

Solução

Módulo Roteiro Consultivo - Aula Solução: Introdução, Contexto, Ajuda e Venda.

Essa é uma das principais sacadas do roteiro.

Você vai poder adaptar esse discurso de acordo com o que você vende.

Até agora o roteiro é padrão para qualquer serviço online que você for vender.

Como estruturar a solução:

Vamos dividir em 4 etapas. Você precisa anotar cada ponto e interagir.

INTRODUÇÃO

CONTEXTO

AJUDA

VENDA

Introdução:

Você precisa chamar atenção. Use os principais gatilhos:

Papel e caneta.

Casos que você atendeu.

Consultorias e palestras.

Lembre-se de citar o segmento do cliente, a dor que ele tem e o resultado que espera.

Contexto:

ESTRUTURA - CONTEÚDO - TRÁFEGO

Você vai “pesar” onde você é especialista.

Qual serviço você quer vender?

Faça o cliente anotar!

Estrutura: Onde você recebe o seu cliente.

Foco aqui é grau máximo de importância se você quer vender site ou LP.

Conteúdo: O que você produz para conquistar audiência.

Foco aqui é dar mais importância se você vende gestão de mídias, SEO, inbound...

Tráfego: Deixa claro que essa é a cereja do bolo.

Faz o cliente anotar: Demanda Real vs Demanda em Potencial (resumo do funil)

Demanda Real: está pesquisando (fundo de funil)

Demanda em potencial: Tem perfil para comprar, mas não está buscando.

Explicar os dois pontos de acordo com o que você quer vender: Google, Facebook, Tiktok ou ambos.

Pergunta de passagem: O que é prioridade hoje?

Você precisa induzir o cliente.

Exemplo Google ads

Exemplo Face ADS

Exemplo LP

Exemplo todos.

Ajuda:

Aqui é o momento de fazer recomendações.

Ele precisa estar em um ambiente consultivo.

Comece aterrissando:

Já faz anúncios?

Nível de conhecimento (básico, intermediário, avançado...).

Divida a ferramenta nas principais campanhas.

Faça recomendações de estratégia:

- O que precisa ser feito?
- Qual será o resultado?
- Por que precisa ser feito?

Leve em conta o nível de conhecimento do cliente.

Exemplo Google ADs

Exemplo Face ADs

Exemplo LP

Exemplo de todos juntos.

Se você quer vender LP, comece por ela.

Pergunta de passagem: ele quer apenas aprender (sem pretensão de resultado) ou quer que alguém ponha a mão na massa?

A forma de perguntar é determinante.

Venda:

Comece com ganho de autoridade.

Fale brevemente sobre seu posicionamento e da agência como especialista.

Repita o que você comentou na AJUDA, mas agora dando a entender que você vai colocar a mão na massa.

Exemplo Google ADs

Exemplo Face ADs

Exemplo LP

Exemplo de todos juntos.

Pergunta de passagem: Validação ou sumarização.

Substitua o “vamos fechar” por confirmação da dor, objetivo, urgência e necessidade de contratação da agência.