

ABORDAGEM DE CLIENTES NO DIRECT



Este ebook é, principalmente, para minha comunidade de **Social Media Estrategistas**, mas com certeza vale para qualquer negócio de quem trabalha com vendas e precisa abordar as pessoas pelo direct.

É comum receber mensagens de alunos falando sobre a dificuldade em se vender e prospectar clientes pelas redes sociais. Se o seu serviço não chega à sua persona, evoluir na profissão realmente será muito mais difícil. Então resolvi escrever este ebook, para ajudar você abordar seus futuros clientes nas redes e quebrar esse paradigma de que você não sabe vender.

Aqui, além de ensinar passo a passo sobre a abordagem por direct, também vou trazer três alternativas para quem acha que não sabe/não consegue vender, mas precisa que o serviço chegue a quem tem que chegar, combinado?

O primeiro ponto a ser esclarecido é a crença de que não saber vender é normal para a maioria de nós. Eu também já pensei assim, pessoas da minha equipe já pensaram assim, então, não se culpe.



Prospecção passiva

X

Prospecção ativa

Para começar, precisamos ter consciência sobre os dois tipos de prospecção, entender de que forma acontece na sua empresa, ou “eugência”, para analisar estrategicamente o que precisa ser feito/melhorado nos dois formatos.



Prospecção Passiva

Nesta modalidade o cliente vem até você, e, para isso, você precisa construir um ecossistema para proporcionar que ele te veja/conheça. Para isso, é imprescindível trabalhar sua visibilidade e seu posicionamento.

A prospecção passiva costuma acontecer através da produção de conteúdo, collabs, reposts, participação em eventos, anúncios, networking, estímulo da indicação dos clientes que já são (bem) atendidos.

Mas, veja só, quando falo em visibilidade, não é para simplesmente verem você. O prospect precisa te enxergar, através do teu posicionamento, como alguém que vai resolver aquele determinado problema que ele tem.

Quanto ao posicionamento, bem, ele também não pode ser feito de qualquer forma. Seus conteúdos, um bom site, os lugares onde disponibiliza seus cases, seu portfólio, e sua postura profissional são exemplos certos de formas para se posicionar.

O cliente precisa perceber o potencial que tem por trás de você para entender que você é a melhor opção de contratação.

A prospecção passiva é tão necessária que, para existir uma prospecção ativa, a passiva precisa estar funcionando bem, ou seja, seu posicionamento deve estar claro para ampliar as chances de você fechar negócio com o cliente. Tudo deve funcionar em sintonia.



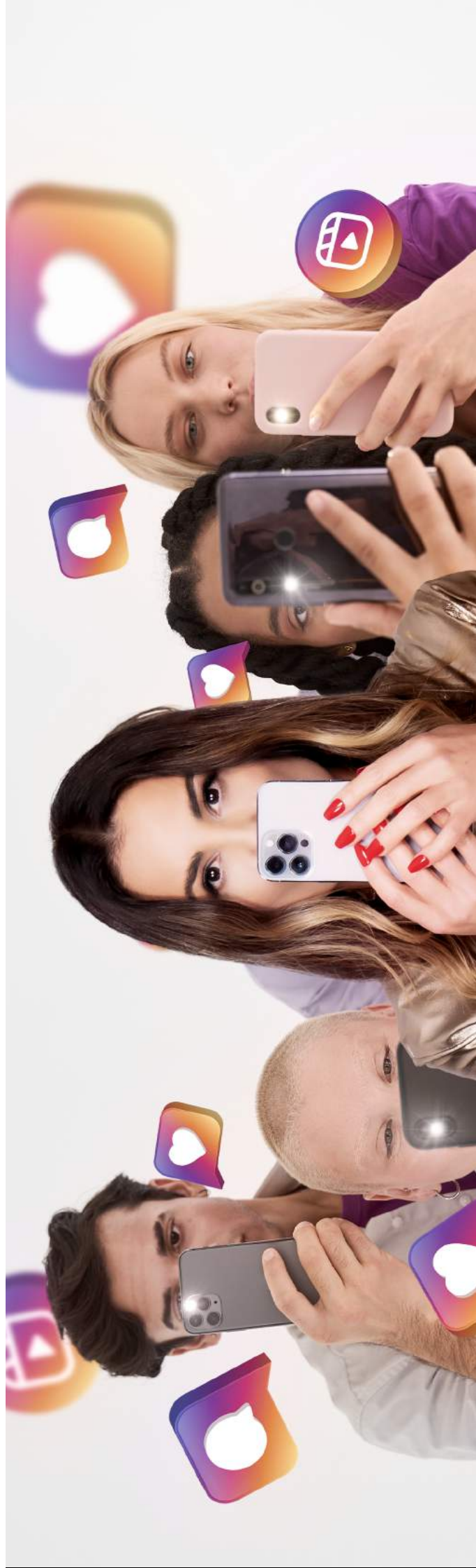
Prospecção Ativa

Na prospecção ativa é você quem vai até o expert, por isso, antes de qualquer coisa, é preciso conhecer quem será abordado, na tentativa de garantir que será feita de forma estratégica e não apelativa.

Podemos equiparar a prospecção ativa com uma paquera, uma cantada!

Pensa comigo, quando uma cantada é feita de qualquer jeito, sem que a pessoa conheça você, costuma ser nojenta, esquisita e até invasiva. O mesmo vale para uma abordagem ao futuro cliente: é preciso haver um ponto de partida, que é encontrado diante de uma investigação prévia que você faz dele.

Acredite, investir tempo em pesquisa prévia sobre o cliente a ser prospectado vai evitar que você perca tempo e desperdice suas chances. Dominar o assunto e ter um script não garante a isenção total de erros a serem cometidos, no entanto, muitos deslizes durante a conversa poderão ser evitados, inclusive passar a impressão de desespero – isso é fundamental!



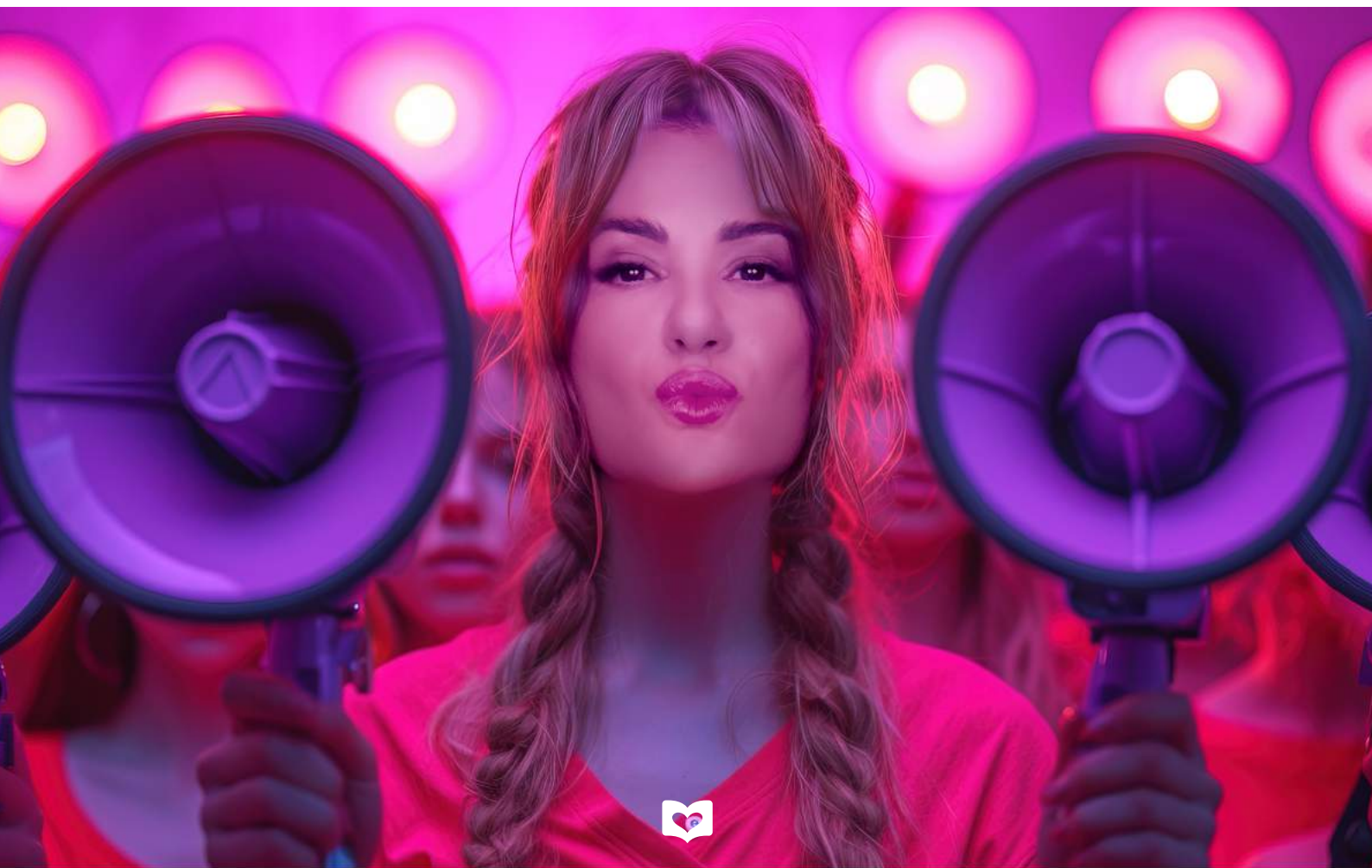
Precisa mesmo abordar por direct?

Existem diversas formas de fazer a prospecção antes de tentar a abordagem direta. São maneiras práticas de criar uma conexão e se aproximar de quem você deseja prospectar.

E mesmo que eu mostre os erros que você não deve cometer, e as formas de criar um link com o prospect, geralmente seus primeiros clientes serão pessoas que já te conhecem e confiam em você. Por isso, antes mesmo de abordar pessoas desconhecidas, pense no seu network, e até mesmo no network da sua mãe, avó, tia e amigos, criatura!

Quais são as pessoas que você conhece e poderia atender? Ou quais são as pessoas que confiam em você e que podem te indicar para os seus conhecidos? Estas são as primeiras perguntas a se fazer!

Mas antes, vamos falar do que você não deve fazer ao abordar os seus pretensos clientes!



8 Erros das abordagens por direct

ERRO 1 – PERFIL PELADO

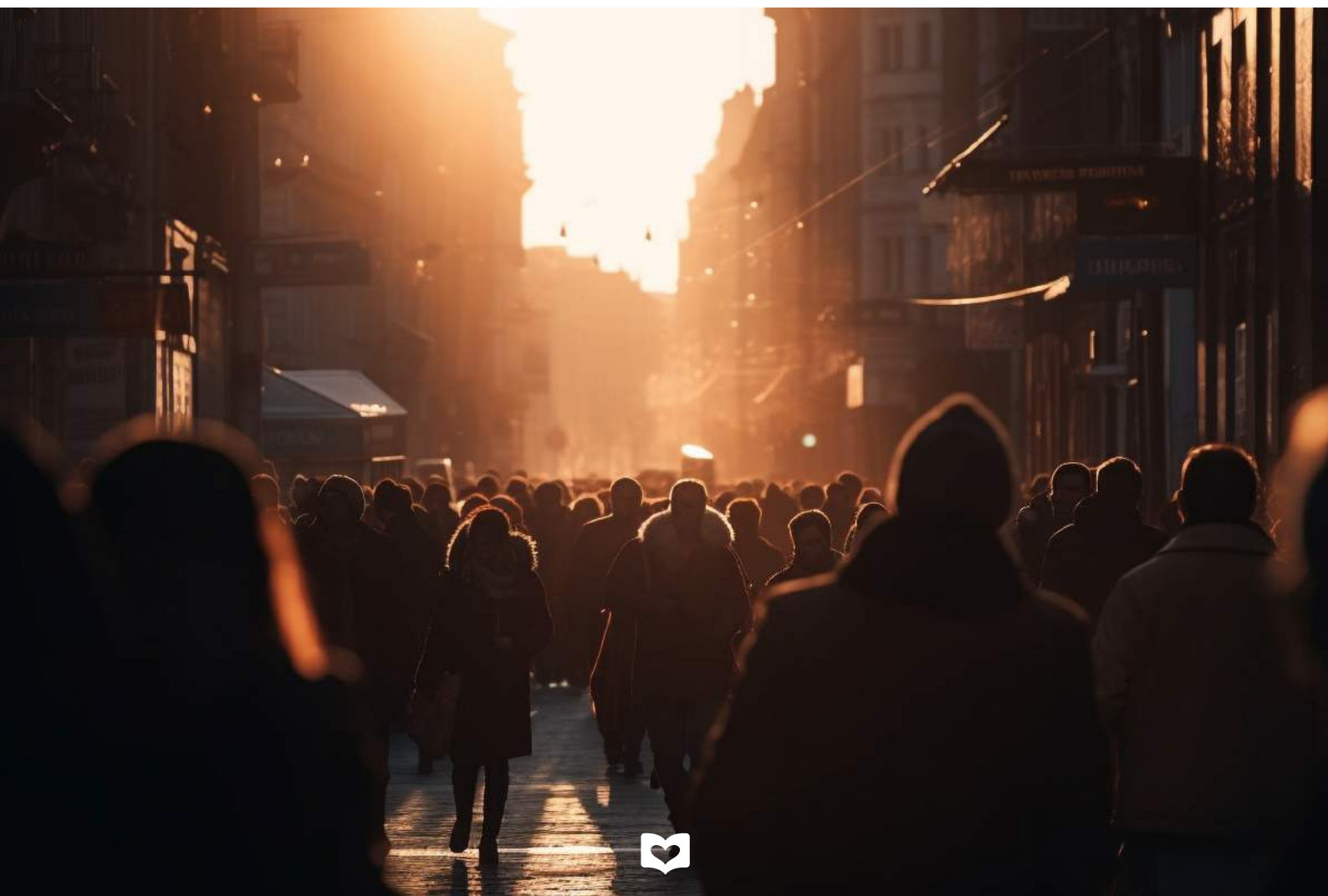
Prospectar com um perfil pelado, sem conteúdos publicados. Para isso, tenho um “Manual de posicionamento do Social Media Estrategista” (spoiler do manual nas imagens abaixo), me chame no direct que posso enviá-lo.



ERRO 2 – ABORDAR SEM LINK

Um fator comum para qualquer tipo de abordagem é conhecer o prospect, para que a prospecção seja feita de forma inteligente, e não apelativa.

Por isso, antes de abordar qualquer pessoa, seja por direct ou pessoalmente, crie sempre uma conexão prévia com o cliente, encontre um link com essa pessoa que possa ser usado como ponto de partida para uma conversa, conforme eu ensino abaixo, e trago algumas formas para você iniciar essa conexão antes da abordagem.



COMO CRIAR UM LINK?

Como eu já mencionei anteriormente neste ebook, seus primeiros clientes geralmente serão amigos, pessoas conhecidas. Então, o melhor o melhor link para alcançar um prospect sempre será uma pessoa em comum.

Mas calma, você não precisa necessariamente conhecer intimamente essa pessoa! Um exemplo claro disso aconteceu comigo quando um profissional de tráfego pago me abordou dizendo que era aluno do Pedro Sobral (se você trabalha no digital provavelmente deve saber quem é o Sobral e que os participantes da sua comunidade são os “subidos”). Após esse link, ele relatou que o Sobral aconselhou que seus alunos buscassem pessoas que eles gostassem do conteúdo e se oferecessem para um estágio. Assim, por admirar meu conteúdo, ele entrou em contato.

Viu? Ele não é amigo íntimo do Pedro Sobral, eu também não sou, mas ele criou esse link a partir de uma pessoa que eu respeito o trabalho.

Feito esse link, ele mostrou admiração por algo que eu mais valorizo, meu conteúdo! E check! Eu estava precisando de um gestor de tráfego naquele momento e prontamente o encaminhei para ser contratado com remuneração.

Caso você não tenha alguém comum para criar esse link, sugiro outras ações que também são fáceis e podem trazer bons resultados:

- Comentar assiduamente em lives e posts para já ser um rostinho conhecido quando for abordar.
- Repostar conteúdo elogiando
- Fazer um estudo de caso da pessoa
- Citar em algo nos stories
- Fazer pergunta na caixinha de pergunta da pessoa
- Remix no reels
- Enviar um conteúdo interessante dizendo “Lembrei de você” e o motivo da lembrança.



FORMAS DE CRIAR UM LINK

- Fazer um post em homenagem à pessoa, como no exemplo abaixo, em que um designer fez esse post, me marcou, e acabou sendo contratado pela minha agência.



- Comentar em posts e lives, pois se você já tem uma interação com o possível cliente, ao abordá-lo, você será um rosto conhecido e o link já estará criado.
- Repostar ou compartilhar conteúdos elogiando, desde que seja de forma genuína, é sempre uma ótima forma de fazer conexão.
- Fazer um estudo de caso desse possível cliente para postar nas suas redes, conforme eu fiz no carrossel abaixo, para usar de exemplo, apesar do Victor Santos ser um profissional que eu realmente admiro.



- Citar a pessoa nos stories, fazendo algum elogio ou homenagem, é uma forma de criar link – também precisa ser genuíno, afinal você não vai ficar todo dia homenageando uma pessoa diferente.
- Marcar a pessoa em posts para que ela veja e saiba que você se lembra dela quando pedem indicações. Mas calma, isso provavelmente não vai funcionar para um perfil grande como o da Juliette.
- Enviar algum conteúdo que tenha link com a pessoa, dizendo que lembrou dela e que talvez ela goste, como no exemplo abaixo.



- Fazer vídeo em homenagem à pessoa e postar como reels. Você viu esse reels sensacional que uma aluna fez, sobre mim e a Formação Social Media, no Instagram? É um ótimo exemplo, e nós acabamos postando em collab.



- Fazer o remix de um reels do expert. E, caso você não saiba o que é remixar um reels, é basicamente fazer a junção de um vídeo novo, que você vai fazer, com o vídeo já postado que foi escolhido para remixar.
- Abrir uma caixinha de perguntas no seu story. Coloque a pergunta: “Com qual pessoa você gostaria de trabalhar?”, e responda, marcando essa pessoa. Uma ótima estratégia que vai ajudar você a criar uma conexão com ela.



ERRO 3 – ABORDAR SEM ESTUDAR A PESSOA

Não aborde a pessoa sem estudá-la antes. Mensagens genéricas não geram conexão e não funcionam. Faça um estudo prévio da obra, da vida, dos gostos.

Este é um exemplo do que você não deve fazer:

Oi Rejane, Tudo bem?
Vi que você está lançando um curso e gostaria de te ajudar com as tuas copies.
Você sabia que melhorando a copy pode vender mais?

ERRO 4 – FAZER PANFLETAGEM

Não aborde fazendo uma espécie de panfletagem dos serviços que você presta, como no exemplo abaixo. Esse estilo de mensagem padrão, que está claro que foi enviada para diversas pessoas, não gera conexão.

Este é um exemplo comum de panfletagem, mas que você não deve seguir.

Olá, bom dia, tudo bem?
Meu nome é Rony, falo em nome do Escritório Pedro Camargo Advocacia.
Meu contato é para apresentar nossos serviços e área de atuação; possuímos experiência com empresas e startups. Gostaria de lhe enviar o material do escritório e agendar uma breve reunião (presencial ou online) para apresentação e detalhamento do suporte jurídico prestados por nossos advogados.
Seria interessante para vocês?
Podemos agendar uma reunião?



ERRO 5 – DAR CARTEIRAÇÃO

Nunca dê carteiração dos seus resultados ou fale dos seus títulos. Pergunte e ouça sobre as necessidades do outro, antes de falar sobre você.

No exemplo abaixo, eu me pergunto como uma profissional de alto gabarito, está me mandando uma mensagem como se eu precisasse urgentemente dela, sendo que essa sensação de desespero está vindo dela, e não de mim.

Existe a hora certa de mostrar seu currículo e seu portfólio.

Sou jornalista trabalhei na rede globo por 40 anosJ;a atendi a Gisele B., Ronaldinho Gaucho e o Pele quando era assessora de imprensa "

e agora estou atuando como social media

Vou te enviar o meu currículo pra vc verificar que sou formada em Harvard e queria agendar uma reunião pra te apresentar uma proposta

ERRO 6 – CRITICAR O CONTEÚDO

Nunca critique o conteúdo, o trabalho, ou qualquer coisa da pessoa, apenas elogie! Não queira mostrar competência indicando falhas no trabalho que já está sendo feito.

Não dá para iniciar uma relação comercial criticando o trabalho da outra pessoa.



ERRO 7 - DAR ORDENS

Não abordar dando ordens, mesmo que sejam para entrar em contato com você. Disponibilize e não dê ordens.

No exemplo abaixo há uma junção da crítica ao meu conteúdo, com a ordem para que EU entre em contato com ela. E aí eu me pergunto, qual a chance de alguém entrar em contato com essa pessoa? Nunca faça isso!

Olá Rejane tudo bem?
Identifiquei 7 pontos no seu
conteúdo que você pode melhorar
e ter mais alcance, vender mais.
Eu posso te ajudar com isso.
Me chama no whatsapp que eu te
mostro tudo.

ERRO 8 – FAZER OFERTA

Demonstre interesse genuíno em ajudar, em entregar valor, e não em apenas vender algo.

Você contrataria a pessoa que mandou essa mensagem abaixo? Acredito que não. Então, esse é mais um exemplo do que não deve ser feito.

Oi tudo bem? Sou Social Media e trabalho desenvolvendo estratégias de conteúdo para negócios e empresas.

Você teria interesse em conhecer o meu trabalho?



SCRIPT DE ABORDAGEM PERFEITA

Sabendo de todos os erros que você não deve cometer ao abordar um possível cliente por direct, veja este exemplo, que é um script perfeito de abordagem, e que certamente trará bons resultados à sua prospecção.

Olá Rejane!

Primeiramente quero dizer que admito muito o teu trabalho e sou seguidora há muitos anos, desde o início dos videos no Youtube.

Recentemente descobri que a sua empresa Like faz as Redes Sociais da minha nutricionista e entendi porque me tornei paciente dela! O conteúdo me atraiu, parabéns.

Bem, eu sou webdesigner e gostaria muito de integrar o time de fornecedores da Like.

Você poderia me informar o melhor caminho para apresentar o meu portfólio para vocês?

Qual é o objetivo de toda abordagem?

O objetivo de toda prospecção é marcar uma reunião de vendas.

Então, veja bem: ninguém vende serviço de Social Media, de gerenciamento, ou até mesmo de designer, com PDF!

Engana-se quem faz cursos, até mesmo o Formação, e pensa que o script correto é mandar uma mensagem no direct e, quando encontrar um prospect que aceite conhecer o trabalho, basta enviar-lhe um PDF e esse cliente vai entrar em contato.

Não, ninguém vai entrar em contato com você dessa forma, criatura!

Lembre-se de que o seu objetivo é marcar uma reunião de vendas!



RESUMO

Prospecção Passiva: você basicamente é indicado/encontrado e abordado pelo cliente.

Prospecção Ativa: você é quem aborda o cliente.

8 erros comuns nas abordagens por direct:

Erro nº1: Perfil pelado
Erro nº2: Abordar sem link
Erro nº3: Abordar sem estudar a pessoa
Erro nº4: Fazer panfletagem
Erro nº5: Dar carteiraço
Erro nº6: Criticar o conteúdo
Erro nº7: Dar ordens
Erro nº8: Fazer oferta

O objetivo de toda prospecção é marcar uma reunião de vendas.



3 Alternativas para quem acha que não sabe vender

1. Capacite-se e aprenda! Não é fácil, mas também não é impossível.
2. Se associe a alguém que sabe vender, seja estrategista e trabalhe em parceria com alguém do comercial.
3. Aprenda a ensinar. Quem ensina, vende! Ensine ao cliente em suas reuniões de prospecção. Ele vai confiar e, conseqüentemente, comprar a sua ideia sem que você precise vendê-la!



Se você leu até aqui, é porque muito provavelmente está buscando se tornar um Social Media Estrategista para crescer a sua carreira de Social Media e **escalar** os seus resultados.

E é exatamente isso que você encontrará na minha **Formação Social Media: a primeira, a melhor, a original.**

Na Formação Social Media, você terá acesso aos **7 Processos** que todo Social Media precisa seguir para crescer na profissão e faturar entre R\$ 10 e 15 mil por mês.

São mais de 200 aulas, onde você vai dominar o método **ESTRATÉGIA 10P** – para criar estratégias de conteúdo inteligentes em 10 passos – que gerou mais de 50 milhões de seguidores para os meus clientes e transformou a minha agência em uma das maiores do Brasil, faturando mais de R\$ 6 milhões por ano.

Mas além disso, nós disponibilizamos a todos os alunos o “**Mapa de Conteúdo**”, uma ferramenta tecnológica e profissional para qualquer Social Media se tornar um profissional altamente valorizado e cobrar no mínimo R\$ 2 mil por cliente.

Para conhecer o programa pedagógico da Formação Social Media, toque no botão abaixo e acesse a página:

CONHECER A FORMAÇÃO SOCIAL MEDIA

