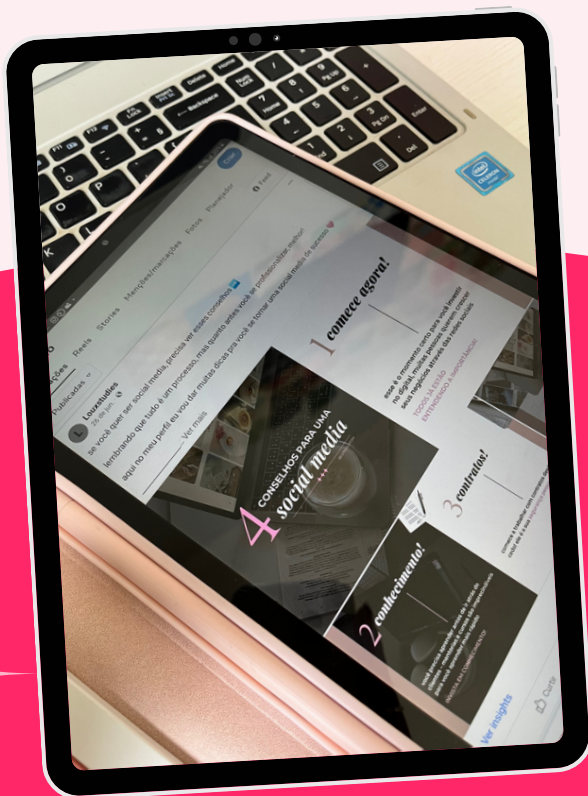


PROSPECÇÃO EFICIENTE

*Passo a passo para captar
clientes como Social Media!*



@LUISAOLIVEIRX

Sumários

Quem sou eu	01
Breve explicação sobre Luisa Oliveira	
Tipos de Prospecção	03
Prospecção Passiva x Ativa	
Escolhendo o nicho	04
Como escolher um nicho	
Tipos de empresa	06
Portes de empresa	
Orgânico e Pago	10
Sobre Tráfego Pago	
Indicações	12
Como fechar com indicações	

Sumários

Início do Prospect	15
Como escolher um nicho	
Hora da Prospecção	17
Como iniciar	
Depois da Prospecção	21
O que fazer depois	

quem sou eu?



Meu nome é Luisa e sou uma influenciadora com mais de 4 anos de experiência no mundo digital. Além disso, trabalho como social media há 5 meses, o que pode parecer pouco tempo, mas foi o suficiente para alcançar aquilo que sempre sonhei. Acredito que o tempo é relativo quando você sabe como fazer seu trabalho e utiliza as estratégias certas.

Durante esses 4 anos produzindo conteúdo, aprendi muito, cometi erros e acertos, e consegui conquistar mais de 60.000 seguidores juntando todas as minhas redes sociais. Essa jornada me mostrou que, com meu conhecimento acumulado, posso ser uma boa social media. Então, decidi me aprofundar nessa profissão e entender o que era necessário para começar.

É incrível como, em apenas 5 meses, eu pude aprender tanto e trilhar novos caminhos. Acredito que todos têm a capacidade de conquistar coisas incríveis tão rápido quanto eu.

@luisaoliveirx

quem sou eu?

Por isso, decidi compartilhar todo o conhecimento que adquiri ao longo desses anos em um ebook. Nele, quero ensinar o que levei todo esse tempo para aprender, para que você também possa alcançar seus objetivos rapidamente.

Então, se você deseja crescer no mundo digital, aprender estratégias eficazes e alcançar o sucesso, fique comigo nessa jornada. Estou animada para compartilhar minhas dicas e truques, e espero que, com elas, você também alcance seus sonhos e conquiste o reconhecimento que merece. Bora?

@luisaoliveirx

MÓDULO 1

quais são os tipos de prospecção?

Vamos entender a diferença entre prospecção ativa e passiva, pois isso é fundamental para iniciar no trabalho.

É importante lembrar que não é necessário escolher apenas uma delas; pelo contrário, o ideal é utilizar ambas de forma estratégica. A prospecção ativa envolve ir diretamente atrás do cliente, contatando-o diretamente com uma mensagem e apresentando seu portfólio com uma proposta – vou ensinar isso aqui.

Já a prospecção passiva acontece quando o cliente chega até você, especialmente por meio das redes sociais. Por isso, é essencial manter um perfil organizado que destaque o valor do seu trabalho. Ao combinar ambas as estratégias, suas chances de conseguir clientes aumentam muito!

MÓDULO 2

escolhendo o nicho

Vamos falar sobre segmentos e nichos em que você gostaria de trabalhar. É essencial definir com quais clientes você se identifica e quais nichos são mais atraentes para você. Faça um exercício para anotar os nichos que você COM CERTEZA atenderia e os que não atenderia DE JEITO NENHUM.

Comece pensando em suas preferências e habilidades. Quais são os segmentos que despertam seu interesse genuíno? Quais são aqueles em que você se sente mais confortável e confiante para oferecer seus serviços?

Por exemplo, se você tem um conhecimento especializado em marcas de beleza/cosméticos, considere incluir esses nichos na lista dos que você com certeza atenderia.

Por outro lado, pense nos nichos que não se alinham com suas paixões ou expertise.

MÓDULO 2

escolhendo o nicho

Se houver segmentos em que você não se sinta confortável ou que não se encaixem no tipo de profissional que deseja ser, coloque-os na lista dos que não atenderia de jeito nenhum.

É importante lembrar que você pode ter mais de um nicho ou focar em um específico, dependendo dos seus objetivos profissionais. Flexibilidade é chave, mas também é fundamental escolher nichos que estejam alinhados com sua visão e que te permitam oferecer o seu melhor.

Ao finalizar esse exercício, você terá uma lista mais clara de segmentos que combinam com você e que podem guiar suas decisões sobre quais clientes buscar e quais projetos abraçar. Encontrar seu nicho adequado pode abrir portas para um trabalho mais satisfatório!

MÓDULO 3

tipo de empresa

Quando se trata do porte da empresa com a qual você deseja trabalhar, é fundamental considerar alguns aspectos cruciais. Perguntas como o tamanho da empresa, o tempo que ela está no mercado, o número de funcionários e o nível de receita são essenciais para determinar como você deve precificar seus serviços e estabelecer o valor mínimo que você pode cobrar.

É importante ter consciência de que não faz sentido tentar cobrar um valor “alto”, como R\$5.000, de uma pequena empresa com apenas 2 funcionários. Isso pode ser inviável para eles e tornar difícil a concretização de um contrato.

Se o seu objetivo é cobrar valores mais elevados pelos seus serviços, eu recomendo buscar clientes que possuam recursos para investir. Empresas maiores e mais estabelecidas tendem a ter orçamentos mais altos e estarão mais dispostas a investir em serviços de qualidade.

MÓDULO 3

tipo de empresa

Portanto, ao definir seu público-alvo e prospectar clientes, leve em conta o porte das empresas e seus recursos financeiros. Dessa forma, você poderá adequar sua precificação de forma justa, além de encontrar clientes que reconheçam e valorizem o que você tem a oferecer. A combinação de um nicho adequado com a estratégia de precificação certa vai aumentar as suas chances de sucesso no mercado. Lembre sempre de ajustar seu valor de acordo com o valor percebido pelos clientes e o impacto que você pode gerar para eles.

Para alcançar sucesso no meio do social media, é essencial compreender o perfil da empresa com a qual você deseja trabalhar. Faça algumas perguntas importantes para avaliar o cenário: a empresa já investe em marketing? Se sim, qual é o tipo de investimento que eles fazem? Possuem um site e atuam nas redes sociais?

MÓDULO 3

tipo de empresa

Entender esses aspectos é crucial, pois as empresas que valorizam e investem em marketing serão mais receptivas ao seu produto ou serviço. Aquelas que já compreendem a importância das redes sociais e do marketing em geral tendem a reconhecer o valor do seu trabalho e estarão mais dispostas a pagar por seus serviços.

Se o seu objetivo é ganhar bem nesse meio, não tenha receio de buscar trabalho com empresas de maior porte. Geralmente, elas possuem mais recursos financeiros disponíveis para investir em marketing, o que significa que podem oferecer um salário melhor para profissionais qualificados como você.

Empresas menores, por outro lado, geralmente têm orçamentos mais limitados, o que pode impactar a remuneração oferecida. Se suas ambições são elevadas, direcione seus esforços para empresas que têm a capacidade de valorizar adequadamente o seu trabalho.

MÓDULO 3

tipo de empresa

Lembre-se: conhecer o perfil de marketing da empresa é crucial para garantir uma parceria bem-sucedida e alinhada com seus objetivos profissionais. A escolha estratégica dos seus clientes pode ser determinante para alcançar o sucesso e o reconhecimento que você busca no mercado de social media.

MÓDULO 4

orgânico e pago

É fundamental que você seja transparente com seus clientes em relação à importância dos anúncios. Não faça promessas exageradas sobre resultados orgânicos, pois isso pode levar à decepção caso não sejam alcançados. Em vez disso, eduque seus clientes sobre a relevância dos anúncios e como eles podem impulsionar o desempenho de suas campanhas.

Os anúncios pagos desempenham um papel crucial no aumento da visibilidade e alcance das estratégias de marketing digital. Eles têm o poder de alcançar públicos específicos, aumentar o tráfego do site e gerar leads qualificados. É essencial que você explique esses benefícios ao seu cliente para que ele compreenda o potencial e os resultados que os anúncios podem oferecer.

Ao estabelecer expectativas realistas, você constrói uma relação de confiança com seus clientes.

MÓDULO 4

orgânico e pago

Isso evita que eles fiquem desapontados com o trabalho realizado e ajuda a manter um relacionamento positivo ao longo do contrato.

Portanto, ao trabalhar com seus clientes, foque em ensiná-los sobre a importância dos anúncios e como eles podem ser uma parte essencial de sua estratégia de marketing. Mostre como os anúncios podem complementar o alcance orgânico e impulsionar resultados significativos. Com essa abordagem honesta, você estabelecerá uma base sólida para uma parceria bem-sucedida com seus clientes.

@luisaoliveirx

MÓDULO 5

indicações

Lidar com clientes que chegam por indicação, mas que não se enquadram no perfil ideal pode ser desafiador. No entanto, uma estratégia eficiente para lidar com essa situação é criar uma esteira de produtos com níveis diferentes, cada um oferecendo entregas distintas. Isso permite atender a uma variedade de necessidades e orçamentos, ao mesmo tempo em que otimiza seu tempo e lucratividade.

Imagine ter uma série de produtos ou pacotes prontos para oferecer aos clientes que chegam por indicação. Cada produto oferecerá diferentes níveis de serviço e personalização, e quanto mais envolvimento e tempo demandado, maior será o valor do produto.

Por exemplo, você pode oferecer um "Pack de Posts Prontos", que é um produto mais básico e acessível, contendo um conjunto de posts predefinidos para redes sociais.

MÓDULO 5

indicações

Em seguida, pode disponibilizar um "Calendário de Posts", que oferece um serviço mais abrangente, com posts personalizados e estrategicamente agendados para aumentar o engajamento.

Já para clientes que buscam uma abordagem mais completa, pode oferecer uma "Estratégia Digital", na qual você desenvolve um plano detalhado de marketing digital, incluindo análise de mercado, segmentação de público, e sugestões de campanhas específicas.

Ao criar essa esteira de produtos, você atende a diversos perfis de clientes, desde aqueles com menor verba até aqueles que desejam serviços mais completos. Dessa forma, você otimiza seu tempo ao oferecer opções prontas, e também maximiza sua receita ao adaptar seus serviços às necessidades específicas de cada cliente.

MÓDULO 5

indicações

Assim, ao lidar com clientes indicados que não sejam seus clientes ideais, você ainda poderá oferecer soluções que agreguem valor, proporcionando uma experiência positiva tanto para você quanto para o cliente.

MÓDULO 6

o início do prospect

Para iniciar o processo de prospecção, agora que você já definiu o estilo de marcas com as quais deseja trabalhar, é hora de começar a pesquisa. Dedique tempo a pesquisar e identificar quais empresas se encaixam no seu perfil ideal. Anote o nome de todas elas e também seus e-mails ou telefones de contato.

Com a lista de empresas em mãos, é hora de criar um portfólio que impressione e destaque suas habilidades e experiências relevantes. Se você já possui um destaque no Instagram, onde menciona informações importantes sobre o que incluir em um portfólio, pode utilizá-lo como referência para organizar os conteúdos.

No portfólio, destaque seus projetos anteriores, cases de sucesso e resultados obtidos com clientes anteriores. Mostre seus conhecimentos e habilidades específicas que são relevantes para o estilo de marcas que você deseja atingir.

MÓDULO 6

o início do prospect

Adicione informações sobre sua experiência, formação e qualquer certificação relevante que possa fortalecer sua credibilidade.

Lembre-se de que um portfólio bem elaborado é essencial para causar uma boa primeira impressão nas empresas que você pretende prospectar. Ele será uma vitrine do seu trabalho e uma forma de demonstrar como suas habilidades podem agregar valor ao negócio do cliente.

@luisaoliveirx

MÓDULO 7

hora da ação (prospecção ativa)

Se você decidiu que vai fazer a prospecção ativa, acredito que esteja pensando como começar. Agora que você já tem o portfólio e as empresas, como entrar em contato?

Ao entrar em contato, considere utilizar o e-mail como uma opção primordial. Essa forma de comunicação é vista como mais profissional, o que pode conquistar uma imagem positiva logo de início. Lembre-se que, ao escolher o e-mail, é importante evitar o uso do direct, uma vez que a probabilidade de alcançar diretamente a pessoa responsável é mínima.

Ao montar sua mensagem, comece se apresentando de forma clara e objetiva. Comece falando quem você é. Em seguida, procure estabelecer uma conexão pessoal com o prospect, pois isso cria uma abertura para um diálogo melhor.

MÓDULO 7

hora da ação (prospecção ativa)

Para demonstrar autoridade e credibilidade, é fundamental destacar suas habilidades e experiências relevantes. Apresente de forma sucinta suas conquistas e como isso pode beneficiar o prospect, mostrando como suas soluções podem atender às necessidades específicas da empresa.

Lembre-se que cada cliente é único, portanto, adapte o roteiro de acordo com as características e desafios enfrentados por cada um. Demonstre interesse genuíno pelas particularidades do negócio do prospect e mostre que você está disposto a oferecer soluções personalizadas.

Por fim, evite uma abordagem muito agressiva ou direta. A sutileza é uma aliada nesse processo de prospecção. Seja educado, deixando claro que você está à disposição para esclarecer dúvidas e oferecer mais informações, caso seja do interesse do prospect.

MÓDULO 7

hora da ação (prospecção ativa)

Agora, com isso em mente, você está pronto para iniciar sua prospecção ativa com um roteiro elaborado.

exemplo de roteiro:

Oi [nome do prospect], tudo bem?

Eu me chamo Luísa e sou Social Media especialista em crescimento nas redes sociais. (apresentação) Atualmente acumulo mais de 58 mil seguidores nos meus perfis. (autoridade).

Gostei muito do teu posicionamento no instagram e acredito que conseguiria agregar muito valor no seu trabalho, te poupando o tempo de fazer os posts e criando estratégias para aumentar os seus clientes! (conexão + transformação e entrega).

Gostaria de ser tua social media, o que acha? Podemos marcar uma reunião para eu te apresentar o meu trabalho.

Vou deixar meu currículo e meu portfólio anexados ao e-mail.

Atenciosamente, (portfólio).

@luisaoliveirx

MÓDULO 7

hora da ação (prospecção ativa)

É interessante que junto com o e-mail você também envie seu portfólio, para que a pessoa possa ver o seu trabalho na íntegra.

“Mas e se eu receber um não, Lu?” É normal. Se você quiser prospectar de maneira ativa, precisa entender que o não já faz parte da sua realidade, mas você precisa de apenas alguns “sim”.

@luisaoliveirx

MÓDULO 8

depois da prospecção

Agora que você já aprendeu como fazer a prospecção ativa de forma eficiente, é essencial entender que todo o processo precisa ser acompanhado de perto. Mas o que isso significa?

Quando você se dedica à prospecção ativa, é natural que encontre alguns obstáculos. Nesses momentos, é fundamental não se desanimar, mas sim buscar entender o motivo por trás dos "nãos". É importante analisar cada interação com os prospects e identificar o que pode estar impedindo o sucesso da abordagem.

Uma maneira prática de fazer isso é criando uma planilha para registrar todas as interações com os prospects. Nessa planilha, você pode incluir informações relevantes sobre cada contato, como o nome do cliente em potencial, a data da abordagem, o meio de comunicação utilizado, o motivo da recusa, entre outros detalhes relevantes.

MÓDULO 8

depois da prospecção

Essa documentação ajudará a identificar padrões e possibilitará ajustes em sua estratégia de prospecção.

É importante destacar que a prospecção não é uma tarefa fácil, mas é extremamente gratificante quando você fecha com os clientes. Por isso, recomendo que você se dedique tanto à prospecção ativa quanto à passiva. A prospecção passiva envolve criar conteúdos de qualidade e estar presente nas redes sociais e em outros canais de forma estratégica, atraindo potenciais clientes para você.

Dominar as duas abordagens é um grande trunfo para o seu sucesso na prospecção. Com habilidades bem desenvolvidas em ambas as formas de prospecção, tenho certeza de que você conseguirá atingir resultados incríveis e alcançar seus objetivos.

ME CONTA

Eu te ajudei com esse ebook? Envia teu feedback pra mim no Instagram, vou **AMAR** ler!

