

“Como fazer com que minha empresa possa crescer mais rápido?”. Quem nunca fez essa pergunta ou nunca parou para pesquisar isso no google que atire a primeira pedra. **Quando abrimos uma empresa, é natural que tenhamos aquele medo (por menor que ele seja) de que as coisas não deem certo.** Então, como fazer para evitar isso? **Por conta disso e muito mais, apresentamos para vocês o Growth Hacking, a fórmula nada mágica de fazer sua empresa crescer!**

Então, o que é growth hacking?

Antes de explicar o que é isso, precisamos trazer para mais perto. **A expressão “growth hacking” vem da junção de duas palavras, “growth” que significa crescimento e “hack” que significa corte; em outro contexto, hacking também pode ser compreendido como uma forma de achar um caminho mais rápido (não necessariamente mais fácil) para conquistar seu objetivo.** Não se trata de buscar atalhos ou trapaças, mas sim de procurar alternativas que não são geralmente exploradas pelas empresas, tudo isso buscando um único objetivo: o crescimento.

Aqui vale a pena abrir um pequeno parênteses. **Muitas pessoas têm a ideia de que o hacking se remete apenas ao lado negativo da coisa,** o de invadir computadores ou sistemas; visando fazer o mal para as pessoas. Não é bem assim. Como sabemos, tudo na vida tem seu lado positivo e negativo. **O growth hacking não é usado apenas para o desenvolvimento de pequenas e médias empresas, é utilizado também no crescimento profissional de muitas pessoas.** E esse é um ponto muito importante de ser ressaltado aqui.

O growth hacking, assim como muitas táticas modernas dentro do universo das startups, é um conceito relativamente novo aqui no Brasil. No mundo, essa forma de aceleração de crescimento empresarial só começou a ser trabalhada de 2010 para cá, centrada na figura de Sean Ellis (vamos falar nele mais a frente). **Essa tática se utiliza da junção de muitos saberes, os principais são a criatividade (dos profissionais envolvidos na ação), as métricas (sempre importantes na análise do nosso desempenho) e o pensamento crítico acerca das ações.**

Na visão de muitas pessoas, **o processo de fazer sua empresa crescer através das ferramentas do growth hacking é como se fosse fazer uma grande experiência científica, onde você usa sua criatividade para criar novas experiências, quase como num teste: Hipótese, teste, avaliação.**

Pensando de forma mais interna, se nos permite colocar assim, o growth hacking se transformou em algo maior que apenas uma forma de fazer com que sua empresa cresça mais rápido, mas sim; se tornou num estilo de vida, uma mentalidade.

Sean Ellis, o pai do Growth Hacking.

Toda boa ideia (ou má ideia) tem que vir de algum lugar. **Essa ideia nasceu de uma oportunidade vista por um bom profissional e que abriu as portas de grandes empresas para outras pessoas.**

Sean Ellis era um “simples” profissional de relações internacionais em diversas empresas, por onde ele passava, chamava a atenção; Não pelos seus resultados (ou até podia ser por isso, em escala um pouco menor) mas sim pela forma que eles eram alcançados. **Ellis era aquele tipo de funcionário que toda empresa gostaria de ter, ele conseguia os melhores resultados usando formas alternativas de os obter.**

A partir desse pensamento de trabalho, Ellis começou a ver nas empresas onde trabalhou (e em outras empresas para qual foi contratado), oportunidades para que aqueles locais pudessem crescer de forma rápida e contínua.

Após muito tempo de estudo e pesquisa, **Ellis criou a teoria do Growth Hacking, uma junção entre toda a criatividade presente no marketing e a capacidade analítica presente nos experimentos científicos.**

Ellis usou o termo Growth Hacking pela primeira vez para explicar o processo de avaliação e experimentação durante o processo de aprimoramento de um produto, além dele, era avaliado a forma que ele era distribuído, tudo isso na tentativa de alcançar um crescimento substancial e real.

Esse estilo de crescimento fez muito sucesso e trouxe muitas coisas boas para a vida de Ellis. **Junto com Hiten Shah e Patrick Vlaskovits, criou o GrowthHackers.com, com isso ele apenas fortaleceu sua caminhada para se tornar a maior referência do assunto.** Além disso, **as mãos talentosas e rápidas de Ellis estiveram presentes no crescimento e fortalecimento de várias startups importantes, como o Dropbox (serviço de compartilhamento de arquivos na nuvem), LogMeIn (um dos primeiros serviços de acesso remoto do mundo).** Ellis trabalhou na consultoria de muitas empresas que desejaram adotar o Growth Hacking como ferramenta efetiva no seu crescimento. Foi aí que nasceu o problema...

As férias e o nascimento do Growth Hacker.

Como todo bom trabalhador debaixo do sol, **o que Ellis queria era fazer seu trabalho da melhor forma possível, ou seja, fazer com que as empresas que contratassem seu trabalho tivessem seus resultados** e, depois do trabalho duro, Ellis pudesse aproveitar suas merecidas férias. Só que existiam dois problemas.

O primeiro deles era que, depois que Ellis ia embora, as empresas voltaram a um estado de estagnação, ou seja; elas cresciam em um ritmo letárgico ou nem cresciam mais. Isso se dava mesmo com Ellis deixar uma lista com todas as atividades que a empresa deveria fazer quando ele fosse embora. **Era como se nada fosse feito. Por isso, surgiu a necessidade de que um profissional da área fosse criado, ou seja, um growth hacker.**

Isso nos leva ao nosso segundo problema. **Como achar um profissional que precisa ter um conhecimento vasto em múltiplas áreas do saber para exercer uma função tão nova?** Pergunta complicada? Ellis também encontrou esse mesmo dilema. No processo de contratação desses profissionais para sua empresa, ele se encontrou com o dilema de conceituação.

Ele buscava growth hackers procurando entre profissionais de marketing, mesmo que essas pessoas fossem gabaritadas intelectualmente, elas não se encaixavam nas habilidades requeridas para cumprir essa função. Essa busca mudou quando, um belo dia, Ellis postou a seguinte chamada na tela de entrada do seu blog: **“Encontrar um hacker de crescimento para sua startup”.**

O que um Growth Hacker precisa ter?

É da necessidade que nascem as melhores oportunidades para você e a sua empresa. **E foi na falta de profissionais disponíveis no mercado que surgiu a segunda grande contribuição de Sean Ellis para o universo dos Growth Hackers.**

Como falamos na parte anterior, um dos grandes problemas acerca do trabalho de Ellis era que, mesmo depois de deixar todo o terreno todo para que as empresas pudessem continuar crescendo de forma contínua, elas não faziam isso. Pior, elas até regrediram em alguns casos. **Por isso, depois de muita observação e pesquisa, Ellis começou a estimular a figura do growth hacker.**

O growth hacker é aquela pessoa que, sem exagero algum, precisa saber de tudo ou pelo menos estar por dentro do maior número possível de operações

dentro do funcionamento da empresa. Por exemplo, durante seu processo de expansão ao redor do mundo, **o facebook usou um grupo de growth hackers, alocados em várias áreas do saber, incluindo desenvolvimento, produtos e finanças.** O hacker precisa ter um conhecimento profundo de como funciona o universo do marketing, tanto de forma conceitual quanto do jeito prático.

Esse profissional tem por atribuição natural a criatividade, já que ele precisa explorar formas alternativas para alcançar os objetivos traçados pela empresa que o contratou. Além de criativo, **o hacker precisa ter um conhecimento interessante acerca de outros processos que parecem ser complementares, porém são importantes,** alguns deles são os processos internos da empresa; **a jornada de compra do cliente** (quais os motivos que levam uma pessoa a comprar?), **tecnologia e a psicologia do consumidor.**

O pensamento do growth hacker é voltado apenas para conseguir o crescimento para a empresa que trabalha da forma mais eficiente possível. Por isso, como citamos anteriormente, **ele está envolvido em diversas etapas da construção do desempenho da empresa, seja no marketing, nos recursos humanos e até no desenvolvimento do produto em si.**

Isso sem falar, é claro, **o hacker deve ser um conhecedor e entusiasta do pensamento crítico embasado em dados estatísticos, estudados e explorados à exaustão.** Obviamente, ter as estatísticas mais exatas não garante sucesso, mas elas apontam um caminho quase impossível de ser errado.

Como o Growth Hacking funciona?

Depois de saber o que é o Growth Hacking e como o profissional especializado na área trabalha, chegou a hora de saber como essa incrível ferramenta pode funcionar!

Assim como toda ferramenta criada através de uma fórmula não exata (nesse caso, as ferramentas que Sean Ellis pode ter usado nas empresas em que ele trabalhou, não necessariamente podem dar certo com você), **existem várias maneiras do growth hacking ser feito e dar certo.** Mas **qualquer fórmula que você venha a usar dentro desse universo, tenha certeza que o sucesso dela passará por dois fatores cruciais: Teste e análise.**

Para que esse método dê certo, o primeiro passo é o autoconhecimento sobre o produto ou serviço que você oferece. Como fazer uma estratégia de crescimento em pouco tempo se você nem conhece a fundo quais as vantagens de seu produto?

Depois do autoconhecimento, o próximo passo nessa escada é a informação. Como ficou claro ao longo dessa postagem, **uma das chaves para o sucesso do growth hacking na sua empresa é a quantidade (e principalmente, a qualidade) de informações que você tem acerca de seu produto/serviço, seus concorrentes, os comentários dos consumidores e outras informações necessárias para obter qualquer tipo de vantagem no mercado.** Essas informações são valiosas como ouro puro para escolher qual estratégia usar para seu negócio.

Como todo bom e importante experimento científico, uma de suas bases de ação é a tentativa e o erro.

O erro faz com que consertemos os problemas mais aparentes e pode mostrar pequenas coisas que podem ser aprimoradas. Essa também é a base do Growth Hacking como método de crescimento. **Os erros precisam servir como forma de análise e aprendizado.** Não é porque sua ação principal deu errado que tudo foi ruim, como tudo na vida, existem os pontos positivos e negativos.

O growth hacking tem como meta principal o crescimento em pouco tempo, isso faz com que **o crescimento propriamente dito se torne a principal ferramenta de análise das suas ações.** Talvez, sua ação nas redes sociais tenha sido ótima, mas o produto ainda não atende as expectativas que foram geradas em torno dele. Tudo nesse tipo de método se trata de tentativa, erro, análise, conserto e sucesso.

Os ciclos de ação no Growth Hacking

Todo plano tem um ciclo e todo ciclo, quando bem seguido, oferece resultados. Como o growth hacking se tornou um assunto estudado por muitas pessoas ao redor do mundo, muitas pessoas fizeram seu próprio ciclo de ações que executaram nas suas empresas e alcançaram sucesso. Como cada estilo é único, resolvemos desenvolver um estilo mais híbrido e que pode se encaixar na grande maioria das situações. Vamos a ela!

- 1. Análise:** Antes de tudo, **você precisa saber qual é o problema que está te afetando antes de, necessariamente, pensar em uma forma de resolver.** Você pode reunir os líderes de cada setor importante de sua empresa e fazer uma profunda leitura da sua situação atual, seja ela na questão de produtos; pessoal ou divulgação. **Toda boa ação começa com uma boa leitura de onde sua empresa está e para onde ela quer ir.**

2. **Vamos ter várias ideias:** Depois de diagnosticar quais os problemas que sua empresa tem e que deseja resolver, chegou a hora de termos ideias para resolução. **Nessa fase, nenhuma ideia é ruim ou deve ser descartada com facilidade. A parte boa das grandes ideias é que a maioria delas sempre nasce de uma ideia ruim ou até mesmo “idiota”.** O processo de opinião é de suma importância para o crescimento de sua empresa, por isso, o recomendado é que todos possam participar.
3. **Seleção das ideias:** Apesar de você ter conseguido muitas boas ideias na fase anterior e que você pode usar no futuro, infelizmente não dá para colocar todas as ideias em ação ao mesmo tempo. Por isso, **essa fase é valiosa para a escolha das melhores ideias, partindo para o próximo nível do ciclo.**
4. **Criação dos testes:** É aqui quando a ideia atravessa a ponte e começa a se transformar numa hipótese. As ideias selecionadas na fase anterior precisam passar pelo teste de fogo semelhante a qualquer experimento científico. **A criação desses testes é importante para o funcionamento da empresa, por isso devem ser feitas com o maior cuidado e tentando alcançar o maior número de possibilidades possível, sem tornar o teste super complicado de ser feito.**
5. **Execução dos testes:** Colocar a cara no sol, como dizem os jovens! **Chegou a hora de expor sua ideia para o mundo e fazer com que ela passe pelos olhares críticos do mundo externo.**
6. **Análise dos resultados:** Todos os passos deste ciclo são importantes para o bom funcionamento do growth hacking como método de aceleração de crescimento. **Mas esse passo é crucial.** Costumam dizer que a voz do povo é a voz de Deus, e a voz de Deus merece ser ouvida. **As respostas ao seu teste devem ser analisadas com muito carinho e atenção.** Elas podem mostrar um novo apontamento, algum detalhe que vocês deixaram passar na gestão da ideia, pode trazer uma abordagem interessante ou até apontar um novo caminho para seguir. **A ideia aqui é não deixar nada passar. Até mesmo a observação mais simples pode se transformar em uma ideia genial.**
7. **Ajustes:** Resolvido o problema? Nada disso! **Apesar deste ser o último passo do Ciclo Aluno de Growth Hacking, os ajustes no seu plano podem partir de duas vertentes: Avaliações internas sobre a ideia e, o mais usado, os resultados que foram obtidos após a análise das respostas da fase anterior.** Uma boa equipe de Fórmula 1 não se destaca apenas pela qualidade dos seus pilotos, mas também se faz com a eficiência de sua equipe de pit-stop na hora de trocar os pneus ou uma asa quebrada. Ajustar e avançar!

O funil do Growth Hacking

Assim como o trabalho com vendas, o Growth Hacking também tem seu funil de ações. Este funil foi desenvolvido por outro Growth Hacker famoso e bem sucedido na área, o americano Dave McClure. Vamos descobrir mais sobre ela!

O funil do Growth Hacking tem 5 etapas e assim como todo processo de vendas, é necessário compreender todos os níveis desse funil.

Nível 1: Aquisição - Neste primeiro momento, **o foco é atrair pessoas para conhecer seu produto ou serviço. Principalmente pessoas que nunca ouviram falar de você.** A melhor forma de fazer isso é oferecer conteúdos ricos para os seus visitantes. **Esses conteúdos podem ser blogposts, infográficos, um conteúdo viral nas redes sociais que você saiba que pode gerar tráfego no seu site.** E gerando tráfego, você atrai potenciais clientes.

Nível 2: Ativação - Aqui, **sua principal missão é fazer com que seu cliente fique e se sinta em casa.** Isso pode ser feito de várias maneiras, mas você deve deixar claro logo de primeira que seu cliente é bem vindo e querido. Na ativação, **um processo importante de se fazer é que seu potencial consumidor consiga reconhecer o real valor da informação que você está gerando.**

Por exemplo: **Ele aprendeu alguma coisa com o guia que eu postei? Aquela informação acrescentou alguma coisa à sua gama de conhecimento?** Não adianta fazer com que muitos leads venham até você se você não consegue fazer com que eles fiquem. O segredo aqui é fazer com que a primeira experiência do potencial cliente com você seja a melhor possível.

Nível 3: Retenção - Usando um termo bastante antigo nas competições esportivas, é nesse nível aqui em que você precisa fazer com que a onça beba água. **De acordo com estudos, uma atividade feita de forma repetida (pelo menos uma vez no dia) pode se tornar um hábito num prazo que flutua entre 22 e 66 dias.** Por exemplo, quantos dias seguidos você já entrou no seu instagram, nem que fosse para apenas dar uma olhada em dois ou três perfis? Isso já se tornou um hábito, algo que sua mente faz no piloto automático.

A lógica é a mesma quando trazemos isso para nosso tema. **É preciso que você “lace” seu cliente para ele não escapar mais.** Todas as etapas descritas aqui são muito importantes, mas **a habilidade ou não de reter seu cliente é o que vai decidir se você ganhou mais um ou jogou todo seu esforço e dinheiro no lixo.** É o nível mais importante do Growth Hacking.

Nível 4: Receita - Chegou o nível em que o cliente deixa de ser apenas uma pessoa em busca da terra prometida e passa a ser alguém que te traga lucros ou resultados reais. Para sua empresa que oferece produto/serviço, esse é o nível no qual aquele potencial cliente se torna um cliente de fato, deixando de consumir apenas os produtos gratuitos e fazendo investimentos para adquirir produtos mais ricos.

Nível 5: Indicações - Esta é a última etapa do funil, quando seu produto conseguiu tanto sucesso com um cliente (ou um grupo) que você agora se tornou uma referência no assunto, alguém que pode surgir e virar assunto numa roda de amigos, de forma positiva. É o resultado de todo o esforço feito por você e sua equipe, parabéns!

Quem pode me ajudar nessa?

Como toda estratégia digital, você e sua empresa podem contar com vários amigos que estão disponíveis para todo mundo mas que apenas poucos sabem usar.

Descubra agora algumas táticas e ferramentas que vão te ajudar a obter o sucesso desejado no uso do Growth Hacking: **Captação de emails, landing pages** (páginas não navegáveis que tem como objetivo exclusivo a captação de potenciais clientes para sua empresa), **janelas de pop-ups, conteúdos pagos no facebook, o sempre importante marketing de conteúdo** (construção de material rico para que o potencial cliente possa desfrutar, simpatizar e voltar por mais), **as chamadas para ação e a disponibilização de pequenos seminários via internet são algumas das ferramentas que você pode usar para fazer sua empresa disparar!**

O nosso guia Alume sobre Growth Hacking vai ficar por aqui. Gostou de aprender BEM MAIS sobre esse assunto tão rico e interessante? Ficou alguma dúvida? Deixe seu recado nos comentários que entraremos em contato o mais rápido possível. Grande abraço e até o próximo post!