

MATERIAL DE APOIO

MÓDULO 04

plano ê

AULA 03

INTRODUÇÃO À PROSPECÇÃO

ABORDAGEM DO ESPECIALISTA

Quando iniciar a prospecção de um expert, fique atento aos fatores abaixo. Eles são de grande importância e transmitem confiança para você e sua agência.

- *Posicionamento*

Modelo de negócios bem definido

- *Clareza*

Processos e métodos claros

- *Paciência*

Ter calma para decisões importantes

- *Custo de oportunidade*

Cobre pelos seu trabalho, independentemente de ter portfólio ou não

Onde encontrar especialistas

- *Redes Sociais*

Muitos especialistas já estão posicionados e criam conteúdo

- *Comunidades e grupos*

Todos os tipos de grupos têm oportunidades, além dos grupos de marketing digital

- *Professores offline*

Muitos professores já dão aulas em diversos nichos, basta garimpar

- *Profissionais offline*

Pessoas que se destacam profissionalmente em qualquer nicho são potenciais experts

- *Empresários*

Bem sucedidos, que tenham um negócio sólido, soluções inovadoras, seja na sua cidade ou não

- *Conhecidos com habilidades específicas*

Amigos ou colegas que possuam conhecimento específico sobre algum assunto relevante

- *Revistas especializadas, portais, livros*

Reportagens de pessoas que fazem algo extraordinário e best sellers em livrarias são ideias de nichos com oportunidades de negócio

- *Eventos de marketing digital / eventos do nicho*

Eventos que envolvem profissionais e idealizadores de negócios são um bom local para encontrar possíveis experts

Tipos de especialistas

- *Expert consciente offline*
- *Expert não consciente offline*
- *Expert consciente online*
- *Expert não consciente online*
- *Influenciador(a)*
- *Não expert*

Tamanhos dos especialistas

O tamanho dos experts não necessariamente garantirá resultados. O fator financeiro acontece por diversos motivos, dentre eles a qualidade nos processos e métodos. Assim como um expert pode ter grandes resultados com poucos seguidores, os resultados podem ser pequenos com grandes audiências não qualificadas.

- *Expert offline*
- *Expert que está começando no online*
- *Expert grande no online*
- *Influenciador grande*

Planejamento de prospecção

Funciona como se fosse o departamento comercial da sua agência. A partir de fatos e perguntas chave, você obtém respostas importantes para a definição do seu modelo de prospecção de especialistas.

- *Quanto você quer faturar na sua agência?*
- *Qual é o seu modelo de negócios?*
- *Quais nichos você quer ou não atuar?*
- *Seu poder de execução*
- *Periodicidade*

Entenda o conceito de lucratividade:

Lucratividade é o que sobra após a retirada de todos os custos da agência: tráfego, comissões, pró-labore, salários, impostos, taxas, despesas, etc.

Lucratividade média de uma agência de lançamentos: entre 15% e 25%

plano ê

PRODUZIDO POR:

AUTORIA:

Ellen Salomão

PRODUÇÃO:

Felipe Botelho e Guilherme Feix

DIAGRAMAÇÃO E DIREÇÃO DE ARTE:

Gubbio Adson e Pedro Veloso