

## **Módulo 1 - Mentalidade e Organização**

### **Resumo: Marcela Santos**

#### **AULA 1 - MENTALIDADE**

- É necessário consistência, presença, conteúdo relevante e gerenciamento **sempre.**
- Pensar sobre valores, crenças, medos, coisas e pessoas que não fazem bem, me livrar de tudo para mudar e alcançar coisas. Ser quem eu quero ser.

#### **Mudança de mentalidade**

- Me afastar de quem não me quer bem
- Gerenciar melhor o meu tempo

#### **Relação com outros fotógrafos e a forma de encarar problemas**

- Nem sempre tudo sai como planejado
- Ninguém rouba minha essência
- Mostrar valores como empresa/quem está por trás das fotos/me apresentar como marca
- Abstrair do que os outros fazem
- Não deixar o dia a dia me consumir
- Estabelecer metas e objetivos
- Há quanto tempo estou sem tempo?
- Fiquei com medo? Sigo em frente mesmo com medo
- Me libertar de rótulos pra poder ser quem eu quero
- Fazer coisas como se nada pudesse me botar pra baixo
- Fazer o que eu posso com o que tenho no momento
- O dia a dia ideal não acontece todos os dias
- Pedir ajuda quando preciso
- **Aplicar o que aprender**
- Ninguém começa no topo/não fazer comparações!!!

#### **AULA 2 - ORGANIZAÇÃO E PRODUTIVIDADE**

- 1** - Organizar o espaço de trabalho
  - Organizar arquivos do pc
  - Se livrar de coisas sem uso
- 2** - Otimizar ritmo de trabalho
  - Equilíbrio entre vida x trabalho
- 3** - Definir horário pra começar e parar de trabalhar

#### **4 - Cancelar distrações**

Não mexer no celular na hora do trabalho; horário fixo pra atender clientes; foco total na tarefa

- Fazer coisas em bloco

Hora só pra responder email/clientes

Fazer posts com antecedência e programar pra semana toda

- Definir tarefas e prioridades; começar o dia com as tarefas inadiáveis

- Lista de prioridades e lista de tarefas gerais

Se adiar uma tarefa tem que substituir por outra(as)

- Começar pelas tarefas menores/mais fáceis se estiver ansiosa

### **AULA 3 - APP BASE DE GESTÃO E PRÓXIMOS INVESTIMENTOS**

-Meister task, Focus to-do, Google Agenda

#### **1 - Evitar o retrabalho**

Prestar atenção na tarefa pra evitar refazer

Observar antes os objetos indesejados que podem sair nas fotos pra não ter que remover depois

Anotar compromissos no local certo e não em lugar temporário

Conferir pagamentos na hora do pagamento

#### **2 - Terceirização de serviço**

Focar no que faço melhor e delegar o resto

Adicionar a terceirização no orçamento do cliente

#### **3 - Automatizar ações frequentes**

Padrões de resposta; pdf de orçamentos; programar postagens

#### **4 - Investimentos materiais**

Câmera pra backup; baterias/pilhas extras; cartões de memória extras

Cadeira confortável pra trabalhar

### **AULA 4 - COMO ORGANIZAR PASTAS DE TRABALHO**

+Trabalho > Ano > Mês > Nome do trabalho com nº do dia

+Documentos > Contratos

Atendimentos

Orçamentos

Divulgação

Editados

Prontos

# FOTOGRAFIA COMO NEGÓCIO

**Resumo (Marcela Santos)**  
**Módulo 2 - Construção da empresa**

## AULA 1 - FUNDAMENTOS DO NEGÓCIO

- Encarar que tenho uma empresa e meu negócio depende dos clientes; foco sempre em conquistar clientes e vender; **procrastinação não paga conta**
- Cuidar das finanças; dinheiro entrando, em caixa, pra emergência, etc
- Construir base forte; bom atendimento, responsabilidade com prazos,

## AULA 2 - VENDO PREÇO OU VALOR?

- Tornar visível o valor agregado
- Foco no cliente que valoriza
- Pessoas não compram **o que** é vendido. Compram o **por que** é vendido

## AULA 3 - 10 ELEMENTOS PRA DIFERENCIAR

- 1 - Diferenciar estética fotográfica; aperfeiçoar a técnica
- 2 - Encantamento do cliente; transformar o simples em cuidados especiais;
- 3 – Ter produtos; entrega bonita; álbum, porta retrato, etc
- 4 - Mostrar que me importo, me interessar pela história do cliente; cuidar de quem me escolheu; criar espaço de interações, responder dúvidas, sugestões
- 5 - Contar histórias; perguntar, conversar com o cliente
- 6 - Resolver problemas. Quais são os problemas não resolvidos do mercado? Oferecer soluções através do trabalho
- 7 - Informar/ensinar algo
- 8 - Inspirar pessoas  
Conhecer o público alvo; tocar alguém com informações gera reciprocidade
- 9 - Preencher um buraco no mercado  
O que está faltando/o que posso fazer de modo totalmente novo pra diferenciar meu trabalho e agregar valor? Observar onde ninguém está atuando
- 10 - Combinar e misturar coisas na minha marca  
Misturar ideias e formatos inexplorados ; ver outros mercados e ver o que se adaptar na fotografia, buscar inovações

## AULA 4 E 5 - VENDENDO A COISA CERTA PRA PESSOA CERTA

- Diferencial sem comunicação = sem clientes
- Trabalho bonito + publicar qualquer coisa = cliente que procura preço
- Comunicação sem identidade = atrai cliente, mas ele não me escolhe
- Alinhar especialidade, estilo e público alvo ideal
- Ter clareza de com quem quero trabalhar
- Ter um estilo ajuda a ter clareza do que fazer; identificar o tipo de trabalho

que vou aceitar; quais fotos publicar pra divulgar e atrair pessoas que se identificam

### **Público alvo**

Definição ampla de quem a empresa atende  
Grupo de pessoas que desejo atrair; quem quero que me conheça/contrate

### **Avatar**

Modelo de cliente ideal  
Técnica de marketing de atração do público alvo  
Representação do cliente ideal  
Modelar a empresa como se fosse pro avatar e pessoas semelhantes serão atraídas

- Fazer pesquisa de satisfação com todos ou melhores clientes
- Estudo de mercado

### **Estudo de mercado**

- Observar que clientes os outros tem que eu gostaria; observar os clientes pra ter noção dos dados; observar estratégia dos fotógrafos pra atrair esses clientes

### **Pesquisa de mercado ampla**

- Ver outras áreas além da fotografia que tem o público que eu desejo

#### **1 - Definição de público alvo**

Dados demográficos; classe social; faixa etária; sexo e orientação; bairro e região; estado civil; onde mora; filhos/idade; profissão

#### **2 - Interesses do cliente**

Hobbies; pra onde viaja; se tem animais; que marcas consome; assuntos que se informa; gostos culturais; cursos que fez; onde busca indicações; o que valoriza na fotografia; onde compra, quais medos, sonhos, desejos, dificuldades e dores dos clientes, etc

## **AULA 6 - COMO FAZER PESQUISAS ORIGINAIS**

#### **1 - Pesquisa de mercado**

Saber práticas que dão mais resultado  
Identificar falhas pra trazer soluções  
Conhecer concorrentes

#### **1.1 - Analisar o mercado como um todo**

Entender as necessidades do momento; áreas de mais sucesso; o que chama atenção

**1.2** - Entender o que tem no meu mercado

Quem são os concorrentes diretos e indiretos

Que empresas atuam e vão bem e por que; quem vai mal e por que

Mapear concorrentes diretos e indiretos; o que fazem, que redes usam, consistência dos posts, o que tem de diferente, público deles, pontos positivos e negativos, falhas, etc.

**2** - Pesquisa de satisfação do cliente

Coletas feedback pra me aperfeiçoar

Conhecer dores e sonhos do cliente

**3** - Pesquisa de não-cliente

Objeções das pessoas que não me contrataram

De onde me conheceu

Identificar se atraio o público correto

-Conversar com quem pediu e orçamento e não fechou pra saber por que e como poderia ajudar

-Pesquisa com quem me segue

## AULA 7 - PORTFÓLIO QUE VENDE DE VERDADE

**1** - Tirar ideias do papel

**2** - Ter material de divulgação

**3** - Aumentar a propagação do trabalho

## AULA 8 - BRANDING

Gestão da marca/empresa; forma de posicionamento e comunicação

- Conjunto de estratégias que vai permitir crescer no mercado de forma diferenciada

**1 e 2** - Propósito e promessa

A autenticidade da empresa é proporcional ao tanto da minha história e personalidade que eu deposito

Identificar meu propósito e montar uma empresa

Identificar o que me motiva e tornar isso entendível pra quem me conhece

Por que a empresa existe; **do que** ela é feita, **pra quem** ela é;

Entender raízes da fotografia; o que me motiva

**Propósito = Razão de existir**

**Promessa = Resumo do que me comprometo a fazer na prática pro propósito ser real**

- Escrever palavras que tenham peso e significado; que representam a minha vida/história/empresa
- Histórias e momentos que inspiram
- Essência como pessoa/profissional
- Rever fotos

### **3 - Comunicação**

Observar minhas características e comunicação do dia a dia  
Alinhar o melhor de mim e trazer pra comunicação; escrita, fala, direção de ensaio

### **4 - Marca pessoal**

O que da minha rotina/vida/história vou mostrar pra humanizar o trabalho e me conectar com os clientes

### **5 - Identidade visual**

Intangível = comunicação, propósito, conexão

Tangível = apresentação, vestimenta, identidade, embalagem

Marketing sinestésico

Trabalha com os 5 sentidos

Marca os clientes