

Estratégia De Faturamento Para Provedores De Internet

Uma das preocupações de quem vai montar um provedor de internet é montar uma empresa sólida. Mas, você sabe o que eu quero dizer com o termo empresa sólida?



Em outras palavras, isso quer dizer que não adianta você ter um provedor de internet em um bairro e ter um faturamento proveniente apenas desse local, faturando entre 10 e 20 mil reais por mês. Isso não é uma empresa sólida. Uma empresa sólida de verdade é uma empresa que fatura cerca de 100 mil reais por mês atuando em até 7 bairros, atendendo não apenas clientes residenciais mas também empresas e pequenos negócios regionais.

Numa empresa sólida, você vende VOIP, SVA, TV por assinatura, telefonia... Em suma, uma empresa sólida contém seu faturamento distribuído. Essa é a minha estratégia de faturamento para provedores de internet.

Tudo isso que citei e muito mais eu te ensino a implantar na Mentoria Milionários da Telecom. Mas é importante lembrar que essa é uma estratégia de faturamento para provedores de internet teórica, e cabe a você correr atrás de realizar esses investimentos; não adianta de nada você ter o conhecimento se não colocar em prática.

Uma das características dessa minha estratégia de faturamento para provedores de internet é a distribuição geográfica; mas o que isso significa? Em geral, a maioria dos provedores de internet funciona da seguinte maneira: O provedor atua em um bairro ou cidade na qual ele é muito forte. Vamos imaginar um provedor de internet hipotético que atua em um bairro em Salvador, atende 600 clientes a 90 reais cada e fatura 54 mil reais por mês; essa é uma prática muito comum entre os provedores.

Esse provedor hipotético tem seus 600 assinantes, mas ele não se preocupa em procurar outros bairros para vender seu produto. Agora, observe que risco enorme que esse provedor está correndo: pode acontecer de naquele bairro em que nosso provedor de internet hipotético atende, outro provedor maior entre e ofereça condições mais competitivas. Um exemplo é a operadora oferecer instalação grátis e 500 mega de internet por 50 reais. Nessa situação a chance da nova operadora pegar todos os cliente do nosso provedor hipotético é muito grande e ele fica a ver navios.

Agora vamos imaginar que o nosso provedor de internet hipotético ainda tenha seus 600 clientes, mas que eles estão distribuídos em 4 bairros. Se uma operadora entra em um desses bairros e pega 30% de sua clientela, o impacto para ele será muito menor. Esse é um dos pilares da estratégia de faturamento para provedores de internet.

Outra questão muito importante a ser discutida é que a maioria dos provedores regionais comete um erro muito grande: montar uma rede residencial e se concentrar somente no cliente residencial. No entanto, para provedores de internet existem quatro tipos de cliente: O varejo, que é o cliente residencial comum, o cliente corporativo, o PME (pequenas e médias empresas), ou seja, farmácias, restaurantes, etc. e outros provedores de internet.

Agora entenda como essa divisão é importante dentro de uma estratégia de faturamento para provedores de internet: Num cliente residencial, você vai cobrar, geralmente, até 90 reais. Dificilmente alguém irá pagar mais que isso. No entanto, se você vender para uma pequena ou média empresa como um restaurante ou um mercadinho, você pode cobrar uma internet um pouco mais cara.

Existe, ainda, o cliente corporativo, que é um cliente com alta demanda de internet; como uma empresa de advogados por exemplo, que precisam acessar a internet o tempo todo, ou uma empresa de marketing, que exige alta capacidade de upload... Para esse tipo de cliente você pode ofertar o link dedicado, que é uma internet mais robusta e mais cara do que a simples banda larga. E para os provedores de internet, é claro, você também deverá ofertar o link dedicado.

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

Você também pode ler este meu outro artigo sobre [Estratégia do Link Dedicado com Transporte](#)

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).