



CATÁLOGO DE SERVIÇOS
PARA SEU NEGÓCIO E PARA VOCÊ
CICLO 2018

AUMENTE SUAS VENDAS
Conheça nossos serviços de disparo de email marketing, SMS e outras campanhas online

SERVIÇOS FINANCEIROS
Sua empresa precisa fluxo de caixa ? Temos soluções de crédito para sua empresa

ARTE E CRIAÇÃO
De criação de logo a desenvolvimento de layouts diversos. Qualidade e agilidade na entrega.

VIAGENS E TURISMO
Passagens e pacotes de viagem para você vivenciar experiências inovadoras

+ de 200 tipos de serviços em um só lugar



Clientes



Parcerias



Vendas



Carteira

MANUAL DE VENDAS



ÍNDICE

4. INTRODUÇÃO

5. OS MELHORES CLIENTES PARA VISITAR

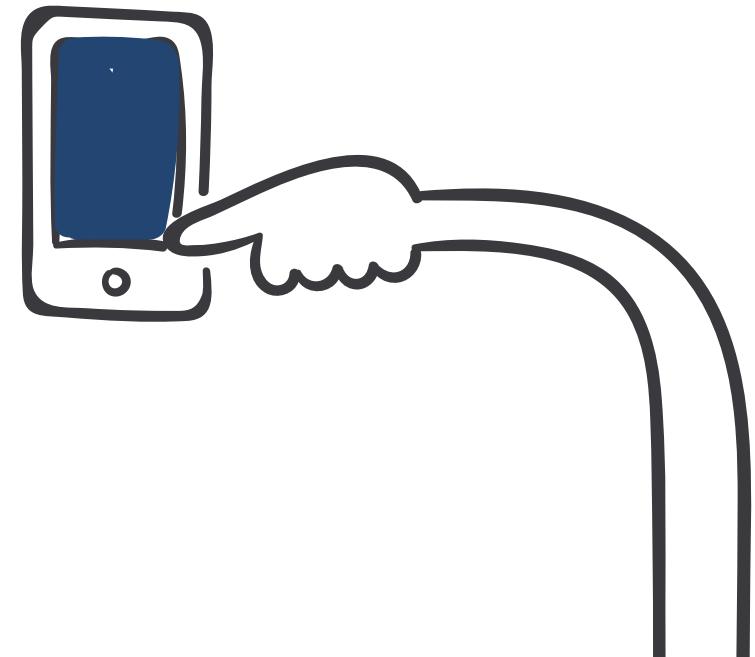
13. PARCERIAS NA SUA CIDADE

16. TODOS OS SERVIÇOS

22. COMO MONTAR UMA CARTEIRA DE RECEITA

31. COMO VENDER CADA SERVIÇO

40. TOP 5 SERVIÇOS MAIS VENDIDOS

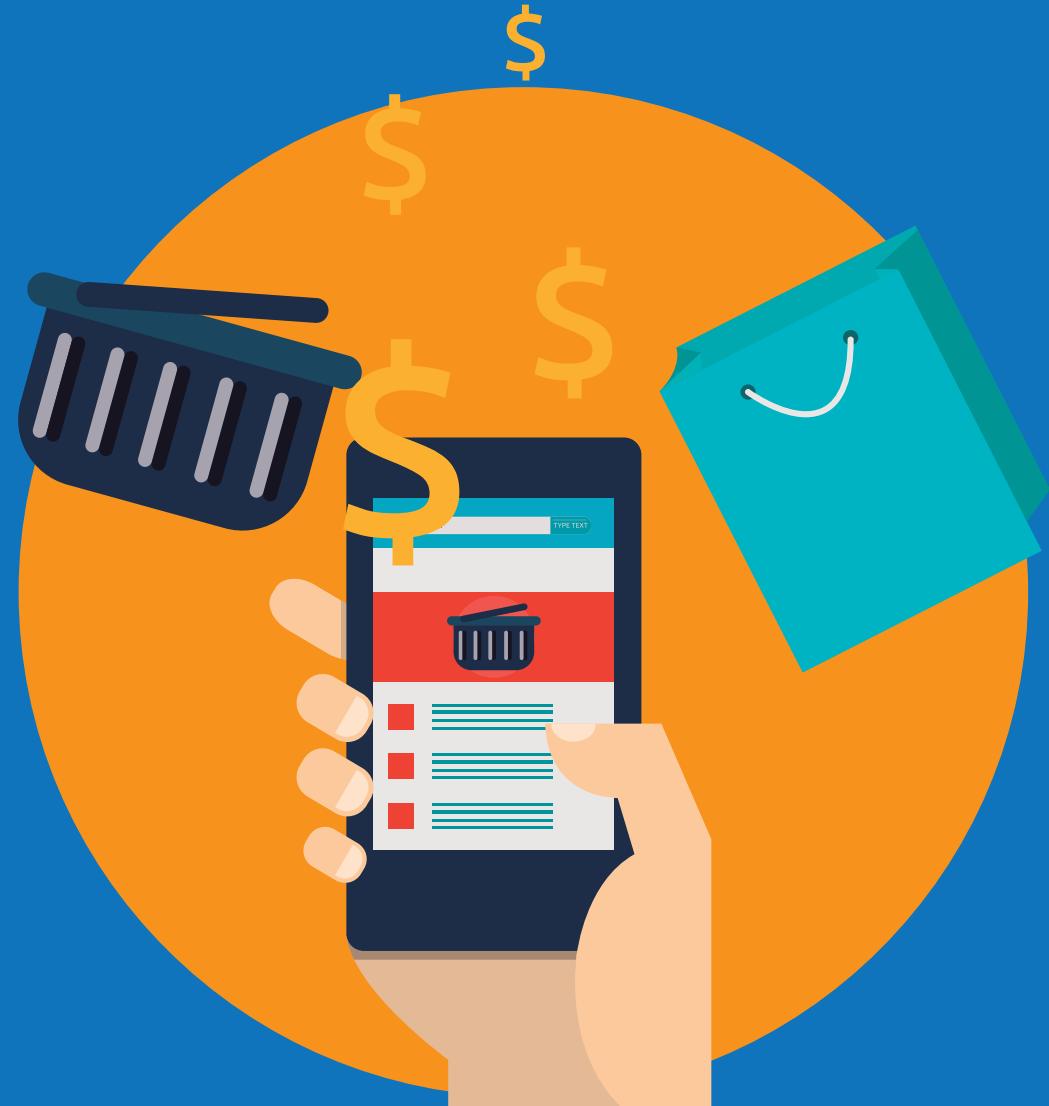


Existe um segredo essencial entre um profissional frustrado e um vendedor que cativa os clientes: o planejamento.

Vender é uma tarefa que envolve etapas e processos complexos e simultâneos. Um erro na estratégia e isso pode levar meses para ser sanado. A dinâmica atual do mercado faz muitas dúvidas surgirem na cabeça de um vendedor:

Que cliente visitar hoje? Como apresentar meu produto? Como estabelecer metas para minhas vendas?

É preciso ter **clareza** de todas as etapas que envolvem o exercício de vender um produto ou serviço. Essa atividade começa muito antes de você entrar na empresa de um cliente para uma visita. O que o mercado espera de um vendedor hoje, é um profissional que conheça as características e necessidades de cada comprador, e que saiba tudo sobre o que está vendendo.



Desde o estudo sobre o que será vendido, passando pela prospecção e a dedicação à entender características de potenciais clientes, até planejamento de rota, escolher a roupa certa, fazer um bom **cartão de visitas**... Todos esses processos são fundamentais para que o exercício de vender seja bem realizado.

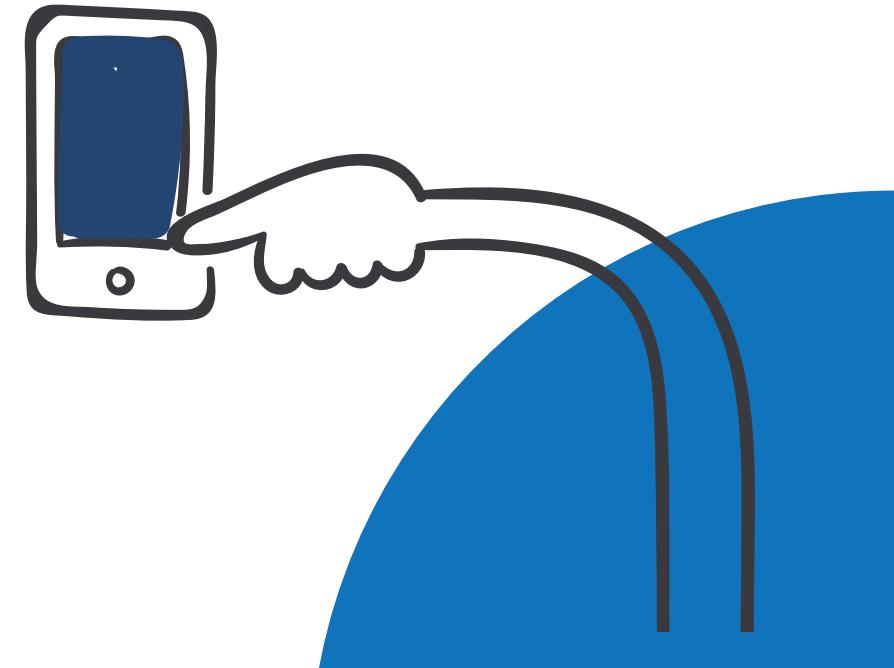
O bom vendedor precisa ter **repertório** e saber o que acontece no mundo. Ele sabe dialogar sobre os assuntos que estão na ponta da língua do empresário: a queda na taxa de juros, a reoneração da folha de pagamento, o fim do imposto sindical... Conhecer as preocupações e os **interesses do cliente** pode lhe fornecer uma larga vantagem na hora de negociar um pacote de serviços.

Para a prática de revenda de serviços, ainda é essencial ter um bom fornecedor. E é aqui que a Hyper.Jobs entra para oferecer qualidade em todos os serviços vendidos por você.

Nas próximas páginas você vai receber dicas valiosas para impulsionar suas vendas e seu faturamento.



OS MELHORES CLIENTES PARA VISITAR



Essa dúvida pode até mesmo desaninar quem não conhece a dinâmica do mercado de vendas. Mas, existe uma solução simples: planejamento. O melhor cliente para visitar é aquele que precisa do seu serviço, que esteja em sua área de atuação e que tem os recursos para investir.

Todas essas características podem ser facilmente encontradas com uma prospecção inicial. A dica é fazer uma lista, em papel ou planilha eletrônica, que reúna os potenciais clientes. Tente saber um pouco mais sobre as empresas e pessoas que você vai visitar. Verifique também como é o relacionamento da empresa-alvo com os clientes que ela atende e se ela tem alguma filial.

Outra dica importante é tentar **entrar em contato com o cliente**, de preferência por e-mail, para se apresentar e tentar agendar um horário com algum representante da empresa. Atente-se para que o e-mail seja bem escrito e que consiga passar a mensagem em poucas frases. Quando o cliente te responder, procure saber quem irá te atender no dia da visita, e procure alguma informação sobre a pessoa em redes sociais.

Quando tiver certeza que tudo está certo, utilize algum aplicativo de mapas ou GPS para traçar uma rota eficaz e otimizar o seu deslocamento. Você não quer estar em um ponto e ter que atravessar toda a cidade para visitar seu próximo cliente.

Esteja sempre com o seu catálogo da Hyper.Jobs em mãos. Demos-nre que você tem total domínio sobre todos os nossos serviços.

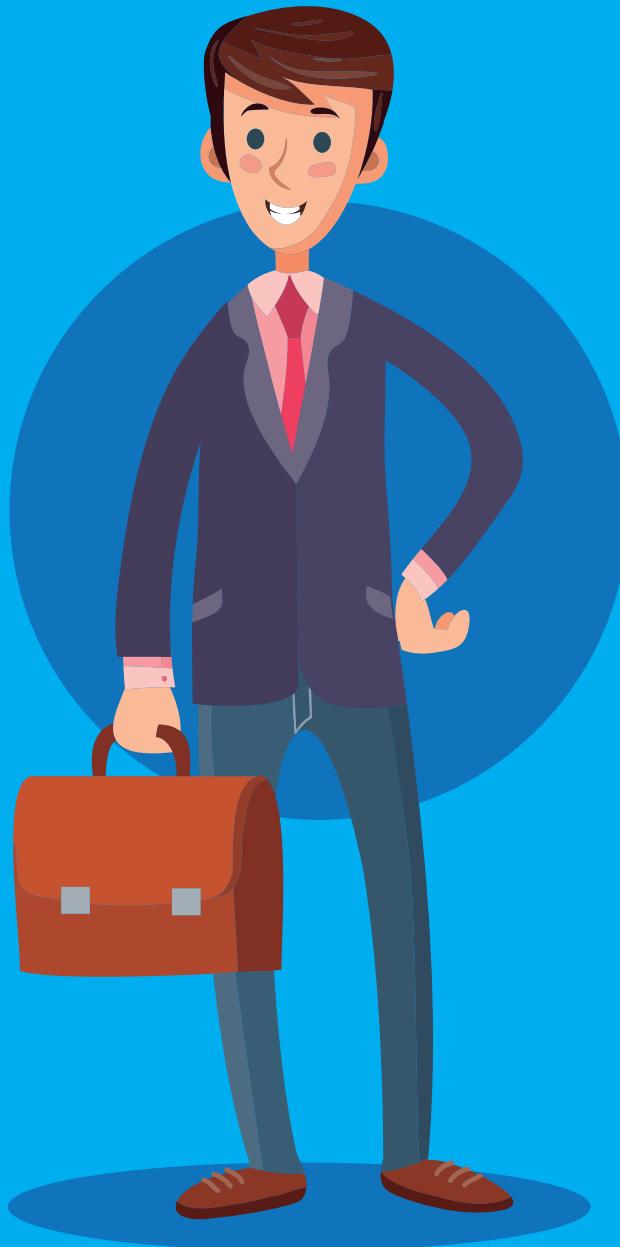
ANTES DA VISITA

Enquanto estiver com o cliente, **seja cordial e simpático**. Procure apresentar os serviços, mas também ouvir o comprador para identificar qualquer necessidade que você possa atender. Se você vai até uma padaria para vender um serviço de branding, por exemplo, mas o proprietário recusa e diz que está com problemas de caixa, você poderia oferecer o serviço de antecipação de títulos, e sair da visita com um cliente satisfeito.

Se tiver oportunidade, converse informalmente com mais pessoas na empresa. Procure ter certeza que você não está atrapalhando e conheça as pessoas que trabalham para o seu cliente. **Lembre-se: uma empresa é feita por pessoas. Se você conhecer mais sobre elas, vai conhecer mais sobre o seu próprio cliente.**

DURANTE A VISITA





Use e abuse do poder do catálogo. Pode parecer antiquado, mas o vendedor que sabe utilizar o catálogo a seu favor consegue gerar um faturamento bem maior que aquele que não domina a ferramenta de vendas. Ao oferecer o catálogo para o cliente, procure destacar a marca da empresa, **fale um pouco mais sobre a atuação da Hyper Jobs** no mercado de serviços. Deixe que o cliente sinta a qualidade do material do catálogo, e analise se ele olha uma página mais fixamente que a outra: pode ser que ele tenha encontrado o serviço perfeito.

Não aceite cafezinho, água ou outras distrações. Seja simpático ao recusá-las, agradeça pela oferta, e tente reconduzir rapidamente o assunto da conversa para o objetivo da sua visita. Tenha sempre em mente que o seu tempo na empresa deve ser utilizado para falar sobre os serviços que você vai oferecer para o cliente e sobre as potencialidades de negócios com aquela empresa-alvo.

Controle o tempo investido em cada cliente. Algumas pessoas gostam mais de conversar que outras e são mais receptivas à sua abordagem. Ainda assim, gastar mais tempo que o previsto em determinado cliente não é uma boa ideia – especialmente se você agendou algum horário na próxima empresa.

Se você seguiu as dicas até aqui, com certeza vai ter captado a principal necessidade do seu cliente. Vai saber que solução oferecer para a empresa-alvo e de que maneira convencer o seu comprador a fazer um bom negócio com você. **Tenha em mente que chegar na negociação o passo final antes de concretizar a venda.** Portanto, você está no caminho certo.

Enquanto estiver negociando, procure manter a calma e não se ofender caso o cliente ofereça um valor muito abaixo do estipulado pelo serviço, ou pedir uma condição de pagamento muito além do que você pode oferecer. Diga que você entende a colocação e que **o serviço prestado pela Hyper.Jobs é de qualidade inquestionável e sob medida para a demanda dele.**



Você está em uma negociação entre duas empresas sérias e não em uma queima de estoque. O preço reflete não apenas o valor pecuniário (em dinheiro) do serviço que você está oferecendo, ele também é um guia para que o cliente entenda o valor prático da solução que você oferece. Se o preço inicial for, por exemplo, de R\$ 3 mil e o cliente quiser fechar por R\$ 2 mil, procure explicar que o seu serviço tem um determinado valor de investimento porque vai agregar muito bem ao processo operacional da empresa, solucionando eventuais dificuldades e otimizando a forma com que o seu cliente lida com aquele problema. A dica é estar aberto a pequenas flutuações no valor ou nas condições de pagamento, sempre de acordo com as orientações da empresa que você representa. A mesma estratégia pode ser adotada se o cliente se queixar que recebeu uma proposta melhor que a sua. Tente explicar que a diferença entre a Hyper.Jobs e outras empresas que oferecem serviços semelhantes é que nós queremos uma relação duradoura e que beneficie as duas partes.

Não saia da negociação antes de esgotar todas as possibilidades. Esteja aberto para algumas horas de negociação, especialmente se a empresa-alvo for de grande porte. Esteja ciente que você vai precisar explicar, mais de uma vez até, as principais características do produto que você está vendendo e como essa solução impacta no dia-a-dia da empresa.



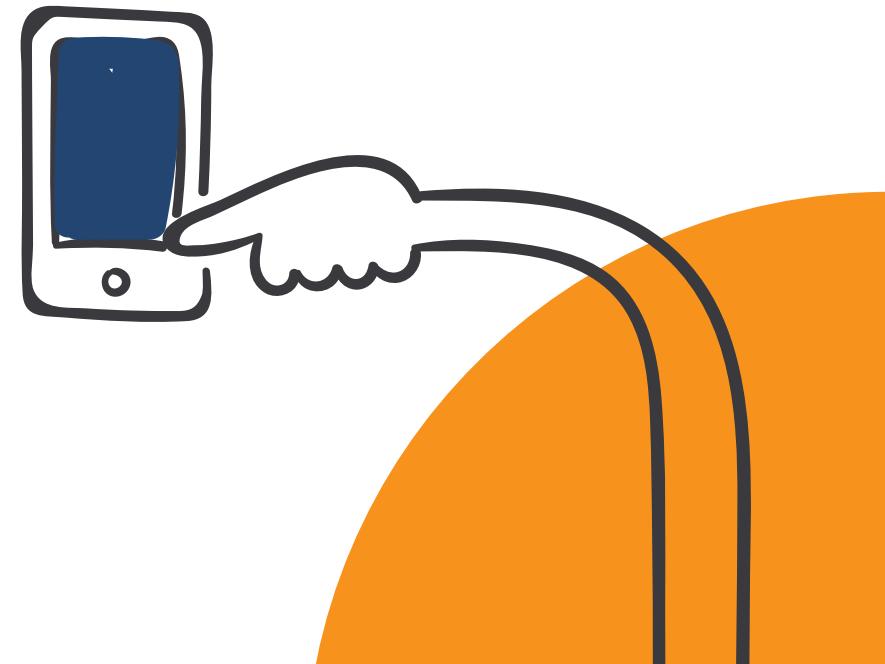
AO FIM DA VISITA

Agradeça pela oportunidade e pelo tempo que a empresa utilizou para lhe receber. Deixe um cartão de visita com o responsável por lhe acompanhar e diga que você está à disposição à qualquer momento que for preciso.

Se você não tiver sucesso em sua primeira visita e não conseguir concretizar nenhuma venda, diga que você retorna em outra oportunidade e que você tem certeza que vai concretizar bons negócios com seu futuro comprador.

Após alguns dias, envie um e-mail para o responsável pela sua visita, agradecendo mais uma vez pela oportunidade de apresentar a Hyper.Jobs para a empresa-alvo e se colocando novamente à disposição. Aqui, vale a mesma regra, um e-mail bem escrito, curto e objetivo.

PARCERIAS NA SUA CIDADE



Outra forma de realizar vendas com qualidade é explorar as possibilidades de uma parceria. Aquele ditado popular resume a dica aqui: A união faz a força. E para as parcerias, mais uma vez, é necessário planejamento.

É possível pensar em um pacote de oportunidades para os funcionários de uma empresa que é sua cliente. Ou ainda, firmar uma parceria com um grupo de empresas para que elas adquiram juntas o mesmo serviço, com melhores condições de negociação. Para isso você deve identificar as necessidades e desejos dos seus clientes.

Trace uma estratégia para que as parcerias sejam boas para você e para o cliente. É importante também estabelecer metas ao negociar essas parcerias. Tenha clareza do desconto que você deve oferecer, do prazo de pagamento final e das condições de manutenção do serviço, por exemplo.

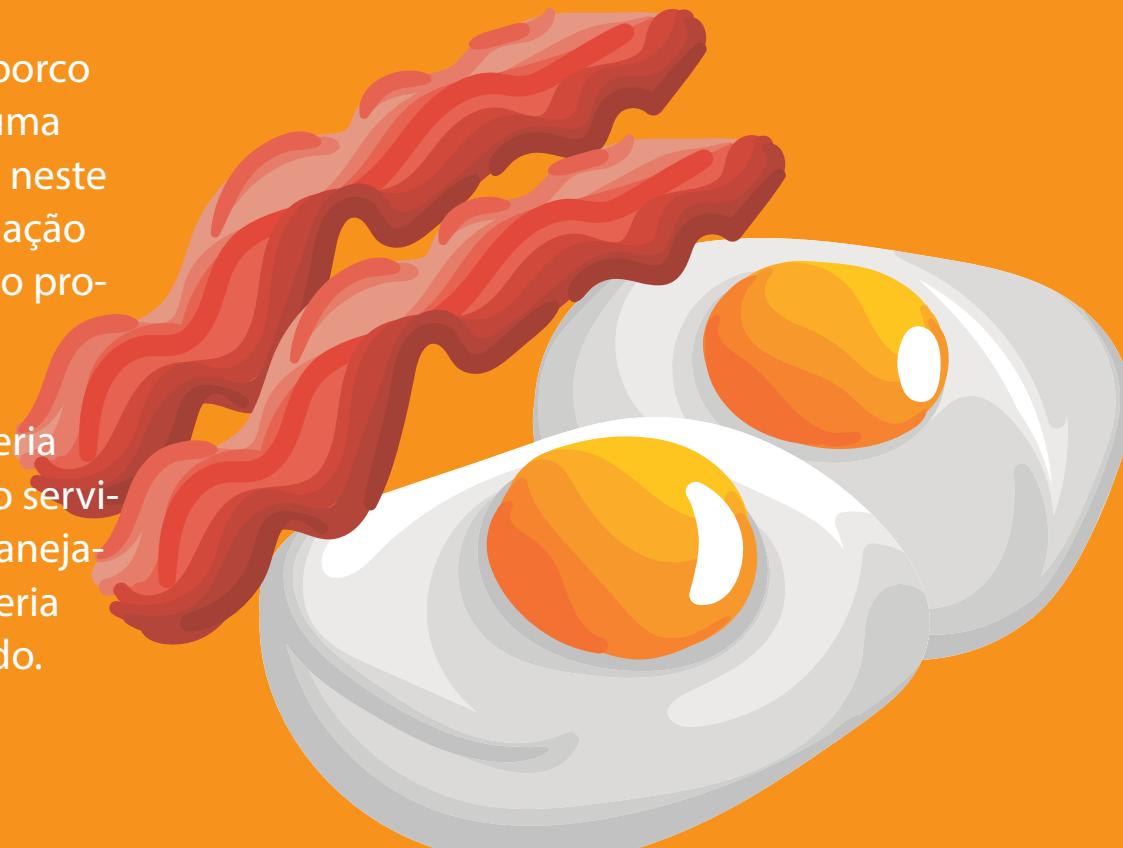
Networking é outra chave para o sucesso de uma parceria. Ter o contato certo que pode indicar seu serviço para uma determinada empresa torna este processo mais dinâmico. O bom vendedor sabe plantar e colher parcerias no momento certo.

Você certamente já deve ter ouvido o termo 'ovos com bacon', para designar uma parceria comercial extremamente desvantajosa para alguma das partes. A alusão aqui é sobre o prato consumido no café da manhã de milhões de norte-americanos nos Estados Unidos. A galinha fornece os ovos para a refeição, e o porco, o bacon. A diferença é que nesse processo, um dos dois deixa de existir.

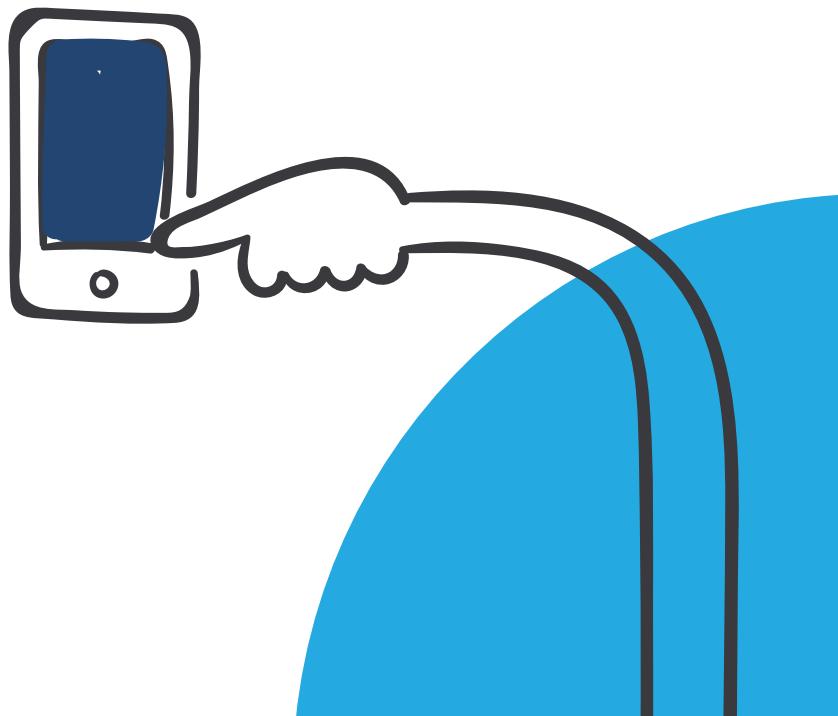
Aprofundando mais ainda nesta metáfora, jamais seja o porco nesse tipo de parceria. Quando pensamos em construir uma união em torno de um projeto, uma ideia, um serviço, ou neste caso uma relação entre empresas, pensamos que essa relação deve proporcionar benefícios para todos os envolvidos no processo.

Um exemplo de uma parceria mal sucedida em vendas seria reunir duas ou mais empresas para comprar determinado serviço que vai ter um prazo de pagamento muito além do planejado. As empresas vão trabalhar com um dinheiro que deveria estar no seu caixa. Fuja de qualquer situação nesse sentido.

OVOS COM BACON



UM POUCO SOBRE CADA SERVIÇO



1

Design e Criação

Mesmo as pequenas e microempresas já entenderam o recado do mercado: é preciso comunicar melhor para vender mais. Os serviços dessa categoria podem ajudar o seu cliente a desenvolver uma nova marca, criar conteúdo para atrair e fidelizar os clientes ou mesmo gerenciar parte da comunicação da empresa.

2

Serviços de T.I.

É impossível pensar em um negócio de sucesso que não utilize a tecnologia. Boa parte das nossas vidas hoje está na palma das nossas mãos: nossos celulares. E o seu cliente também quer estar lá. Seja por meio de um aplicativo ou site, seja em um blog para compartilhar ideias da empresa. O seu cliente quer essa solução e você vai oferece-lá.

3

Consultoria empresarial

Seu cliente já está há algum tempo no mercado, mas ainda não registrou a própria marca? Ele está em dúvida sobre a qualidade do atendimento que a empresa dele presta? É hora de oferecer uma consultoria empresarial, com soluções para as dificuldades mais comuns que os empresários enfrentam ao gerenciar uma empresa.

4

Marketing e vendas

Os serviços desta categoria podem ajudar o seu cliente a fazer com que o produto dele seja divulgado, da maneira correta e para as pessoas que podem se tornar potenciais clientes. Aqui são muitas as opções e públicos alvos. Entenda que todo negócio precisa de um bom profissional de marketing, passe isso com clareza para o cliente.

5

Investimentos

Para vender serviços de investimento você deve identificar clientes com potencial de crescimento. Inúmeros investidores estão em busca de um bom negócio, novas ideias e empresas que possam expandir. O seu cliente pode se beneficiar disso, com ajuda dos seus serviços.

6

Serviços financeiros

Um fluxo de caixa negativo é ruim para qualquer empresa, mas isso pode ser facilmente solucionado com uma antecipação de títulos recebíveis, por exemplo. Os serviços financeiros que você vai oferecer podem ajudar a resolver problemas pontuais de seus clientes.

7

Turismo

O setor de turismo existe para oferecer experiências únicas, memoráveis e instigantes. Seu cliente pode se interessar em visitar outros lugares, outros países, para conhecer novidades na área de atuação dele. Ou mesmo para buscar novas possibilidades de negócios. Seja qual for a necessidade, você tem a oportunidade perfeita para ele.

8

Áudio e Vídeo

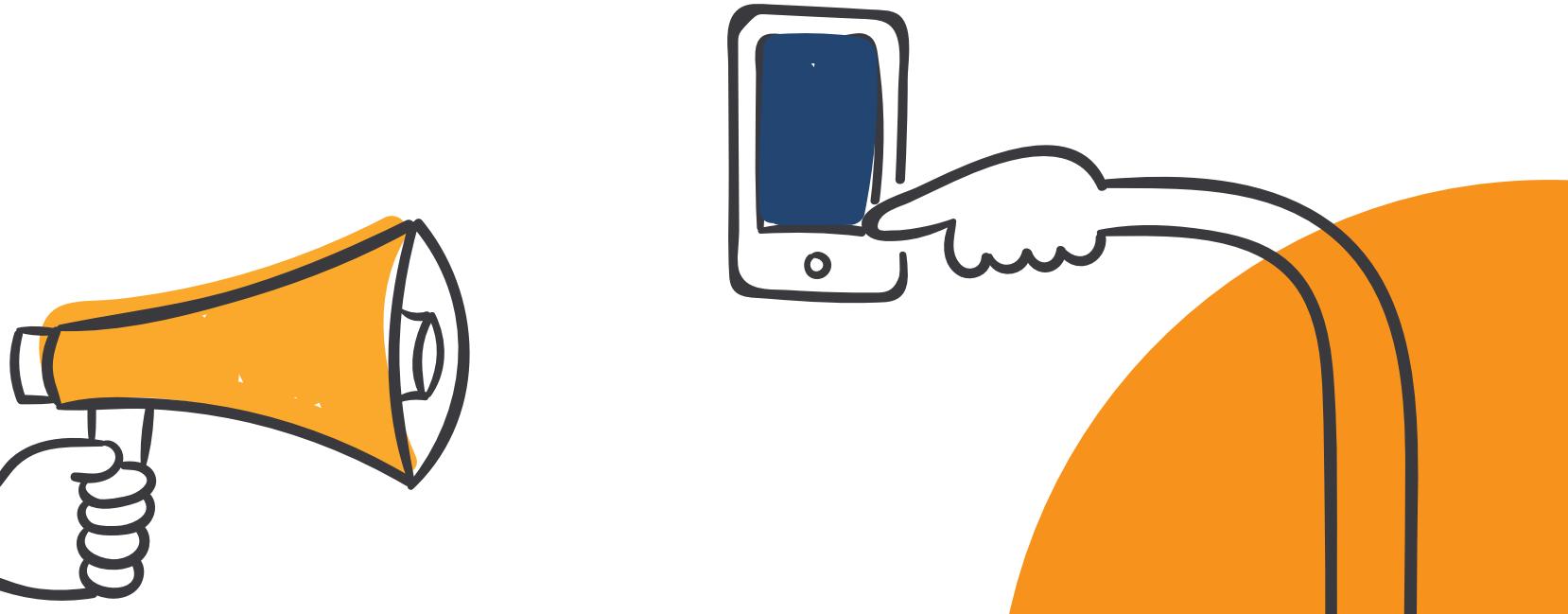
Seu cliente precisa montar um vídeo institucional para apresentar em uma reunião com investidores? Ou quer reunir os acontecimentos do ano em um vídeo para motivar os funcionários? As soluções de áudio e vídeo são uma boa forma de passar uma mensagem e você tem a solução certa para seu cliente.

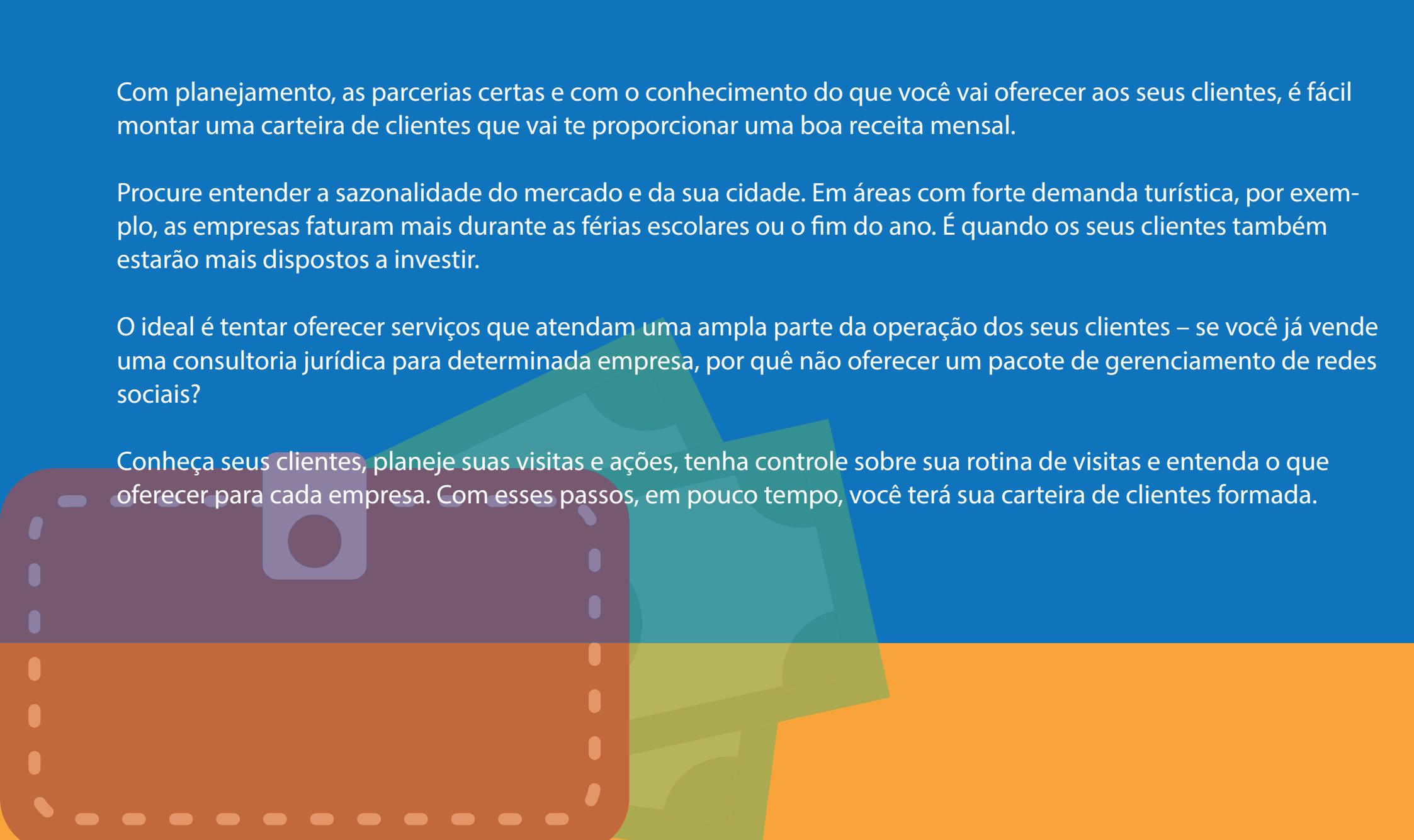
9

Consultoria jurídica

O Brasil é o país da burocracia e isso significa que em algum momento seu cliente vai precisar de uma consultoria jurídica. Seja para realizar uma audiência de conciliação com um devedor, para escrever um contrato de locação, ou para retirada de um alvará de funcionamento.

COMO MONTAR UMA CARTEIRA DE RECEITA MENSAL





Com planejamento, as parcerias certas e com o conhecimento do que você vai oferecer aos seus clientes, é fácil montar uma carteira de clientes que vai te proporcionar uma boa receita mensal.

Procure entender a sazonalidade do mercado e da sua cidade. Em áreas com forte demanda turística, por exemplo, as empresas faturam mais durante as férias escolares ou o fim do ano. É quando os seus clientes também estarão mais dispostos a investir.

O ideal é tentar oferecer serviços que atendam uma ampla parte da operação dos seus clientes – se você já vende uma consultoria jurídica para determinada empresa, por quê não oferecer um pacote de gerenciamento de redes sociais?

Conheça seus clientes, planeje suas visitas e ações, tenha controle sobre sua rotina de visitas e entenda o que oferecer para cada empresa. Com esses passos, em pouco tempo, você terá sua carteira de clientes formada.

Plano de proteção Auto/Moto

Plano de Proteção Informática Especial

Plano Proteção Pessoal

Plano Proteção Pet

Plano Proteção Residencial

Plano Proteção Saúde

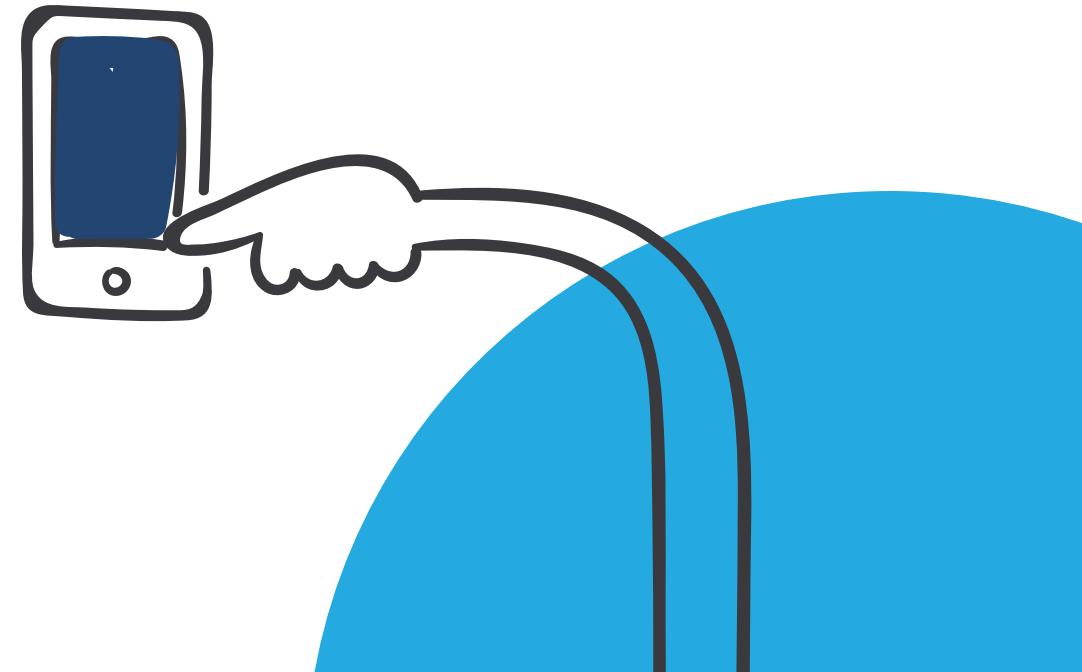
Plano Proteção Total

RENDIMENTOS MENSAIS

Existem aquelas pessoas que preferem ter uma certa segurança na hora de entrar em um novo negócio. Se você é uma delas e está pensando que pode oscilar muito sua renda sendo um revendedor da Hyper.Jobs, vamos te apresentar agora uma solução.

Nosso catálogo é extremamente diversificado, e dentre os nossos serviços existem aqueles que tem rendimento mensal. Sim, você pode vender um plano para o seu cliente e lucrar mensalmente com ele até o fim da adesão. E se engana quem pensa que a variedade de serviços neste segmento de rendimento mensais são poucos, pelo contrário, hoje temos vários planos que vão desde segurança auto, até HelpDesk para o seu computador. Dê uma olhada agora em todos os nossos planos e se beneficie dessa oportunidade de ter rendimentos mensais fixos com a venda dos nossos serviços.

COMO VENDER CADA SERVIÇO



Quem nunca ouviu aquela famosa frase: "Design? Eu tenho um sobrinho que faz isso de graça". Pois é, por muitos e muitos tempos acreditou-se que o serviço desenvolvido por um designer era tão fácil e comum que qualquer pessoa poderia exercê-lo sem a mínima capacidade técnica ou teórica. Hoje já se sabe que as coisas não são mais assim. Se você tem uma empresa, seja ela grande ou micro, contratar um bom profissional dessa área é lei absoluta.

Com a ampliação das redes sociais, toda empresa se tornou dependente de um bom serviço de design. Ter um profissional que saiba desenvolver peças atraentes, alinhadas com a expectativa da marca e com aquele toque de profissionalismo, é fundamental.

Na hora de vender o serviço, experimente analisar o Facebook do seu cliente antes. Veja quais são os pontos fracos do design, os pontos fortes e principalmente onde esse tipo de serviço pode melhorar a qualidade da comunicação dele. **Experimente criar contrastes:** mostre para ele um Facebook, um site, uma logo, uma identidade visual bem trabalhada por profissionais da área, e depois mostre um "trabalho feito pelo sobrinho".

Acredite, muitos clientes não vão dar a mínima para esse tipo de serviço, pois acham que ele é muito simples e muito caro. Mas cabe a você mostrar para ele a importância de ter um bom design. A melhor forma de mostrar isso é com exemplos de grandes marcas que fizeram sucesso graças ao seu cuidado e zelo com qualquer comunicação visual feita.

Mostre para o seu cliente que criatividade é a chave do negócio.

DESIGN



Preste bastante atenção nesta história: há um tempo atrás um cliente de uma agência contratou um serviço de marketing digital e criação de marca, mas, ao mesmo tempo, precisava criar a plataforma que ia abrigar todo conteúdo criado pela agência. A agência não tendo mão de obra qualificada para executar o serviço de programação WEB, terceirizou o serviço para outra empresa, que o executou pela quantia de R\$300 mil. E não parou por aí! Depois da entrada no mercado da nova plataforma, a empresa desenvolvedora da programação continuou faturando milhares de reais em cima da nova plataforma.

Não tem mais jeito! Hoje os clientes que estão no mercado precisam de empresas que prestem serviços diversificados. Então eu sou obrigado a prestar todos os serviços? Claro que não! Mas com certeza você é obrigado a ter em mãos parceiros que prestem esse serviço e que estejam dispostos a compartilhar uma comissão.

T.I.

Para você vendedor da Hyper.Jobs, essa questão nunca foi um problema. Você tem mil e um serviços que pode oferecer para os seus clientes em um único catálogo.

Hoje um dos mercados que mais cresce no Brasil e também no mundo é o mercado de Tecnologias da Informação. Esse é o tipo de trabalho que o valor agregado de cada serviço pode fazer você ganhar o ano. Não é incomum ver pequenas empresas com serviços de R\$100, R\$200 ou R\$300 mil para serem executados em prazos de dois ou três meses. Aposte no T.I. na hora de vender e preste muita atenção nas nossas dicas para não errar na hora de convencer o seu cliente da utilidade do serviço.

Assim como o design, muitos clientes, principalmente aqueles pequenos, não confiam ou não dão crédito suficiente para os profissionais de T.I. Isso faz parte da cultura do nosso país. Enquanto em outros lugares esse tipo de profissional está cada vez mais no topo, por aqui vemos muitos profissionais desempregados e sem nenhuma perspectiva.

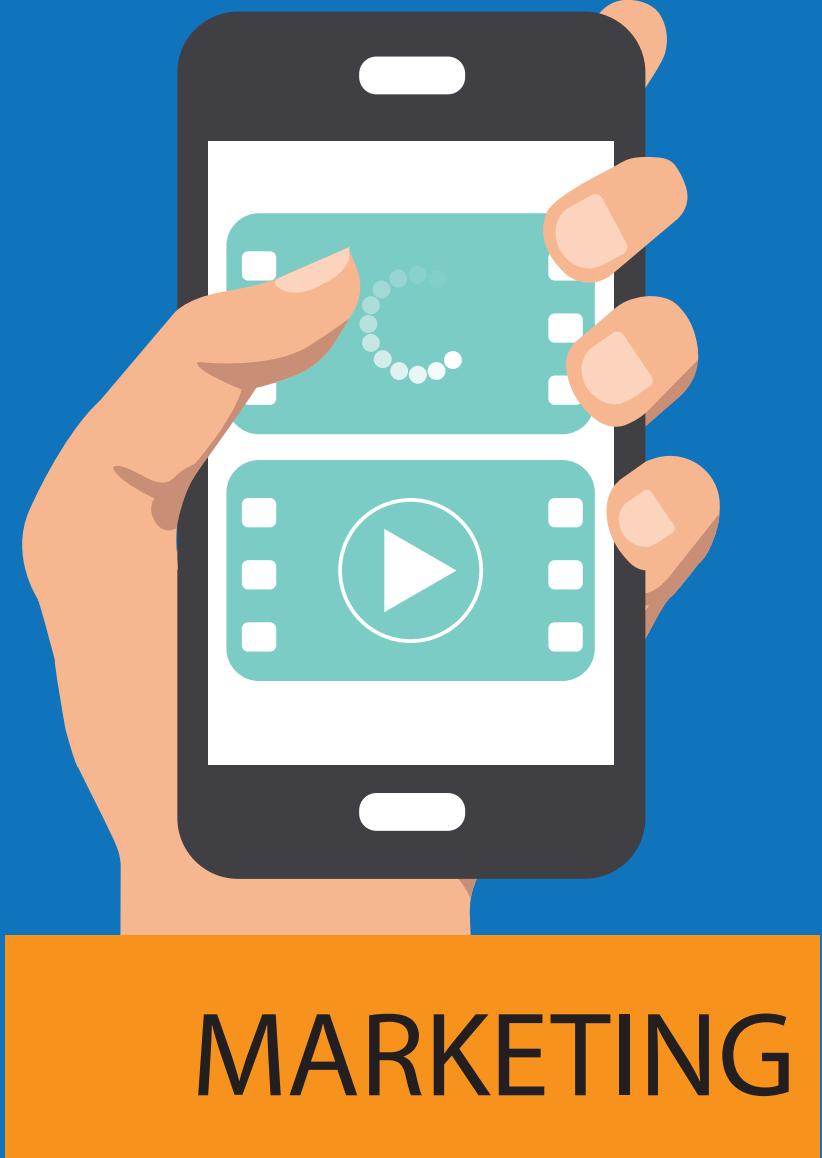
Antes de vender, explique sempre para o seu cliente a importância de ter esse tipo de serviço. Por exemplo, se ele é dono de uma padaria, explique para ele a importância de se ter um software adequado e único para gestão do seu caixa. Agora, se o seu cliente é uma pequena agência de publicidade, mostre para ele a importância de ter sempre em mãos esse tipo de serviço. Hoje o marketing, a comunicação e a publicidade andam juntos com a programação WEB. Não é raro ver grandes agências no Estado de São Paulo, por exemplo, com grandes departamentos dedicados apenas a isso. Explique para o seu cliente que ele não pode ficar para trás.

Já pensou em ter um programa que garimpe dados do Facebook para envio de mensagens de texto ou Whatsapp? Ou até mesmo um pequeno software que consiga entender cada um dos seus seguidores no Facebook e propor soluções adequadas para cada um deles? Pois é, isso não é ficção, já é pura realidade e você precisa convencer o seu cliente de entrar de uma vez por todas naquilo que chamamos de Computação Cognitiva. Pergunte para ele “você tem X seguidores no Facebook e não sabe nada sobre eles. Você gostaria de ter um relatório detalhado de cada seguidor, com preposições de abordagem e etc.?”. Tenho certeza que ele vai dizer que sim, e essa é a sua chance de oferecer o melhor serviço.



Agora vamos entrar em um assunto que para muitos de nossos clientes será um grande tabu: o marketing. Esse tipo de serviço já deixou muita gente milionária de uma hora para outra. Qual é o valor de uma ideia? Quanto custa para colocar essa ideia em prática de maneira eficiente? Você pode ter certeza que para CEO's das maiores empresas do mundo, a resposta seria "não tem preço". Quantas vezes vemos um produto de excelência que nunca vingou no mercado? Questione o seu cliente sobre isso na hora de vender o serviço. Faça com que ele tema que o produto ou serviço dele também empaque nas prateleiras. Esse é um medo muito recorrente de qualquer empresário ou investidor, e é exatamente por esse motivo que muitos deles estão investindo cada vez mais em marketing.

Esse tipo de serviço pode ser oferecido para qualquer tipo de cliente. Hoje ninguém escapa! Todo mundo precisa de um bom serviço de marketing. Seja uma pequena lanchonete ou aquela churrascaria mais famosa da sua cidade, todos eles precisam... e muitos não têm ideia disso.

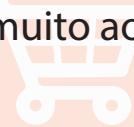




Imagine uma pequena hamburgueria que oferece um serviço diferenciado. Esse tipo de empreendimento será o cliente perfeito para você. Restaurantes ou lanchonetes que vendem, além de comidas, experiências, têm sempre dificuldade de colocar isso em um papel ou até mesmo naquela campanha publicitária. Tenho certeza que quando você oferecer o serviço de marketing, com a qualidade e os preços da Hyper.Jobs, eles vão aceitar na hora.

Explique que ter uma boa estrutura e um boa comida não é o suficiente. Ele precisa dizer em imagens, em palavras e principalmente pela mídia certa, qual será a experiência de comer um hambúrguer naquele local. O profissional do marketing será essa pessoa que vai fazer a ponte de ligação entre o negócio do seu cliente e o mundo, garantindo que ele se comunique com os clientes da forma certa e transmitindo a mensagem correta.

Muitas coisas são vendidas erradas: filmes, serviços, empresas, produtos e etc. Mostre para eles alguns exemplos, mostre que os profissionais da Hyper.Jobs são qualificados para entender o negócio dele, e a partir daí propor soluções criativas que vão somar muito ao seu empreendimento.





Você se considera um vendedor com bastante feeling? Esse tipo de serviço é para aquele estilo de vendedor que é capaz de olhar para o mercado e identificar aquelas pessoas que realmente tem a condição e a expertise de investir. Pois é, mas nem todo mundo está habituado com as tendências de mercado e com os riscos que um investimento pode trazer para sua saúde financeira. E é aqui que nós entramos junto com você. **A Hyper.Jobs vai oferecer o serviço de consultoria completo para nosso cliente não errar na hora de fazer qualquer investimento.**

Aqui não queremos que você aplique o famoso “marketing do medo” nos clientes, mas que apenas deixe claro que existem vários riscos para quem deseja investir, mas nunca fez de maneira profissional. Deixe claro esses riscos e mostre para eles que a Hyper.Jobs vai oferecer um serviço completo que vai colocar ele em contato com profissionais que realmente entendem do assunto e estão dispostos a fazer o seu dinheiro crescer de forma rápida e eficiente.



Chega em um momento da nossa vida profissional e até mesmo pessoal que o mundo começa a pedir uma viagem internacional. Pois é, para muitos a experiência de ter um contato internacional com profissionais da mesma área, é muitas vezes distante. A Hyper.Jobs entra com você no segmento de turismo para minimizar essas distâncias, que nos afastam de grandes oportunidades ou até mesmo da oportunidade de uma vida inteira.

Faça as contas de quantos restaurantes qualificados existem em um raio de 1 km da sua casa. São muitos, não é mesmo? Agora pense em oferecer uma experiência maravilhosa em Orlando aos donos e chefes de todos esses restaurantes, passando por lugares maravilhosos, provando diversos sabores e abrindo a mente para várias ideias. Isso não é incrível? **Tente passar essa sensação para o seu cliente.** Prove para ele que fazer turismo dentro da sua área profissional pode ser o ponto que faltava para empresa decolar. Muitos filósofos acreditam que viajar é a chave para o sucesso profissional e pessoal. Steve Jobs e outros grandes empresários decolaram suas carreiras após conhecerem outras culturas e viver novas experiências. Esse tipo de experiência pode ser estendida para enfermeiros, arquitetos, dentistas e executivos. Mostre sempre para eles a vantagem de conhecer novos países e estar com pessoas que pensam como eles. **Ganhe o cliente na sensação,** faça com que ele sinta a necessidade de expandir suas ideias com uma viagem desse estilo.

TURISMO

O mundo está caminhando para se tornar cada vez mais audiovisual. Hoje, muitas empresas fazem sua comunicação interna, treinamento de funcionários e executivos apenas com recursos audiovisuais. Esse é sem dúvida um dos serviços mais simples de serem vendidos do nosso portfólio, principalmente pela necessidade que todas as empresas têm de adquirir.

Já imaginou uma empresa com 50 colaboradores que precisa aplicar treinamentos constantes e comunicar conceitos e ideias para os funcionários em períodos curtos de tempo? O vídeo é a solução ideal para isso.

Hoje, as maiores empresas do mundo já usam, por exemplo, vídeos de animação para treinar seus funcionários.

E não é apenas isso! Mostre para o seu cliente uma página de sucesso no Facebook. Agora peça para ele observar quantos vídeos existem nessa página. Tenho certeza que ele vai entender na hora. **Todas as agências já entenderam que o vídeo é a forma ideal de comunicar qualquer ideia e qualquer ação.** Diga para o seu cliente não fugir das tendências de mercado, para entrar com tudo no mundo do audiovisual.

Hoje nos deparamos com empresas de porte internacional que só se comunicam através de vídeos. E não pense você que apenas grandes empresas usam essa mídia para comunicação. As pequenas e médias empresas já estão no mundo audiovisual e cada vez mais fazem sua comunicação por esse meio.

AUDIOVISUAL

Todo mundo sabe que o Brasil é um dos países mais burocráticos do mundo, e que muitas vezes não tem jeito, o auxílio de um advogado é indispensável na hora de realizar alguns trâmites legais.

Já pensou em ter consultoria jurídica de forma eficaz e pela internet? Acredite, isso já é possível e a Hyper.Jobs está oferecendo essa vantagem para você revendedor bombar na hora de vender nossos serviços.

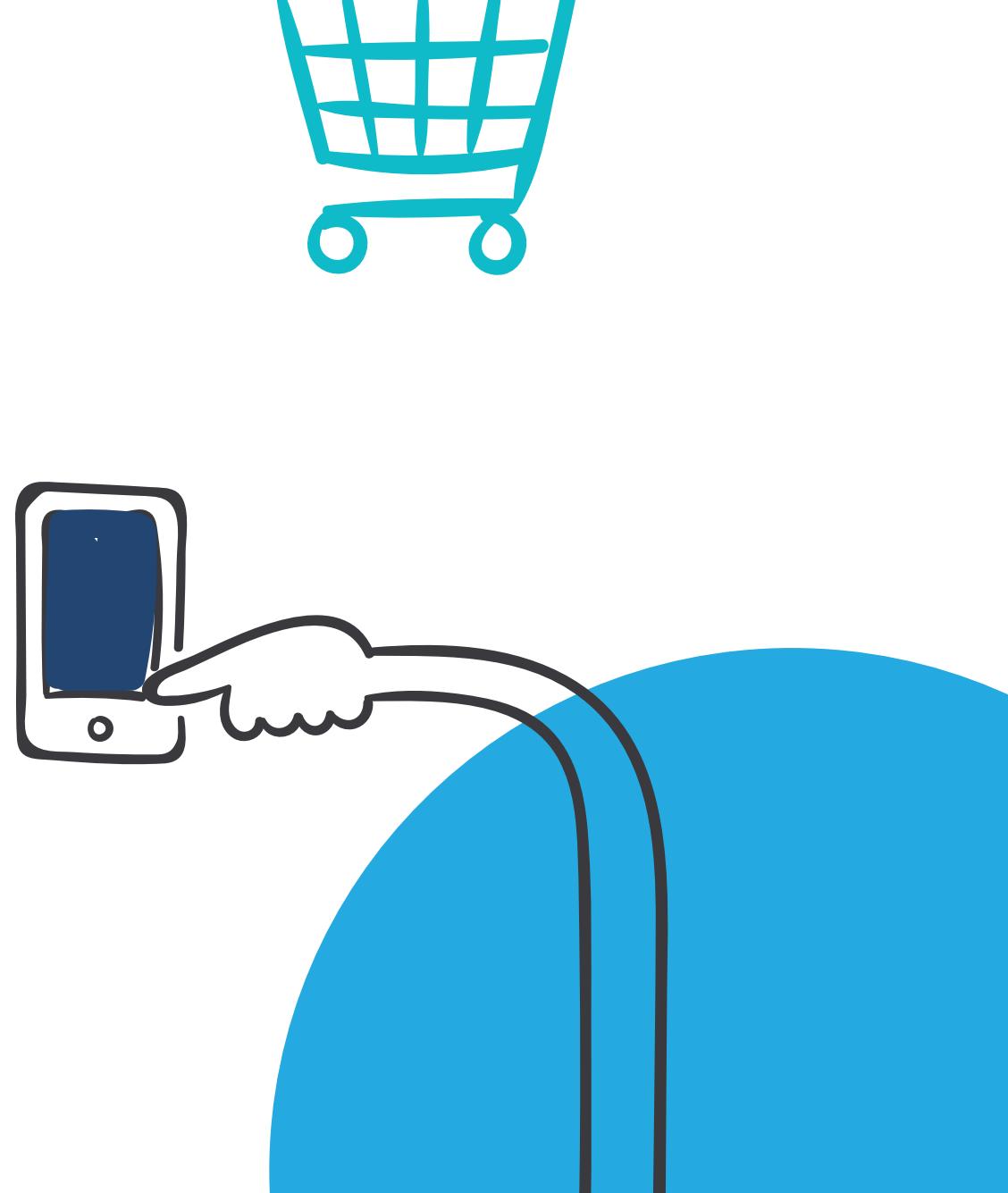
Como os serviços voltados para comunicação, um advogado é indispensável para quase todos os segmentos de mercado. Vai mudar de prédio e precisa desburocratizar o processo legal? Com certeza nós vamos ter a solução ideal para você.

Faça o seu cliente descobrir este serviço. Todos nós precisamos, mas nem todos sabem que com o auxílio de um advogado podemos acelerar muitos trâmites e resolver diversas questões.

Observe no seu prédio os apartamentos que estão alugados sem mediação de uma imobiliária. Procure o dono e ofereça para ele um contrato profissional que vai lhe garantir todos os direitos. Muitos dos serviços do portfólio de consultoria jurídica não são de conhecimento do cliente. Então seja perspicaz. Observe a empresa dele ou a demanda da pessoa física. Descubra a oportunidade de encaixar alguns dos nossos serviços e tornar a vida dele mais fácil e rápida. Grandes vendedores fazem as suas maiores vendas na “oportunidade de ocasião”. Não deixe escapar. Agências precisam de consultoria para não errar na hora de criar a campanha para uma clínica médica ou ortodontica; restaurantes precisam estar em dia com os órgãos fiscalizadores. Ofereça meios para tornar tudo isso mais fácil e barato.

CONSULTORIA JURÍDICA

TOP 5 SERVIÇOS MAIS VENDIDOS



Essa é a mídia do momento, todos os sites que se prezam precisam ter e-books nas suas “prateleiras virtuais”. Ela é a melhor ferramenta para fidelização de clientes. Veja você... está tomando conhecimento de todas estas ideias e conceitos através de um e-book também.

Pergunte para o seu cliente, **qual é a porcentagem de pessoas que costumam voltar depois de fazer uma primeira compra dos seus serviços ou produtos?** Tenho certeza que a resposta vai ser ruim ou até mesmo constrangedora. Hoje, quase todas as empresas têm programa de fidelidade, mas que se resumem a estratégias ineficientes que não retornam lucros.

Hoje a melhor forma de fidelizar o cliente é através do **marketing de conteúdo**. Se você não sabe o que é isso, preste muita atenção neste e-book, pois ele é pensado exatamente para ser um conteúdo de qualidade que transmita para você, revendedor, os valores da Hyper.Jobs. Quando você for vender um e-book, nunca esqueça de usar esse termo: marketing de conteúdo. Ele pode ser a chave para a concretização da sua proposta de serviço.

Faça o cliente entender que fidelidade não depende de valores, descontos ou benefícios, mas sim de como a loja se envolve com o cliente, oferecendo materiais de qualidade.

E-BOOK



VÍDEO DE ANIMAÇÃO

Hoje esse mercado é tão grande que falta profissionais de qualidade. Mão de obra qualificada e criatividade é o que nossos clientes vão achar na prestação deste serviço pela Hyper.Jobs.

Um vídeo de animação pode ser a porta para uma série de benefícios para uma empresa. Já pensou em como comunicar para os seus funcionários que a higiene na cozinha deve ser mantida, sem se expressar de uma forma rude ou até mesmo grosseira? Os vídeos de animação são a forma ideal para comunicar esse tipo de ideia: **simples e que precisam ser fixadas por várias pessoas de várias naturezas diferentes.**

Para vender esse tipo de serviço, seja esperto. Observe o seu cliente. Veja quais funções do negócio não estão 100%. **Um vendedor perspicaz é aquele que cria a necessidade em seu cliente.** Se o seu cliente é uma padaria, que tal fazer um belo vídeo de animação para passar nas TV's da loja ensinando receitas práticas? Seja criativo e crie necessidades nos seus clientes. **Os detalhes de um negócio fazem toda diferença,** explique isso para ele.



Sim, nós sabemos disso, as pessoas quase não entram mais em sites, tudo é feito diretamente pelo Facebook. Então como vender esse serviço? Vamos lá, pois essa tarefa não é nada complicada.

Explique para o seu cliente quais os benefícios de um site, como: ter fotos fixas de um cardápio, depoimentos organizados de clientes, informações relevantes e principalmente um blog.

Hoje o Facebook se tornou a porta de entrada para várias informações. Explique para o seu cliente que ter um blog é a chance de você chamar várias pessoas para conhecer seu serviço e seu site. **Sites passam mais credibilidade do que um Facebook**, mostra que a empresa está institucionalizada, que ela tem um endereço e não vai fugir ou desaparecer se acaso alguma coisa der errado.



PROGRAMAÇÃO WEB

DESIGN PARA FACEBOOK E INSTAGRAM

Hoje todo mundo quer ser profissional no Facebook e Instagram... mas poucos conseguem. Ofereça isso para o seu cliente. Mostre para ele que o Facebook dele tem diversos defeitos, aponte com cautela, educação e principalmente mostrando que você entende do assunto.

Esse tipo de serviço é sem dúvida um dos mais requisitados. Demonstre, com exemplos, como um Facebook e Instagram profissionais geram mais curtidas ou vendas.

Diga para ele que esse é o primeiro passo para o profissionalismo. Defenda a ideia de um bom design para demonstrar grandes ideias.

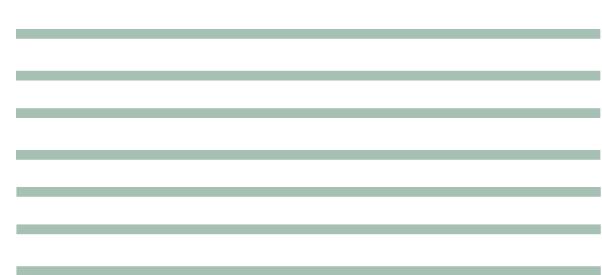


CONTRATO DE LOCAÇÃO

Este serviço muitas pessoas precisam e poucas pedem ajuda para um profissional da área. Todos os dias milhares de apartamentos são alugados no Brasil diretamente com os donos, e a maioria deles o contrato de locação têm falhas que depois acarretam em problemas para inquilino e proprietário. Explique isso para o seu cliente, faça ele ser precavido e não cair no erro de assinar um contrato que irá lhe prejudicar no futuro.



Sign



Plano de proteção Auto/Moto

Plano de Proteção Informática Especial

Plano Proteção Pessoal

Plano Proteção Pet

Plano Proteção Residencial

Plano Proteção Saúde

Plano Proteção Total

RENDIMENTOS MENSAIS

Existem aquelas pessoas que preferem ter uma certa segurança na hora de entrar em um novo negócio. Se você é uma delas e está pensando que pode oscilar muito sua renda sendo um revendedor da Hyper.Jobs, vamos te apresentar agora uma solução.

Nosso catálogo é extremamente diversificado, e dentre os nossos serviços existem aqueles que tem rendimento mensal. Sim, você pode vender um plano para o seu cliente e lucrar mensalmente com ele até o fim da adesão. E se engana quem pensa que a variedade de serviços neste segmento de rendimento mensais são poucos, pelo contrário, hoje temos vários planos que vão desde segurança auto, até HelpDesk para o seu computador. Dê uma olhada agora em todos os nossos planos e se beneficie dessa oportunidade de ter rendimentos mensais fixos com a venda dos nossos serviços.

BOAS VENDAS!

Este e-book é um guia prático para você que pretende iniciar a carreira no mundo das vendas. A dica final é se inteirar ao máximo dos serviços disponíveis pelo nosso catálogo. Entenda sua cidade e sua região, conquiste seus clientes e tenha sempre prazer em oferecer os serviços da Hyper.-Jobs. Vamos ser seus melhores amigos para conquistar sua independência financeira.

