

Como Fazer Fortuna com Seminários de Auto-aperfeiçoamento



Robert Abraham Abergel

COMO FAZER SUA FORTUNA COM SEMINÁRIOS DE AUTO- APERFEIÇOAMENTO

ROBERT ABRAHAM ABERGEL

COMO FAZER SUA FORTUNA COM SEMINÁRIOS DE AUTO-AJUDA

Desde os tempos mais remotos, as pessoas mais ambiciosas do mundo têm atribuído alguns “segredos indescritíveis” ao sucesso dos ricos. Essas pessoas têm gasto e continuarão a gastar, milhões de dólares para cultivarem estes “segredos” entre si.

Particularmente a partir do começo da década de setenta, tem existido uma demanda crescente por parte do público para assistir a aulas, workshops e seminários de auto-ajuda que possibilitem-no a alinhar seus pensamentos e ações através dessas pessoas que já tenham atingido o sucesso.

A popularidade de livros best-sellers do tipo “como fazer” VENCER É ACREDITAR... PENSE E TORNE-SE RICO... COMO DESENVOLVER UMA PERSONALIDADE VENCEDORA... SUPERANDO A TIMIDEZ... IMAGINANDO... NOVAS OPÇÕES DE VIDA... VENCENDO COM NEGÓCIOS... COMUNICAÇÕES VISUAIS-VERBAIS BEM SUCEDIDAS... CONVERSANDO DE MANEIRA TRANSFORMADORA... INTELIGÊNCIA EMOCIONAL... e muitos outros incontáveis dá um reforço à “necessidade” de seminários de auto-ajuda. Você pode promover e dar esses seminários tanto como uma visão geral do assunto quanto como um especialista de determinada área específica – e obter dinheiro quase que além de sua imaginação atual! O potencial desse mercado ainda mal começou, proporcionando uma verdadeira oportunidade de construção desse campo para aqueles que têm a energia e a iniciativa para entrar em ação.

Dale Carnegie -- autor do livro “Como ganhar amigos e pessoas de boa influência”-- foi certamente um dos primeiros, se não o primeiro professor de seminários de auto-ajuda relacionado ao mercado. Voltando-se à grande depressão dos anos 30, ele reconheceu a necessidade das pessoas de melhorarem o aproveitamento próprio. Fez um acordo com a diretoria local YMCA, fazendo todo o mundo saber que estava oferecendo aulas de auto-ajuda. O resto da história é uma das clássicas e verdadeiras a respeito de um desempregado que tornou-se multi-milionário.

Um seminário de auto-ajuda é conduzido praticamente da mesma maneira que um encontro do tipo Toastmaster’s (um reunião gratuito aberto ao público feito a fim de ensinar como perder o medo de falar em público)... Ele pode ser feito em qualquer lugar, desde uma atmosfera informal como a sala de estar de alguém, como um lugar dos mais formais possível, o Centro de Convenções do Hilton.

Basicamente, um seminário de auto-ajuda é uma reunião na qual uma ou mais pessoas conversam a respeito de um assunto específico. Na maioria das vezes, apenas um determinado aspecto da auto-ajuda, como “O desenvolvimento de uma atitude mental positiva” por exemplo, torna-se a linha condutora do seminário. Em outras palavras, os seminários mais bem sucedidos são aqueles que lidam com “áreas especializadas” de auto-ajuda.

As pessoas que dão seminários geralmente acabam fazendo seus discursos com sessões de perguntas e respostas. Muitos deles acabam por circular pelo meio do público, com muitas oportunidades de compras de livros de auto-ajuda e fitas de acordo com os desejos diários de motivação do público, reforçando o que esse mesmo acabou de ouvir. Às vezes até mesmo como uma característica do seminário -- existe uma grande quantidade de motivação projetada nesses encontros. Na linha final, o maior objetivo desses seminários é a motivação, mais do que o aprendizado de algo que o público na verdade já conhece. As palavras favoritas da maioria daqueles que dão seminários é geralmente “Essa é a diferença entre ter um sonho e tomar ação diante desse mesmo -- uma questão de dizer Eu posso, acreditando e então realizando -- porque você pode!”

Os seminários bem sucedidos são geralmente baseados no conceito de dar ao espectador a força para acreditar que pode. Os palestrantes geralmente falam a partir de experiências adquiridas de suas próprias vidas. Seminários de auto-ajuda dão ao público os instrumentos -- e a motivação -- para bem suceder-se. Assim, um seminário bem organizado e apresentado que ajude as pessoas a chegarem ao caminho do sucesso não pode ajudar, mas bem suceder-se, porque somos uma sociedade orientada de maneira bem sucedida -- essa é uma venda fácil, que proporciona um potencial de renda ilimitado, somente através de sua habilidade de expressar-se.

Você não precisa de um escritório para tornar-se grande com seminários de auto-ajuda. O público não fará visitas, é você quem leva o programa até ele. Seminários de auto-ajuda são atraentes a quase todo mundo, desde trabalhadores simples até os maiores executivos.

O custo médio para assistir-se um seminário é por volta de 300 Reais -- de modo que a maioria do seu público virá de uma faixa de renda alta -- mas se você entregar os aspectos promocionais de maneira adequada, também conseguirá pessoas de baixa renda que assistam o seminário.

Muitos promotores de seminários empregam times de vendedores para telefonarem a grandes executivos para que eles banquem alguns custos parcialmente ou até mesmo paguem a conta para o patrocínio de um “grupo de seminário” de determinada empresa. Em troca, a empresa desses executivos pode ser divulgada pelo seminário, ou então o palestrante pode oferecer alguns ingressos do seminário aos empregados da empresa. Muitos palestrantes especializados produzem mais do que 100000 dólares por ano com uma motivação regular e/ou seminários de auto-ajuda dessa moda.

No entanto, no começo, você iniciará estagiando seminários para o público em geral, em restaurantes, salões de festas, salões de dança e centros de convenções. Isso incluirá custos de publicidade, taxas de aluguel do espaço e um inventário atual dos materiais que quiser vender às pessoas que assistirem aos seus seminários.

Geralmente, é melhor que você faça a uma propaganda intensiva de rádio durante a semana que preceder a data do seu seminário. Numa área metropolitana de meio milhão de pessoas, você deveria gastar meio milhão de dólares em propaganda de rádio, mais por volta do mesmo custo para anunciar num jornal caro. Alguns promotores de seminários investem um quarto de seus orçamentos em jornal, e metade em rádio. É claro, o empréstimo de seu orçamento em jornais deve ser relacionado a sua própria experiência relativa ao mercado publicitário. A propaganda de televisão não é muito recomendada, a não ser convites para serviços comunitários em “talk shows”.

A maioria dos promotores gastam todos os seus esforços e dinheiro para promoverem uma série de seminários grátis. Estes seminários grátis geralmente trazem multidões, sendo que vendedores de empresa especiais envolvem todo mundo em histórias super-motivadoras que fazem com que esse público fique com água na boca e queira mais. Estes seminários grátis duram em média de 45 minutos a 1 hora, tendo como objetivo único a motivação do público.

Para cada pessoa que sai do seminário é entregue uma apostila relativa ao que ela acabou de assistir. É uma tentativa feita em função de conseguir o comprometimento de alguém -- no mínimo um depósito pelo custo do evento, que geralmente é feito a semana toda. Aqueles que comprometerem-se a assistirem o maior seminário são então contatados por vendedores telefônicos profissionais e receberão informações completas a respeito do horário do seminário e a data do mesmo. Com uma boa propaganda, vendedores motivadores, programas atrativos de brochuras e vendedores por telefone experientes, você pode contar com a presença de 30 a 35% daqueles que assistiram aos seus seminários grátis.

Se você não tiver a confiança ou inclinação para participar-- ser o principal palestrante-- você pode contratar pessoas treinadas em seus seminários, profissionais de especialidades médicas, experts conhecidos através do jornal de sua área e/ou palestrantes conhecidos nacionalmente que queiram trabalhar em palestras.

Finalmente, uma reiteração do fato de que existem milhões de pessoas por todas as partes do país querendo e podendo pagar pelas suas aulas de auto-ajuda. Você pode começar com encontros em sua sala de estar ou restaurante local. Colocar isso em movimento só depende de você e de um empurrão para fazer acontecer. Muita sorte, vá em frente.

O PROCESSO DE DAR SEMINÁRIOS, PASSO A PASSO

Passo 1: Encontre um assunto de atração em massa e estude-o completamente (neurolingüística, auto estima, inteligência emocional, etc). O maior medo de qualquer um que queira ser o palestrante do próprio seminário é o de falar em público. Para superar este medo você deve fazer três coisas:

A. conhecer muito bem o assunto escolhido

B. praticar seu seminário em um grupo pequeno de amigos e receber o feedback honesto

C. fazer uma série de transparências, que servirão a um duplo propósito:

eles ajudarão a lembrar o material e facilitarão o entendimento e a explicação do material ao público.

Se você não puder encarar um público, poderia ainda contratar um palestrante para falar no seu seminário. O pagamento do palestrante é determinado de acordo com a sua fama e prestígio. Se acontecer do seu seminário ser barato, você ainda pode fazer um bom dinheiro se o palestrante que você contratar for ciente de todos os seus custos. Nesse caso você deveria ser totalmente honesto com ele e mostrá-lo seu lucro líquido.

Passo 2: Uma vez que você tiver todo o material relativo ao seu assunto pronto, deve procurar por um lugar a ser alugado para o seu seminário. Este lugar pode ser o seu próprio escritório ou uma sala especial de um hotel. Eu sugiro que você cheque os preços dos hotéis, porque alguns são muito baratos, sendo que você pode ficar surpreso com os tipos de negociações. Alguns outros são realmente muito caros, não faça essa opção. Eu, pessoalmente, já negocieei 150 Reais por dia por uma sala para 120 pessoas, num hotel no coração de São Paulo.

Passo 3: Determine o preço. Essa é uma parte muito importante, porque, quanto mais barato for o seminário, mais ele será percebido e procurado; da mesma forma, quanto mais caro ele for, o menor número de pessoas vai atrair. Se você tiver um assunto quente, poderá fazer seminários muito baratos e ainda ganhar muito dinheiro.

Passo 4: Determine sua abordagem de mercado. Como você deveria vender seus seminários? Campanha pelo correio: use uma campanha pelo correio quando seu seminário custar 60 Reais ou mais. Você poderia comprar uma lista de nomes atualizada em sua região e enviá-la com uma carta bem convincente. Existem cartas que podem dar-lhe bons resultados e outras que não. Para ter algumas idéias de como escrever essa carta, veja o meu relatório: “Como escrever cartas de venda de dêem resultados”.

Passo 5: Determine a data de seu seminário. Quanto mais caro ele for, mais longo será o ciclo de publicidade. Se seu seminário custar apenas 60 Reais, você deveria começar com uma campanha de 3 semanas de antecedência. Agora, se seu seminário for do tipo caro, comece a promovê-lo por volta de 5 a 6 semanas antes.

Passo 6: Vamos dizer que você já esteja preparado com o material relativo ao seu assunto, tenha feito uma reserva para o local dos seminários num hotel e também tenha começado sua campanha publicitária. Se já tiver feito tudo isso, só falta responder aos telefonemas e assistir a entrada de dinheiro. Se você perceber que recebe uma resposta por semana pelo seu anúncio, quer dizer que deve modificar o anúncio imediatamente. Eu repito que o segredo para uma boa propaganda é testar, testar e testar.

ANUNCIANDO SEU SEMINÁRIO

Não há dúvida de que o maior custo de seu seminário é o de propaganda. Dependendo do seminário, você poderia colocar dois tipos de anúncios: os de espaço ou os classificados. Os anúncios de espaço são muito caros, podendo custar-lhe milhares de dólares. Se o seu seminário endereçar lugares relacionados a finanças ou a marketing, o único lugar onde você deve anunciar é na Gazeta Mercantil, o que custa caro. Nesse papel você poderia anunciar seminários extremamente caros (eu trabalhei com uma firma que promoveu um seminário para banqueiros que custava 1200 Reais por dia, por pessoa). Em termos de preço, nunca anuncie seu preço, a não ser que seu seminário seja muito barato. Anunciar seu preço fará com que os interessados fiquem curiosos, sendo que eles simplesmente não telefonarão e você perderá a oportunidade de ter um cliente ou um participante no seu seminário.

Dependendo da publicação, quanto melhor for a tiragem, mais essa mesma custará. A minha experiência foi que a Folha é muito melhor que o Estadão para promover seminários. Isso porque os leitores da Folha são mais sofisticados do que os do Estadão. Se seu seminário custar menos de 60 Reais, você pode colocar um classificado no jornal escolhido e esperar pelas chamadas. Aqui, novamente, você deve ser dotado de habilidades para escrever anúncios que obtenham boas respostas. A regra para isso é simples:

SEMPRE TESTE O SEU ANÚNCIO.

Você nunca poderá saber o resultado de um anúncio ou de uma carta de venda se não publicá-los e esperar pelos resultados. O objetivo desse anúncio é fazer com que os interessados tenham curiosidade e fazer com que comprometam-se a assistirem seu seminário e pagarem o preço. Você deve ser capaz de atender o telefone e vender, pelo telefone. Senão, perderá um monte de clientes potenciais.

MÉTODO DE PAGAMENTO:

Novamente o método de pagamento será diferente se você vender um seminário barato ou caro. Se seu seminário for barato, faça com que as pessoas comprometam-se ao encontro. Você pode dizer-lhes que o seminário tem um número limitado de vagas, sendo que eles deveriam fazer suas reservas imediatamente. Anote seus nomes completos e números de telefone. Com esse método você pode esperar por 40 a 50% de taxa de “não-comparecimento”. Fora isso, se tiver um seminário muito barato, de 30 Reais, por exemplo, ainda poderá obter uma renda excelente. Veja como:

Você anotou o nome de 200 pessoas que disseram que compareceriam > Dessas 200 pessoas você sabia que somente 100 - 120 realmente compareceriam Vamos dizer que 100 pessoas compareceram ao seminário. Esse é um lucro total de 3000 Reais por um dia de trabalho. Descontando os gastos, você tem por volta de 2000 a 2500 Reais, o que não é nada mal para apenas uns dias de trabalho. Seminários baratos apresentam a vantagem de baixo risco e freqüência alta. Você pode fazer um seminário barato com uma freqüência de uma vez por semana, dependendo do assunto a ser tratado. As desvantagens de seminários caros são o alto risco, o alto custo de propaganda e o longo ciclo - baixa freqüência. Se você for novo nesse assunto eu sugiro que comece

com um seminário pequeno, trabalhando de maneira a iniciar de maneira moderada e depois ir aumentando, porque, exceto o risco de um seminário caro, você pode colocar muito dinheiro no bolso.

Você pode variar esse método fazendo com que os clientes depositem o dinheiro em sua conta e que você mande o recibo para eles por fax, com os respectivos nomes. Se o seu seminário for do tipo caro, mande um fax aos clientes que inclua o programa do seminário com informações sobre o preço e o pagamento incluindo o número de sua conta, deixando um espaço para que eles preencham com seus dados pessoais e mandem-lhe de volta como prova de pagamento. Você deve fazer isso para que as pessoas comprometam-se a ir ao seu seminário, senão, perderá dinheiro. Eu já fiz um grande número de seminários no Brasil, com um grande alcance, sendo que minha experiência tem mostrado que, em um dia, você pode fazer de 1000 a 60,000 Reais, dependendo de sua clientela.

OUTRAS OPÇÕES DE PUBLICIDADE SUPLEMENTARES

- Posters em quadro de boletins
- Propaganda de rádio
- Publicidade grátis (compre o relatório “como conseguir publicidade grátis para o seu negócio”)
- Folhetos deixados em lojas de livros e outras localidades chaves
- Encartes de jornal. Você pode pedir ao jornal para inserir um encarte - um papel lustroso que explique o seu seminário. Isso pode ser caro, mas, novamente, dependendo do público, você pode conseguir lucros altos.

OUTROS PONTOS A SEREM LEMBRADOS

Sempre ofereça um material suplementar aos participantes, como uma apostila. Ofereça um diploma. Eu fiquei surpreso ao ver como as pessoas apreciaram seus “Diplomas”. Ele realmente aumenta valor ao seu seminário. Ofereça coffee breaks (compre algumas bolachinhas ou tenha o suporte de algum restaurante com café e outros comes e bebes. Se negociar bem, pode obter acordos muito bons) Se for um caro seminário num hotel, ofereça almoço aos participantes, eles apreciarão. Sempre negocie de maneira a mais proveitosa possível.

Como você pode ver, os seminários podem dar-lhe muito dinheiro se tiver um assunto quente. Os seminários pertencem à categoria de venda de informação. Você realmente vende ar, mas esse “ar” tem um valor muito alto. Dê uma olhada nesse relatório que você está lendo. Eu coloquei, nessas poucas folhas de papel, anos de minha experiência, tentativas e correções. Sim, eu caí muitas vezes, mas, ao invés de você cair e gastar centenas e milhares de reais desnecessariamente, comprou esse relatório e duplicará o mesmo processo. Esse relatório também pertence à categoria de “venda de ar”, mas veja os lucros: vendendo-lhe tinta no papel eu mostro-lhe que o ar pode ser a mais lucrativa comodidade.

Eu já proporcionei seminários muito famosos com um grande alcance de assuntos. Se você estiver interessado, eu posso ser contratado para dar um seminário que você tenha organizado em sua cidade. Aqui está um lista de alguns dos meus seminários

- Memória Poderosa
- Memória poderosa avançada
- Segredos de fechamento de vendas
- A psicologia da venda
- Métodos de vendas avançados
- Truques e segredo de negociação
- Segredos de persuasão poderosa
- Múltiplas fontes de renda
- O fator da sorte
- Neurolingüística

Se você quiser fazer dinheiro, também pode promover um seminário no qual eu seja o palestrante. Você organiza o evento e eu dou o seminário por uma taxa a ser discutida. Se você for uma pessoa ambiciosa e com iniciativa, eu o encorajo a fazer isso. Uma outra maneira que poderia dar-lhe dinheiro seria promover minhas vendas e negociações de seminários no mercado. Sempre que você trazer uma empresa que feche negócio comigo, ganhará comissão. Se quiser promover as vendas de meus seminários a empresas que tenham um time de venda, ligue para mim e eu fornecerei o material dos seminários.

Robert Abraham Abergel: (011) 3061-2698