



PROGRAMA DE AFILIADOS PRATAPURA.COM

O Que é, Como Fazer e Benefícios

O marketing de rede é um modelo comercial de origem americana, legal e legítimo. Ele é oriundo das vendas diretas e pautado na ideia de distribuir bens ou serviços no qual o lucro vem da venda de produtos e do recrutamento de novos promotores.

Acha que é possível trabalhar em tempo parcial e ainda assim ganhar mais \$\$\$ do que ganharia em um emprego de tempo integral? Isso pode ser para você!

Com empenho, paciência e muito profissionalismo, você pode criar uma rede de parceiros bastante ampla, e ver nesse planejamento a quantidade de comissões aumentar *inversamente* proporcional ao tempo de trabalho demandado.

Mas, como grande parte dos negócios alternativos ou fora do padrão estipulado, existem *profissionais* e *amadores*. Pessoas que não estão preocupadas com o sucesso e querem apenas ganhar dinheiro fácil.

Ficou interessado?

Então, quero mostrar como você pode entrar nesta tendência e, melhor, fazer isso de forma correta, profissional e legítima.



O Que é Marketing de Rede?



A ideia de rede é que o produtor crie a sua rede de promotores dando suporte, treinamento e assessoria para que estes parceiros busquem o cliente *pessoalmente* ou façam a divulgação de forma *automatizada*. Ao finalizar o processo recebem uma *comissão* por venda efetuada.

Nos *Estados Unidos*, esse é um mercado que já tem um alto nível de aceitação, por permitir que as pessoas se mantenham nos seus empregos e dediquem um tempo parcial ao marketing de rede – cerca de **20%** da população norte americana trabalha como revendedor ou promotor de vendas.

No *Japão* e na *China*, a taxa das famílias que possuem pelo menos um membro que trabalha nesse mercado chega a **40%**.

No Brasil, porém, o marketing de rede ainda tem muito potencial para crescer.

Há um bom número de brasileiros com receio do marketing de rede por confundirem-no com o de pirâmide ou por falta de conhecimento a respeito do assunto. E, como você já sabe, muitas tendências estrangeiras demoram algum tempo para ganhar seguidores brasileiros.

O marketing de pirâmide é um sistema muito desaprovado pelo público (e ilegal). Mas fique tranquilo: eles não são iguais – muito pelo contrário, pois diferem em alguns fatores cruciais. O de pirâmide, também conhecido como esquema de pirâmide ou pirâmide financeira, cria uma cadeia de recrutamento inviável e dependente. A ideia é focada estritamente no recrutamento de novos vendedores. Os produtos revendidos costumam ser superfaturados ou sem valor algum para o cliente final.

Como identificar um marketing de pirâmide:

- Os clientes não recebem nenhuma informação sobre a empresa produtora
- Promessas de rendimentos *ilimitados*, feitas de forma vaga e sem aprofundamento
- Comissão e lucratividade vinculadas, exclusivamente, ao *recrutamento* de novos clientes. Ou seja, você não recebe pela venda do produto e sim ao recrutar novos vendedores
- Produtos com valores exorbitantes
- Produtos “inexistentes” ou inúteis, como por exemplo, manuais que ensinem sobre como recrutar vendedores para esse esquema.

Fique atento a promessas vagas e exageradas, ok?



O marketing de rede é legal, legítimo e segue as normas do comércio. Por exemplo, uma [cartilha](#) foi desenvolvida pelo governo em conjunto com associações de proteção comercial. Nela foram instituídas algumas orientações para que nenhuma regra seja burlada ou interpretada com viés.

Para reiterar a legalidade do sistema de marketing de rede, a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), em conjunto com a Comissão de Valores Monetários (CVM), publicou o [Boletim Senacon nº 6](#).

Os Quatro Pilares do Marketing de Rede de Sucesso

1. A Empresa

Quando vamos escolher onde investir nosso dinheiro precisamos fazer uma pesquisa de mercado e analisar todos os pontos e possibilidade daquele destino. O mesmo ocorre com o marketing de rede. Existem muitas empresas nesse mercado e não necessariamente são empresas confiáveis, competentes ou profissionais.

Quando você decidir investir em marketing multinível, é preciso que a empresa da qual você será um afiliado atende a esses critérios: bom histórico, Relevância e representatividade no mercado, Plano de marketing definido.

A empresa é o primeiro pilar para sustentar o marketing de rede. Uma empresa boa, honesta e dedicada cava o seu espaço dentre tantas sem a mesma competência.

A **Pratapura.com** é pioneira na venda de moedas e barras de prata física diretamente ao consumidor no Brasil, desde 2011, com sólida reputação entre clientes no mercado. Na PrataPura.com, você tem a segurança de comprar um produto legalizado, com todos os impostos de importação regulamentados. Cá entre nós, não deveria, mas isso é um diferencial competitivo único que temos.

Fazemos o que fazemos porque acreditamos que riqueza de verdade é aquela que você tem *em sua mão*, fisicamente, e que não tem risco de evaporar por um clique num computador, ou pela falta de empatia dos governantes e donos do mundo.

Somos a empresa pioneira no Brasil em vender **prata física** para investimento de forma legal, e o maior portal de compra e venda de barras e moedas de prata e **platina** para investimento no país.

2. O Sistema, ou a Rede

Quando falamos desse formato de marketing, pensamos em diversos tipos de sistema. A rede pode ser extensa ou limitada. Pode haver uma grande variação nas comissões estipuladas e como elas vão ser repassadas para os afiliados. A variação é natural – e aceitável – dentro de qualquer negócio.

Mas o principal é: ela precisa ser **sustentável**. É ilusório prometer ganhos infinitos, ou comissões surreais. Uma hora alguém vai ter que pagar essa conta.

Se a empresa não tem seu formato de rede bem definido ela, muito provavelmente, fará vários ajustes e reajustes, por não saber exatamente onde quer chegar e o que quer formar.

Na **Pratapura.com**, elaboramos nosso sistema de maneira cuidadosa, para que ele seja sustentável, e atrativo. Há um limite de níveis de comissionamento, naturalmente,



senão não seria sustentável. Sem uma delimitação de rede a empresa pode gerar prejuízos e instabilidade para todos os afiliados.

Porém, não há limite para afiliação horizontal (direta), de forma que o potencial de crescimento de sua rede é enorme.

E como a aquisição de **prata física** é um mercado ainda novo no Brasil, há um enorme espaço para crescer, com a sua ajuda!

3. O produto

Tenho certeza que você jamais investiria dinheiro em um produto que não fosse bom. E é exatamente por isso que ele é um dos pilares do marketing de rede. Não existe estratégia de marketing que mantenha uma empresa lucrando a longo prazo se o produto não for bom, atrativo ou trazer algum valor para os clientes.

E não pense que basta dizer que o produto é bom, contratar três ou quatro depoimentos e esperar que as pessoas acreditem. Hoje, com a facilidade de dispersão de ideias, dificilmente uma empresa consegue abafar os comentários negativos e experiências frustrantes.

Bom, mas e se você gostaria de ser um afiliado, como analisar se aquele produto vale a pena? Eu tenho algumas dicas de algumas perguntas que você deve responder: Ele tem utilidade? Ele tem qualidade? Visualmente falando: embalagens, materiais e conteúdo? Quanto ele vai custar para os clientes? Pense se as pessoas do seu nicho pagariam esse valor pelo produto ofertado. Existe uma gama de produtos? A empresa tem um grande portfólio? Você deve notar que as empresas que mais se destacam no MMN são aquelas que possuem um leque maior de produtos.

Você até verá a oferta de moedas e algumas de prata pela internet a preços muito mais baixos, e é só fazer a conta: não pagaram os devidos impostos na entrada no país. Em sites de vendas coletivas você encontra também barras de reciclagem ou outras fontes não declaradas, sem a menor garantia do grau de pureza e teor. Não há ainda, no Brasil, um refinador de prata de reputação internacional, com certificação ISO, que garanta a qualidade de seus produtos. Além disso, o Brasil não produz quase nada de prata de mineração, então ela tem que ser importada mesmo.

Prata física sempre foi, e sempre será, uma reserva de valor tangível em sua mão, imune à inflação e a choques econômicos ou sociais. E por estar *subvalorizada* em relação ao ouro, tem o potencial de maior valorização no futuro.

Trabalhamos com a maior variedade de barras e moedas de **prata** (bem como barras de **ouro**, **platina** e **paládio**), produzidas apenas pelos mais reputados fabricantes mundiais, e pelas principais casas da moeda soberanas ou privadas. Você terá nas mãos uma peça de prata reconhecida em qualquer parte do mundo.

Queremos ajudar nossos clientes a protegerem sua **riqueza**, seu dinheiro duramente conquistado, neste mundo constantemente ameaçado pela incerteza. Nosso propósito é facilitar a formação de reservas de riqueza seguras pelos nossos clientes em face das incertezas globais e a irresponsabilidade dos emissores de dinheiro de papel, e até



intermediando a troca de metal precioso físico por valores fiduciários a medida das suas necessidades.

4. Liderança

Se você trabalha de alguma forma com prospecção, *coaching* e vendas de produtos ou de serviços, com certeza sabe o poder da *liderança*.

Sinto dizer, mas, se você *não tem* habilidade de liderança, não tem um líder forte ou não pretende *desenvolver* essa característica, as chances do seu negócio prosperar são pequenas.

Para não dizer nulas, ok?

O sistema de marketing de rede demanda **compreensão** das informações básicas e complexas, **gestão** e **relacionamento** de equipe e **cliente**, além de um alto poder de **convencimento**.

Não é à toa que mais da metade das pessoas que procuram o marketing de rede acaba desistindo nos dois primeiros meses.

Por isso, é importante:

- a. Saber o **momento** de *falar* e o de *ouvir*;
- b. Disponibilidade de **tempo**, **atenção** e principalmente **paciência**. Mesmo que seja em tempo parcial de dedicação, a entrega deve ser de **qualidade**;
- c. Desperte **motivação** – essa talvez seja uma das características mais intrínsecas de um líder, ele precisa contagiar pessoas;
- d. Ser um **exemplo**. Por isso é importante também conhecer o produto. Por isso reforçamos que é essencial você participar do [Clube Pratapura](#), começar a fazer sua própria reserva em **prata física**, entender essa necessidade, torná-la parte de sua vida. Só assim você irá conseguir desenvolver sua rede de forma eficaz. Nada de *hipocrisia*!

A boa notícia: liderança é uma característica que se desenvolve. Se você percebe que é uma área de sua vida em que precisa de dedicar mais, pode até aprender sozinho. Uma das grandes características de pessoas bem-sucedidas é a capacidade de ser autodidata. Há uma [grande variedade de livros](#) de alta qualidade sobre o desenvolvimento de liderança, e de [marketing efetivo](#).



Sistema de Recrutamento



O recrutamento é um dos fatores mais complexos do marketing de rede. Se convencer pessoas sobre a qualidade do produto para uso pessoal já é uma tarefa árdua, imagine convencer um profissional que ele deve investir, comprar e indicar o produto.

O recrutamento normalmente é realizado de duas formas: Porta a porta; Pela internet. Vou falar sobre alguns passos para facilitar essa etapa.

1. Definir o público-alvo

Não existe estratégia de marketing sem a definição de um público específico. Saber quem você quer atingir minimiza a taxa de investimento sem retorno. No caso no nosso produto, é essencial buscar atingir pessoas que tem uma **renda mínima** que lhe permitem fazer uma reserva de cerca de *meio* salário-mínimo por mês, ao menos. Para isso, ele tem que ter uma renda de ao menos **5 salários mínimos**. Não perca tempo com públicos que não atingem esse critério.

Cerca de **10%** da população brasileira, ou seja, **22 milhões de pessoas**, tem renda familiar maior do que 5 salários mínimos (IBGE, 2021). Que tal conscientizar uma parcela dessa população a preservar parte de suas reservas em dinheiro sólido, imune à inflação, e que só nos últimos 20 anos se valorizou mais de **400%**, e isso em **US\$**?

Se a pessoa tem dificuldade de fazer compras e se cadastrar numa **loja online**, você pode *ensiná-la*! Porém, um sub Afiliado que já esteja mais ligado em relação às ferramentas da **internet**, o mundo **digital** e **mídias sociais** lhe dará uma grande vantagem!

2. Ter perfil nas várias mídias sociais

Importante: crie perfis em *quantas redes você puder*. Desenvolver um relacionamento com as pessoas que podem se interessar pelo produto é extremamente produtivo para o seu plano de marketing de rede. O YouTube é uma ferramenta bastante poderosa, afinal, conteúdos em formato de vídeo são os mais consumidos no Brasil. Facebook, Instagram e Twitter também podem lhe auxiliar na interação com o público.

Dessa forma, você pode criar conexões com ele, o que colabora – e muito – para disparar *gatilhos mentais*. **Persuasão**, **conexão** e **autoridade** são gatilhos infalíveis no



marketing de rede. Procure criar postagens automáticas, agendadas para os horários de maior movimento em cada mídia. E evite ser muito repetitivo, ou as pessoas – e os gerenciadores – podem considerar o seu conteúdo como *spam*.

3. Utilize um blog

Produzir conteúdo de valor que tenha como objetivo *nutrir* seus contatos é uma ótima estratégia de marketing de conteúdo e que pode ser muito bem-vinda no marketing de rede. Com textos de *blog*, você pode evidenciar o problema do seu público, desenvolver quais são as possíveis soluções e demonstrar que o seu produto pode ajudá-lo a solucionar essas questões. Nem sempre as pessoas se atentam que possuem aquela dor, cabe a você mostrar isso. Dica: você pode usar suas próprias redes sociais para isso, como o *Facebook*.

4. Produza uma isca digital

Outra estratégia muito útil e útil são as iscas digitais. Elas são muito utilizadas para transformar clientes em potencial em contato. Você pode oferecer algo de valor para aquele prospecto e solicitar um e-mail para envio. Se você está a procura de outros parceiros, fornecer um conteúdo de valor relacionado ao produto que você quer mostrar pode ser uma boa alternativa para conquistar um contato.

Mas lembre-se, *confiança* é um dos fatores mais delicados dentro do marketing de rede, se você prometer algo de valor e não cumprir com a promessa, com certeza vai perder a confiança deste contato em potencial.

5. Treinamento

A fase de treinamento é primordial para você construir uma cadeia de distribuidores homogênea. Se você e cada um da sua rede não estiverem remando juntos e para a mesma direção, a sua estratégia não será apenas ineficiente como a possibilidade do nome e da nossa marca ficar prejudicada é muito grande.

Mas não se preocupe! Desenvolvemos um treinamento baseado tanto no **produto** quanto nas estratégias do **marketing** de rede. Você não precisará se preocupar com seus sub-afiliados, automaticamente eles serão incluídos em nosso programa de treinamento, o mesmo que você receberá. São vários vídeos, textos e materiais para capacitar você no conhecimento que precisa.

Enfim, não é tão complicado, não é mesmo? E você não precisa se preocupar com loja, estoque, importação, logística, notas fiscais, impostos, obrigações legais...



Dicas de como fazer marketing de rede

1. Faça um planejamento inicial

Pontos que você deve incluir no seu planejamento:

- a. Estude o mercado de potenciais contatos
- b. Criar um planejamento de marketing – quais *métodos* você vai utilizar para fazer essa divulgação, e que *ferramentas* você vai precisar para fazer isso da forma mais profissional possível
- c. Crie uma *lista de tarefas* – trabalhar em casa e com tempo parcial demanda muita **organização e comprometimento** para que tenha o rendimento esperado
- d. Trace *metas* a longo prazo (Quantos sub-afiliados você pretende ter em até 3 meses? E em 6 meses? Qual a renda que você gostaria de estar recebendo em 1 ano?). E trabalhe para isso!
- e. Pondere ter um *emprego fixo paralelo* ao marketing de rede, ao menos por um tempo – essa é uma escolha bastante delicada, então, faça um planejamento que inclua os prós e contras dessa decisão a longo prazo.
- f. Lembre que esse planejamento não deve ser *estático*. Afinal, o sistema trabalha com ganhos rapidamente escaláveis e o seu planejamento deve estar de acordo com cada fase atingida. Também fique atento às mudanças de mercado, criar um planejamento inflexível pode prejudicar sua estratégia no caso de crises, mudanças de comportamento e ameaças.

2. Escolha boas parcerias

Essa é uma das etapas que incentiva cada vez mais pessoas a ingressarem no marketing de rede. Afinal, construir uma rede de bons parceiros pode multiplicar os seus ganhos.

A escalagem de ganhos *depende apenas de você*. Tanto ao selecionar boas parcerias, quanto ao treiná-las e acompanhá-las para seguirem a sua caminhada de faturamento.

Vamos supor que você tenha conquistado 10 clientes e que as vendas mensais geraram, através de comissões, R\$ 100,00 cada. Portanto o seu faturamento foi de R\$ 1.000, certo?

Imagine se cada um desses clientes conquiste 5 clientes cada, e você receba mais R\$ 100,00 por venda. Serão 50 clientes e o seu faturamento será de R\$ 5.000 adicionais.

Ou seja, com apenas o esforço de treinar suas parcerias, você conseguiu *sextuplicar* sua renda. Imagine se essas parcerias forem tão boas que consigam replicar seus passos e cada um consegue 10 clientes...

Percebe que, dependendo da escolha dos seus membros da rede, e como você os motiva, o seu faturamento pode crescer em uma proporção bastante



significativa? Essa é a *menina dos olhos* do marketing de rede, e o que torna esse sistema tão atrativo.

3. Divulgue-se em diferentes canais

Você já parou para pensar por que o marketing de rede viralizou tanto?



Se eu pudesse escolher um responsável por isso, diria que pela força das *mídias sociais*. Afinal, os clientes estão no Facebook, Instagram, Youtube...

Seus possíveis parceiros também estão, eu posso lhe garantir.

Pessoas que querem consumir e produzir gostam de estar antenadas com o que ocorre – promoções, novos produtos no mercado e oportunidade para receber e compartilhar dicas e informações.

Com a possibilidade de divulgação em inúmeros canais da internet, a função de divulgação, que poderia ser extremamente trabalhosa se tivéssemos que fazer de porta a porta ou boca a boca, se torna mais prática. Ao invés de fisgar os clientes em potencial nas ruas, eventos e nas suas casas, você pode simplesmente conquistá-las no Instagram, por exemplo.

Dicas:

1. Construa um *relacionamento* com seus clientes em potencial nas mídias sociais
2. Estimule o *engajamento* e não deixe de responder *comentários*, críticas e sugestões
3. Escolha um meio de divulgação que *combine com você*, com o seu círculo de contato e com a empresa escolhida
4. Não atue em *apenas um canal* – mesclar os meios de comunicação com seus clientes em potencial é uma estratégia mais aconselhável
5. *Acompanhe* as métricas e resultados de cada um dos canais utilizados para divulgação. Dessa forma, você pode entender quais deles trazem retornos maiores.

4. Trabalho Dobrado, Ganho Dobrado

Sim, essa máxima é ainda mais real no marketing de rede. Quanto mais *presente* você estiver nas *mídias sociais*, mais conteúdo você pode criar e publicar e, conseqüentemente, mais pessoas podem ter acesso àquilo.



A melhor ferramenta da internet é a possibilidade de *viralização*. Trabalhar duro na divulgação da empresa e de seus produtos fará com que você conquiste mais clientes e parceiros, aumentando, dessa forma, seus rendimentos.

Se você começou neste negócio em meio período, isso não quer dizer que ele demande menos esforço do que um trabalho em tempo integral. Muito pelo contrário: em empregos normais, você tem um salário e, em alguns casos, uma comissão com um teto fixo. No marketing de rede, quanto mais trabalho e mais *dedicação*, maior será sua remuneração.

Técnicas Para Ganhar Dinheiro com Marketing de Rede

Você deve estar se perguntando: “Bom, então, se eu seguir estes passos eu vou ganhar muito dinheiro com o marketing de rede?” Sim, a probabilidade de você ter sucesso aumenta consideravelmente com essas dicas acima, mas eu tenho mais algumas técnicas de como você pode se destacar e conquistar a maior fatia desse mercado.

O trabalho no marketing de rede demanda profissionalismo e empenho tanto quanto qualquer outra profissão. Entender que trabalhar meio período é investir seu tempo em algo simples é um grande erro.

Existem, portanto, algumas técnicas que os melhores empreendedores do mundo utilizam para criar e aumentar sua rede. Mas não se preocupe, como falamos, você e seus sub-afiliados entrarão automaticamente em nosso **programa de treinamento**, para otimizar seu sucesso.

Mas enquanto isso, como ter sucesso no marketing de rede?

Trabalhe Bem o Seu Networking

Networking é um item indispensável para criar uma estratégia de marketing de rede eficiente. A formação de uma boa rede de distribuidores depende, diretamente, do criar e fazer *contato*.

Você precisa falar e ouvir pessoas para entender como funciona o mercado. Suas conexões colaboram para que você possa criar um planejamento estratégico, compreender o que as pessoas estão fazendo, o que elas estão deixando de fazer e que o seu público pode sentir falta.

Se você é uma pessoa *introvertida* e *tímida*, eu sugiro que *comece já* a treinar o networking. Comece logo para que isso se torne um hábito daqui um tempo. Infelizmente, no marketing de rede, você não tem como *delegar* o networking.

É necessário estar e falar com as pessoas do seu nicho. Dessa forma, você pode aumentar sua rede de distribuidores e clientes, além, é claro de trocar experiências e conhecimentos que os livros não podem lhe adiantar.



Seja Proativo e Não Reativo

Quando mencionei anteriormente que ter perfil de *líder* pode facilitar sua jornada no marketing de rede, deixei bem claro que esse posicionamento é fundamental na construção da sua rede.

Ser *proativo* é uma das características que todo líder tem. Ele costuma tomar o problema para si e correr atrás da solução. Assim, aprende mais e, naturalmente, gera mais desenvolvimento tanto pessoal quanto para a empresa com a qual trabalham.

Muitos profissionais costumam esperar o problema chegar até eles, percorrer toda uma grade de pessoas e, só então, decidem fazer algo reativo. Ou seja, elas reagem a um problema já na fase crítica. Enquanto o profissional *proativo* tenta antecipar possíveis questões e falhas, encontram a solução e quando possível tentam fazer com que isso renda bons frutos, o *reativo* espera.

Ele espera que o problema surja, que a resposta apareça e, em último caso, tenta reagir. Não seja esse profissional, pois ele não vai muito longe no marketing de rede.

Identifique Interesses em Comum

Traçar pontos em comum é muito interessante para criar padronagens. E digo isso, principalmente, em relação a sua rede. O líder – ou como alguns profissionais chamam, *upline* – com certeza, identificou que você tinha *interesses em comum* com ele e sua equipe.

Essa técnica é útil, porque, naturalmente, nós acabamos nos esforçando mais quando trabalhamos com pessoas que pensam como nós. Identificar interesses em comum é uma ótima técnica para estimular o trabalho em equipe.

No marketing de rede, é fundamental que a sua rede tenha interesses em comum, afinal, vocês devem *compartilhar a convicção* da necessidade e utilidade daquele produto.

E, quanto mais intimidade você tiver com o produto, mais fácil, será usar o poder de *persuasão*. Portanto, crie uma rede de *apaixonados*!

Contribua Com Algo de Valor Fora do Óbvio

Essa talvez seja a técnica que demanda mais criatividade e pesquisa. Criar algo novo em um mundo extenso de produtos e serviços pode ser uma tarefa muito complexa. Afinal, o que ainda não foi produzido?

Ao pesquisar o mercado e viver o nicho que você escolheu trabalhar, é natural que veja algumas aberturas que ainda não foram preenchidas. E isso pode lhe



estimular a criar *conteúdos* que fujam do óbvio. Mas não se engane: você só vai conseguir sair do óbvio quando tiver muito conhecimento e prática. Que tal começar já?

Encontre um Propósito Por Trás do Relacionamento

Essa estratégia está relacionada diretamente com o seu cliente em potencial. *Por que* você quer entrar em contato com ele? Se a sua resposta for “para vender”, é melhor repensar sua estratégia.

Enquanto o seu único objetivo for vender, você vai continuar fazendo as mesmas coisas e obtendo os mesmos resultados. Vender deve ser uma consequência e não o seu propósito.

Crie um relacionamento com o seu cliente em potencial porque você conheceu a dor dele e quer, de alguma maneira, solucionar aquela questão. Ouça as pessoas e divida o seu conhecimento. A venda vai ocorrer quando o cliente estiver preparado, certo?

Lembre-se: as pessoas *adoram* comprar, mas odeiam que alguém queira vender algo para elas...

Dicas finais

Recrutamento desenfreado

O marketing de rede tem uma fama ruim em alguns locais devido a profissionais que se dizem MMN, mas usam o sistema de pirâmide. Se você agir como um desses profissionais, as pessoas vão lhe considerar como um *spam* ambulante. E, com certeza, você perderá muito em credibilidade.

Taxa alta de desistências

Quando você recebe promessas milagrosas e de lucros sem limite, é natural que queira aproveitar, certo? Bom, é o que muitas pessoas fazem, e quando não encontram o milagre acabam desistindo. Como recrutador, eu sugiro que você seja *honesto* e extremamente *realista* com os seus afiliados. Isso vai cooperar para que suas taxas de desistências sejam mais baixas.

E é isso! Não é tão complicado quanto possa parecer no início, e com nosso Programa de Treinamento, você receberá informações valiosas para ir construindo sua rede, de forma tranquila, agradável, divertida, e lucrativa!

Afiliados Pratapura.com



Aguarde as primeiras lições! Enquanto isso, *releia* esse material daqui a 3 dias, estude, leia de novo, e comece seu planejamento. *Coloque no papel*. Faça um roteiro. Risque e rabisque. E com o tempo seu plano vai tomando forma.

Com nossos desejos de muito sucesso,

Equipe Pratapura.com