



Aula 26/06/2024

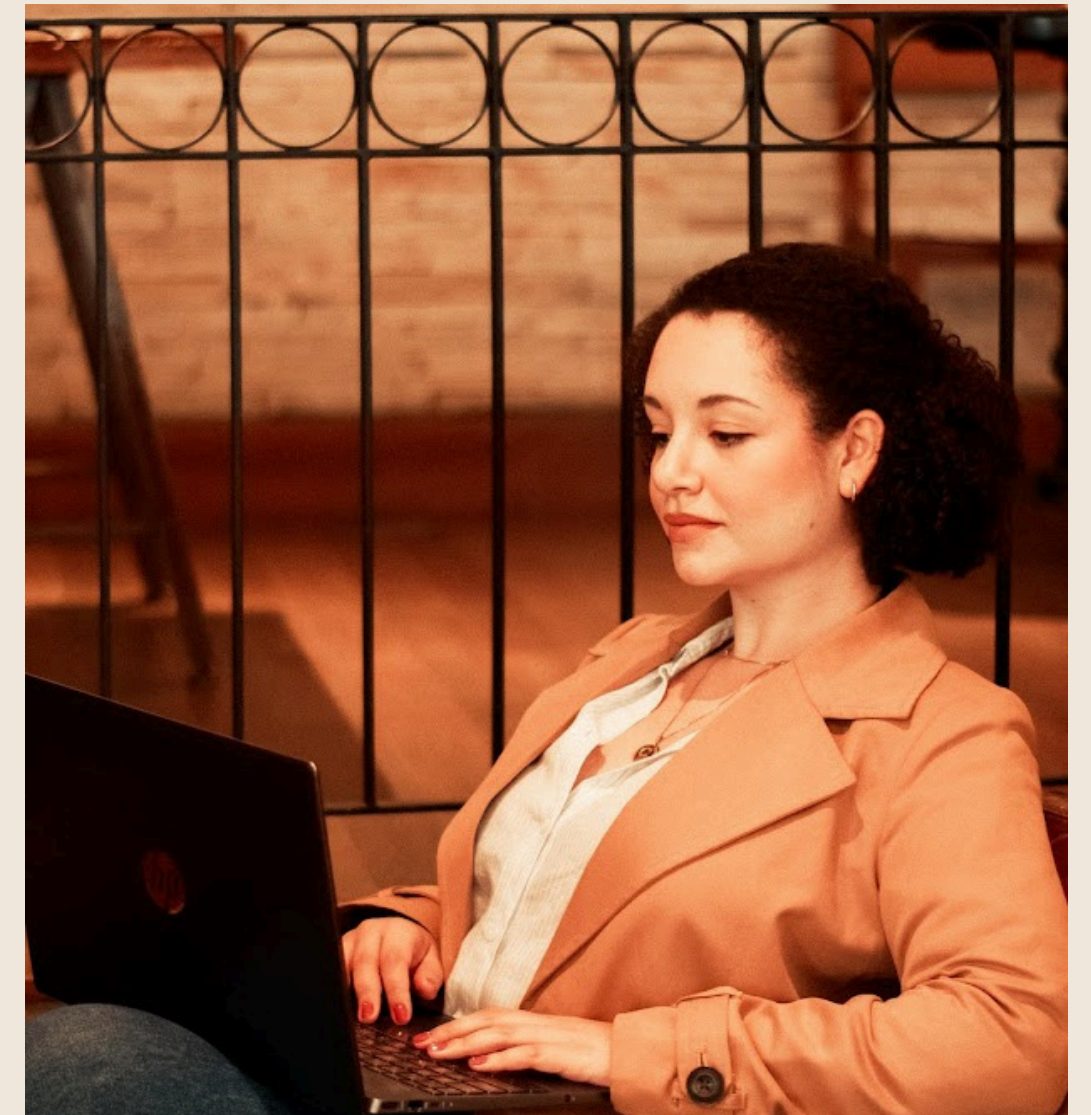
Como atrair clientes que não pedem desconto



Posicionamento

Já tivemos uma aula sobre posicionamento, mas esse tema está presente em muitos momentos da nossa carreira. Principalmente quando queremos aumentar o preço.

E o posicionamento, como falamos nessa outra aula, não é só "água na taça e blazer". Tem outras variáveis que precisamos considerar, e é sobre elas que vamos falar na aula de hoje.



O cliente que paga sem chorar

Indo direto ao ponto, o que faz o cliente pagar sem chorar preço é:

- Organização;
- Clareza;
- Provas sociais (resultados);
- Identificação (diferencial);
- Entrega básica bem-feita.

Nos próximos slides, vou falar sobre cada tópico com mais detalhes. Mas você viu que a lista não é tão grande, né? Não é uma missão impossível atrair esse tipo de clientes, eu aprendi isso na prática e vou mostrar o passo a passo pra vocês.

Organização

Além de cumprir prazos ser obrigatório, a organização também significa ter um passo a passo claro. E tornar a vida do cliente mais fácil.

Foi assim que surgiu a ideia do Trello. Quando eu cobrava R\$300, entregava tudo por WhatsApp. Mesmo quando passei a cobrar R\$1.200 por mês, eu ainda não tinha a organização que vocês têm acesso hoje.

É essencial que o cliente veja que a sua empresa é organizada, e você mostra isso das seguintes formas:

- Passo a passo claro;
- Explicando o que acontece depois de cada etapa e o que o cliente precisa fazer;
- Cumprindo prazos;
- Tendo materiais personalizados e bem revisados (sem muitos erros, sem confundir com outro cliente) - contrato também é essencial;
- Visualização clara dos posts (o Trello é perfeito pra isso).

Clareza

A clareza é semelhante à organização, mas inclui alguns outros pontos antes mesmo do fechamento:

- O que você faz? O que o cliente recebe ao te contratar? - proposta e Instagram
- O que de fato está incluso? - manual de boas-vindas
- Limite de alterações;
- Quanto custa?
- Alguns passos se repetem aqui: clareza das ordens das entregas, Trello (ou outra forma que o cliente consiga visualizar os posts).

Provas sociais (resultados)

Os clientes que têm dinheiro não querem saber quanto custa, eles querem saber se funciona. E muitos vão te questionar sobre a relação de investimento na social media vs. o aumento de vendas. E você vai explicar da forma que sempre ensino:

"Sou muito transparente com os clientes e gosto de deixar claro que o nosso trabalho gera demandas para vendas, ele gera o interesse das pessoas certas no produto. Mas a venda em si depende de outros setores da empresa, como o site, o atendimento no WhatsApp... Mas tudo estando alinhado, as vendas começam a acontecer."

Mas além das vendas, eles querem ver um portfólio. E é justamente por isso que eu recomendo começar cobrando barato e usar o seu perfil como primeiro cliente. Sem portfólio, você não consegue cobrar o mesmo valor de quem tem experiência, mas tendo resultados no seu perfil já consegue cobrar um pouquinho a mais do que outras SM iniciantes.

Identificação (diferencial)

Os clientes que não olham o preço também têm uma coisa em comum: eles se identificam com você.

Você também não tem isso com algumas marcas? Por exemplo de maquiagem. Não tem uma influenciadora que você compra a maquiagem dela, mesmo sem ser a mais barata, só por gostar dela? E não, necessariamente, pelo produto ser melhor?

É a mesma coisa aqui. O seu diferencial é você, e você só consegue comunicar a sua individualidade quando cria conteúdo no seu perfil.

Caso real de identificação

Tem uma cliente minha que é médica e ela tem uma paciente social media, amiga minha inclusive. E mesmo sabendo que a paciente é social media, ela nunca quis contratá-la por não se identificar com ela.

Ela pesquisou diversos profissionais e me contratou depois de achar o meu perfil no Mercado de Trabalho. E foi justamente isso que ela falou na nossa primeira conversa:

Eu cansei de procurar social media, quero fechar com você.

Estamos juntas desde Novembro/23 e o perfil dela tem muito resultado! Além da estratégia ser boa, claro, a conexão que a gente tem (até a equipe que escreve pra ela é muito alinhada com as crenças da cliente) facilita demais a produção de conteúdo.

Fora que o fato dela confiar 100% em mim, faz com que ela tope todas nossas ideias.

Entrega básica bem-feita

Você não precisa inventar a roda pra cobrar mais de 3 mil por mês.

Mas precisa ter um pacote com o básico que faz um perfil ter resultado: estratégia (linha editorial e calendário), legendas, roteiro de reels, design e métricas.

Stories também fazem toda diferença, então eu recomendo que você use o modelo de calendário disponível aqui no MM. Pra uma cliente nossa, também entregamos sequência de stories e o resultado é bem legal.

Se você cansou de enviar orçamento e não fechar venda, dá uma revisada no que está sendo entregue. E também converse com a sua audiência pra tentar entender qual é a maior dificuldade que eles têm no Instagram. E inclua isso na sua proposta!

Perfil sem ruídos

Dependendo do quanto você cobra, você precisa dar uma refinada no posicionamento. Ou seja: parecer mais cara. Eu fui fazendo isso aos poucos e hoje consigo fechar contratos a partir de 2k e mentorias de 5k.

Mas isso é uma construção, não é do dia pra noite.

Essa questão de parecer mais cara não é só aparência, principalmente se a *skin chique* não combinar com a sua personalidade. Mas você precisa ter os outros pontos bem alinhados, principalmente a questão de resultados.

Mas mesmo quem não quer cobrar mais caro, só quer parar de atrair pessoas que não entendem o valor de uma social media, precisa ter um perfil sem ruídos.

Ou seja:

Perfil sem ruídos

- Está claro que você é social media;
- O que uma social media faz - post fixado e destaque;
- O que você entrega, qual é o seu pacote;
- Quanto custa te contratar;
- Quem pode te contratar;
- Por onde as pessoas podem te chamar;
- Identidade visual definida.

Prospecção

Fazendo tudo isso, você vai atrair pessoas que valorizam o seu preço. Mencionei que fecho contratos legais no Mercado de Trabalho do ONM, né? Mas outras formas de atrair essas pessoas é:

- Criar conteúdo no TikTok;
- Criar conteúdo diário (feed e posts) no seu perfil;
- Prospectar por direct - ver a aula de prospecção eficaz. Foque no volume, pois a média é de 1 venda pra cada 20 prospecções.



Desafio

- Fechar 1 novo cliente essa semana.

