



**COMO OBTER GRANDES
LUCROS COM NEGÓCIO
DE MALA DIRETA
TRABALHANDO EM CASA**



Robert Abraham Abergel

COMO COMEÇAR E OPERAR O SEU LUCRATIVO PRÓPRIO NEGÓCIO DE MALA DIRETA SEM SAIR DE CASA

Robert Abraham Abergel

COMO COMEÇAR E OPERAR O SEU LUCRATIVO PRÓPRIO NEGÓCIO DE MALA DIRETA SEM SAIR DE CASA

Qual é a quantidade de dinheiro que você deseja produzir? Você precisa de uma renda fixa? Você quer ter o seu próprio negócio, ser o seu próprio chefe e tomar as suas próprias decisões? Você está pronto a empenhar-se para ser bem sucedido, tanto financeira como pessoalmente? O negócio de mala direta é uma maneira de sempre sair-se bem : Você pode comprometer somente uma parte do seu tempo ou dedicar-se integralmente, satisfazer-se em relação à sua posição social, ter segurança financeira ou até mesmo respeito social. Se você está à procura disso, então o pedido por reembolso postal foi feito para você.

Hoje em dia há inúmeras maneiras de entrar nesse negócio, sendo que você não tem a necessidade de ser criativo, esperto, ou até mesmo ter inventado algo novo. Você só precisa ter vontade e determinação para atingir seus objetivos.

O que você quer da sua vida? Você já está cansado de lutar para manter o orçamento? Talvez você já esteja cansado de compensar horas de trabalho e de viver como escravo do relógio. Se você gosta de independência, pode facilmente tomar simples decisões e estar preparado para investir energia ao seu projeto, porque você **SERÁ BEM SUCEDIDO**.

O negócio de mala direta não é um esquema para tornar-se rico instantaneamente. Ele não lhe transformará num milionário da noite para o dia. Mas pode construir um estável e lucrativo negócio na sua própria casa, grande ou pequeno, de acordo com o que você desejar. Algumas companhias de mala direta que produzem milhões de dólares por ano começaram humildemente. Não somente distribuidoras conhecidas como as “Sears” ou a “Montgomery Wards”, como também dúzias de empresas menores e outros clubes que começaram devagar, testando anúncios, preços, adquirindo clientes que vão comprando novamente ao longo do ano. Pense grande e com confiança. A única maneira de abrir um negócio desse tipo é **TRABALHANDO POR CONTA PRÓPRIA**. Esse é um investimento a longo prazo que pode trazer-lhe **GRANDES BENEFÍCIOS**.

AGINDO POR OPORTUNIDADES

É comprovado o fato de que várias pequenas e grandes empresas tiram grande proveito da mala direta. E, mesmo que algumas delas façam isso ilegalmente (e sejam descobertas), o governo federal promove empreendimentos do tipo. Pense sobre o que você recebe por correspondência: quase diariamente saem catálogos e folhetos de todos os tipos possíveis de empresas vendendo revistas, livros, roupas, artigos domésticos e até mesmo pacotes de viagens. Alguns deles você poderá descartar sem nem mesmo olhá-los, outros você deverá ler sobre e outros ainda você comprará, especialmente se já conhecer a empresa e tiver experimentado seus produtos anteriormente.

Um empreendimento honesto ligado à mala direta é algo para orgulhar-se a respeito. Tão válido quanto abrir uma loja, esse negócio necessita de um investimento tão mínimo que, com perseverança, você quase não gasta, mas ganha. Assim como em muitos outros empreendimentos para ganhar dinheiro nos quais trabalha-se para alguém a fim de possuir e

operar o seu próprio negócio, a mala direta requer energia, mas não de maneira a acabar com o seu entusiasmo ou confiança. Quanto mais pensamento positivo você nela depositar, maior será o retorno trazido pela mesma.

Decida o quanto você deseja ganhar, a quantidade de energia que pode ser depositada nesse negócio, e o que você pretende com ele. Você pode operar um negócio bem sucedido no seu tempo vago com um investimento financeiro bem baixo, mas fazê-lo funcionar dependerá só de você.

DO QUE VOCÊ PRECISA?

Você pode iniciar um pequeno negócio de mala direta fora de casa, partindo da mesa da cozinha... tudo o que você precisa é de um endereço para correspondência, poucos dólares para um anúncio nos classificados e um **PRODUTO QUE VENDE**. Se você está somente começando nesse negócio, não é necessário investir em equipamentos elaborados ou numa cara fabricação. Na verdade, você deve achar vários produtos para vender, que requerem mínimos investimentos e trazem o máximo de lucratividade.

Uma vez dado o início você precisará dos materiais básicos, como um grampeador, uma fita de celofane, envelopes, etiquetas para o endereço e uma pasta-arquivo. Você também terá a possibilidade de investir numa estante e numa escrivaninha. Será necessário o uso de uma máquina de escrever ou alguém que datilografe tudo o que for necessário.

Eventualmente você pode precisar de um contador postal, uma boa qualidade de escalas postais e armazenagem para os produtos a serem vendidos. Mas mesmo que você estabeleça um grande e lucrativo negócio, este pode continuar a ser operado em casa, com recursos limitados.

COMO ACHAR AQUILO QUE VENDE

O segredo básico para obter sucesso na mala direta é seguir o líder. Especialmente quando você estiver começando, por que deveria gastar tempo e dinheiro testando produtos, preços e lugares para fazer propaganda a respeito? Comece com sua banca de jornais ou biblioteca. Estude cada cópia de anúncio de revista que mostre produtos de mala direta. Dê uma boa olhada na seção de classificados. Então tome nota de uma dúzia desses, especialmente alguma oferta de produto grátis. Dê uma olhada na literatura à venda que você tomou de volta. Você pode até comprar alguns produtos, para verificar o que realmente é vendido pelo preço pedido. Vê o padrão?

Se você rever antigas publicações dessas revistas numa biblioteca, verá que os anúncios são repetidos de mês em mês. Publicitários que continuam tomando o espaço dos anúncios têm **PRODUTOS QUE VENDEM**. O que são esses produtos? Quais são esses produtos? Quais deles você promoveria? Considere as tendências nas mais variadas lojas. Você pode notar anúncios muito similares para os produtos listados um dia após o outro. **TODOS ELES VENDEM**. E é aí que você deve começar.

O QUE VENDER

Que produtos chamam a sua atenção? Quais deles você gostaria de vender de primeira, e posteriormente como uma linha de produção? Talvez você já tenha tido algum interesse em produtos específicos, como selos, moedas, jóias ou livros. Projetos e kits são ótimos para

vender em publicações de decoração e artesanato. Você também pode fazer algo em casa, que possa ser facilmente descrito em instruções e manufaturá-lo num kit barato para “faça você mesmo”.

A mala direta é uma maneira excelente de distribuir estoques de empreendimentos que trabalhem à varejo. Se você tiver uma loja ou um projeto de fábrica, não será necessário investir em estoque. Um simples folheto ou catálogo de informações é a melhor maneira de fazer o seu negócio. Informações especializadas são dos produtos mais rentáveis nesse tipo de negócio. Mesmo que você mande fitas cassetes ou pequenos fôlios, você pode manter as despesas baixas e os lucros altos. Informações especializadas a respeito de produção em massa podem ser surpreendentemente baratas e ter uma demanda bem alta. Se você quiser desenvolver uma linha de produção, pesquise cuidadosamente o que já tem sido vendido por anúncios de mala direta. Não tente inovar, pois muitos outros já tentaram antes de você. Siga o caminho já feito e venda um produto competitivo por preços também competitivos nas mesmas publicações de qualquer outro.

Há poucas regras a serem seguidas na hora de escolher o que deve ser vendido. Primeiramente a margem de lucro. Não trabalhe com nada que não garanta uma boa margem de lucro por item. Calculando os custos de propaganda, do próprio produto e os de correio, você tem de obter um bom lucro em relação à cada um deles, considerando também o peso do produto e a habilidade com a qual este é enviado. Você pode colocá-lo num envelope e enviá-lo? Pacotes almofadados ou pequenas caixas também são fáceis de serem mandados - pense duas vezes antes de enviar produtos pesados.

O produto é regular nas publicações? Algum outro negócio de mala direta envia este mesmo produto e de maneira rentável? Tome algumas amostras de concorrentes, entre em contato com as fábricas e informe-se sobre a margem de lucratividade.

Não tente distribuir novidades, engenhocas ou itens muito baratos através deste negócio. Os catálogos a respeito de casas e outros empreendimentos maiores que têm uma cobertura do mercado podem vender ou vendem seu produtos em lojas à varejo? A não ser que o produto seja especial, esse mesmo não manterá uma clientela alta se não estiver pronto para as lojas locais.

Há vendedores independentes vendendo o produto? Mesmo que este não seja vendido em lojas de varejo, evite itens que sejam solicitados por telefone. Evite também qualquer produto que seja distribuído por pessoas que trabalhem com distribuição à varejo. O seu produto deve ser fácil de ser anunciado, sendo que você deve ser capaz de anunciá-lo em poucas palavras. Novas invenções raramente vendem pela mala direta.

E, finalmente, considere o potencial do produto. Se você começar com bolsas monogramadas, vai querer continuar com uma linha de malas, bolsas e pastas? Onde você pode ir depois de obter sucesso com o seu primeiro produto? Se você estiver produzindo e distribuindo informações, qual será o potencial para mais produtos ligados ao mesmo assunto?

Um elemento básico no negócio de mala direta é criar um negócio repetido. Se você mantiver-se numa linha similar de produtos, poderá vender para os mesmos clientes continuamente. Eventualmente, poderá vender também produtos similares através do mesmo negócio. Você pode achar novos produtos através desse negócio, que vendam ano após ano. E você ficará

satisfeito com o seu negócio, ou também poderá substituir seu estoque para aumentar o potencial de venda e o lucro efetivo.

Pense com cuidado a respeito da linha de produto na qual você quer entrar. Você estará convivendo com isso por um tempo, e deverá estar entusiasmado. Porque será através do seu produto que seus desejos se realizarão e que **VOCÊ FARÁ O SEU DINHEIRO.**

NÃO TRAPACEIE

Você não precisa de uma licença ou permissão especial para vender produtos pelo correio. Em alguns Estados, você precisará de um número especial de identificação e será exigido a coletar impostos de consumo. O negócio de mala direta está sofrendo modificações. Houve um tempo em que alguns anúncios para os produtos faltaram com suas promessas ou simplesmente planejaram fraudes. O governo federal e as autoridades ligadas ao correio são severas especialmente com esse tipo de empreendimento hoje em dia. Primeiramente porque clientes irados não possuem outro recurso, mas também para fazer uma limpeza geral da indústria, sendo que qualquer empreendimento que apresente alguma suspeita é investigado. Se você for sério em operar um negócio de mala direta por um longo período de tempo, não seja um fora-da-lei. As autoridades podem excluí-lo imediatamente, e a fraude é processada.

É contra a lei operar uma loteria ou um projeto de prisão por correspondência. E tanto os anúncios quanto qualquer literatura vendida por correio para produtos importados deve informar que o produto foi importado. Você deve enviar o produto dentro de trinta dias ou devolver o dinheiro. Além das leis principais, as autoridades julgarão em cima da representação. Quase todos os anúncios apresentam maiores benefícios do que o produto, mas o seu produto deve corresponder ao que anuncia.

Naturalmente há sombras em todas essas áreas, mas se o seu produto corresponder ao anúncio e você não enganar seus clientes de maneira alguma, você não terá qualquer problema.

O SEU PRODUTO

Qual é a maneira mais barata de produzir o seu produto e corresponder às pedidos para ter um grande lucro? Se você estiver vendendo informações, primeiro teste o potencial de venda com fotocópias da reportagem ou dos folhetos, ou até mesmo faça reviver uma publicação antiga.

Se você quiser distribuir um produto, entre em contato com vários fabricantes que possam fazer merchandising e obter preços competitivos. Investigue maneiras de fazer o produto gastar o mínimo possível de material sem deixar de apresentar qualidade. E cheque a reputação da firma. O seu merchandising é conhecido pela qualidade? Qual a velocidade com a qual eles podem entregar-lhe as novidades que você encomendou?

Nos primeiros meses de teste, você deverá pagar por preços altos pelos produtos, em pequenas quantidades. Não invista em grandes quantidades até você ter a certeza que haverá uma demanda garantida. Você deverá vender poucos produtos artesanais primeiramente. Mantenha um estoque adequado para atender os pedidos, e considere a produção em massa. Ou então, você pode trabalhar com o consentimento de alguém que venda produtos em outros lugares. Você tenta um produto e faz vendas, recebe uma porcentagem e outras pessoas recebem também uma porcentagem. Então você trabalha numa relação de negócios viável.

QUE PREÇO?

Quando você investigar os produtos que quiser vender, considere o preço que deseja obter deles. Há uma boa margem de lucro? Quantas vezes precisará um cliente adquirir sua linha de produtos no período de um ano? A sua linha de lucratividade é o guia para decidir não somente o preço do seu produto, mas também os custos de fabricação e a viabilidade deste mesmo.

A única maneira de saber como colocar um preço no produto é testando os preços os mais altos possíveis que o mercado sustentará. Para testar preços, você vende textos com dois preços : o resultado das vendas lhe mostrará o melhor. Por exemplo, se você obtiver duas vezes os pedidos de um produto pelo menor preço possível, será um grande lucro manter o preço mais baixo. No entanto, se não houver uma grande diferença no número de pedidos, vá para o preço maior. Considere o potencial do seu produto e a linha de produção. Você desejará expandir dentro de produtos similares e não vai querer tirar pouco proveito do tempo investido.

ONDE ANUNCIAR

Anuncie onde estiver o concorrente. Se tiver o mesmo classificado com mesmo produto ou similar, coloque o seu anúncio na mesma publicação. Assim como você seguiu os líderes na escolha de produtos, siga-os nas publicações. Mesmo que algumas delas custe mais que outras, não queira economizar buscando lugares mais baratos para anunciar. Seu anúncio trará as melhores respostas onde for testado antes.

Não se tente a colocar anúncios numa revista na qual não haja produtos similares aos seus, mesmo que você tenha um pressentimento de que ele trará pedidos. Para um iniciante, é melhor seguir os profissionais e listar onde eles anunciam.

Há dois tipos de propagandas para publicações. Os anúncios classificados, que são colocados todos juntos numa seção, localizada na parte de trás de uma publicação que contém apenas palavras e são sempre razoavelmente baratos de serem colocados. Anúncios de espaço (aqueles que podem conter desenhos, logotipos, e outras coisas além das palavras) são os anúncios que vão através de toda a publicação. São melhores utilizados se você precisar mostrar um desenho ou foto do seu produto. Mesmo que sejam muito mais caros do que os classificados, a resposta ao produto pode ser melhor com um investimento extra.

COLOCANDO ANÚNCIOS NOS CLASSIFICADOS

Os anúncios classificados são os principais vencedores para o negócio de mala direta. Seu investimento em Reais por palavra num classificado atrairá muito mais dinheiro como resposta. A melhor maneira de usar os anúncios classificados é com uma abordagem de dois passos. Primeiro você coloca um anúncio pequeno que descreva o seu produto ou serviço. Dá seu endereço e informação completos, mas menciona alguns detalhes ou informações gratuitas. Não peça por dinheiro ou dê um preço. Das cartas que você receber como resposta de seu anúncio, envia uma mala direta descrevendo seu produto detalhadamente. Você pode até mesmo escrever seis páginas dando papo de venda e também um cupom de resposta. Essa carta é muito efetiva para gerar pedidos. Escrever anúncios classificados é muito fácil, mas o que os outros estão fazendo? Leia os anúncios classificados dos outros e aprenda com eles. Você descobrirá que em cada anúncio existe uma ou duas palavras chaves ainda no título, que chama a atenção do leitor.

Ele é geralmente seguido com uma oferta ou promessa ligada ao produto. Depois vem uma descrição do produto em si e, finalmente, a oferta que impulsiona a pessoa a agir.

Coloque o anúncio classificado nas publicações que escolher abaixo das categorias que mostram o seu produto mais efetivamente. Dê pelo menos três meses para testá-lo. Então veja os pedidos de informações se transformando em verdadeiros pedidos e os pedidos se transformarem em dinheiro.

COLOCANDO ANÚNCIOS DE ESPAÇO

Se o seu produto for melhor visto com uma representação visual do tipo de um desenho ou uma fotografia, estão você se sairá melhor com uma polegada. Eles vêm em todos os tamanhos--de uma polegada até duas páginas completas. E escolher o tamanho do anúncio de espaço é um negócio que dependerá de seus testes das respostas.

Você deve usar um espaço grande o suficiente para incluir um cupom. O fato de que as pessoas respondem mais rapidamente se tiver um espaço para preencherem seus nomes e colocar o pedido tem sido comprovado. Quer isso seja uma conveniência ou uma simples indicação do tipo de informação a ser incluída, os negociantes de mala direta descobriram que 75% dos pedidos vêm de respostas pelo cupom.

Como classificado, use um título que chame a atenção das pessoas. Ao longo da ilustração e do cupom, descreva o produto e aponte alguns benefícios de obtê-lo. E esteja certo de mencionar a garantia. A regra geral e fácil para decidir o tamanho do seu anúncio de espaço é testando as respostas. Aumente o tamanho do anúncio até que ele chegue ao tamanho certo. Alguns produtos vendem independentemente do tamanho do anúncio. E alguns outros precisam aumentar o espaço do anúncio.

OFEREÇA DEVOLUÇÃO DE DINHEIRO

Um elemento importante em todos os tipos de propaganda, especialmente na mala direta, é oferecer devolução de dinheiro no caso do cliente não ficar satisfeito. A razão é muito simples. Um maior número de pessoas responderão a um anúncio que declarar garantia. Se um comprador puder devolver o produto pela devolução, quer dizer que seu risco será menor. Desde que seu produto cumpra com as promessas anunciadas, você terá uma baixa leva de devolução. Para essas devoluções que tiver, atenda aos pedidos prontamente. A devolução daquele produto específico não significa que você tenha perdido um cliente potencial.

UTILIZE UM CÓDIGO DE ENDEREÇO

Sempre que você colocar um anúncio, seja classificado ou anúncio de espaço, precisa codificar o endereço de maneira que saiba de onde vem o pedido. Dê uma olhada nos classificados que tem estudado. Vê aqueles códigos? Departamento WD-5, Divisão 9A; Gaveta 4B. Esses são todos os códigos de endereços a serem utilizados para contar e tabular suas respostas. Eles são geralmente importantes para testar a atração de seus anúncios. Você pode usar qualquer combinação de letras e números para codificar o endereço. A maioria dos negociantes usam as palavras departamento, número da suíte, número da sala, divisão ou gaveta. Um código simples consiste das iniciais do nome da publicação e o número indicando o mês desta mesma. Por exemplo: se você utilizar a Veja na terceira semana do mês de janeiro, seu código será VJ-1.3 ou

Departamento VJJ3. O VJ refere-se à Veja, o outro J ao mês de janeiro, e o 3 à terceira semana de janeiro. Mas você pode usar qualquer código que seja fácil de manter para saber de que publicação chegou a carta.

MALA DIRETA

Uma vez que você receba solicitações relacionados aos anúncios nos classificados, comece a mandar cartas com papo de venda sobre seu produto, convidando o possível cliente a comprar. O propósito da abordagem ser feita em duas etapas nos classificados é obter listas de clientes potenciais para quem vender os produtos. Assim como um vendedor dá um papo de com o produto, você também deveria vender a sua oferta com uma efetiva literatura de venda. A maioria dos pedaços da mala direta consistem em uma carta, uma brochura ou circular, e um cartão resposta ou cupom a ser cortado do circular e mandado de volta. Muitas pessoas responderão diretamente ao produto sozinho e outros da literatura de venda. Mas para esses milhares de outros que quiserem saber mais sobre aquilo que estão comprando, você deve fazer a diferença entre jogar isso fora ou mandar o cupom com o dinheiro ou comprovante de pagamento.

A carta de venda deveria ser pessoal e direta. Converse honestamente com o cliente potencial, contando a ele as virtudes e benefícios do produto. Aponte as características e utilidades. E apele para ele agir. Cartas de testemunha são eficientes maneiras de venda, especialmente se você

precisar convencer o cliente potencial a respeito dos verdadeiros resultados do produto. Mas esteja certo de que essa carta tenha sido mandada por uma pessoa verdadeira. Escreva maneiras eficientes de venda, especialmente se quiser convencer o cliente potencial dos verdadeiros resultados do produto. Mas esteja certo de que essas pessoas realmente fizeram essas declarações .

Comece pequeno. Use papel colorido para imprimir muitas centenas de circulares de uma página que descrevam seu produto e inclua um cupom. Você não deve criar uma elaborada fotografia em quatro cores do seu produto, simplesmente descreva e ilustre os benefícios e aspectos do produto. Quer você use um pequeno circular, uma brochura colorida ou um catálogo de quarenta páginas, **INCLUA UM OUTRO CUPOM**. O cupom é a parte mais importante na literatura de mala direta. Ele torna mais fácil o fato de fazer pedidos. Em poucas palavras, o comprador sabe o que é o produto, entende que ele é retornável, e espera receber o que é anunciado.

Partes de mala direta são a melhor maneira de continuar nas suas listas de clientes potenciais. Qualquer solicitação que você receba será um cliente potencial independentemente de qualquer pedido. Se a sua primeira mala não teve retorno, continue com malas subsequentes. Você terá de testar para ver a frequência você terá de acompanhar as respostas de maneira efetiva. Algumas empresas de mala direta envia ofertas várias vezes por ano, algumas outras só manda catálogos anualmente.

TESTANDO RESULTADOS

Como você sabe qual dos anúncios funcionou mais? Quais revistas dão-lhe o melhor retorno por dinheiro? Que preço é o mais lucrativo para vender o produto? Que papos de venda funcionam mais?

Mantenha um arquivo completo de todas as solicitações e pedidos, e faça comparações para determinar os melhores caminhos a serem tomados.

Testar uma característica escondida no negócio de mala direta determina o sucesso. E o teste não precisa ser caro ou atrapalhar seus lucros. A melhor atitude na direção do teste é como um jogo. Desenhe os limites de seus riscos e faça diferentes curvas na estrada quando o negócio não for rentável. Se você considerar o teste no negócio de mala direta como um labirinto, será aquele que encontrará o sucesso.

Uma das melhores características do negócio de mala direta é que ele não requer um grande investimento. Então, cada passo da sua maneira de testar, indo em frente com as altas respostas e descartando as baixas respostas, você terá pouco a perder e TUDO A GANHAR.

Um dos elementos necessários a serem testados é a atração do anúncio da revista. Compare cada publicação com a próxima. Quais delas são as mais lucrativas? É claro que você terá de testar o preço. Qual o preço máximo que você pode colocar num produto sem perder pedidos?

Se estiver utilizando anúncios de espaço, poderia estar testando por qual tamanho vem a melhor resposta pelo dinheiro que você investiu. Outro elemento testado é a cópia do anúncio--especialmente os títulos. Você poderia querer testar alguns títulos diferentes para ver qual é o mais efetivo. A coisa mais óbvia a ser testada é o produto em si. O anúncio mais esperto com o preço mais atraente não adiantará nada se o produto não vender. E se o seu produto não tiver sucesso, jogue-o fora e tente outra coisa. Não vale a pena colocar tanto esforço por algo que nunca funcionará.

MANTENDO DADOS

A maneira de determinar os resultados do teste é com uma ficha de dados. Use uma ficha separada para cada código que utilizou. No topo do papel inclua as informações vitais como a publicação na qual o anúncio foi colocado, que tipo e tamanho de anúncio foi utilizado, quanto custou o anúncio, que cópia do anúncio foi utilizada, o nome do produto e seu preço.

Separe as tabulações em duas categorias principais: solicitações e pedidos. Se usar um anúncio de espaço, deve ter menos pedidos do que diretamente de um classificado, mas precisa manter os dados de todas as respostas.

Ao longo da coluna da esquerda, verticalmente, escreva números consecutivos. Esses irão corresponder diretamente aos dias que você recebeu as respostas, começando com o primeiro dia que você recebeu um pedido ou ordem. A seção de solicitações deveria ser dividida em três colunas de datas recebidas, números recebidos e um número total de quantos até hoje.

A seção dos pedidos deveria ser dividida em data recebida, número diário de pedidos, número total de pedidos, número diário de vendas e dinheiro total das vendas. Os totais darão-lhe uma indicação diária de como vai o seu anúncio.

Suas pastas-arquivo darão-lhe informação suficiente para decidir se seus investimentos de propaganda estão compensando. Para saber sobre o lucro, subtraia o custo dos produtos somado ao dos anúncios do dinheiro total das vendas. Como isso se compara com seu investimento em dinheiro? O quanto esse anúncio funciona bem?

Comparando o número de solicitações ao número de pedidos, você pode ver o quão efetiva é o seu pacote de mala direta. Qual a porcentagem de pessoas que fazem pedidos através da literatura de venda? Como você pode aumentar isso? Por exemplo, se você mandou mil pacotes de mala direta, que tenham custado 300 Reais e recebeu 50 pedidos, sendo que cada pedido tenha sido de vinte e cinco Reais (750,00 Reais) então você ganhou 450 reais. Agora a sua porcentagem efetiva é $300/750 = 40\%$, o que é considerado muito bom.

PREENCHENDO OS PEDIDOS

Enviar os pedidos é uma parte agradável. Dependendo do tipo de produto que tiver, você pode pre-embulhar uma quantidade para manter em suas mãos. Assim que receber a mala, archive as solicitações e pedidos imediatamente. Uma maneira fácil de fazer isso é separar as malas por códigos de endereços e fazer uma pilha com a sua pasta arquivo. Assim que você abrir a mala deve grampear os pedidos com os envelopes, a fim de saber de onde vem a resposta.

Muitos negociantes de mala direta têm seus próprios pequenos serviços de computação para etiquetar. Agora que computadores domésticos estão custando menos, pode ser um bom investimento quando você recebe muitos pedidos. Se o seu cliente não incluir um cep, esteja certo de procurar esse CEP e mande seu pacote de volta com um endereço CEP completos.

Diferentes companhias de mala direta possuem diferentes métodos de clientes. Você pode criar listas separadas de compradores conhecidos; listas de pessoas que respondem especificamente por anúncios de algumas publicações, listas de pessoas que fizeram pedidos de itens específicos de anúncios de espaço.

EXPANDINDO

Você tem um bom produto; colocou um anúncio de sucesso; está obtendo um bom lucro. E agora? Não seja tão ansioso para expandir o negócio em áreas ou produtos não antes testados. A única maneira de construir seu negócio de mala direta é devagar, com a razão e testes cuidadosos. O primeiro lugar para expandir seria um outro produto. Você pode enviar literatura de venda para as pessoas que trouxeram o primeiro produto e para aquelas que mandaram pedidos de informações mas não compraram.

Ou você pode expandir sua propaganda. Coloque o mesmo anúncio em várias publicações. Talvez você esteja pronto para tentar um anúncio de espaço melhor do que um classificado. E sobre o produto em si? Se você teve uma grande quantidade de respostas, a produção em massa é a única maneira de alcançar a demanda lucrativamente. Se tiver um produto, volte ao fabricante e renegocie em grandes quantidades.

Você deve ter vendido cópias de informações por você originadas. Mesmo que fazer offset e a impressão possam ser caros, eles podem valer a pena se você souber que pode vender cinco ou dez mil cópias.

Enquanto a sua linha de produto aumenta--até meia dúzia de itens—você pode produzir uma pequena brochura ou catálogo. Livros especiais são vendidos freqüentemente pela mala direta na forma de uma brochura que serve como catálogo. Existem figuras dos livros e uma descrição abaixo de cada figura. Seus produtos também são boas opções para um catálogo. Talvez você esteja vendendo itens especiais feitos à mão e tenha expandido com sucesso para meia dúzia. Você pode chamar um artista para desenhar um lindo catálogo que destaque as melhores características dos seus produtos e tornam-lhes atraentes aos seus clientes.

O negócio de mala direta é uma oportunidade única porque é feita por medida especialmente para sua sensibilidade. Você pode vender os produtos que sejam atraentes a você e que você acha que valham a pena. E você pode ter uma relação de cara-a-cara com as pessoas que pedirem por seus produtos.

Você escolhe produtos a serem anunciados para a sua linha e quanto tempo e dinheiro gostaria de investir. É através dos seus próprios desejos que ele faz muito sucesso.

A MARGEM DE LUCRO

A palavra final no negócio de mala direta é quanto lucro é feito de seus esforços. Você não está nesse negócio para equilibrar seus lucros aos seu custos ou ter seu nome impresso nas revistas. Você está dentro disso para distribuir uma boa qualidade de produtos a preços justos para um mercado faminto.

Milhares de itens são vendidos com sucesso pela mala direta, e muitos por pequenos negociantes que trabalham em casa sozinhos. Quando você pode escolher um produto com uma alta margem de lucro e colocar anúncios baratos que produzam grandes vendas, pode acabar fazendo grandes lucros.

SEUS MELHORES CLIENTES POTENCIAIS SÃO CLIENTES QUE JÁ TENHAM FEITO UM

PEDIDO DE VOCÊ. Quando alguém fizer um pedido de você, mande-lhe uma outra mala por mês por pelo o menos três meses. Se nenhuma compra for feita depois de três meses, deixe o nome por volta de seis meses, e então não mande mais nenhuma mala. Você verá que 90% da sua clientela fará compras repetidas se você seguir esse procedimento religiosamente. Continue tentando novos circulares. Reorganize aqueles que produzem vendas. Elimine os “não-compradores”. Quando achar um circular que produza alguns pedidos, tente tê-lo impresso com **SEU NOME E ENDEREÇO** nele. Quanto mais você enviar circulares, mais rentável o negócio vai se tornar por várias razões:

- Você gradualmente desenvolverá uma **LISTA DE CLIENTELA**. Isso **SEMPRE** produzirá mais pedidos que uma lista fria, nunca antes tentada. Você deve manter-se enviando **NOVOS** circulares para essa lista **REGULARMENTE**.

- Seus envelopes estarão carregando boas coisas . Através de uma experimentação constante, você pode gradualmente desenvolver um verdadeiro dinheiro fazendo pacotes de Mala Direta. Quando achar algo que funcione, mantenha-se firme a ele!

O negócio de Mala Direta não tem limites - se você tiver muita direção e imaginação. Você pode gradualmente aumentar o número de suas malas. Enquanto as semanas e meses passam, você também pode aumentar a qualidade de suas malas.

Enquanto sua reputação de um confiável Negociante de Mala Direta se espalhar, distribuidores por atacado e outros negociantes de mala direta começarão a mandar-lhe novas ofertas - quase que diariamente. **TOME UM TEMPO PARA ESTUDAR ESSAS OFERTAS** - e então atue em cima das melhores.

Decida de modo a entrar no negócio de mala direta com os dois pés - e então **PERMANEÇA NELE!** Essa será a mais agradável e excitante experiência da sua vida!

VINTE E UM TRUQUES DE ENVELOPE!

Quando seus envelopes não são abertos, você não pode fazer dinheiro! Antes de poder obter um pedido, o recipiente do pacote de mala direta deve primeiramente abrir o envelope. Infelizmente, muitos recipientes de mala direta simplesmente descartam o material sem abrir o envelope.

Devido aos altos custos de impressão, envelopes e selagem, seu pacote de mala direta representa um grande investimento. Você simplesmente não pode arcar com esse investimento e então ter seu material de venda descartado em envelopes fechados. Com os métodos seguintes, você terá uma redução substancial no número de envelopes fechados e um prazeroso aumento de lucro nas vendas.

1. Se seu envelope parecer “mala-lixo”, será tratado como “mala-lixo”. (em outras palavras, jogado no lixo antes de ser aberto). A solução é simples - não envie seu material em envelopes que pareçam com “mala-lixo”.
2. Evite usar etiquetas, porque elas fazem seus envelopes parecerem “mala-lixo”.
3. Datilografe os endereços nos seus envelopes.
4. Escreva ou imprima os endereços de maneira organizada nos seus envelopes.
5. Se você não tiver tempo de usar os métodos 3 ou 4, então pague alguém para endereçar-lhe os envelopes. Pague-lhes por cada envelope que endereçarem, não pague pela hora de trabalho.
6. Se você precisar usar etiquetas, use etiquetas coloridas.
7. Se etiquetas coloridas forem muito caras, pode usar brancas com uma caneta marca-texto. Canetas fluorescentes são especialmente boas nesse caso. Você pode encontrá-las em papelarias, lojas de descontos variados, farmácias de desconto, etc.
8. Use envelopes coloridos.(* O Correio não apreciará seus envelopes e etiquetas coloridos. Esses itens criarão problemas para seus equipamentos de leitura ótica.)

9. Use postagem de primeira classe e imprima PRIMEIRA CLASSE em várias partes do envelope. Um selo barato, com tinta vermelha, faz uma impressão “oficial”.
10. Não coloque carimbo de borracha no endereço de volta dos seus envelopes. Isso parece extremamente não-profissional.
11. Evite usar etiquetas nos endereços de volta - isso também parece falta de profissionalismo.
12. Pague uma loja de impressão para imprimir seus endereços de volta nos envelopes. Isso não sai caro, e cria uma imagem mais profissional.
13. Use uma impressora colorida para endereçar os envelopes.
14. Use uma caneta colorida para endereçar os envelopes. Eu gosto de tinta vermelha, por exemplo.
15. Enderece seus envelopes na parte de trás.
16. Imprima ou carimbe uma pequena mensagem nos seus envelopes. Essa é uma maneira muito eficaz com o material que é enviado a pessoas que pedem informações a respeito dos anúncios nas revistas. Por exemplo, quando recebemos pedidos de informações a respeito, carimbamos essa mensagem: “Você pediu essa Mala GRÁTIS”.
17. Selos comemorativos são mais atrativos do que os do correio, e custam o mesmo preço. Use-os. É uma fácil maneira de obter seus envelopes abertos.
18. Utilize canetas marca-texto para desenhar designs nos seus envelopes. Até uma série de listras, em cores variadas, chamam a atenção.
19. Ao invés de comprar um selo de primeira classe, compre vários selos de denominações menores que somem o mesmo preço. Eles chamam a atenção porque parecem ser mais caros.
20. Grandes companhias de mala direta ocasionalmente colocam algum tipo de objeto sólido dentro de seus envelopes. Por exemplo, algumas companhias de propaganda em especial usam lápis, canetas, calendários de bolso, etc baratos. Você também pode usar essa idéia. Para melhores resultados, tente colocar o objeto na sua oferta
21. Use envelopes que tenham janelas.
22. Com os envelopes de janela, o endereço do recipiente deve estar dentro do envelope, de maneira a ser mostrado pela janela. Tire proveito disso. Coloque o endereço em algum tipo de Cupom Dinheiro que pareça com um cheque.
23. Use envelopes grandes, é caro, mas o envelope será aberto.
24. “Quanto mais você fala, mais vende”. Use um envelope grande e inclua bastante material de venda. Essa é uma maneira efetiva com ofertas de preços altos.

Alguns desses métodos são um pouco excêntricos, e alguns são mais caros que outros, mas todos eles ajudarão-lhe a ter seus envelopes abertos e aumentar suas vendas.

Nós lhe prometemos vinte e um métodos, mas na realidade lhe damos vinte e quatro! É por isso que acreditamos em dar aos nossos clientes mais do que o válido por seus pagamentos. Eu recomendo que você tente fazer isso com o seu próprio negócio - você verá que isso custa grandes dividendos e devolve curiosos pedidos de informação que se transformam em pedidos sólidos, E FOI VOCÊ QUE FEZ ISSO.

Vá em frente--teste. Comece com um pequeno anúncio classificado por poucos meses. Veja o que os pedidos de informação trazem-lhe. Mande de volta algumas literaturas dos pedidos. Você ficará surpreso em como isso será fácil.

Se precisar de algum conselho LEGAL especializado ou alguma assistência nesse assunto, o serviço de um profissional é recomendado.