

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 - VENDENDO PREÇO OU VALOR?

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

AULA 3 - 10 ELEMENTOS PRA DIFERENCIAÇÃO

- 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

Objecções 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