a resolverem seus problemas ou melhorarem a lucratividade de seus negócios.

Finalmente, onde anunciar. Coloque um quarto de página nas páginas amarelas do seu diretório telefônico. A pessoa destinada a esse trabalho pode ajudar, mas lembre-se, você deseja chamar a atenção do seu cliente em particular e oferecer uma promessa de acabar com os seus problemas.

Sempre converse com o tipo de pessoas que você deseja atingir, enfatizando os benefícios de seus serviços. Não é um bom negócio apontar ou até mesmo discutir preço no anúncio ou no telefone, quando as pessoas responderem. Sempre pegue o nome, endereço e número de telefone e então explique a respeito de seus serviços em geral. Levante um encontro para ver o negócio e a operação deste, analisar as necessidades e fazer uma proposta escrita para resolver os problemas.

Deve existir um bom número de fatores envolvidos para estabelecer sua remuneração, mas começando com um negócio pequeno e iniciante e, até que sua linha atinja 50 clientes regulares, você deveria apostar no máximo por 50 dólares a hora. Conte com uma ou duas horas por cliente em um dia, dedicando dez dias por mês para trabalhar com seus clientes, você estará falando em 1000 a 1500 dólares por mês de cada cliente. Multiplicando isso por 50 clientes, você estará ganhando 5000 a 7500 dólares por mês. Para um operador independente, você está bem empregado.

Pessoas que têm acesso a informações sigilosas nesse negócio dizem que uma pessoa pode deixar seu emprego regular na Sexta-Feira, começar um negócio de consultoria na Segunda-Feira e, no período de seis meses, Ter uma renda de mais de 100000 dólares por ano. Isso já basta para dizer que um negócio de consultoria iniciante ganharia de 30000 a 60000 dólares fora as despesas de escritório e outras taxas, no seu primeiro ano de negócios.

Há ainda um outro método muito importante de achar novos clientes, via solicitação por Mala Direta. Ele é feito tanto por cartão-postal como também por carta de venda. Por uma lista de envio de negociantes locais, cheque as páginas amarelas do seu diretório telefônico, abaixo do título "Listas de Envio". Informe ao publicitário o tipo de lista de envio que você necessita - se ele não tiver, pergunte pelos nomes das pessoas que

---

possam suprir-lhe essas informações. Alternativamente, você também poderia compilar a sua própria lista de envio dos clientes potenciais que poderiam estar mais interessados nos seus serviços. Marque os nomes que você gostaria que estivessem na diretoria do negócio e pague alguém para colocar esses nomes no computador para você. O computador deveria ser capaz de suprir-lhe com etiquetas de endereço destacáveis por um custo nominal. Colocar sua lista no computador desde o começo vai fazer com que você economize milhares de dólares em dinheiro e incontáveis horas de trabalho.

Sua solicitação de cartão-postal deveria ser baseada basicamente numa elaboração da sua propaganda impressa. Em outras palavras, um anúncio ou um Consultor de Mala Direta seria transferido para um cartão postal nessas linhas:

**VOCÊ ESTÁ TENDO ALGUM PROBLEMA EM RECEBER RESPOSTAS COM O SEU NEGÓCIO DE MALA DIRETA???**

Eu posso ajudar-lhe! Mostrar-lhe como duplicar, talvez até mesmo triplicar as respostas pelas suas malas! Expanda seu mercado! Aumente sua lucratividade!

Seja o que for que você precise, eu posso AJUDAR! Seja quais forem o seus problemas, eu posso RESOLVÊ-LOS! Ligue agora, e deixe-me explicar.

Depois da mensagem no cartão-postal, adicione o seu número de telefone e seu nome, seguidos de sua identificação como um Consultor de Mala Direta.

Uma solicitação de carta de venda de Mala Direta simplesmente usa mais palavras do que o cartão-postal, soa mais suave e força o leitor a responder da maneira com que você o direciona. Sua carta de venda pode ter qualquer extensão necessária a contar sua história e atingir seus objetivos. Para ser bem sucedida, no entanto, deve incorporar a forma "AIDA":

A = Atenção;

I = Interesse;

D = Desejo;

A = Ação por parte do leitor

Outro ponto a ser lembrado ao escrever as cartas de venda: Sempre atraia pelas necessidades e desejos por parte da pessoa que estiver lendo a carta. Ela começará a ler a fim de ver se seus serviços podem beneficiá-la. Ela estará muito interessada em maiores lucros, custos de produção reduzidos e maior eficiência. Ela também estará procurando por respostas aos seus problemas mais urgentes. Mantenha estes elementos em mente quando estiver escrevendo uma carta de solicitação de venda, sendo por você mesmo ou por um cliente.

---

As pessoas que recebem cartas de venda respondem mais a uma carta que esteja bem datilografada, em oposição a uma que seja feita por uma máquina de composição. Mas a carta datilografada deve ser uma “carta perfeita”, não apresentando um tipo ou estilo muito diferente. Como um consultor, seu cabeçalho deveria ser simples, ao mesmo tempo em que estivesse transmitindo ao leitor um senso de classe. Seu papel deveria ser da melhor qualidade possível - não vistoso, mas mandando uma sutil mensagem de sucesso. Estudantes de Mala Direta mostram que melhores números de respostas são recebidas quando um papel bege-claro ou amarelo-apagado é usado.

Basicamente, sua carta de venda deve fazer por você o mesmo que o cartão-postal - fazer com que a pessoa que receba telefone para você e permita-lhe marcar um encontro para discutir suas necessidades como seu cliente. Se tiver escrevendo um anúncio escrito ou uma carta de venda, o mais importante é que você tenha o objetivo claro em sua mente - o que você deseja que o leitor faça. Com isso em mente, você não precisará usar a abordagem de “venda difícil” convincentemente, como alguém que estivesse pedindo por dinheiro no primeiro contato.

Tudo o que falta é encontrar com o cliente potencial, escutar seus problemas e, ouvindo o que ele precisa, escrever uma proposta para resolver seus problemas. Isso significa vender o seu trabalho ao cliente potencial - assegurando a ele de que você sabe do que está falando e de que pode fazer com ele se torne mais bem sucedido.

Aqui está - um plano que pode conduzir-lhe a bem suceder-se como um Consultor de Negócios. Lembre-se, no entanto, que nenhuma soma de pesquisa, leitura, prática de escutar ou investimento pode tornar-lhe bem sucedido antes de você colocá-la em prática. Ação por sua parte é o ingrediente mais importante a ser adicionado - e isso só depende de você. O Seu futuro está em suas mãos.

---