

# Aula 17/01 - Quanto cobrar

Boa tarde maravilhosas, tudo bem? A aula de hoje é sobre precificação, então **a gente vai aprender a cobrar da forma correta**, tá bom? Se você está vendo essa aula gravada e tiver qualquer dúvida, deixe nos comentários, manda no direct ou um whatsapp tá, por onde você preferir, pra você não ficar com dúvida e o principal, **colocar em prática**, tá, sempre no final da aula tem os desafios. A última aula foi de identidade visual, teve desafio, essa aula também vai ter, então sempre coloque em prática, tá bom?

Então vamos lá.

Lembrando o assunto da aula 3, tá. Então vamos começar lembrando. **O que um social media pode fazer?** A gente viu vários tipos de serviços, viu que o social media não é fazedora de posts, viu que não é só gerenciamento também, então são os dois extremos né, ou a pessoa quer que você só faz um post lá rapidinho e posta ou então ela quer que você tome conta de tudo, mas social media não é isso, né, social media faz a parte da estratégia.

Então isso pode ser através de um **pacote de artes com legendas** como eu faço, o **gerenciamento** também pode ser, tá, não é errado fazer gerenciamento, só tem que precificar direitinho, tá? E além disso também tem outras opções de **serviços avulsos**, linha editorial, calendário de posts, análise de perfil, bio, legenda, artes avulsas, enfim, dúvidas pontuais que é muito bom pra quem tá começando e também é bom para o cliente que não tem uma verba muito alta pra investir, mas que isso já vai ajudar muito ele.

Por exemplo, o calendário de posts ele já vai saber o que postar no mês inteiro e vai ser por um valor mais baixo. Depois no final da aula tem uma tabela de preço para cada estágio, tá, da sua experiência se você é iniciante, intermediário ou já é avançada, tá? Então vai ter uma tabelinha justamente para você saber como cobrar, tá bom? Por cada tipo de serviço.

*E quais desses serviços você incluiu na sua esteira? Eu quero saber, me conta aqui nos comentários, tá, para eu saber como que tá aí a sua esteira de produtos, o que você tá oferecendo, o que você tá praticando, tá, o que as pessoas estão mais te pedindo, porque cada uma de nós vai atrair um tipo de cliente né e vai ter um produto que vende mais. Então quero saber de você o que que tá vendendo por aí, tá?*

E também outra coisa para levar em conta, **você precisou investir para começar?** Então na aula 2, lembra que a gente fez o planejamento? Então o que você precisou comprar, quanto você gasta por mês, quanto que é um bom faturamento para sua realidade, tá, então toda **essa parte de planejamento volta aqui agora pra você precificar os seus serviços**, tá bom?

Se você precisou comprar um computador, um celular, faz essas contas para ver mais ou menos quanto você precisa para pelo menos empatar essa conta, tá bom? Então vamos supor... *ah eu vendi... vendi não, gastei R\$5.000,00 para começar como social media, não tinha um celular, não tinha um computador, enfim, aí eu comprei gastei R\$5.000,00, então*

quanto você precisa cobrar, quantos pacotes você precisa vender para empatar né, pra chegar no zero a zero e faturar os R\$5.000,00?

Então **essa etapa de planejamento é muito importante**, tá? E é essencial como eu falo aqui óh, para alinhar o seu preço com a sua disponibilidade de horários também. Porque por exemplo, eu coloquei aqui até o exemplo de R\$5.000,00 que eu falei agora, de custos todo mês vamos supor que você tem R\$5.000,00, tá? O pacote custa R\$200,00, então **quantos clientes você precisa atender, quantos pacotes você precisa vender** para atender, para chegar nesses R\$5.000,00, né, 25 clientes, certo? Para atingir esses R\$5.000,00 mensais.

Você consegue atender todos esses clientes? Você tem disponibilidade de horário para 25 clientes? É bastante trabalho, principalmente se você faz as artes também. Então **tem que alinhar as expectativas com a realidade**, tá? Então.. *Ai Carol eu não tenho disponibilidade para 25 clientes agora, tenho filho ou sou mãe solteira, enfim, eu tenho que cuidar da casa, eu tenho vários compromissos ou então ainda tô na CLT. Então eu não tenho disponibilidade para atender tudo isso de cliente.*

Então vai ajustando, o quanto você precisa ter com o preço do seu pacote e com a sua disponibilidade de horário, faz as contas, quantos clientes você consegue atender. Lembra que eu dei a dica de cronometrar quanto tempo você demora? Então quando você cronometra, você sabe quanto tempo você demora em cada arte, em cada texto, tá, então isso é muito importante também saber, quanto tempo você demora.

Eu acho que uma média boa, assim com prática, tá? **No começo uma meia hora tá ótimo**. Se demorar um pouquinho mais, tá bom. **E com a prática, 15, 20 minutos** você consegue fazer um texto, tá? E a arte eu acredito que também é por volta de meia hora, mas depende muito da complexidade, né, se é aquelas artes mais complicadas, se tem um carrossel infinito, então a arte varia um pouco mais que o texto, tá? Mas sempre vê quantos clientes você consegue atender justamente para você não se frustrar e falar... *ah eu preciso de R\$5.000,00*, tá, mas isso é viável hoje? Se não, você começa com uma meta de R\$2.000,00, tá ótimo também, né?

Tudo tem um começo. No meu primeiro mês como social media, janeiro e fevereiro eu faturei R\$438,00. Então assim, se você conseguir faturar R\$2.000,00, você tá muito avançada, tá? Então fica tranquila que tem que começar, né, começar de baixo sempre pra ir crescendo.

Então **como que eu defini o meu preço**? Pesquisando serviços parecidos. Não tem nenhuma estratégia mágica, nenhuma fórmula, nada. E uma sugestão que eu dou é você fazer orçamento com outras sociais medias. Vai lá como se fosse cliente e pergunta, fala... *Oi, tudo bem? Quer saber mais sobre o pacote instagram*. Por exemplo, que é o meu pacote.

E aí você vê o que ela te manda, você pode até se inspirar no texto. Eu tenho aqui o meu texto também, eu vou mandar para vocês a descrição do pacote, tá? Para quando o cliente te pedir um orçamento você já envia esse texto com as informações pra não ficar nenhuma

dúvida. Normalmente todas as dúvidas do cliente já estão ali naquele texto bem completo, tá? E aí você pede orçamento para outras sociais medias e vê um serviço parecido.

Quando eu comecei eu não achei nenhuma social media que fornecesse só o texto, tá, era sempre o pacote de arte com texto, fora a linha editorial e calendário de posts, tá, essa parte era igual, mas elas tinham a arte também. Então o preço que eu vi na época que foi janeiro do ano passado em 2021, foi de **R\$347,00 com 12 posts**, tá?

Como meu pacote não tinha as artes e eu estava começando, eu não sabia nada, de nada, de nada. Eu comecei assim na cara e na coragem, na cara de pau, tá? Eu fui aprendendo muito na prática. Eu aprendia, colocava em prática, fui pegando cliente, o cliente falava... *ah sabe fazer tal coisa? Sei*, ia lá aprendia e fazia, tá?

Então eu cobre **R\$197,00 por 16 posts**. Então perceba, eu coloquei 4 posts a mais pra ser um diferencial já, eu falei... *ah então vou oferecer mais posts, né? E por um preço super abaixo do mercado*. Então, eu nunca fiz as artes, né, como eu coloquei aqui entre parênteses para ressaltar. Então era **R\$197,00 por 16 textos**, tá? Então foi o preço que eu cobre.

E é o que eu falo, você sempre vai aprender no caminho, quando você começar a vender se você vender você fala... *ah acertei o preço ou não, tô tendo muito trabalho, não tô ganhando suficiente, errei o preço, cobre muito barato*. Você vai ajustando, tá? Então não se preocupe. Essa foi a forma que eu defini e recomendo que vocês façam uma pesquisa de mercado e eu já fiz pra vocês e vou colocar aqui no final dos slides tem uma tabelinha, tá?

Então, quando aumentar? *Deixa eu tomar um golinho de água*.

### **Quando aumentar o preço?**

Eu, **conforme eu fui pegando mais clientes, eu fui aumentando o preço**. Só que eu ia fazendo **pesca em balde** toda semana, toda semana, toda semana, até que viralizou, né? Um dos textos funcionou. Aí conforme eu fui pegando mais clientes eu fui aumentando, então deixa eu voltar lá pro começo, né, antes da pesca em balde viralizar.

Eu estava com a agenda lotada mas eu tinha 7 clientes na minha agenda lotada, sempre brinco né, agenda lotada pode ser 2 clientes e é verdade, porque como eu falei lá no começo depende da quantidade de horas que você tem disponível. Na época que eu comecei eu estava estudando em período integral lá no Canadá, então assim, eu só tinha depois da aula algumas horinhas pra me dedicar aos clientes e um pouquinho antes da aula também eu dava ali uma pesquisada em como melhorar.

Eu também tinha que estudar porque eu ainda não sabia definir persona, não sabia funil de vendas, eu tava com cliente, eu tinha 7 clientes, né, nessa época e eu não sabia tudo que eu sei hoje, né, claro que eu ainda tenho muito pra aprender, mas naquela época eu sabia bem menos do que eu sei hoje, então eu tinha que estudar bastante, né, então eu tava com a agenda lotada com 7 clientes aí eu subi R\$20,00 super aumento né, de **R\$197,00 pra R\$217,00**.

E aí como eu falei da pesca em balde, toda semana eu ia fazendo pesca em balde, pesca em balde, até que viralizou e eu dei muita sorte que viralizou no mês, foi maio, no mês que eu ia começar o projeto final do curso, então eu ia ter mais horas disponíveis. Eu não ia ter aula em período integral, eu ia ter que só cumprir as atividades do projeto e eu sempre fui meio nerd assim na escola, sabe? Então eu falei... *Não, o projeto eu consigo fazer rápido, eu não preciso estar lá presente 8 horas por dia na escola, né, eu posso fazer rápido no final de semana de noite eu conseguia com os horários mais flexíveis.*

Então eu dei muita sorte que **meu post viralizou nessa época**. Então eu já tinha um pouquinho mais de horário disponível, mas eu nunca tinha atendido 20 clientes. Quando eu vi esse número, eu falei... *meu Deus*. Eu joguei um prazo assim, super longo, foi mais de um mês pra eu entregar esses clientes porque eu tava com medo de não conseguir, então eu coloquei bem espaçado. Eu tinha, sei lá, 2,3 clientes por dia. Então eu não coloquei muitos no mesmo dia. Eu conseguiria atender mais, mas eu não sabia, né, minha capacidade de atendimento.

Então eu coloquei espaçado, eu **sugiro que vocês façam o mesmo**, tá, quando você ainda não tem certeza se você consegue atender por exemplo 10 clientes, coloca 1 por dia, tá, pra você não se embananar, não ficar com essa pressão e também não prejudicar o seu trabalho, né, não ficar com fama de que atrasa na entrega etc. Então **é melhor dar esse espaçamento**, tá bom?

E aí quando a minha pesca viralizou foi um post justamente perguntando sobre quando aumentar o preço. Nesse dia eu passei a cobrar **R\$247,00**, eu fui lá perguntar... *Oi, eu ofereço tal serviço, será que eu devo aumentar de R\$217,00 pra R\$247,00?* Um monte de gente achou super barato e falou... *nossa, eu quero esse pacote, eu quero antes de aumentar, meu Deus*. Só que aí eu já fiz a pergunta já pensando em aumentar, sabe? Então já tava **R\$247,00** e muita gente fechou, como eu falei foi de 7 para 20 clientes, ta?

E aí foi o dia né, como eu falei foi o dia em que minha agenda lotou. Peguei aqui o print, deu bastante comentário, bastante curtida e muitos directs, muitos, muitos. Eu lembro como se fosse hoje, meu direct nunca tinha ficado tão lotado. E aí no final de agosto de 2021 eu fiz outra **pesca em balde** que viralizou né, como eu sempre falo, **é minha forma de prospectar favorita** a pesca em balde, porque é um resultado muito rápido e você demora pouquíssimo tempo para fazer o texto. Então é minha forma favorita.

E aí eu comecei a atender **28 clientes por mês**, tá, eu já tinha começado a trabalhar com o favelado investidor, comecei com ele em junho de 2021, então aí já era agosto e eu já tinha contratado o Rafael pra me ajudar com essa demanda do favelado investidor, então eu contratei ele em julho, tá? E em agosto eu tava com 28 clientes.

Então com essa nova leva eu passei a cobrar **R\$297,00**, ta? E eu também defini um bônus para os meus clientes. Isso eu vou falar um pouquinho mais pra frente, mas já é um spoiler, ta? Eu aumentei o preço mas incluí os bônus que eu sempre falo, o manual do instagram e do pacote, ta, que tá lá na aula de instagram se não me engano.

Enfim, eu **sempre ouvi que era pra aumentar o preço quando a agenda ficasse lotada**, então foi isso que eu fiz, né? Eu tava com 20 clientes, passei pra 28, tava com o favelado investidor, então assim, eu não tinha tempo nem de respirar, aí eu aumentei o preço de novo. Só que tinha um pequeno problema, a minha agenda tava lotando cada vez mais rápido, né, porque o favelado me repostou, eu coloquei que era copy do favelado na minha bio, as pessoas vinham já com essa informação e falava... *eu quero o seu serviço*. Então isso é um ótimo problema? Sim! Mas é um problema, né? Porque? Porque se eu precisava aumentar o preço a cada vez que a minha agenda estava lotada e a minha agenda lotava todos os meses eu ia ficar aumentando o preço até quando, né?

Isso a gente tava em agosto ainda, em setembro eu ia aumentar pra quanto? Depois outubro, novembro, dezembro, né? Ficaria impraticável o preço, não ia dar pra aumentar todos os meses, eu ia chegar a um pacote de social media com 16 posts, porque eu nunca mudei a quantidade do pacote, a não ser que o cliente pedisse, né? Ele é personalizável, mas ia ficar insustentável com esse aumento.

Então eu tava com essa dúvida, aí o que eu fiz? Eu voltei lá no post que eu tinha feito sobre aumento de preço, lembra? Óh, esse post aqui, tinha vários comentários me ajudando. Então um cliente até fez essa observação, ele falou... *Carol o preço tá aumentando com muita frequência*. E aí eu comecei a pensar... *é verdade*, né? Então eu voltei lá no post, eu li com mais carinho, com mais atenção o comentário do **Camilo Coutinho**, que é expert em youtube é do ONM também.

Ele comentou no meu post me ajudando, um amor de pessoa. **Ele falava que era falta de profissionalismo aumentar todo mês**, então ficaria sendo falta de planejamento e era exatamente isso que estava acontecendo e que ficou nítido para o meu cliente, né, que fez essa observação. Então o que eu escrevi aqui óh. Não aumente o preço quando a agenda estiver lotada, justamente por isso, porque parece falta de profissionalismo e porque uma hora você não vai conseguir subir mais o preço.

Se é consulta médica talvez consiga, né, tem médicos que cobram R\$5.000,00 uma consulta, tudo bem, mas um serviço de social media eu não acho que dá pra chegar nesse valor, tá? Pelo mesmo pacote. A não ser que você vá incluindo bônus, mas assim, não é uma coisa que dá pra aumentar assim como dá pra aumentar preço de consulta. Eu acho que o pessoal fala muito isso... *ah aumenta quando a agenda lotar*, mas não é pra toda profissão que funciona.

Eu, na minha experiência, percebi que para social media não funciona, tá? Então eu não recomendo que você aumente o preço quando a sua agenda lotar, porque se Deus quiser, vai lotar muito, muito rápido todo mês vai ter mais cliente. Então você não consegue aumentar o preço todo mês.

Então exatamente isso que o Camilo falou, parece falta de planejamento e acaba que é né? Porque você não planejou que você vai ter tantos clientes, então você acaba subindo o preço e aí você faz um filtro e acaba tendo menos clientes. Enfim, e aí fica essa bola de neve. Então não aumente o preço quando sua agenda lotar, tá bom?

E outra frase desse comentário... *Deixa eu tomar uma aguinha de novo*.

Me marcou quando eu li, fui lá ler de novo o comentário, me marcou muito essa frase eu levo comigo até hoje, ele falou assim... *Para fechar, cuidado com a ganância, ela pode ser um fator de derrubada da sua empresa.* Ele fechou o comentário assim, eu falei... *meu Deus é verdade, né, a gente quer ganhar cada vez mais, só que a gente acaba esquecendo do cliente.* A gente tá ajudando o cliente com esse aumento de preço? Não! Porque o serviço continua sendo o mesmo, né? Então acaba sendo ganancioso da nossa parte só aumentar porque... ah agora eu sou famosa, né, tô aumentando o preço. Não é bem assim que funciona, pelo menos na nossa profissão, né.

Lembra que eu sempre tô falando para profissão de social media, se você é influencer, se seu cliente é médico, ele aumenta assim tudo bem então, talvez na profissão dele funcione, mas aqui no mercado de social media eu vejo que isso não é uma boa estratégia, ta? Então não aumente por aumentar e nem porque a sua agenda lotou.

Eu incluí dois bônus, né, justamente para justificar o aumento e eu decidi manter o preço, óh eu coloquei aqui, ta disponível na aula do módulo 6, tá bom? Para justificar o aumento de preço, incluí esses dois bônus, né, que estão lá, que estão anexos no módulo 6 e eu decidi manter o preço em **R\$297,00**, falei... *eu vou parar de subir independente se eu tiver 30, 35, 40 clientes*, que foi o que aconteceu no final do ano, eu vou manter o preço de **R\$297,00**, ta? Até o final do ano.

E aí qual que eu decidi que foi a melhor forma de aumentar o preço, né, de novo, eu fui lá ler os comentários do post com mais atenção agora que realmente a minha agenda tava lotando muito rápido e aí eu vi que muitas pessoas estavam sugerindo **reajustes anuais**, que é um reajuste, não é um aumento, né, porque os preços são reajustados, tem inflação toda essa história, né, que o pessoal de finanças pode falar melhor que eu.

E aí eu **aumentei somente para cliente novo**. Então eu decidi adotar essa estratégia e percebi que funciona super bem, ta? Então fiz um reajuste de preço agora em janeiro de 2022, foi de **R\$297,00** para **R\$347,00**, mas só para novo cliente. Então os clientes antigos ficam super felizes, isso é um incentivo pra quem já é cliente continuar cliente porque se ele encerrar o contrato depois quiser voltar, ele é um cliente novo, vai pagar R\$347,00, certo? O preço reajustado, mas também é uma forma de agradecer, né, é uma forma de agradecer mesmo não tem outra palavra, né.

Quem tá com você desde sempre, quem acreditou no seu trabalho e quem dá, né, o próprio dinheiro, quem confia o dinheiro a você. Então é uma forma de agradecer quem já é seu cliente, tá bom? Então pra mim essa é a melhor forma de aumentar o preço, eu fiz isso e tô vendo que funciona super bem. Não recomendo novamente, reforçando, que você aumente o preço quando a sua agenda lota, tá?

Eu vi que no mercado de social media isso não funciona. E outra coisa, não tenha medo de cobrar, ta, a gente fica insegura no começo, eu também fico até hoje, isso é um frio na barriga que não passa, mas não tenha medo, eu fiquei pensando... *ai será que as pessoas vão pagar R\$347,00?* Sim! Eu já tive vários clientes novos esse ano que pagaram o preço novo e ninguém esperneou, ninguém reclamou, tá tudo certo, justamente porque vai ser o próximo tópico, de percepção de valor, tá, mas vamos focar aqui no medo de cobrar.

A gente precisa lembrar uma coisa, **o cliente precisa do nosso serviço**, a gente tá vendendo uma coisa que ele precisa, então é uma troca, como a Ju Fanzeres fala **é um egoísmo a gente não vender, não oferecer a nossa ajuda**, porque o nosso produto ajuda o cliente, a gente resolve um problema dele.

Então ele não tem tempo de postar, ele não tem criatividade pra procurar posts, ele não sabe exatamente o que é funil de vendas, então você tá resolvendo um problema muito grande dele que ele ia levar muito tempo pra conseguir resolver sozinho, né, que não ia conseguir focar no próprio negócio, enfim, ia ser todo aquele problema de falta de tempo, falta de planejamento, ne, postar só por postar, então a gente tá ajudando esse cliente, sempre lembre-se disso, tá bom?

Então, **não tenha vergonha de vender**, tá, porque você tá ajudando esse cliente. E no começo, se ajudar, cobra um pouquinho menos, ta, faz lá o orçamento com as outras sociais medias, se baseia aqui na minha tabela, se você acha que... *ai Carol ainda não quero cobrar isso*, então cobra um pouquinho menos, tá? Tá tudo bem. Depois você sobre o preço. Subir o preço sempre é possível. Mas eu **não recomendo que você comece de graça**, tá, porque **poucas pessoas vão valorizar um serviço gratuito**.

Quando você fala que vai começar a cobrar a pessoa talvez não queira pagar e aí você desperdiçou um super tempo, se dedicou aquela pessoa e acabou não tendo retorno. Então eu não recomendo começar de graça, ta? A não ser que seja... *ah meu pai tem uma loja, quero praticar e vou usar o perfil da loja do meu pai*. Ai tudo bem, tá? Mas se for pra um amigo, pra um parente mais distante, ou pra alguém da sua cidade que você sabe que tem uma empresa cobra mesmo que for um valor simbólico, ta, mais baixo que o normal, do que do mercado, mas cobra alguma coisa pra ele saber que aquilo é um trabalho, ta?

E aqui a tabela que eu falei, então eu coloquei **social media iniciante**, ta e todos os serviços aqui que eu sugiro, os preços, como eu falei, adapta para sua realidade, se você se sente confortável em cobrar isso ou não, tá? Mas essa é uma sugestão que eu mesma pratiquei, ta, esses preços, então eu vejo que tem demanda sim e que era um preço barato, acessível, mas que eu me sentia confortável em cobrar, então vê aí o que você sente, ta?

E depois **social media intermediária**, então depois que você já atendeu uns 20 clientes mais ou menos, você já está num nível intermediário, você já tem bastante experiência e tal, então já pode aumentar seu preço, ta? E aí quando você começa é importante lembrar isso, eu falei pra você não aumentar o preço quando você lotar a sua agenda mas quando você começa baixo no mercado você pode fazer um reajuste no mesmo ano ta? Não precisa esperar 2023 para reajustar.

Fala... *oh agora eu já tenho bastante portfólio tal, então eu vou subir meus preços, vai ter um reajuste*, então você pode fazer esse reajuste por exemplo no meio do ano, né, em junho, maio e aí você sobe o preço pra esse daqui, pra essa tabela de social media intermediária, ta bom? Sem nenhum problema.

E aqui **social media avançada**, então depois de atender uns 50 clientes eu considerei como avançada, mas aí você vê o que você sente, fala ... *ai não eu já tô craque aqui, já to*

*conseguindo fazer super rápido, to com bastante demanda, já vou cobrar o preço de avançada.* Excelente, né. Tudo depende do seu posicionamento também, a gente vai falar um pouquinho sobre isso.

Então aqui os preços a maioria aqui do avançado, como eu já atendi cento e vinte se não me engano, clientes, eu coloquei o meu preço aqui óh, social media avançada, ta? E aí tem o preço atual do pacote instagram **R\$347,00**, aqui com as artes da Bárbara **R\$603,00**, legendas ou artes avulsas. As artes dependendo acho que chegam até R\$60,00, já vi gente cobrando, ta?

Mas eu e a Bárbara a gente fica nessa média aqui de R\$25,00 a R\$30,00. Pesca em balde é o preço que eu cobro ou bio também é o mesmo valor, pacotes personalizados, daí o que você faz? Quando o cliente quer, por exemplo, 20 legendas... *ah mas meu pacote é R\$347,00, divide por 16* que aí você vai ter o **preço individual de legenda**, porque? Porque **no pacote é mais barato do que avulso**, então você não pode pegar uma legenda avulsa e fazer vezes 20, porque se não vai dar muito mais caro, ta?

Aqui dá mais ou menos R\$18,00 se não me engano, ta, R\$347,00 dividido por 16 aí esse preço eu calculo pela quantidade de posts que o cliente quer, seja menos de 16, seja mais de 16, então é só dividir pela quantidade de posts do pacote e multiplicar, ta?

E a consultoria eu cobro R\$497,00 aqui óh, mas pode ser R\$447,00, R\$497,00, alguma coisa dentro desse valor, tá bom?

Então aqui óh, sugestão de **serviços complementares**, como vocês viram aqui na tabela são os serviços principais, ne, linha editorial, calendário, pesca em balde, os serviços mais pedidos e também esses serviços avulsos, ne, vocês viram que eu não coloquei só pacote. Não. Tem linha editorial, calendário, justamente pra duas funções, para o cliente que não tem orçamento disponível para investir no pacote completo, ele quer uma coisinha mais específica, ele quer uma ajuda mas ele ainda não tem dinheiro para investir, ta?

Ou ele mesmo gosta de fazer, também tem essa opção e também pra quem ainda não tem... tem um pouquinho de vergonha né, não tem coragem digamos de cobrar o preço do pacote, tem um pouco de vergonha de fala... *ah é R\$347,00 ele vai achar caro.* Então você começa ali pela pesca em balde, oferecer uma bio, ne, uma linha editorial, que é um serviço mais pontual e por isso é mais barato, ta?

E é ótimo também pra você praticar quando você ainda não sabe escrever, tá um pouco insegura em pesquisar temas, você pode oferecer primeiro a linha editorial, reformar uma bio, ne, fazer uma análise de perfil... *oh eu aprendi que os destaques tem que ter, sei lá, tem que ter o sobre mim, tem que ter a história do cliente, tem que ter os serviços, enfim, aprendi isso daqui.*

Então eu já vou lá pra eles oferecer uma análise de perfil... *olha a gente pode melhorar tais pontos no seu perfil.* Então isso é uma ótima forma também de oferecer um serviço mais barato, tá e começa a colocar os seus aprendizados em prática.



E a sugestão de serviços complementares, né, como eu tava falando. Eu anotei aqui algumas coisas que eu vejo que os clientes pedem, tá, como eu falei pra vocês. Acho que foi na aula de instagram, lembra que eu falei? Não lembro. Eu ia começar a oferecer agendamento de posts, né, só pra quem já é cliente.

Então eu decidi adicionar... *ah não, eu coloquei nas aulas bônus, tem uma aula bônus que eu ensino agendar post, tá?* Então quem quiser saber como faz, vai lá na aula bônus, tá, de agendamento de post. A Cíntia pediu pra eu gravar, aí eu gravei.

Então eu decidi oferecer só pra quem é cliente e eu adicionei R\$100,00 no preço do pacote, aí fica a seu critério, tá, você pode dar como bônus. Eu acho legal você cobrar alguma coisinha porque é um trabalho a mais, né, que você dedica do seu tempo. Então adiciona sei lá, R\$50,00, R\$100,00, tá, pra agendar o post.

Gerenciamento completo eu vejo muita gente pedindo, né, a pessoa não quer cuidar do próprio instagram, então aí é um serviço mais caro, né, pelo que eu vejo o pessoal cobrando a partir de R\$1.700,00. Eu nunca ofereci, eu não gosto de gerenciar, ter a senha da outra pessoa, eu não gosto muito desse formato mas, né, você pode oferecer, não tem nenhum problema, tem gente que prefere, tá?

Roteiro de stories eu coloquei o mesmo preço das legendas do pacote, então uma legenda avulsa, um roteiro avulso de stories é R\$25,00 e se for no pacote eu faço ali o proporcional, assim como do pacote instagram para o feed, tá? O calendário editorial dos stories também é o mesmo preço do calendário do feed. Então vou voltar aqui pra tabelinha, aqui óh, tabelinha avançada. Calendário editorial R\$197,00. Então se for um calendário editorial para os stories o que a pessoa vai falar cada dia nos stories também é R\$197,00.

Roteiro de youtube eu cobrava o mesmo preço de legenda mas dá muito mais trabalho, tá. Então eu tô cobrando um pouquinho mais que a pesca em balde, então entre R\$50,00 a R\$70,00. Depende se a pessoa já é cliente eu cobro R\$50,00, se é um cliente novo eu cobro R\$70,00, tá?

Descrição do youtube aí é só descrever, ver o vídeo e descrever é a mesma coisa que você fazer uma pesquisa para escrever uma legenda, então eu cobre o mesmo preço de post avulso, que é R\$25,00 aqui no avançado. Então quando eu coloco aqui preço de post avulso, eu não coloquei o valor exato, justamente pra você poder consultar a tabela que você vai usar, se é avançada, intermediária ou iniciante, tá bom?

Post de blog. Eu vejo o pessoal cobrando de R\$50,00 a R\$100,00. Eu cobro R\$80,00, tá bom? Aí também fica a seu critério, mas essa é uma boa média de R\$50,00 a R\$100,00. Você também pode definir o valor de acordo com o tema, se é um tema que você domina, se é um tema que você vai precisar pesquisar muito. Então você vê aqui o valor que você quer cobrar.

E como aumentar a **percepção de valor**, né, como eu tava falando ali que preço é percepção de valor, além dos bônus também que a pessoa percebe que ela tá recebendo uma coisa a mais né, do overdelivery, também é um conceito relativo, né, de caro e barato. Por exemplo, a capinha do meu celular é muito valiosa pra mim porque ela tá protegendo ali

o meu meio de trabalho, né, se ele cair no chão ele tá protegido, a película é a mesma coisa. O preço então é baixo, né, eu paguei acho que R\$20,00 mas o valor pra mim é muito alto, ela é muito valiosa, né, então essa é a relação custo-benefício... *ah eu paguei R\$15,00 para proteger o meu celular, ótimo custo-benefício, certo?*

Agora R\$15,00 é caro? Depende. Se for comprar uma banana por R\$15,00 que é mais ou menos o preço que é no Canadá, por isso que eu coloquei esse exemplo, é super caro, né. Uma banana, imagina R\$15,00! Agora se for pra uma bolsa é super barato, né R\$15,00 aquelas bolsinhas que vende aqui no Bras de São Paulo que a gente adora é mais ou menos esse valor, então é super barato. Então é muito relativo, tá, então não fique com medo de cobrar um valor que você acha que é caro.

Porque caro e barato depende muito, tá, não existe um conceito assim absoluto... *ah isso é caro*. Depende pra quem é caro, né? O que ele oferece? Qual é o benefício que ele me traz? Então R\$300,00 por de ser caro pra uma coisa, por exemplo, pra essa taça R\$300,00 é caro, mas e para o pacote do instagram que a pessoa não vai precisar se preocupar com o que postar, ela vai receber o post completinho ali, ela só precisa postar ou programar ali no estúdio de criação. É barato, né, porque vai resolver um problema muito grande dela que é a questão de tempo, né?

Então depende muito, tá? E como que a gente aumenta essa percepção de valor? Não é só pela sua experiência, tá? Então... *ai Carol já atendi 100 clientes, a minha percepção de valor, a percepção de valor do meu pacote, ne, para o cliente, aumentou*. Sim! Mas não é só isso. Não é só a quantidade de clientes que você atendeu. Você pode aumentar sim de acordo com a sua experiência, né, como eu falei, até você chegar ali na tabela de avançado, você pode aumentar antes do início do ano, tá, do reajuste anual, porque você criou mais experiência, você tá prestando um serviço melhor, a qualidade do seu serviço melhorou, tá? Mas não é só isso.

Você também pode aumentar a percepção de valor do seu serviço fazendo um **overdelivery**, ou seja, entregando mais do que o seu cliente espera, então... *ah eu comprei uma capinha por exemplo... vamos usar um exemplo diferente, de roupa vai... eu comprei um vestido e aí ele veio com um bombom e uma cartinha a mão, com um difusor ali, um cheirinho. A percepção de valor ali é muito maior, eu percebo um cuidado ali na entrega*.

Então o overdelivery são coisas simples, tá, eu dei até aqui exemplos, sugestões de overdelivery, pra você aumentar, porque quando a pessoa recebe um produto que teve esse cuidado, um serviço, né, no nosso caso ela fala... *nossa que carinho que ela teve*, ne. Então ela se sente super bem de ter pago. Ela não achou caro, justamente porque ela recebeu mais do que ela esperava, superou as expectativas, né?

Então algumas sugestões aqui para o nosso mercado, da nossa profissão, arquivos personalizados com o nome e com a foto do cliente, as pessoas adoram receber arquivos personalizados, principalmente pela questão da foto, ela fala... *nossa eu abri vi a foto da minha família, meu Deus, adorei*. A minha primeira cliente que recebeu o novo formato de calendário que eu ensinei pra vocês, pra planejar o que vai ser postado a cada dia do mês, né. Ela falou exatamente isso... *Nossa eu amei abrir o arquivo e ver a foto da minha família ali*.

Então é uma coisa que as pessoas adoram, tá? E que causa uma impressão positiva. Fala... *Nossa, olha o cuidado que ela teve na apresentação, tá?* São coisas super simples mas que fazem a diferença. E também é muito importante que você coloque com as cores da sua empresa, tá, mesmo que você vá pegar um template no canva por exemplo, coloca com as cores da sua empresa, ou se o cliente já tiver identidade visual ou se você está responsável pela identidade visual dele, coloca as cores da empresa do cliente, tá bom? Também é super bacana.

**Bônus** que facilite a vida do cliente, como eu falei, dei a sugestão do manual do instagram e do calendário de stories, está no módulo 6 para vocês usarem, tá, fiquem a vontade. Criar um trello por exemplo, eu tenho clientes que adoram usar o trello, porque tá trabalhando comigo e com a Bárbara, então simplifica, né a entrega, então quando tem duas pessoas trabalhando, você é um designer, você é uma copywriter, o trello facilita. O cliente só acessa ali e já vê a legenda e a arte no mesmo lugar. Ele não precisa ficar com duas conversas no whatsapp ou então criar um grupo, tá?

Então isso é uma sugestão de overdelivery que é bem bacana, sempre pensando no cliente, como você pode facilitar a vida dele, tá? Templates ou textos em datas comemorativas, como eu forneci pra vocês também o template de natal e ano novo, você pode fornecer para o seu cliente. O mesmo template que eu dei pra vocês... *como que fala meu Deus*, o template do canva, né, eu dei a arte pronta para os meus clientes. Então eles também gostaram.

É um mimo a mais, sabe? Em datas comemorativas, então dia das mães, ou então...*ah o cliente é designer, quando for o dia do designer, você mandar alguma coisa especial pra ele é bem legal*, tá?

E também você pode analisar o perfil do cliente de vez em quando, entra lá e vê se ele tá postando as artes, tudo que ele postou nos stories e dá uma sugestão aí você fala... *Oi fulano tudo bem? Eu vi que está faltando uma informação nos seus destaques, vamos fazer? Olha, eu sugeri que você coloque ali a sua história, vamos deixar salvo nos destaques?* Da uma sugestão, tá?

Ou então... *Nossa muito legal o que você falou nos stories hoje vamos transformar em um post?* Ele vai ficar prestando atenção que você tá preocupada em criar um conteúdo que é direcionado justamente para o público dele e que tá alinhado com o que ele acredita, né, da forma que ele trabalha no instagram dele. Então isso é bem legal, tá?

E o que deve ser levado em conta na hora de colocar o preço?

Os gastos mensais, então por exemplo, eu pago zoom aqui, pago o canva pro, tenho imposto do MEI. Então tenho que levar tudo isso em conta para saber se eu tô tendo lucro ou não, né, porque às vezes a gente tá vendendo R\$10.000,00 o faturamento, né, todo mundo fala o faturamento, eu faturei tanto, tá, mas e de lucro? Ne, sobrou alguma coisa no final? Ou você investiu, ou você faturou por exemplo R\$10.000,00 mas investiu R\$20.000,00 em tráfego pago. Ai não tem lucro, né?

Então tem que fazer essa conta. Então aqui gastos mensais eu esqueci de colocar tráfego pago, então também tem que contabilizar isso, se você já investe em tráfego, tá? Coloca aqui nos seus gastos.

E se você trabalha de casa, eu, tá, eu Carol não colocaria os gastos que você já tem na sua casa, independente se você trabalha como social media ou não. Então por exemplo, aluguel, internet, luz, porque se não o seu pacote vai ficar com muito gasto embutido e aí acaba que você tem que cobrar um valor super alto por uma coisa que não tem a ver exatamente com o pacote, tá?

Então se você por exemplo assina um plano de internet só por causa do seu trabalho aí ok, mas é difícil né, isso acontecer. Então você já tem esses serviços, então eu não colocaria no preço do pacote porque você não está usando exclusivamente para os seus clientes, tá bom?

E **promoções**, né, a gente sempre fica com esse receita de... *ah meu Deus tá muito caro, então vou fazer uma promoção*, mas tem a hora certa de fazer a promoção, tá, nunca abaixe o preço do nada, tá, então coloca algum motivo ali. Porque você tá fazendo aquela promoção? Eu sugiro que você faça no seu aniversário ou no da empresa, tá, então... ah comemoração de 3 anos de empresa. Ai você faz uma promoção.

**Black friday** também, eu fiz o pacote instagram na black friday deu super certo, 90% dos clientes renovaram, então sugiro que vocês façam, tá? Vale muito, muito a pena. O que eu fiz? Eu coloquei o primeiro preço que foi vendido o pacote instagram R\$197,00. Então na época tava R\$297,00 então foi um desconto de R\$100,00 valia super a pena. Então muita gente renovou, tá?

E as **últimas vagas ou vagas limitadas**... *ah eu só tenho 3 vagas na minha agenda pra esse mês, tô fazendo uma promoção aqui. Mas isso tem que ser verdade* viu? Coloquei aqui um ponto de atenção. Não pode ser feito com frequência, então todo mês você só tem 3 vagas? Fica meio suspeito, né?

Além de ficar suspeito, as pessoas não acreditarem, fica previsível. Porque aí eles veem que todo mês você vai fazer uma promoção aí eles falam... *ai não vou esperar ela fazer promoção, não vou comprar no preço cheio não*. Então tem que ser uma coisa assim, inesperada e realmente quando acontecer de você ter as vagas, tá bom?

E independente do motivo, não precisa ser... *ai minha agenda está lotada*. Não! Pode ser que você realmente tá sem tempo, você é mãe de três filhos, você tá ali cuidando da casa e realmente só tem 3 vagas disponíveis. É excelente, tá? Não significa que você precisa ter 20 clientes para ter vagas limitadas. Não! Você limita vaga pelo motivo que você precisar, tá bom?

Então o que mais eu coloquei aqui? Que eu não gosto de fazer promoção em todas as datas também, porque se não fica previsível, tá, aí todo mês tem promoção, né, porque cada mês a gente consegue arrumar um feriado aqui no Brasil, então fevereiro é carnaval, janeiro agora vai ser aniversário de São Paulo pra quem é de São Paulo. Março vai ser páscoa? Ou vai ser em abril? Não sei, mas março tem dia da mulher também, né?

Ai abril tem Tiradentes que é feriado, tem páscoa às vezes, maio tem dia das mães. Então assim, todo mês tem alguma coisa. Então não é bacana você fazer todas as vezes uma promoção, tá? É melhor você dar um mimo, fornecer... *ah quem fechar no natal vai ganhar um template exclusivo ou então quem fechar na época da copa vai ganhar um carrossel da copa exclusivo, ou então agora do Big Brother.. ah você vai ganhar um arte se fechar até dia 18* por exemplo, tá?

Então **pense em alguma estratégia pra não ficar previsível e pra não ficar sempre na promoção**, tá? Então o seu preço da promoção, se você faz sempre, acaba virando seu preço normal e as pessoas não pagam o preço cheio em coisa que tá sempre na promoção, tá bom?

E lembrete aqui, escrevi um textão pra não esquecer de falar nada, ta, sobre precificação. É normal que a gente erro o preço, tá? Não se preocupe, mas é muito importante que a gente comece, não fica pensando... *ai meu Deus, mas eu cobro R\$200,00 ou R\$220,00?* Não faz tanta diferença assim. Vocês viram no começo que eu aumentei R\$20,00? Não fez nenhuma diferença.

Mas eu estava aprendendo não sabia. Então assim, não vai fazer tanta diferença assim. Se você tá com dúvida começa pelo mais baixo. Porque? Porque sempre dá pra aumentar. Agora o problema é diminuir, né, então se você vai diminuir o preço, quem pagou antes, acho que isso tá aqui no próximo... aqui óh, depois eu volto lá para o outro, se a pessoa pagou o preço R\$200,00 por exemplo e agora tá R\$100,00, sem nenhuma estratégia, não é porque é black friday, não é porque é Natal, porque é réveillon sei lá. Então ela vai ficar brava.

Mesmo que você consiga justificar, a pessoa vai ficar brava. Então tem que ser uma justificativa assim muito específica. É black friday, ok! Todo mundo sabe que blackfriday realmente tem desconto. Então isso acontece, você vai no shopping você paga numa calça R\$300,00 ai quando você volta lá tá R\$99,00. Então isso acontece porque é black friday, ta?

Então tem que ser em datas assim bem específicas, ta? Então eu prefiro que você comece cobrando menos do que você acha que tem que cobrar, assim como eu comecei cobrando R\$197,00 e ir aumentando, tá, justamente pela sua experiência, pelos clientes atendidos, pelo reajuste anual, como eu falei, que é a melhor estratégia que eu vejo, tá, então começa cobrando um valor mais baixo e vai aumentando ao longo do tempo.

**Sempre dá pra subir o preço, diminuir é muito mais difícil**, tá? Então vamos voltar para o outro recado aqui. Que a gente só vai saber qual é o preço certo quando a gente ofertar o serviço. Então não fica pensando, começa... *ah eu ofereci por R\$97,00, lotei minha agenda e não ganhei nada, fiquei com R\$1.000,00 no final do mês.*

Você já percebeu que tem essa demanda mas que não vale a pena pra você. Então aumenta, tá? *Ah precifiquei errado, aumenta no próximo mês.* Então até você ir ajustando o seu preço, por isso que eu já quis fornecer a tabela pra vocês, aqueles preços eu já pratiquei e vi que é ok pra minha realidade, ta? Se para sua o iniciante tá muito baixo ou tá

muito alto dá uma ajustadinha ali e fala... *ah não Carol preciso cobrar mais, porque se não pra mim não vale a pena.*

Então use a tabela intermediária... *ah não Carol pra mim aqui na minha cidade eu vou fornecer social media pra ser serviço físico, então aqui não vai dar certo, preciso abaixar esse preço,* então abaixe um pouquinho. Ou então a Inês por exemplo que é nossa aluna, nossa colega de curso, lá de Portugal, aí ela vai ter que colocar em euro, né? Não sei quanto as pessoas cobram lá em Portugal. Então ela vai ali reajustar o preço pra realidade dela.

Então **lembrando que caro e barato é relativo** também, outra observação, ta? E quem define se o serviço tá caro ou se é barato não é a gente... *ai Carol mas eu não pagaria R\$400,00.* Claro, você já sabe fazer, né? Mas e se você não soubesse fazer? Pensa! É uma coisa que você não sabe fazer, ou então que você não gosta, não quer, não tá afim. Você pagaria R\$400,00?

Dependendo do serviço, provavelmente, né? Vamos supor, pra um moço, para aqueles maridos de aluguel, de aluguel, né, vem instalar todas as tomadas da minha casa R\$400,00, será que vale? Acho que vale. Então você pagaria pra uma coisa que você não sabe fazer. Por isso que é o cliente que tem que ver se o serviço vale isso ou não, às vezes a gente fica com essa crença limitante... *nossa mas isso é tão fácil de fazer, ele só precisa escrever um textinho ali.* Não é, ta?

É fácil pra gente, que trabalha com isso, né e mesmo assim a gente sabe que não é tão fácil assim, tem muita pesquisa, muito trabalho por trás, ta? Então a gente só vai saber o que o cliente acha quando a gente ofertar o serviço, por isso que eu sempre falo, coloca o preço e depois você vai ajustando no caminho, ta?

**E é muito importante que você saiba também qual é o seu público,** como eu falei lá da situação da pessoa que vai oferecer para negócio físico, né, na cidade. Essa cidade é uma cidade rica, uma cidade mais simples, as pessoas tem que tipo de renda, né, qual é a renda delas? Então você tem que adaptar o preço pra realidade do seu cliente, não pra sua, pra do seu cliente.

E também melhorar o posicionamento, como eu falei ali da percepção de valor, a percepção de valor não é só no overdelivery, também é na forma que você apresenta o seu serviço. Então **uma entrega bem feita, uma entrega caprichosa, a forma que você se apresenta,** ta? O meu público por exemplo é de classe média alta, por isso que eu tô sempre meio perua aqui, tá, porque é classe média alta, então se eu aparecer toda simples, com um fundo mais simples, isso não conecta com o meu público.

Eu não consigo cobrar o valor que eu cobro se eu não mostrar essa imagem, então eu vou dar um exemplo, que é um público bem mais alto do que o meu. A Valeska Bruzzi, por exemplo, vende cursos de marketing digital para mulheres, principalmente né, mulheres de classe alta.

Então assim, se ela não se posicionar como uma pessoa de classe alta, ela não consegue cobrar R\$2.000,00 no curso dela, né? Então ela mesmo sempre bate muito nessa tecla. Ela

fala que antes não conseguia vender por causa da imagem dela, ninguém ia pagar R\$2.000,00 para aquela imagem que ela apresentava, agora a imagem que ela tem hoje a pessoa fala... *nossa ela sabe do que tá falando*.

Então infelizmente a gente sempre vai ser julgada pela nossa aparência, principalmente nas redes sociais, se a pessoa não conhece a gente, então ela vai julgar o que ela tá vendo. Então vê lá a aula da Gabi que ela deu sobre imagem, desculpa, estratégica, tá, pra você se posicionar de acordo com o seu público, tá bom?

Então se o seu público é mais elitizado, você precisa montar uma imagem que tem a ver com ele e que também tem a ver com você, tá, se você não é essa pessoa que... *ai meu Deus eu não gosto de me arrumar, super arrumada, eu sou uma pessoa mais simples, mais do povão*, é excelente, assume isso e vai embora, tá? Então tem que ter a ver com você e com o público, mas saiba que do jeito que você se posiciona você vai atrair cada tipo de público.

Então por exemplo, de outro nicho, o favelado investidor. O público dele é de baixa renda, então ele tem que se posicionar daquela forma, independente se ele já ganhou muito dinheiro ou não, ele não pode mudar a forma como se apresenta, ele não pode aparecer ali de terno, não conecta com o público dele, então tem que ter a ver o posicionamento, tá bom?

Então por isso que a percepção do preço tem que ter, tem toda essa estratégia por trás, não é só... *ah, fulana tá cobrando tanto*. Ta! Mas quem é o público dela, em que cidade ela mora, quantos reais ela precisa pra viver por mês, quantos clientes ela já atendeu, ta? Então sempre vê essa questão do posicionamento e todos os tópicos que eu mencionei antes, tá?

**E se você quer subir o seu preço, entrega alguma coisa a mais e também tenha um motivo**, como eu falei, se você tá começando... *ah agora já atendi 50 clientes, então eu consigo cobrar mais*. Excelente! *Ah agora eu atendi 100, vou aumentar um pouquinho*. Aumenta, mas se você já está no intermediário e vai para o preço do avançado, adiciona um bônus ali, tá, pra não ter esse choque.

E depois quando você já tiver no avançado, aí você mantém **reajuste só anual**, tá, porque quando você tá no avançado, a tendência é que a sua agenda vai lotando cada vez mais porque você já tá reconhecida pelo seu serviço. Então mantenha o reajuste anual e faça promoções pontuais, tá bom?

E que mais que eu ia falar? Vamos ver... esse eu já falei.

Ah o **desafio**! Agora como eu falei, sempre colocar em prática o que a gente aprende, hein, tô de olho em vocês.

Revisar os preços dos seus serviços, então óh, revisa o preço vê se tá tudo ok, usa a tabela lá que eu mandei. Me manda uma mensagem se você tá com dúvida... Carol, pode ver minha tabela aqui de preço, o que você acha? Me manda, tá? Que eu dou uma olhadinha sim.

Vocês têm acesso a mim óh, 24 horas! Sempre que eu tô online eu respondo, não importa o horário, tá? Revisar a esteira de produtos então... *ah eu vi que eu posso oferecer linha editorial, já aprendi a fazer aqui na sua aula.* Então coloca na sua esteira de produtos, não perde tempo não... *Ah eu aprendi fazer pesca em balde,* vou oferecer, coloca ali na sua esteira de produtos.

Então revisa, vê os produtos ali que eu mencionei, como serviços adicionais, como overdelivery e revisa ali o que você vai entregar quando a pessoa contratar cada tipo de serviço. Eu tô bolando um novo bônus pra quem contratar serviço de prospecção, muita gente me pede roteiro de whatsapp desculpa e de direct também.

Como conversar com a pessoa quando ela aborda a gente. Então eu vou fazer um **manual de atendimento ao cliente** como bônus por exemplo e aí eu vou disponibilizar desculpa, pra vocês também, tá? Então isso pode ser também uma ideia de bônus.

Outra coisa, deixa sua tabela de serviços salva nos destaques, se ela ainda não tá, tá, então deixa ali salva sua tabela, para quando a pessoa chegar no seu perfil já vê ali se cabe no bolso dela, se cabe no orçamento.

Outro exercício óh, vocês estão cheias de atividades essa semana. Definir o seu overdelivery. Então vamos voltar lá para o overdelivery... *ai Carol, o que eu posso entregar a mais?* Bônus como eu falei, vou disponibilizar mais um pra vocês, acho que fica pronto ainda hoje, manual de atendimento ao cliente, já tem disponível o calendário de stories e também o manual do instagram.

A Mirla, aluna querida, ela não está presente aqui ao vivo, mas um beijo Mi quando você assistir, ela disponibilizou o **calendário**. Ela já tinha feito o planejamento do mês do cliente e aí quando a gente teve a aula de calendário ela decidiu refazer e entregou a mais. Ela falou... *olha eu refiz aqui, eu aprendi a fazer o calendário de outra forma, então estou te entregando.* Falou que o cliente amou e ela também adicionou num serviço novo e também vendeu.

Então vai melhorando o seu atendimento e o seu serviço, tá? Então oferece um bônus, um arquivo personalizado, cria um trello, template em data comemorativa, então agora vai ter big brother, vê se o seu cliente, se o seu público, né, gosta de big brother, se você mesma gosta, coloca ali um template de big brother que tá todo mundo usando, monta ali e manda para o seu cliente.

Ou então um texto sobre o big brother, alguma coisa assim, tá? E analisa o perfil de tempos em tempos. Então são algumas sugestões que te permitem aumentar o preço. Então define aí o que você vai entregar a mais para os seus clientes para se diferenciar, tá, como eu sempre falo seu diferencial é você. Então coloca a sua personalidade aí no seu serviço e se diferencie das outras sociais medias, tá?

Não importa que tem muitas, mas tem muita mais empresas precisando de social media, tá bom? Então esses são os desafios e na próxima aula a gente vai falar sobre **prospecção**. Então a gente vai aprender a trazer clientes para o nosso perfil, tá bom?



Então se você está vendo essa aula gravada, como eu falei, deixa aqui nos comentários a sua dúvida, me manda um direct ou uma mensagem no whatsapp, onde você preferir, que sempre que eu vejo eu respondo, tá? E se você tiver alguma dúvida aqui aos desafios se quiser me mandar a sua tabela de serviços para eu revisar os preços, fica a vontade, tá bom? Que vejo pra você. Um beijo e até a próxima aula.