

Módulo 1

1.1 MENTALIDADE ORGANIZAR A CABEÇA E O ESPAÇO DE TRABALHO. Lidar com a vida e com a carreira. APRENDER A DIZER NÃO, dedicar ao que realmente importa. Além de fotógrafa, tenho um negócio: esforçar 3 vezes mais agora para render 10x mais no futuro. CONSISTÊNCIA + ESPECIALIZAÇÃO + FOCO. Os resultados vão mudar de acordo com as minhas ATITUDES + ESTUDOS + OBJECTIVOS pessoais e profissionais.

Mudança de MINDSET – Prestar atenção nas coisas em que gasto tempo, desfazer-me do que não me traz nada, do que me faz desviar dos meus objectivos pessoais e profissionais (pessoas com quem convivo e contacto + procrastinação+ limpa criativa + ...)

TEMPO É A COISA MAIS VALIOSA.

1% MELHOR A CADA DIA.

Mudando a mentalidade em primeiro lugar, vou entender que é preciso ter FOCO + CONSISTÊNCIA + PACIÊNCIA + COMPROMETIMENTO = ALCANÇAR RESULTADOS = RESPONSABILIDADE PESSOAL

PASSO IMPORTANTE PARA MUDAR A MENTALIDADE PROFISSIONAL – Relação com os outros fotógrafos + forma como encaro os problemas

A NOSSA ESSÊNCIA NÃO É COPIÁVEL. Não se copia o nosso ATENDIMENTO + AJUDA DADA AO CLIENTE + CARINHO + PACIÊNCIA + EMPATIA.

NÃO FOCAR NO OUTRO. USAR A MINHA ENERGIA para fazer crescer a minha empresa.

1.2 ORGANIZAÇÃO E PRODUTIVIDADE Quando tudo está fora de ordem na nossa vida, a nossa capacidade de evoluir também fica limitadas e confusa = PARALISAMOS

É essencial ORGANIZAR A VIDA E O ESPAÇO DE TRABALHO: 1) focar na organização física do nosso espaço de trabalho; 2) Destralhar de todos os matérias/objectos que não nos acrescentam nada positivo na nossa vida e no nosso trabalho; 3) NÃO PROCRASTINAR. FOCO! Otimizar o ritmo do trabalho e a gestão de tarefas; 4) Definir um horário de trabalho; 5) Definir as tarefas e as prioridades.

DEFINIR AS TAREFAS E AS PRIORIDADES por semana e por dia. DICAS ter duas tarefas importantes por dia e começar por elas. Porém, quando há muitas coisas para fazer ou quando estamos mais em baixo, começar pelas tarefas mais fáceis e mais rápidas = PROCRASTINAÇÃO PRODUTIVA.

SER OCUPADO ≠ SER PRODUTIVO (fazer mais em menos tempo)

1.3 APP BASE DE GESTÃO E INVESTIMENTOS

MEISTERTASK + AGENDA ONLINE GOOGLE + INVESTIMENTO BACKUP DE MATERIAL + INVESTIMENTO NO CONFORTO NO LOCAL DE TRABALHO

DICAS DE ORGANIZAÇÃO 1) Evitar o trabalho a dobrar (repetir as mesmas tarefas, ser objectivo e ter foco); 2) se necessário TERCEIRIZA SERVIÇOS (capas de álbuns, desenho de álbuns, gestão de redes sociais, ...); 3) Automatização do trabalho (PDFs, respostas de email, respostas a perguntas comuns,...); 4) Invista em material de backup (cartões, HDs, baterias, ...)

1.4 ORGANIZAR PASTAS DE TRABALHO

A forma como organizamos as nossas pastas diz muito sobre a nossa empresa. Uma boa entrega para o cliente e uma gestão ótima do nosso trabalho começa na organização das suas pastas. Fica mais fácil de aceder, sabemos onde estão os documentos que procuramos,...

DICA organizar por ano > mês > Dia + Nome do trabalho

Módulo 2

2.1 FUNDAMENTOS DO NEGÓCIOS 1) Não agir de forma infantil e diferente = A MINHA EMPRESA BASEIA-SE NA FORMA COMO CONDUZO A MINHA VIDA; 2) O MEU NEGÓCIO DEPENDE DE CLIENTES, não focar apenas no lado criativo mas também nas vendas. Adoptar uma estratégia de atendimento + marketing + vendas; 3) CUIDAR DAS FINANÇAS = € a entrar + € em caixa + € de emergência + € para investir; 4) Construir uma BASE FORTE = Bom atendimento + cumprir prazos + cuidar do cliente; 5) ARRISCAR e ERRAR são consequências de quem tenta. Não desanimar! Quanto + erro, + aprendo.

2.2 VOCÊ VENDE PREÇO OU VALOR? VALOR é quando se percebe o valor de um serviço/produto e se está disposto a pagar, tem mais significado que a questão monetária. PREÇO é apenas a questão económica que o cliente coloca em cima da mesa.

A PERCEPÇÃO DE VALOR VARIA DE PESSOA PARA PESSOA. Criar valor apenas não chega, temos que TANGIBILIZAR, ou seja, tornar visível ao nosso cliente esse valor.

Todas as empresas têm que ser moldadas para serem incríveis e para encantarem o cliente: ESTILO FOTOGRÁFICO + ATENDIMENTO + ENTREGA + HISTÓRIA + PRODUTOS + ...

O MEU TRABALHO NÃO É APENAS A FOTOGRAFIA que é entregue ao cliente. NÃO! Também vendemos uma história, uma experiência, verdade, sorrisos,...

COMUNICAR + AGIR + PENSAR DE DENTRO PARA FORA: WHY? HOW? WHEN? As pessoas não compram o que eu faço, compram o *porquê* do que eu faço. O objectivo é vender para pessoas que acreditem naquilo que eu faço = INSPIRAMOS

2.3 OS 10 ELEMENTOS DA DIFERENCIAÇÃO Como agregar valor ao nosso trabalho: 1) diferenciar a estética da nossa fotografia; 2) encantar o cliente, fazê-lo sentir-se especial; 3) ter produtos para tangibilizar e agregar valor ao nosso trabalho; 4) mostrar que nos importamos em todas as fases de compra, realização e de entrega; 5) contar histórias através da nossa fotografia; 6) resolver problemas e questões que venham por parte da nossa audiência e do nosso cliente; 7) informar e ensinar o cliente; 8) criar conexão com a nossa audiência; 9) detectar lacunas no mercado e, se possível, ter soluções para elas; 10) pensar fora da caixa! Misturar serviços e produtos = adicionar valor.

2.4 + 2.5 VENDER A COISA CERTA PARA A PESSOA CERTA Entender a lógica: ATRAIR O QUE PUBLICO vs NÃO TER CLIENTES = os fatores de IDENTIDADE + DIFERENCIAÇÃO + COMUNICAÇÃO não estão alinhados.

Vender a coisa certa para a pessoa certa = ESPECIALIDADE + ESTILO DE FOTOGRAFIA + PÚBLICO-ALVO IDEAL

Querer atrair toda a gente faz com que não atraia ninguém e não me torno numa referência no que estou a fazer. Os preços, os pedidos de contacto e contratos realizados também não aumentam.

ESPECIALIZAÇÃO NICHOS > ESTILO DE FOTOGRAFIA IDENTIDADE > PÚBLICO-ALVO A PESSOA CERTA

PESSOA CERTA ≠ AVATAR. A PESSOA CERTA é a definição do público-alvo que vai guiar a empresa daqui para a frente, é quem queremos que se identifique com o nosso trabalho, que nos contacte *no matter what!* AVATAR é uma técnica de marketing para atrair o nosso público-alvo, é a representação da minha pessoa certa.

2.6 COMO FAZER PESQUISAS ORIGINAIS PESQUISAS DE MERCADO + DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE + COMO NÃO CLIENTE

1) P. MERCADO têm como objectivo dar conhecimento das práticas que dão mais resultado + identificar falhas no mercado + análise de concorrentes; 2) P. SATISFAÇÃO DO CLIENTE tem por objectivos a recolha de feedbacks, sugestões, opiniões e novas ideias de clientes que já contrataram algum dos nossos serviços; 3) P. NÃO CLIENTES tem como objectivo sondar junto dos pedidos de orçamento que não tiveram retorno positivo como podíamos ter adaptado o serviço para percebermos os sonhos e as dores do nosso público-alvo.

GOOGLE DRIVE > novo > formulário Google

2.7 PORTFÓLIO QUE VENDE DE VERDADE

UM NOVO COMEÇO! PORTFÓLIO ATUALIZADO, COMA PERSONALIDADE DA MINHA EMPRESA NAS MINHAS FOTOGRAFIAS.

A construção de um portfólio é um PROCESSO CONSTANTE: temos que planejar as sessões, os locais, a roupa, a maquilhagem se necessário, assim como quem será o nosso AVATAR, de acordo com o público-alvo que visualizamos.

Objectivos a alcançar com a construção de portfólio: 1) praticar/ testar / tirar as ideias do papel; 2) ter material para divulgação; 3) aumentar a propagação da minha empresa/do meu trabalho.

QUEM/COMO FOTOGRAFAR? AVATARES de acordo com o nosso público-alvo + deixar claro a forma de entrega (digital/online/...) + Limitar o número de fotografias entregues + redação de um contrato com todas as cláusulas associadas + deixar em aberto a aquisição de produtos após a entrega das fotografias.