

Faturamento De Um Provedor De Internet

A maioria dos provedores de internet funcionam da seguinte forma: O provedor possui um pop e através deste ele recebe um link dedicado. Esses provedores de internet precisam atender em determinados bairros e nesses o mesmo terá uma rede, com as CTOs ou caixas com switch. Todo provedor de internet possuirá um bairro em especial onde sua demanda será maior. Suponhamos que nesse bairro onde você possua vários assinantes seu provedor de internet atenda até 600 clientes, e desses 600 você fature até 54 mil reais. Quando falo sobre estratégia de faturamento de um provedor de internet, é preciso entender que você não deve atender apenas um bairro, isso porque, se um provedor de internet mais forte chegar ao mesmo bairro em que você atenda, é natural você acabar perdendo alguns de seus clientes.



Um termo que eu utilizo para facilitar o entendimento, é a compra de mercado. A compra de mercado ocorre quando uma operadora monta uma rede de fibra óptica em um determinado bairro e começa a oferecer para os assinantes o serviço de instalação gratuita e um plano de mensalidade mais em conta. Lembrando que não existe essa história de instalação grátis, alguém terá que pagar a conta, e quando o cliente final não paga, é você dono do provedor de internet que arca com os custos. Se cada kit cliente custa cerca de 300 reais, quando a operadora decide fazer uma instalação gratuita, ela passa essa conta para ela mesma até que o cliente dê retorno, geralmente para organizar essa situação ele oferece o serviço de fidelidade. O que eu quero dizer com tudo isso é que, nenhum provedor de internet deve ter apenas um bairro de atuação; ele pode sim ter um bairro com maior demanda, onde atenda mais clientes, mas também será necessário possuir clientes em vários outros bairros menores, e é aí que entra a estratégia de faturamento de um provedor de internet.

Vamos supor que, além do bairro com 600 clientes, você atenda também duas vilas com 30 clientes cada e outro bairro com apenas 200 clientes. Tendo isso, se um provedor maior chegar em seu bairro mais forte de atuação e fizer a compra de mercado, o seu prejuízo não será tão grande quanto seria se você tivesse atuando em um bairro só. Mas, é claro que é muito raro que aconteça de você perder todos os seus clientes; geralmente varia entre um percentual de 20% a 30%. No entanto, atendendo apenas em um bairro, esses números se tornam uma perda do seu lucro total. Por isso que ter uma boa estratégia de faturamento de um provedor de internet é algo muito importante.

Como montar a estratégia de faturamento de um provedor de internet? Bom, nós podemos organizar o faturamento do seu provedor de internet da seguinte forma: 70% do faturamento total pode vir de clientes residenciais, e dentro desses 70% você pode colocar um bairro grande onde terá maior demanda, e um bairro menor, com menos clientes. A sugestão que sempre dou é que, você distribua muito bem o seu faturamento, nunca tendo um provedor de internet em apenas um local.

Sugiro outra dica para você montar a estratégia de faturamento do seu provedor de internet: É importante que você tenha uma clientela empresarial e alguns provedores de internet, pois, todo provedor de internet deve vender link dedicado para outros provedores.

Algo muito interessante que também é possível adicionar à estratégia de faturamento de um provedor de internet é o chamado “produto premium”, que nada mais é do que uma banda larga de maior velocidade e mais cara do que a banda larga convencional do seu provedor.

Você pode assistir ao vídeo que deu origem a este artigo [Clicando Neste Link](#).

Você também pode ler este meu outro artigo sobre [Provedor De Internet e Compra de Mercado](#)

Allan Caldas é Digital Influencer a 10 anos, programador, Profissional de TI, Eletrônica e Eletrotécnica.

Proprietário de provedor de provedor internet grande numa empresa especializada em links dedicados corporativos e telefonia.

Trabalha no setor de Telecom a 14 anos.

Autor do treinamento Milionários da Telecom (Curso que ensina a montar um provedor de Internet do Zero).