

MÓDULO 1 – MENTALIDADE E ORGANIZAÇÃO



Viver de fotografia é possível, mas não é fácil. E não ser fácil não quer dizer que é ruim, mas sim que temos que abrir mão de algumas coisas, mudar pensamentos, ideias e encarar desafios para chegar ao nosso objetivo.

Para criar realmente uma empresa, é preciso mudar nosso MINDSET, para não ficar como a maioria que compra uma câmera, se torna fotógrafo e faz sempre a mesma coisa, mas acaba levando a fotografia como um hobby. É preciso entender que estamos querendo criar uma EMPRESA, e apesar de ser uma empresa própria, temos deveres e obrigações, e não podemos fazer apenas as coisas que gostamos, ou quando tiver vontade. É preciso ter presença, consistência, conteúdo relevante para o cliente e cuidar da gestão da empresa, para que de fato, ela se torne uma empresa reconhecida. É preciso lembrar que além da foto, a empresa tem outras áreas para agir e cuidar, como marketing e atendimento, por exemplo.

Para que haja essa mudança de mentalidade, é preciso principalmente de organização, para que possamos conseguir organizar e identificar as ideias para colocar em prática. Então, é fundamental organizar tudo, nosso espaço físico mesmo: o lugar em que trabalhamos, editamos, estudamos, onde guardamos embalagens, equipamentos, enfim, delimitar nosso espaço de trabalho, para que seja perceptível que temos um espaço e um momento de trabalho, mesmo que seja em casa. Na organização do espaço, é importante investir em produtos bons para você trabalhar, como por exemplo uma cadeira e mouse bons! Pode parecer bobeira isso no início, mas passaremos uma boa parte do tempo sentados na frente do computador, e esses investimentos nos farão ter mais qualidade no nosso trabalho, pois não vamos ficar sofrendo de dor na frente do computador.

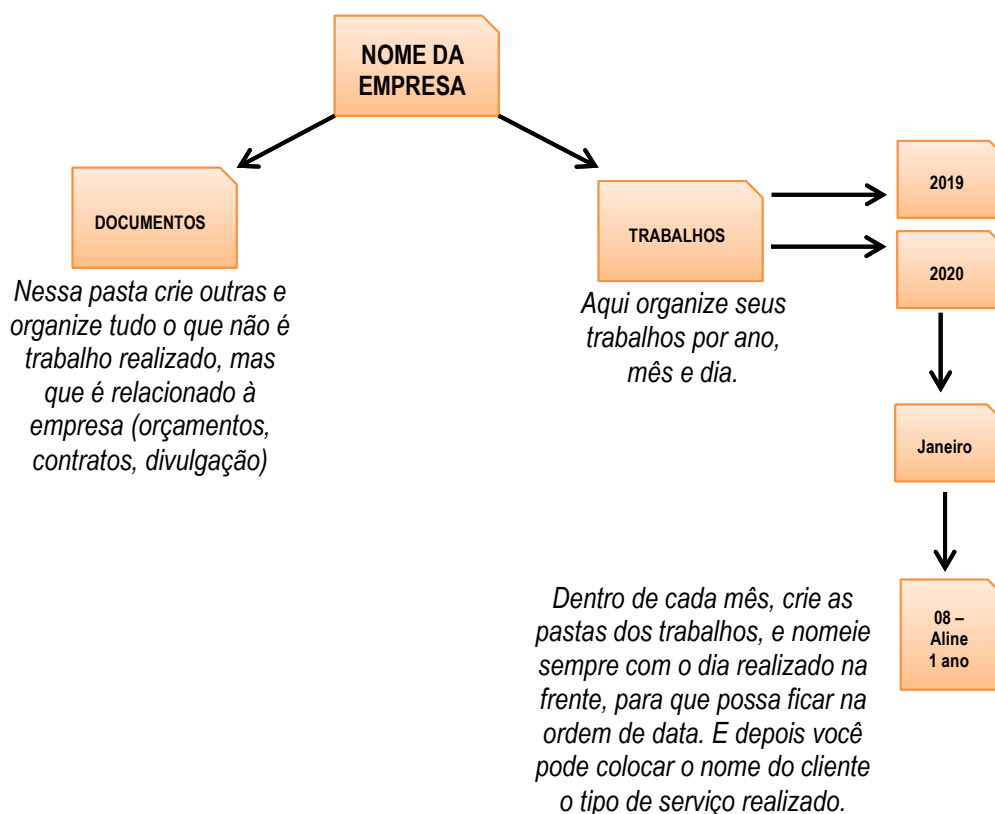
Definir nossas tarefas e prioridades também é importantíssimo para a organização. Definir uma rotina para que quando estivermos fazendo algo, a mente não fique te lembrando de outras coisas e você tenha que parar, e assim fica todo perdido. Organizar horários e definir tarefas é preciso! Isso ajuda a organizar a rotina e tirar hábitos que não agregam na nossa produtividade, e também permite criar horários de lazer com outras pessoas, com a família e para fazer algo mais descontraído sem culpa por não estar trabalhando. Se tudo estiver planejado, teremos tempo para trabalhar e ter vida além do trabalho também, como tirar folgas, se divertir, e sem peso na consciência.

A organização também nos ajuda a desocupar a mente para criar e focar na fotografia em si. Com os aspectos físicos e rotinas organizados, quando precisarmos criar algo para a fotografia, nossa mente estará mais organizada também e mais livre para pensar só no que interessa no momento.

Para organizar as tarefas, existem aplicativos que podem nos ajudar nisso. Alguns exemplos são o Task e Trello, mas existem outros. Nesses aplicativos podemos organizar cada tarefa, como edições, entregas, envio de prévia, e também definir tempo para cada uma delas. É importante contar com o auxílio desses aplicativos e também com agenda online para que possamos acessar mais rapidamente de qualquer lugar.

Outra organização importante a se fazer é das nossas pastas de trabalho no computador, afinal, é ali que trabalhamos uma boa parte do tempo, então é super importante que tudo esteja bem organizado para que possamos saber onde buscar cada coisa, não perdendo tempo por conta da desorganização.

A dica é criar uma pasta com o nome da sua empresa, e dentro devem estar todos os conteúdos referentes à ela. Segue um esquema para organização das pastas:



Todo esse processo de organização é trabalhoso, e inicialmente parece não ser necessário começar por ele. Mas é importantíssimo que se comece pela organização da sua empresa, para que você já inicie com a mentalidade de que você TEM UMA EMPRESA, e assim, quando ela começar a crescer, você não se perca com pequenos detalhes.

MÓDULO 2 – CONSTRUÇÃO DA SUA EMPRESA

Agora sim, com toda parte prática bem organizada, começamos a falar sobre empresa. E para construir uma empresa é necessário pensar em alguns fundamentos necessários para que uma empresa cresça.

Primeiro ponto é deixar uma **mentalidade infantil** e trabalhar MUITO. Dedicção é o que fará a empresa crescer, não adianta ficar com uma mente infantil fazendo uma vez e esperando a coisa acontecer. É preciso encarar as responsabilidades de se ter uma empresa. Também precisamos lembrar que a empresa **precisa de clientes**, e pra isso é necessário saber vender. Toda a parte criativa é linda e muito importante, porém, é preciso ter alguém que compre o seu serviço para que você tenha o que criar e fotografar. Por isso, precisamos aprender a vender nosso trabalho. Uma parte muito importante também, é saber **cuidar das nossas finanças**. Uma empresa precisa ter dinheiro entrando, saindo, dinheiro em caixa. E é essencial termos o controle de todos esses processos.

Estar disposto a arriscar e errar também é um fundamento que precisamos lembrar. Com certeza precisamos tomar decisões arriscadas pensando na nossa empresa. E essas decisões nem sempre serão assertivas, algumas vezes podemos errar. E é preciso arriscar, mesmo errando, para que possamos aprender e crescer cada vez mais, até chegar no nosso objetivo como empresa.

Entendo que todos esses fundamentos vistos até aqui, nos ajudam a **construir uma base forte** na empresa. Antes (ou em conjunto) do processo criativo, é necessário ter um bom atendimento, responsabilidade, uma preparação mental, boa gestão, entre outras coisas muito valiosas, para que nossa empresa tenha uma boa base para crescer e continuar no mercado.

Precisamos entender a diferença entre preço e valor, e mostrar isso aos nossos clientes. Preço é o que de fato ele paga, em dinheiro mesmo. O valor é além do preço, é o que tem mais significado do que o valor monetário. A percepção de valor varia de pessoa pra pessoa, e por isso precisamos entender o valor do nosso serviço e mostrar isso também às outras pessoas. Podemos mostrar o valor ao cliente de várias formas: pelo nosso olhar através da fotografia, mas também pelo nosso atendimento, experiência gerada a ele, entrega do trabalho, entre outras coisas.

Para gerar esse valor precisamos entender que as *“pessoas compram o porquê você faz”*. Isso quer dizer que ela se conecta com você e com as suas ideias, com o seu propósito, não somente com o que você vende, mas com o que você faz. Se você vê valor naquilo que faz e mostra isso, seu cliente também verá.

Precisamos entender que existe a **compra racional** e a **emocional**. A racional é aquela que o cliente faz apenas pelo preço, ele não vê diferença entre o concorrente e escolhe o mais barato. A compra emocional é aquela que, mesmo sendo mais caro (monetariamente), pra ele tem um valor maior e vale a pena pagar. A compra emocional é aquela que o cliente faz porque vê que tem a história da família, tem sentimento, e pode ser percebido tudo isso. Então ele não se importa de pagar mais caro na fotografia, porque ele está comprando também uma experiência, uma história, um sentimento.

Para aumentar a percepção de valor e se diferenciar dos nossos concorrentes, podemos listar alguns elementos que podem nos ajudar nisso (mas lembrando, que pode ser adaptado à forma de trabalhar de cada um, e existem outras formas de se diferenciar também):

- **Diferenciar a estética da fotografia:** o trabalho em si precisa ser diferenciado, o seu olhar, sua composição, a luz utilizada. É uma constante evolução na sua fotografia, precisa melhorar e evoluir sempre. É o que vai chamar a atenção do cliente para entrar em contato com você.
- **Encantar o cliente:** fazer o cliente se sentir especial e superar as expectativas dele. Mostre cuidado em cada detalhe e coisas pequenas poderão fazer diferença, desde o primeiro atendimento até a entrega.
- **Ter produtos:** não venda “apenas” fotos. Se você tiver produtos físicos, visíveis, o cliente pode perceber melhor o valor do seu serviço. Uma caixinha com as fotos, com o álbum, algo que ele possa tocar consegue aumentar a percepção de valor do seu cliente, valorizando ainda mais o seu trabalho.
- **Mostrar que se importa de verdade e contar histórias:** cuide do seu cliente, dê atenção à ele, e à sua história. Isso também ajuda na hora de fotografá-lo, pois já terão uma conexão e você entenderá melhor as necessidades daquela pessoa. Se você souber um pouco da história do cliente, você consegue mostrar melhor isso na fotografia também. A foto que você fizer poderá contar a história daquela pessoa.
- **Resolver problemas e preencher um buraco no mercado:** observe os problemas no mercado onde atua, e tente identificar o que você pode solucionar. Faça pesquisas do que está faltando no mercado, e veja se é possível você atuar ali. Tenta fazer algo novo e diferente do que estão fazendo.
- **Informar ou ensinar algo e inspirar pessoas:** se você informa alguém, você pode inspirar pessoas e criar assim um relacionamento com os seus possíveis clientes. Lembre-se que as pessoas “compram o porquê você faz”, então você inspirando alguém pode gerar muito mais interesse no seu trabalho.

- **Combinar e misturar as coisas na sua marca:** inove a sua marca, procure inspirações não só na fotografia, mas por outras coisas que possam agregar ao seu estilo e da sua marca. Traga para sua fotografia novas ideias e formatos, algo que não tem no mercado em que você atua, mas que pode agregar e dar valor à sua marca.

Para se diferenciar você precisa cuidar de todos os detalhes, e não somente de uma ação. Não basta escolher um desses pontos e ser muito bom só nisso, é preciso estar atento à todos os detalhes. Então cuide da sua marca e da sua diferenciação, e não se preocupe em ficar brigando por preço com os concorrentes. Se diferencie e mostre valor, e seus clientes vão te procurar pelo que você faz, e não por quanto você cobra.

Para que se consiga tudo isso descrito anteriormente, precisamos também definir e conhecer o nosso público alvo. Não adianta ter valor e diferenciação, mas mostrar isso para a pessoa errada. É preciso vender para a pessoa certa. Portanto, precisamos definir o nicho e estilo de fotografia que gostamos de fazer. Faça portfólios, pesquise, fotografe e defina o que você quer e gosta de fotografar. Definindo o que você quer para o seu estilo, você precisa definir que público se interessa pelo que você vende, encontrando o seu público alvo.

O público alvo é o grupo de pessoas que você pretende atrair (faixa de idade, estado civil, região onde mora, o que gosta de fazer, classe social, orientação sexual, se tem filhos, quais os interesses, quais sonhos, dores, necessidades, dificuldades, desafios, etc). Você definindo esse público, consegue se comunicar mais diretamente a ele, pois entenderá melhor as características dessas pessoas. De dentro do público alvo, podemos criar um avatar, para melhorar ainda mais a nossa comunicação. O avatar seria um “cliente ideal” dentro do seu público. O cliente perfeito! É como se você criasse uma pessoa com todas as características que você gostaria que seu cliente tivesse. Com isso, você vai sempre se comunicar como se tivesse se dirigindo a esse avatar, assim, conseguirá atrair as pessoas que são parecidas ou tem os mesmos interesses que ele.

Conhecendo o seu público alvo, você precisa agora fazer um portfólio para vender para esse público. Você deve convidar pessoas que façam parte do seu público alvo para que possa atingir ainda mais esse mesmo público. O portfólio além de servir para você mostrar a sua fotografia, ele serve para você praticar e adquirir experiência. Para montar um portfólio, é recomendado não cobrar do cliente, para que você possa ter autonomia e fazer o ensaio da forma que pensou e planejou, e também para que, caso você cobre mais barato, o cliente não ache que o preço do seu trabalho é aquele. Então o portfólio é ótimo para que você possa mostrar o que você quer vender e para quem você quer vender.

Tipos de Pesquisas

Vamos falar aqui sobre 3 tipos de pesquisas:

Pesquisa de mercado: serve para conhecer o mercado em que estamos atuando, as práticas que estão dando certo, o que é tendência, conhecer e identificar os concorrentes diretos e indiretos, e até furos no mercado em que podemos atuar. Podemos perceber as novidades do mercado, o que as pessoas compram e o que está faltando no mercado da fotografia.

Os concorrentes indiretos são todos os fotógrafos da mesma área e da mesma cidade que nós. Os diretos são aqueles que têm um serviço e estilo parecidos, que cobram quase o mesmo preço e tem uma qualidade parecida também.

Pesquisa de satisfação de clientes: é enviada aos seus clientes e serve como um feedback sobre seu serviço. Serve para ter ideias, opiniões, saber como foi a experiência do cliente com o seu trabalho.

Pesquisa para não clientes: é uma pesquisa que serve para conhecer o porquê de algumas pessoas não fecharem com você. Também pode mostrar de onde a pessoa te conheceu, e se você está atraindo o público certo ou não.

BRANDING

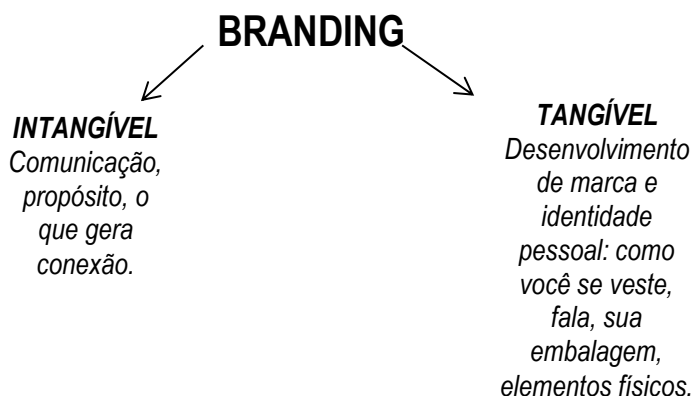
O branding é a gestão da sua marca, como seu trabalho vai ser percebido. É um conjunto de estratégias que vai te permitir crescer de forma diferenciada e inteligente. Podemos listar 5 elementos para trazer o branding no nosso dia a dia:

Propósito e promessa: propósito é o que você acredita, o que te motiva, a sua razão de existir como empresa. Entender isso te ajuda a montar a sua promessa, que é o que você se compromete a fazer como empresa. Um está ligado ao outro, você define o seu propósito e cria uma promessa com base nisso.

Comunicação: devemos humanizar a nossa comunicação. As pessoas querem se comunicar com pessoas, e não com máquinas, então, mesmo online, se comunique como se estivesse pessoalmente. Procure ter a sua personalidade em toda a sua comunicação (conteúdo nas redes sociais, atendimento), pois você representa a sua marca.

Marca pessoal: também está ligado com a comunicação, pois a sua personalidade deve ser mostrada na sua marca, para que você seja o diferencial da sua empresa. Como você se veste, se comunica, escreve, tudo isso fala da sua marca. É como você humaniza a sua marca para se conectar com o cliente.

Identidade visual: os elementos da identidade moldam o restante da nossa empresa, pois baseado nessa identidade é que podemos criar nossas embalagens, posts de conteúdo nas redes sociais, etc. Para criar essa identidade devemos pensar em estilo e cores que gostamos. Deve ser algo que queremos passar e transmitir da nossa marca.



Na parte tangível, podemos usar o **marketing sinestésico** para encantar o cliente desde o atendimento até a entrega. No marketing sinestésico trabalhamos ativando os sentidos. Na visão, por exemplo, combine as cores do seu site, logo, estúdio, embalagem, para que tudo tenha coerência com a sua marca. Na caixinha de entrega ative também o tato com o cliente tendo algo físico para tocar e sentir, e também aproveite para ativar o paladar oferecendo algum chocolate, uma balinha, o que pode ser feito também no momento das fotos. Algum cheirinho da sua marca, que lembre seu estúdio, pode ser colocado na embalagem. Esses são alguns exemplos de como encantar o seu cliente, gerando experiência e superando suas expectativas.