

PROFISSÃO SOCIAL MEDIA

AULÃO #001 SOCIAL MEDIA DE ELITE

PROFISSÃO SOCIAL MEDIA

VALTER AZEVEDO

Além de ser uma profissão extremamente em alta, social media é aquela que lhe possibilita as mais diversas formas de liberdade além da financeira quando você aprende e trabalha com inteligência estratégica, porém, como toda profissão ela também tem suas dificuldades e desafios que serão vencidos antes mesmo que cheguem até você caso aplique tudo o que lhe ensino e oriento no meu treinamento Social Media de Elite 2.0.

Estou entregando o ouro nesta aula pra que você se sinta seguro desde o primeiro momento da sua carreira.

Bons Estudos!

VALTER AZEVEDO

Você é o maior responsável pelo seu sucesso, a proposta do Curso Social Media de Elite 2.0 é facilitar o seu caminho mas é você quem precisa caminhar, um pouco do que você vai aprender nesta aula:

Principais Ferramentas

- Estratégia de Prospecção para faturar alto
- Construção do Funil de Vendas
- Encontrando o Cliente Certo
- Formas de Abordagem que o Valter usa
- Estratégias para Não Perder Venda.
- Como Construir uma Proposta
- Melhores Apps e Extensões para Social Média
- Desafio Social Media de Elite

CONSTRUIR FUNIL É NAMORO!

Um funil de vendas é onde você consegue preparar a pessoa desde o momento que ela te conhece, desde o momento que ela te encontra até que ela possa realmente comprar de você.

Ninguém vai confiar de comprar nada que seja muito caro de você assim logo de entrada!

Digamos que você vá começar a namorar, se relacionar com alguém, e, você até acha, você até pensa que se você chegar de vez na pessoa e falar, ô, e aí vamos ficar, vamos sair? O que vai acontecer? É óbvio que ela vai te dar um chega pra lá, vai falar que num é assim, não vai te dar confiança já de cara no primeiro instante, é preciso todo um amadurecimento, é preciso toda uma relação, primeiro você vai precisar conversar, falar sobre a sua vida, gerar uma certa empatia, o mesmo acontece com seu cliente, não adianta você pensar que vai fechar um contrato de social media de 20 mil reais da noite pro dia, não é assim que funciona.

Não seja o desesperado que quer empurrar um contrato pro seu cliente fazendo ele assinar toda uma papelada e acabou, fazer 3 posts por semana e isso vai ser suficiente, não, não é suficiente, isso era antes, agora VOCÊ É ELITE!

Funil é pra que o cliente ele comece a sentir uma confiança em você, você deve atraí-lo com produtos de entrada e não focar em grandes contratos ainda.

Produtos de entrada que custam até 100 reais um Fly de evento para quem trabalha mais com o design, uma estratégia pontual de sorteio ou alguma coisa nesse tipo no instagram dependendo do nicho, cartões interativos, etc

Depois de vender os primeiros produtos de entrada vá evoluindo para **produtos mais médios que custam aí entre 300 a 600 reais**, esses produtos de 300 a 600 reais nós chamamos de packs de conteúdo, os packs de conteúdo nada mais são do que você fechar algo paliativo caso o cliente ainda não tenha dinheiro para fechar um contrato maior ou ainda não tenha total confiança no seu trabalho.

< CUIDADO! >

Não se apaixone por cliente e feche um contrato de 600 reais apenas porque queria muito atender ou teve pena, não vá se prender a uma responsabilidade imensa sem receber o justo, isso não vai funcionar, o seu cliente vai entrar com uma expectativa muito alta, elevadíssima, gigantesca pelo teu serviço, Você não vai conseguir prestar um serviço com excelência, e aí vai acontecer aquele movimento de 3 meses, se você já atende como social media, isso já deve ter acontecido com você, 3 meses é o tempo máximo de um cliente ficar com você, e isso acontece, se dá exatamente porque, ele não entendeu ainda o valor que o teu produto tem e nem a importância que social media tem, ele simplesmente, procurou os teus serviços porque algum amigo, parente, esposa, irmão, chegou e falou, 'cara você tem que investir em rede social, vai com tudo, você tem que investir em rede social', e esse é o grande problema, ele não tá pronto pra esse período,

QUANDO O CLIENTE NÃO ESTÁ PREPARADO, PERCO A VENDA?

Claro que não!

Você pode oferecer packs de conteúdo onde você entrega 12 postagens cobrando 600 reais e o cliente mesmo posta ou você pode combinar de agendar as postagens pra ele cobrando a mais por isso.

Ferramenta para agendar posts: Ettus ou Studio de Criação do Facebook

Após vender os packs de conteúdo que custam ali entre 300 e 600 reais, você deve preparar, gerar desejo para que o cliente adquira produtos mais caros.

Produtos de 1000 à 2000 reais - Gestão parcial de rede social onde você já tem uma responsabilidade maior com um contrato mensal, você entrega relatórios, anúncios, você entrega mais pro seu cliente e consequentemente ele vai tendo mais resultado e gerando mais confiança para comprar mais de você produtos ainda mais caros.

O que entregar numa gestão completa que custa mais de 3 mil reais?

Numa gestão completa da rede social o social media fica responsável por criação de campanha publicitária pra rede social, nem todo social media obviamente é publicitário mas é preciso que ele entenda o que é essa campanha publicitária porque? Porque isso precisa estar ligado diretamente ao objetivo de marketing da empresa, geralmente eles vão te dar esse norte. Exemplo:

Você fecha um contrato ali no período do fim do ano, quando chega o natal você vai tá de frente com as campanhas de natal e ano novo e isto é completamente aceitável, normal, certo? Então você faz essa gestão publicitária também, você gera materiais como, fotografias reais, uma das coisas que mais trava um social media pra que ele não consiga fechar contratos grandes é exatamente isso, você não produz o material, você quer trabalhar com o banco de imagens, ficar sentado da tua casa e se isso acontecer você deverá se contentar em receber apenas 600 reais, não é assim que funciona, a partir do momento que você se levanta e vai pro mundo de verdade o mundo real pra poder gerenciar as mídias sociais de uma empresa, aí você entra em um outro patamar, quando falo sobre humanização, como você deve humanizar uma rede social, não tô falando sobre postar foto real, foto de pessoa, isso não é humanizar, humanizar é fazer com que a marca seja, tenha uma personalidade, uma pessoa, uma amiga entregando tanta coisa positiva e tanta coisa necessária que vai fazer com que a audiência encare a marca como uma amiga de verdade, um amigo, entende?

Além disso você vai fazer gestão de anúncios, gestão de google ads, enfim, quando você começa a entregar a mais, começa a entender, não se contenta em ser a pessoa que faz post pro instagram, que faz post pro facebook apenas., aí você vai conseguir cobrar cada vez mais.

o google hoje é o principal mecanismo de busca, se você não anuncia lá, se você não compra a palavra-chave, se você não tá presente lá, não tem como, infelizmente, não tem como, nem tudo é só lábia, você pode ser um bom negociador, fazer toda a negociação conseguir fechar um contrato com mas não vai durar mais de que três meses,

Para manter um cliente por muito tempo você vai precisar entregar muito. Você precisa fazer gestão de conteúdo inteligente e estratégica, visita a empresa pra fazer fotos de detalhes com toques clínicos bem cirúrgicos que vão fazer total diferença. anúncios.

Você deve fazer a gestão de rede social de forma mais aprofundada estratégica. Trabalhar copy, gestão de instagram ads, investir em google. **Faça esse exercício comigo, pense como o dono da empresa, você pagaria pra uma pessoa simplesmente postar na rede social? Você pagaria pra alguém simplesmente entrar na rede social lá, fazer postagem, impulsionar uma publicação ou outra? Porque o seu cliente deve pagar pra você? Porque ele te contrataria? Qual o seu diferencial?**

Estratégia na rede social check

Você tem feito sac? Tem respondido as perguntas mais frequentes do teu banco de dados? Sabe quais são essas perguntas? Você tem feito, anúncios? Seu pixel tá instalado? Tá levando tráfego pra um site? Você consegue fazer remarketing? Quantos públicos personalizados você fez este mês? Você tá movendo tráfego pras pessoas que mais interagem com as publicações do seu cliente? Você está captando leads? Tá trazendo pessoas pra poder fazer contato direto através do whatsapp business?

Percebe a quantidade de coisa que dá pra você fazer? Isso sim é você juntar um grande pacote de gestão de mídias sociais, um pacote forte que eu digo, um pacote extremamente útil onde você vai conseguir de uma forma clara, entregar muito resultado pro seu cliente.

Uma pessoa que já interagiu nos últimos 40 dias diversas vezes, assistiu um vídeo, 75% de um vídeo de venda por exemplo, um vídeo estratégico que você fez, uma pessoa que fez todo esse processo, ela está muito interessada. Exemplo, uma pessoa que fica até o final de uma live está muito interessada no seu produto, você precisa se relacionar, medir, testar a audiência sempre, o funil muda de acordo com seus acertos e erros na estratégia.

Se você move tráfego, direciona a audiência pra um canal único de comunicação de vendas como por exemplo o whatsapp business, segmenta para pessoas que mais interagiram com as publicações nos últimos 30 dias, que assistiram um vídeo estratégico até o final nos últimos x dias e move esse tráfego de interessados pra clicarem em saiba mais sobre determinado produto ou um produto em promoção, é obvio que você vai vender e seu o cliente vai ter resultado, isto é tão claro como a água!

ENCONTRANDO O SEU MELHOR CLIENTE

o seu melhor cliente é o cliente que já entende aquilo que você faz. Tem como você fechar um contrato de 3 mil reais com um cara que nunca fez gestão de rede social? Não tem como, ele não vai sentir confiança, ele não sabe que isso dá resultado, de forma alguma ele vai fechar esse contrato com você, ele pode até ser tentado pelo serviço que você oferecer mas ele não fecha, você precisa iniciar um relacionamento lembra?

Busque pessoas que já conhecem sobre produtos do marketing digital, produtos do social media e a importância dele pra fechar contrato. Entre no Google, pesquise o nicho que você tem mais afinidade em atender, é simples, vamos supor que você tem uma afinidade gigantesca em atender dentistas, você vai lá no Google e digita dentistas em Salvador, digamos que você mora em Salvador, vão aparecer um monte de anúncios e detalhe, muitos deles, estão anunciando sem estratégia alguma,. sozinhos, do jeito deles, ou contratando alguém que não é tão competente quanto você vai ser, depois que você fizer o social media de elite 2.0 .

Abordando o cliente que você pesquisou no Google:

_ Olá fulano, tudo bom?

_ Tudo!

_ Eu queria falar com a pessoa responsável pelo marketing da empresa.

Digamos que seja um consultório, a atendente vai falar:

_ Quem cuida do marketing é o próprio dono;

_ Certo! Qual o nome dele?

_ Dr. Marcos.

_ Ele tá aí?

_ Não, não tá.

_ Tudo bem, pode deixar que eu ligo depois;

Desligou o telefone certo? Certo!

Ná próxima abordagem, próxima vez que você for falar com ele o que você vai fazer? Você vai ligar e vai dizer o seguinte:

_ Alô, é da clínica X?

_ Sim

_ O dr. Marcos está?

_ Ah, quem é?

_ E o Valter

_ Ah Valter, pode deixar que eu vou chamar ele.

Se você for de alguma agência ou alguma coisa assim fale, é o Valter da agência X.

A pessoa que vai te atender, ela já vai te tratar de forma diferente, você se identificou, você passou credibilidade, você passou confiança, e é assim que você vai começar a prospectar mais clientes.

A atendente chamou o dr. Marcos e entregou pra ele, faça esta pergunta estratégica e objetiva:

_ Oi dr. Marcos tudo bom? Aqui é Valter, eu sou especialista em mídias sociais, eu dei uma olhada aqui nas suas redes sociais, no teu site, nos anúncios e vi que você tem feito alguns anúncios no google, e queria fazer algumas sugestões de melhora sem compromisso algum, que dia será que você pode me atender e a gente pode marcar uma conversa?

Abordando o cliente que você pesquisou no Instagram

Digamos que você tenha muito interesse de atender uma hamburgueria, você vai até a hamburgueria, faz uma foto, marca a hamburgueria, no seu storie, o que a hamburgueria vai fazer? Ela vai ficar grata! Por enquanto você é só um cliente, ela vai interagir contigo, vai abrir o inbox dela pra você. você envia uma mensagem de relacionamento falando algo do tipo: 'nossa, como eu amei o hambúrguer de vocês, sou apaixonado pelo produto de vocês, eu trabalho como social media, se você quiser eu posso te dar uns toques, que tal a gente se reunir, conversar (geralmente nas hamburguerias, os donos tem sim acesso ao instagram, enfim , qualquer tipo de empresa, ele tem acesso ao instagram, ele pelo menos tá com o instagram ali logado, no celular dele, e nessas tentativas uma hora sua mensagem chega até ele). Quando um cliente é atendido por uma agência você vai saber, quando é o próprio cliente que posta você vai perceber também.

Sendo abordado pelo o cliente

Uma forma de abordagem que funciona muito é a de atrair o cliente até você através da geração de conteúdo, é um movimento simples onde primeiro você atinge, os seus familiares, os seus amigos, as pessoas ao seu redor, nesse momento eles vão querer te chamar de blogueirinho, enfim, não interessa, vão querer dizer que você tá querendo virar blogueirinho, você tá virando coache, simplesmente blinde a sua mente e continue criando conteúdo. abra algumas turmas de mentoria ou consultoria individual com algumas empresas falando que você é especialista em instagram e gostaria de dar uma consultoria gratuita sem pagar nada, de meia hora com as empresas que te seguem, feche, algumas consultorias individuais, monte uma agenda, começa a falar que você tem horário x para analisar a rede social, dar sugestões, estabeleça esse contato, dê sugestões que são realmente úteis e relevantes, gere confiança e nunca perca venda, se a princípio o cliente não tem dinheiro suficiente pra poder pagar pra você, vende um pack de conteúdo pra ele, vende 12 artes e ele mesmo posta e programa, cobra 600 reais, se ele reclamar por você estar cobrando 2,500 e te oferecer 1000 diga: _Tudo bem, então que tal se a gente fechar aqui só gestão de anuncios e impulsionamento de algumas publicações e anúncios de promoção e packs de conteúdo que você mesmo publica, entendeu? Não perde venda, adapta o produto, coloque o cliente no funil, trabalhe com uma esteira de produtos. O cara não vai chegar e pagar o contrato mais caro, a não ser que seja uma indicação muito forte de autoridade capaz de furar todo esse funil, fora isso .ele vai querer começar fazendo um logo, querendo uma coisa mais barata entende, uma consultoria, enfim, é mais ou menos isso. Fez sentido pra você?

CONSTRUINDO UMA PROPOSTA IRRESISTÍVEL

Entenda como funciona uma proposta comercial e vá adaptando com seu nome ou agência:

Como o Valter pode **ajudar a sua empresa a crescer no nicho?**

Como a agência X, (nome da sua agência) ou como o Valter (seu nome) ajudará a sua empresa a crescer no mercado de hamburguerias em Brasília ? (nome da empresa que você quer atender)

Personalize essa apresentação de prospecção e use-a num momento em que você já fez todo aquele primeiro relacionamento, já mandou mensagem, trocou mensagem, entende? Depois que você começou a trocar essas mensagens, que seu possível cliente já começou a confiar um pouco mais em você, tá pronto pra você falar com você, marque uma reunião sem pretensão, deixando claro que não vai cobrar nada, seu contato será para dar algumas sugestões e melhorar o marketing da empresa.

Você vai começar a gerar desejo nele de consumir o seu produto, seja inteligente, a partir do momento que você entende isso, que você faz um contato estratégico, você consegue chegar perto e abrir espaço para vender o seu produto.

Objetivos principais do projeto: transformar a empresa numa das principais referências do mercado de hamburguerias, melhorar a segmentação do público alvo, propagar mais a marca na região ou micro regiões com raio x, anunciar em novas mídias, a empresa só tá no facebook, vamos trazer pro instagram fazer um cross channel, trabalhar o whatsapp business, fazer com que ele esteja em outros canais de comunicação que podem impulsionar os resultados e as vendas.

3

Modernizar a identidade visual pro digital, não dá pra você fazer uma capa de facebook e deixar lá durante 1 ano, tem que tá atualizando, tem que ser sazonal, tem que acompanhar, e melhorar o site para vendas, Tem que ter toda a estrutura de ceo, se você entende pelo menos o básico de ceo, ranquear bem o site, já é mais uma coisa que você pode agregar dentro de um contrato pra cobrar mais, e além disso, seu site tem que tá responsivo, site tem que ter CTA , tem que trazer conteúdo que seja relevante, tem que entregar a proposta que ele promete, logo, melhorar este site pra vendas é trazer informações que sejam relevantes pra decisão de compra do consumidor final,

Projeto principal, o que você vai entregar pra empresa contratante? Planejamento digital, marketing de conteúdo, (planejamento é um ítem, marketing de conteúdo é outro ítem, que necessita de expertise específica) conteúdo de social media que é o seu calendário, editorial, produção de banners e posts digitais, gestão de anúncios no Facebook Ads, Instagram Ads e Google Ads, produção de material fotográfico, e demais itens do projeto que você oferecer.

Quando você gera resultados e apresenta relatórios provando o que você prometeu e cumpriu, aos poucos seu cliente começa a entender que você é o maior padrão de qualidade em GRS, logo, pra uma outra agência tomar esse contrato de você no mínimo ele tem que ser tão bom quanto você e vai precisar provar que é tão bom quanto você, entregar relatórios é extremamente importante, nunca deixe de entregar relatórios.

4

Visão geral de serviços que serão oferecidos, aqui eu coloco todas as fases da jornada, start e organização, você coloca tudo o que você vai fazer nesse start e organização. Exemplo: direcionar redes sociais para o site, organizar bio, tudo o que é o star, tudo o que tá errado é o start, ou seja por onde você tem que começar.

Ps. para entender melhor as fases da entrega consulte Checklist de Elite

5

Conversão

Criar uma landing page para captação ou criar uma página de captação dentro do seu site, isso é extremamente importante.

6

Relacionamento

Respostas direct e comentários, email marketing quinzenal,

IMPORTANTE: 3 palminhas não é resposta, se você só manda emoji não é resposta, isso é um relacionamento extremamente frio, traga essa pessoa pra mais perto de você, comece a puxar uma conversa, dá atenção, comece a dialogar, isso vai aumentar o engajamento pois a pessoa vai vir e responder novamente, é o mínimo que você pode fazer

7

Venda

Anúncios diretamente no Google, (a pessoa que tá buscando o produto no google já navegou por diversos sites, ela já viu, já comparou preços, fez o que precisava fazer e agora ela tá querendo comprar, quando você anuncia no Google geralmente é fundo de funil) com uma proposta direta, clara e objetiva e alinhada com o departamento de marketing da empresa para que as pessoas sejam bem tratadas e a entrega do produto seja feita da melhor forma possível.

8

Retenção ou pos venda

Pesquisa de satisfação pra saber se o produto atendeu as expectativas,

9

Ferramentas que serão utilizadas,

Falar pro cliente que você tem custos com ferramentas, profissionais, equipe,

Nota: para fazer análises relatórios mensais utilize a ferramenta dashgo, ela gera relatórios extremamente aprofundados, e indica quais as hashtags que mais engajam no perfil, canal principal para tráfego etc.

10

Cronograma de ação, quando vai entregar cada ítem, de forma organizada e estratégica.

**Dialogue com seu cliente, explique
Idéias de Campanha Publicitária, Slogan,
Proposta de Identidade Visual (Coloca em mocup)
Fale as estratégias que tem preparado pra empresa dele,**

11

Investimento

Você também pode fazer anuncio no google pra atrair empresas
Para proposta apresentada o investimento seria de 5 mil reais cuja empresa que foi encontrada no Google

Distribuição do valor:

Ferramentas R\$ 1.300,00, banco de imagem R\$ 200,00, Plataformas R\$ 700,00 (ferramentas de automação de marketing), além dos 5 mil sugeri um investimento de R\$ 1.500,00 em mídias, dividindo da seguinte forma: R\$ 700,00 Google, R\$ 400,00 Facebook Ads, R\$ 300,00 Instagram ads, R\$ 100,00 Linkedin,

nota: a maioria no Google porque o business desse cliente é de pessoas buscando soluções.

Independente do preço que você cobre, se você traz resultado o cliente está disposto a pagar, quando você sente confiança, você encontra o seu cliente certo e faz a prospecção certa a mágica acontece!

O que entregar num contrato de no mínimo de R\$ 1.500,00 ?

* Gestão de anúncios Facebook, Instagram e Google Ads (o valor do anuncio não está incluso no seu pagamento e caso os anuncios sejam acima de 1000 reais o seu contrato também deve aumentar, logo não será mais de R\$ 1500).

* Calendário de conteúdo,

* Planejamento estratégico, Onde eu quero chegar? Como eu vou fazer pra chegar? Quais são as metas que eu quero entregar pro meu cliente? Qual o KPI principal que o cliente quer? Que ele considera como resultado? Venda? Qual a meta de venda mensal?

* Direção de arte e design, posts, publicações, produção de material

* Relatórios

Ps. Caso o cliente não consiga pagar 1500 reais você está buscando o cliente errado

Exemplo: Churrascaria do Zezinho não tem dinheiro pra investir em mídias digitais, faça, venda, pacote de postagem. **Não abaixa o preço pra subir depois, o cliente que te paga 500 paga 3000 pra outro mas não aumenta o seu.**

Só vende quem age, você é vendedor e o teu produto é você!

DESAFIO SEMANAL SOCIAL MEDIA DE ELITE

Peça indicação de 10 Possíveis clientes (pedir pra família, amigos, quem for)

Ligue para 5 indicados, insista, converse, tente, não desista.

Apresente proposta pra 2 possíveis clientes de no mínimo 1500 reais cada

Um cliente nunca fecha imediatamente, após duas 3 semanas ele fecha porque ele precisa, não chega em gente sem noção que não aguenta pagar,

Quanto mais você fizer propostas mais clientes você vai fechar !

ROTINA DIÁRIA DE UM SOCIAL MEDIA

- * Verificar os posts do dia anterior, se saiu sem erros
- * Analisar as métricas de alcance para tomada de decisão, saber se o conteúdo ta agradando a audiência
- * Verificar os impulsionamentos do post do dia anterior , foram impulsionados? Precisam ser impulsionados? Como estão as minhas campanhas de tráfego, tem alguma campanha de visita ao local? Tá rodando? Tá com a programação certa? Tá gastando o valor que eu esperava?
- * Verificar se os posts agendados do dia estão ok, entrar na plataforma (ettus)
- * Curadoria de conteúdo.
- * Verificar as tarefas do dia anterior se faltou alguma coisa pra ser entregue
- * Responder as mensagens no inbox
- * Responder comentários
- * Conteúdos em aprovação pendente com o cliente
- * Verificar menções no Instagram e Facebook, compartilhar no storie
- * Interagir com perfis de instagram de top players, curtir comentar empresas relacionadas
- * Verificar o calendário de publicações
- * Fazer técnica do vampiro no Facebook, entrar nos Ads e convidar as pessoas que curtiram as publicações pra curtir a página, há uma extensão do chrome que faz isso , TFF
- * Mandar mensagem para 3 possíveis clientes de prospecção

Extensões importantes:

UPFLUENCE - verificar pixel do facebook e de verificação de tags no google

USELOOM - serve pra gravar tela

O que me move é transformar a vida de vocês, sabe qual é o meu sonho, o meu maior sonho? Colecionar histórias, SUAS histórias de sucesso!

Nós somos a elite do mercado de Social Media

Valter Azevedo