

100 PASSOS 3.0

#AULA53

O SEGREDO DO ENCANTAMENTO DE CLIENTES

com
ANA TOMICH



RESUMO #AULA53

O SEGREDO DO ENCANTAMENTO DE CLIENTES

Quando a gente não se conhece a gente se fantasia de outra pessoa.

Quando você cria um negócio, o seu posicionamento gira muito em torno de quem você é. E quando você não se conhece, cria-se uma muralha ao redor da sua essência, fazendo com que você não consiga passar para o mundo quem realmente é e, com isso, as pessoas não se conectam, nem compram com você.

Primeiro as pessoas te compram, depois compram o que você faz.

Você pode escolher o seu propósito e colocá-lo a serviço das pessoas, a serviço do mundo, não precisa romantizá-lo.

No fundo não é sobre o seu produto ou serviço, mas sim sobre o que o seu cliente vai sentir quando consumir o seu produto ou serviço.

Você atende bem, se dedica, mas não sabe porque os clientes não voltam, ou acha que não tem produtos que os façam voltar, ou o serviço não foi bom?

Por que alguns meses são bons e outros não?

Você fica desanimada e não sabe mais o que fazer?

O problema é que você está fazendo tudo, mas está esquecendo algo que é crucial para fidelizar seus clientes: Encantá-los.

Eles precisam ficar encantados, apaixonados por sua marca a ponto de levantar a bandeira e indicá-la para todo mundo.

Qual é o lugar que você quer levar o seu cliente na hora que ele chegar quando for comprar de você, mesmo que você não tenha um lugar físico, mesmo que você atenda apenas on-line?

Encantar o cliente nada mais é que colocar em ações tudo que você fala e acredita. É uma forma do cliente poder experimentar e vivenciar os seus principais valores.

Você já sabe quais são os seus 5 principais valores?

Se você ainda não sabe os seus 5 principais valores da sua marca, talvez eles nunca foram valores para você.

Tenha os seus principais valores de marca enraizados no seu coração, no seu conteúdo e conte para as pessoas como você os aplica no seu dia a dia. A partir disso, comece a criar experiências para encantar os seus clientes que geram ou despertam uma memória afetiva.

Pense em formas do seu cliente sentir o que você tem como principais valores e missão, pois é nos sentimentos que as experiências de encantamento estão ligadas.

O encantamento está nos detalhes e no inesperado, está na hora de você surpreender o seu cliente. Quanto mais detalhe, mais encantamento e mais posicionamento para a sua marca também.

Qual o sentimento que você quer despertar no seu cliente?

Como você pode gerar uma nova memória no seu cliente ou despertar alguma memória que ele já tenha tido na infância?

Visão

O que nos atrai é a beleza, é a coerência das coisas acontecendo no ambiente. Se alguma coisa desconectar do seu ambiente, perde o encantamento. Avalie o que você pode camuflar no seu negócio para não estragar a visibilidade, a experiência do seu cliente.

Audição

Qual o som que você vai colocar para o seu cliente na hora que ele entrar em contato com o seu negócio?

Olfato

O que você está fazendo para despertar sentimentos através do olfato? De todos os sentidos, o olfato é o que chega mais rápido no cérebro, por isso ele é um dos mais importantes para despertar a memória afetiva. Qual o cheiro que você vai colocar para despertar memórias no seu cliente? Se você tiver um produto físico é recomendável que você tenha um cheiro próprio para sua marca.

Paladar

O que você pode servir para o seu cliente comer?

O que você pode enviar para a casa dele?

Não é sobre o produto, é sobre o sentimento que você vai despertar.

Intuição

Marcas comuns não têm acesso a esse sentido, apenas marcas com alma. É quando você vai se conectar com a alma do seu cliente, com a essência dele.

Como você pode criar experiências de sexto sentido para conectar o coração do seu cliente de uma forma mais profunda, para conectar com a alma dele?

Busque primeiro atingir o coração do seu cliente, pois dessa forma ele não te esquecerá mais. É necessário entender o que o seu cliente precisa e não o que ele quer. Seja especialista em entender e ouvir o seu cliente para saber a necessidade real dele.

A necessidade do cliente é material, mas o desejo é sentimental. Então, quando você for criar experiências de sexto sentido, pense em algo ligado ao desejo, ao coração do seu cliente.

Cliente não é tudo igual, então você não pode tratar a todos igualmente. Tenha experiências diferenciadas com clientes que comprem mais, que pagam mais caro, que estão mais presentes.

Como você pode criar uma experiência VIP para os seus clientes?

Tudo isso vai depender do quanto você pode investir, de como é sua logística, de como você quer tratá-los.

Tudo que você for criar de experiências tem que estar dentro da história que você conta. Não fique pensando no ganho que você vai ter agora, tenha um pensamento de empresária, pense no longo prazo, no que isso vai lhe trazer de posicionamento, de encantamento, como história da sua marca.

Como você pode agregar valor para a sua marca? Que história você pode criar?

Crie 3 níveis de experiência para o seu cliente:

- ▶ Entrada: é quando o cliente entrou em contato com você.
- ▶ Meio: enquanto o cliente está aguardando a entrega do produto ou serviço, o que você pode fazer por ele?
- ▶ Saída: O que você pode fazer como último contato com o seu cliente?

Quando você criar uma experiência para o seu cliente, explique para ele do que se trata e para a sua equipe também.

Quando sua equipe está imersa dentro dos valores da sua marca, eles entendem que tem autonomia para fazer as coisas e, você como gestor, precisa dar essa autonomia para sua equipe encantar os seus clientes.

Quem é a pessoa na sua equipe que você pode treinar e dar autonomia para ela poder encantar os seus clientes?

Ao criar uma experiência para o seu cliente, pense:

- ▶ Na transformação que você quer gerar;
- ▶ No sentimento que você quer despertar;
- ▶ Na memória que você quer criar.

Não precisa gastar, a experiência está no detalhe, no encantamento, naquilo que surpreende.