

ULTRALIZE

GUIA PARA DONOS DE AGÊNCIA DE MARKETING

OS 5 ERROS QUE **INCHAM** A SUA AGÊNCIA

Por que mais clientes, mais serviços e mais equipe não levam sua agência de marketing aos R\$ 100 mil por mês

Rodrigo Binds e Gui Cardoso

ULTRALIZE

MATERIAL EXCLUSIVO
WORKSHOP AGÊNCIA ENXUTA

ANTES DE COMEÇAR

Antes do Workshop Agência Enxuta, a gente quer que você chegue lá sabendo o que está te travando hoje.

Não pra você resolver sozinho agora, mas pra você chegar no evento com a pergunta certa na cabeça em vez de sair de lá com mais uma lista de coisas pra fazer.

São 5 erros. A gente vê eles repetidos em agência de R\$ 10 mil e em agência de R\$ 100 mil por mês. E nenhum deles tem a ver com você saber pouco de marketing.

Uma coisa importante sobre de onde vem isso que você vai ler: a gente tem uma agência de marketing de verdade, a Supersal, especializada em restaurantes, que fatura mais de R\$ 2 milhões por ano com ticket médio em torno de R\$ 5 mil por cliente. Esse número é só da agência, não conta o que a gente fatura com educação na Ultralize.

Tem muito guru por aí ensinando o que não faz na prática. A gente prefere te contar o que a gente faz de fato, todo dia, na nossa própria operação.

O QUE VOCÊ VAI ENCONTRAR

01	Você é vendedor de hora	ERRO
02	Modo Zeca Pagodinho	ERRO
03	Achar que vender mais resolve	ERRO
04	Cabeça de prefeito	ERRO
05	Chegar no fim da festa	ERRO
▪	O custo do que você ainda não sabe	FECHAMENTO
▪	O que fazer agora	PRÓXIMOS PASSOS

CADA ERRO TERMINA COM UMA PERGUNTA. RESPONDE ELA ANTES DE VIRAR A PÁGINA.

A DIFERENÇA ENTRE UMA AGÊNCIA GRANDE E UMA AGÊNCIA INCHADA

Tem uma crença que quase todo dono de agência de marketing carrega sem perceber: a de que crescer é somar.

Mais clientes. Mais serviços no cardápio. Mais gente no time. Mais horas de trabalho.

E aí o dono soma, soma, soma, e chega num lugar estranho: a agência parece maior, o faturamento até subiu, mas sobra menos dinheiro no fim do mês, ele trabalha mais do que trabalhava e a operação virou um problema que consome o dia inteiro dele.

ESSA AGÊNCIA NÃO ESTÁ GRANDE. ELA ESTÁ INCHADA.

Agência grande é a que cresce em resultado. Agência inchada é a que cresce em peso: mais gente pra gerenciar, mais cliente pequeno reclamando, mais serviço que ninguém sabe direito quanto custa entregar.

A agência enxuta é o contrário disso. Menos clientes, pagando mais, ficando mais tempo. Time menor, com processo rodando. E margem que dá pra sentir no bolso, não só no relatório.

Aqui focamos em aumento de faturamento mantendo margem alta na agência.

Os 5 erros a seguir são os que fazem uma agência inchar sem que o dono perceba. Vamos por partes.

ERRO UM

01

VOCÊ É VENDEDOR DE HORA

O faturamento amarrado às horas que você consegue trabalhar. O teto tem nome: a sua agenda.

Quase todo dono de agência de marketing começou igual: aprendeu uma habilidade técnica. Gestão de tráfego, social media, copy, edição de vídeo. Virou bom naquilo.

Aí pegou um cliente. Depois outro. Depois outro.

E sem perceber, virou vendedor de hora. O faturamento dele está amarrado às horas que ele consegue trabalhar. Ou seja, tem um teto, e esse teto tem nome: a sua agenda.

Faz o teste. Se você tirar 30 dias de férias, o que acontece com a sua agência? Se você ficar doente por duas semanas? E se acontecer alguma coisa mais séria com você, como fica a sua família?

Se a resposta te deu um frio na barriga, você não tem uma empresa. Você tem um emprego que você mesmo criou, e que ainda por cima não te dá férias.

POR QUE ISSO INCHA SUA AGÊNCIA

O vendedor de hora não confia em ninguém pra entregar. Então ele centraliza. E quando o volume aperta, ele contrata gente pra tapar buraco, não pra ocupar uma função pensada. O time cresce torto, ninguém tem processo, e tudo continua passando por ele. A agência ganha peso sem ganhar capacidade.

A VIRADA

Parar de vender hora e começar a comprar hora. Quando você contrata alguém, você está comprando as horas de outra pessoa pra entregar aquilo que hoje sai da sua mão. É isso que tira o negócio das suas costas.

Gosto muito da analogia do pedreiro e do engenheiro. Tudo bem começar assentando tijolo. O que não dá é passar a vida inteira sendo o pedreiro da obra. O engenheiro é pago pra pensar, não pra assentar tijolo.

Atenção num ponto importante, porque muita gente entende errado: **agência enxuta não é agência sozinha**. Enxuta é ter as pessoas certas nas funções certas com processo rodando. Fazer tudo sozinho não é ser enxuto, é ser gargalo.

PERGUNTA PRA VOCÊ RESPONDER AGORA

Quantas entregas hoje só acontecem se você colocar a mão? Escreve o número.

ERRO DOIS

02

MOD0 ZECA PAGODINHO

Deixa a vida me levar. O problema é que a vida leva sua agência para o mesmo lugar de todas as outras.

Você conhece a música: deixa a vida me levar, vida leva eu.

Tem muito dono de agência de marketing construindo o negócio exatamente assim.

Ele atende os clientes que apareceram. Entrega os serviços que os clientes pediram. Cobra o valor que ele acha que o cliente vai aceitar pagar.

Repara que em nenhum momento dessa história houve uma decisão. Tudo foi acontecendo.

O problema é que quando você segue o intuitivo, você vai parar exatamente onde todo mundo está: cobrando o mesmo preço, entregando o mesmo serviço, se posicionando do mesmo jeito. E aí você vira mais uma, brigando por preço com outras mil agências iguais.

POR QUE ISSO INCHA SUA AGÊNCIA

Modelo que não foi decidido vira modelo empilhado. Cada cliente novo traz um serviço novo que você nunca tinha feito, e você aceita pra não perder a venda. Seis meses depois você entrega dez coisas diferentes pra dez tipos de cliente diferentes, e não é bom em nenhuma. Aí precisa de mais gente pra dar conta da bagunça que você mesmo aceitou.

O INCHAÇO QUASE NUNCA É UMA DECISÃO. É A SOMA DE MUITOS "TUDO BEM, A GENTE DÁ UM JEITO".

A VIRADA

Ser intencional. Decidir antes: qual nicho, qual entrega, qual preço, qual cliente você não aceita. Tocar a agência no modo Zeca Pagodinho até dá resultado no começo. Mas não te leva onde você quer chegar.

Se você quer chegar nos R\$ 50 mil, nos R\$ 100 mil por mês, não basta querer. Tem que ter plano.

PERGUNTA PRA VOCÊ RESPONDER AGORA

Quantos serviços diferentes sua agência entrega hoje? E quantos deles você escolheu vender, de verdade, antes de um cliente pedir?

ERRO TRÊS

03

ACHAR QUE VENDER MAIS RESOLVE

| O erro mais caro dos cinco, porque ele parece certo.

A agência está travada, o dono pensa: preciso vender mais. Aí investe tudo em prospecção, em tráfego, em comercial.

Deixa eu te fazer uma pergunta. Se hoje entrassem 20 clientes novos na sua agência, você daria conta? Sem virar noite, sem o time pedir demissão, sem a qualidade cair?

Provavelmente não.

ENTÃO O PROBLEMA NÃO ERA VENDA.

Pensa num balde. Tem uma torneira em cima jogando cliente pra dentro. E tem um furo embaixo, com cliente saindo. Você pode abrir a torneira de cima o quanto quiser: se o furo continuar lá, o balde nunca enche.

E o que faz o cliente sair? Falta de resultado. Empresário não contrata agência de marketing pra ganhar relatório bonito. Contrata pra vender mais. Se você não entrega isso, ele sai. Não importa o quanto você é simpático.

POR QUE ISSO INCHA SUA AGÊNCIA

Quem não retém cliente vive substituindo faturamento. Todo mês entra cliente novo só pra repor o que saiu. E onboarding é a fase que mais consome tempo e energia do time. Ou seja: você paga o preço mais caro da operação repetidamente e não avança um centímetro. É a máquina de moer cliente, e ela come o seu time por dentro.

A VIRADA

Retenção. Cliente que entra e fica mais de um ano. Aí sim você empilha faturamento em vez de substituir. Adiciona um cliente, ele fica. Adiciona outro, ele fica. É assim que o crescimento vira sustentável, e é assim que você chega mais longe com menos clientes.

Menos clientes não é o objetivo por vaidade. É consequência de cada cliente valer mais e durar mais.

PERGUNTA PRA VOCÊ RESPONDER AGORA

Quanto tempo, em média, o cliente fica na sua agência? Se você não souber a resposta de cabeça, esse já é o diagnóstico.

ERRO QUATRO

04

CABEÇA DE PREFEITO

Você construiu uma agência de marketing digital e limitou o mercado dela ao mapa da sua cidade.

Prefeito cuida da cidade dele. Não está preocupado com o estado, com o país, com o mundo. O território dele é aquele e pronto.

Tem muito dono de agência de marketing com cabeça de prefeito. Ele só quer crescer olhando pra própria cidade.

Agora pensa comigo: você construiu uma agência de marketing digital. Você trabalha na internet. Não faz o menor sentido montar um negócio que só pode atender quem mora perto de você.

A gente tem mentorados que moram no Brasil e atendem cliente nos Estados Unidos e na Europa. E tem mentorado que mora fora e atende aqui.

POR QUE ISSO INCHA SUA AGÊNCIA

Quando o seu mercado é só a sua cidade, você precisa aceitar qualquer cliente que aparecer, de qualquer segmento, pagando qualquer valor. Porque não sobra opção. Aí você vira generalista por falta de escolha, e generalista é comparado por preço. É o inchaço nascendo de uma limitação que você mesmo criou.

A VIRADA

Trocar limite geográfico por profundidade de nicho. Em vez de ser a agência de marketing da sua cidade, ser a agência de marketing de um segmento específico, no país inteiro. Aí o cliente te procura pelo que você domina, não pela sua proximidade. E quem é procurado cobra melhor do que quem procura.

Tudo bem começar pela sua cidade. O erro é ficar preso nela.

PERGUNTA PRA VOCÊ RESPONDER AGORA

Se amanhã aparecesse um cliente ideal, do seu nicho, do outro lado do país, sua agência conseguiria atender? Se não, o que exatamente impede?

ERRO CINCO

05

CHEGAR NO FIM DA FESTA

| Quem chega mais cedo bebe água mais limpa.

Imagina que você foi convidado pra uma festa. Chega o horário, todo mundo está lá, e você aparece no fim. Quando você chega, o melhor já passou.

Aqui a gente costuma dizer que quem chega mais cedo bebe água mais limpa.

Eu vejo muita gente ver a oportunidade passar na frente e não decidir. É como olhar o bondinho passando: você vê, tem a chance de entrar, hesita, e o bondinho vai embora com todo mundo dentro menos você.

QUEM PROCRASTINA NÃO PERDE SÓ TEMPO. PERDE A JANELA.

POR QUE ISSO IMPORTA AGORA

Hoje, ser "mais uma agência de marketing" não diferencia mais ninguém. O mercado está cheio de gente igual brigando pelo mesmo cliente e derrubando preço. Quem vai sair dessa briga é quem se mexer primeiro.

A VIRADA

Decidir. Não é sobre estar pronto, é sobre estar presente. As oportunidades que mudam o patamar de uma agência costumam aparecer na frente de muita gente, e são poucos que agarram.

PERGUNTA PRA VOCÊ RESPONDER AGORA

Qual decisão importante pra sua agência você está adiando? E há quanto tempo ela está parada?

O CUSTO DO QUE VOCÊ AINDA NÃO SABE

Quero te deixar com uma frase pra pensar:

**O QUE VOCÊ NÃO GANHA HOJE É POR CONTA DO CONHECIMENTO
QUE VOCÊ AINDA NÃO TEM.**

Vou tangibilizar isso com uma conta simples.

Digamos que sua agência fature R\$ 30 mil por mês e você queira chegar aos R\$ 100 mil. A diferença é R\$ 70 mil por mês.

Esses R\$ 70 mil são o custo mensal de você não saber como chegar lá. Porque se você já soubesse, você já teria feito.

Não saber sai caro. E o pior é que a conta corre todo mês, mesmo quando você não olha pra ela.

FAZ A SUA CONTA AGORA

Pega o que você fatura hoje, diminui do que você quer faturar, e olha pro número. É o preço que você está pagando pelo que ainda não sabe.

O QUE A MAIORIA NÃO PERCEBE

Repara numa coisa: nenhum dos 5 erros é sobre marketing.

Não tem nada aqui sobre criativo, sobre segmentação, sobre estrutura de campanha. Marketing você sabe. Foi por isso que você abriu uma agência de marketing.

Os cinco são erros de modelo de negócio e de gestão. É exatamente aí que a maioria trava, porque é exatamente aí que ninguém ensinou.

E tem uma coisa cruel nesse tipo de erro: você não procura solução pra um problema que você não sabe que tem.

Na nossa pesquisa com 39.325 donos de agências e profissionais de marketing, a dor mais citada não foi tráfego, nem criativo, nem algoritmo. Foi caos operacional e falta de processo. E o desejo mais citado foi chegar aos R\$ 100 mil por mês.

O MERCADO INTEIRO QUER O MESMO DESTINO E ESTÁ TRAVADO NO MESMO LUGAR.

O QUE FAZER AGORA

01 **Marca na agenda o dia do Workshop.**

No Workshop Agência Enxuta a gente não vai repetir o que está aqui. Aqui a gente nomeou os erros. Lá a gente vai fazer o diagnóstico completo da sua agência, ao vivo, com você preenchendo, e mostrar o modelo que resolve isso pela raiz. Você sai com o raio-x da sua operação na mão.

02 **Fica de olho no WhatsApp e no e-mail.**

É por lá que a gente manda toda a comunicação e as informações do dia.

**SE ESSE MATERIAL TE INCOMODOU EM ALGUM PONTO, ÓTIMO.
INCÔMODO É O COMEÇO DE QUALQUER MUDANÇA DE PATAMAR.**

A gente se vê lá.

PRÓXIMO PASSO

WORKSHOP

AGÊNCIA ENXUTA

Como escalar para os R\$ 100.000 por mês com menos clientes, menos time e mais lucro.

O QUE ACONTECE NO DIA

Uma tarde presencial com Rodrigo Binds e Gui Cardoso. Você faz o diagnóstico completo da sua agência ao vivo e sai com o raio-x da sua operação na mão, sabendo exatamente o que está travando o seu crescimento.

Rodrigo Binds e Gui Cardoso

ULTRALIZE

ULTRALIZE