



WORKSHOP PRO\$PECÇÃO 10x

1. BOAS VINDAS

- 1.1. PARABÉNS!
- 1.2. COMPROMETIMENTO COM O X-SALADA de Vocês.
- 1.3. Gratuito x Pago

2. INTRODUÇÃO

- 2.1. Isso é um NEGÓCIO e não Renda Extra.
- 2.2. Pensar e AGIR como Empresário desde o início.
- 2.3. Etapas e processos de um negócio.
- 2.4. COMPROMETIMENTO.
- 2.5. RESPEITE A SUA JORNADA.
- 2.6. QUEM SOU EU

2.6.1. TRABALHOU 11 ANOS COMO GARÇOM E HOJE VIVE LIVRE
COM MARKETING DIGITAL

Link: [https://www.youtube.com/watch?
v=KCT7vU0aywQ&t=1441s](https://www.youtube.com/watch?v=KCT7vU0aywQ&t=1441s)

Vídeo:

[http://https://www.youtube.com/embed/KCT7vU0aywQ?
start=1441](http://https://www.youtube.com/embed/KCT7vU0aywQ?start=1441)

- 2.6.2. 2017 - Iniciei no Tráfego
- 2.6.3. 2018 - Afiliado/Lançamentos
- 2.6.4. 2019 Encapsulados + Tráfego para Empresas Locais
- 2.6.5. 2020 - Agência + Infoprodutor

3. 1º PASSO: Posicionamento

- 3.1. NECESSÁRIO
- 3.1.1. Instagram (Agência)

3.1.2. Perfil profissional/Pessoal

3.1.3. BIO Otimizada. Ex. Faço Anúncios Patrocinados para Empresas Locais CEO @agencia jacaré + 200 mil Investidos em Anúncios + Informações (Link de contato)

3.1.4. + 12 Posts - 4 fotos pessoais/Viagens + 8 Posts de CONTEÚDOS

3.2. SITE: Não é necessário, mas se criar profissionaliza mais ainda o negócio.

3.2.1. SITE AXEL***

3.3. Organização - Clientes no Google Drive.

4. 2º PASSO: Definição de Objetivos

4.1. - Quanto tempo você tem por dia para se dedicar?

4.2. - Quantos Clientes quer ter em 30 Dias?

4.3. - Quanto quer faturar em 30 dias?

4.3.1. CUIDADO: Metas SMART E vai ampliando e se recompensando por isso.

4.4. - Quantos clientes quer ter na sua Agência até 31/12/2021?

4.4.1. CUIDADO: Não fala 50 se você não tem nenhum.

4.5. - Quantas Abordagens você vai fazer por semana?

4.6. Quantas reuniões vai fazer por semana?

4.7. REGRA PARA TER COMO PARAMETRO:

4.7.1. 60 Abordagens por Semana

4.7.1.1. 3 a 7 Reuniões por semana.

4.7.1.1.1. 1 Fechamento por Semana.

4.7.2. 10 Abordagens e nenhum retorno? Muda a forma de abordar.

4.7.3. CONSISTÊNCIA É O CAMINHO PARA O EXITO.

4.7.4. O NÃO VOCÊ JÁ TEM.

4.7.5. QUANTO MAIS PRATICAR, MELHOR VOCÊ VAI FICAR.

4.7.6. O MEDO É O GPS DO SUCESSO.

4.7.7. AGENCIA/TRAFFEGO É UMA EMPRESA, PENSE COMO EMPRESA E NÃO COMO RENDA EXTRA.

5. 3º PASSO: Formatos de Como COBRAR

5.1. SEM EXPERIÊNCIA:

5.1.1. 15 Dias de teste (Estruturação Profissional + Primeiras campanhas + Budget de guerra (500,00) R\$0,00 + Indicação ou reunião de fechamento

5.2. COM EXPERIÊNCIA:

5.2.1. 1 Mês de teste gratuito (Estruturação Profissional, primeiras campanhas + Contrato por 3 Meses). - Já tem que deixar Alinhado o valor Mensal.

5.2.2. 1 Mês sem contrato, sem compromisso, valor simbólico. + Possível contrato após 30 Dias.

5.3. QUANTO COBRAR?

5.3.1. Existem NICHOS e NICHOS!

5.3.2. Cobrar no MINIMO R\$500,00 em Budget de tráfego (Menos que isso não é possível)

5.3.3. Valor FIXO Varia de R\$500,00 até R\$2.500,00

5.3.3.1. Ao invés de Cobrar R\$1.000,00 você cobra R\$880,00

6. 4º PASSO: Conceitos Sobre Prospecção

6.1. PROSPECÇÃO ATIVA:

6.1.1. Você vai ATRÁS dos potenciais clientes.

6.1.2. O melhor MOMENTO para Prospectar - Pós Pandemia/Aquecimento do mercado

6.1.3. Se você não PROSPECTAR, seu concorrente vai.

6.1.4. TREINAR Diferentes formas de Abordagem e ver qual você mais se IDENTIFICA.

6.2. PROSPECÇÃO PASSIVA:

6.2.1. Anúncios no Facebook ADS

6.2.1.1. FUNCIONA, mas tem que ter cuidados.

6.2.1.1.1. Anúncios para uma Consultoria de Marketing de 30 Minutos - Trabalhar Escassez/Segmentação

6.2.1.1.2. Enviar Leads para um Formulário de Qualificação

6.2.1.1.3. SEGMENTAÇÃO: COMPORTAMENTO DO FACEBOOK ADS:

6.2.1.1.3.1. Administradores de páginas comerciais - Proprietários de pequenas empresas - Cargos: dono, proprietário, sócio proprietário, sócio, empresário

6.2.1.1.4. SEGMENTAÇÃO: INTERESSES NO FACEBOOK ADS:

6.2.1.1.4.1. SEBRAE - Pequenas e Médias Empresas - Pequenas empresas e grandes - Negócios - Portal - Portal Administradores - Geração de valor

6.2.2. GOOGLE ADS: Rede de Pesquisa

6.2.2.1. Enviar para uma LP/Site de alta conversão

6.2.2.1.1. PALAVRAS CHAVES:

6.2.2.1.1.1. Agência de marketing

6.2.2.1.1.2. Agência de Publicidade

6.2.2.1.1.3. Agência de social Media

7. 5º PASSO: Formatos de Prospecção

7.1. POSICIONAMENTO

7.1.1. Se posiciona, não tenha vergonha, só aqui já vai ATRAIR POTENCIAIS clientes.

7.1.1.1. FALA PARA O MUNDO

7.1.1.1.1. Não tenha medo de críticas.

7.2. LISTA DE CONTATOS

7.2.1. MAPEIE Sua Lista de Contatos

7.2.1.1. Quem tem empresa ou amigo que tenha parente.

7.2.1.1.1. ABORDE SEM MEDO, o Não você já tem.

7.2.1.1.1.1. MSG1: Oi Leonardo, tudo bem? MSG2: Oii, tudo sim. Bla bla MSG3: Aqui quem fala é o Jubileu, eu tenho seu contato salvo aqui, eu vou falar rapidamente para não tomar muito seu tempo. MSG4: Atualmente eu comecei a trabalhar com Marketing Digital e Tráfego Pago (Anúncios patrocinados nas redes sociais) e sei que você tem empresa, nos últimos meses eu estudei muito, investi em alguns cursos e agora estou prospectando alguns clientes para executar o que eu aprendi, como você tem empresa, me lembrei de você e gostaria de te fazer uma proposta. (Calma, não vou te cobrar nada por isso rsrsrs). Eu só quero te mostrar como funcionam os anúncios patrocinados e o que as empresas (Mencionar nomes e concorrentes) estão fazendo no digital pra vender mais. (Todas as estratégias

7.3. COLOCAR DINHEIRO NO BOLSO DO CLIENTE

7.3.1. Restaurantes, barbearias, salão de beleza, dentistas, oficina de carro

7.3.1.1. FALE Sobre o que você faz e que vai ajudar potenciais clientes.

7.4. PRESENCIAL

7.4.1. Mapeie 10 Empresas e coloca a cara e VAI.

7.4.1.1. Abordagem Utilizando Google Meu Negócio, mostrando as Redes Sociais

7.4.1.1.1. Peça pra falar com o responsável/DONO... 15 Minutos.

7.5. COLD CALL

7.5.1. 4 PONTOS IMPORTANTES NA LIGAÇÃO

7.5.1.1. ENERGIA/Tom de voz.

7.5.1.2. Pedir pra falar com o DONO/Responsável (Falar o nome)

7.5.1.3. Se Apresentar como DIRETOR da Empresa X e que pegou o contato no site/Google/Indicação de um amigo.

7.5.1.4. Gerar DESEJO/CURIOSIDADE/MEDO na ligação com o dono.

7.5.1.4.1. EX. João, sei que te peguei de surpresa e não quero tomar muito do seu tempo. Eu vi aqui que você tem um excelente perfil no instagram e no google, parabéns por isso, gostei bastante. Eu vi também que você hoje não está na primeira página do google quando pesquisa pela sua empresa e que também não faz anúncios no Instagram. Os empresários sofreram muito com a pandemia infelizmente. Mas empresas como (MENCIONAR O NOME de 2 concorrentes ou empresas que ele conheça) estão posicionadas no google fazendo anúncios no Instagram pra vender mais com marketing Digital. Então João, atualmente eu ajudo empresas a se posicionarem na frente dos concorrentes na internet e gostaria de saber se o Sr gostaria de marcar uma consultoria de posicionamento no digital de 30 minutos. (Eu não vou te vender nada, rsrsrs) só pra eu te ajudar e mostrar o que eles estão fazendo e te dar DICAS de como você pode melhorar. Eu posso na quarta feira as 10 ou as 16 horas, vamos agendar?

7.6. COLD MAIL

7.6.1. Não Adianta Enviar 5 E-mails e esperar RESPOSTA.

7.6.2. O TITULO Do E-mail é o SEGREDO.

7.6.3. E-mail tem que GERAR DESEJO, mostrar OPORTUNIDADES,

7.6.4. EXTRATOR DE E-MAILS

7.6.5. HUNTER.IO

7.7. INSTAGRAM DIRECT

7.7.1. Esqueça Abordagem LONGA e COMERCIAL - Não é infoproduto.

7.7.2. Abordagem HUMANIZADA.

7.7.2.1. Modela Script da COLD CALL.

7.8. ANUNCIANTES OFFLINE:

7.8.1. Rádio, jornal, revistas, panfletos na rua.

7.8.2. JÁ INVESTEM em Marketing

7.8.2.1. Nível de Consciência Elevado

7.9. INDICAÇÃO:

7.9.1. Oferecer recompensas em DINHEIRO PARA QUEM INDICAR seus amigos empresários, dentistas ETC.

7.9.1.1. Você vai Abordar e MENCIONAR o nome de quem indicou.

7.10. VENDEDOR EXTERNO

7.10.1. Material de Prospecção com Recompensa.

7.10.1.1. Vendedor de pirâmides, zelador de prédio, porteiros

8. 6º PASSO: Montando Sua Máquina de Aquisição

8.1. Formulário de Cliente

8.1.1. Integração com Pabbly

8.1.1.1. Trello/MONDAY.

9. 7º PASSO: Preparando para quebrar Objeções

9.1. Já tenho uma Empresa que cuida do Marketing (Social Midia)

9.1.1. Isso é muito importante, que bom que você já se preocupa com isso, eu entrei em contato porque vi que não estão rodando anúncios atualmente e no mercado digital se não investe em anúncios não adianta de nada, pode estar deixando dinheiro na mesa infelizmente. Eu vou te enviar algumas recomendações aqui para te ajudar e a empresa que cuida, se o Senhor se interessar, marcamos uma consultoria de 30 Minutos e não vou te vender nada nela, faço pra ajudar empresários como você que eu sei que é difícil ainda mais em tempos de pandemia. O Sr. me permite enviar um material gratuito pra te ajudar?

9.2. Não tenho interesse

9.2.1. Tudo bem, meu interesse era te ajudar e não te vender nada, ia passar meu conhecimento pra frente. Mas vou deixar meu contato a disposição aqui. A Empresa X me chamou aqui e vou falar com eles essa semana. Se o senhor se interessar, deixarei meu contato a disposição.

9.3. Me envia uma Proposta por E-mail

9.3.1. Infelizmente eu não tenho nada para te mandar, nosso trabalho aqui é PERSONALIZADO, tenho que entender como funciona seu negócio e desenvolver estratégias que vão gerar RESULTADOS, se o Sr quiser, podemos agendar uma reunião de 30 minutos sem COMPROMISSO.

9.4. Não tenho tempo para isso.

9.4.1. Eu entendo Sr João, sei como é a vida do empresário, já estive nessa situação também, meu intuito é te ajudar com um plano de negócio e em 15 minutos eu consigo te mostrar tudo isso, se for do seu interesse marcamos uma reunião rápida, sem compromisso.

9.5. Já investi e não tive resultados

9.5.1. EU entendo perfeitamente, muitos clientes que chegaram até mim estavam frustrados com o serviço de agências tradicionais. Na grande maioria das vezes essas agencias não entendem de anúncios patrocinados. O que a gente faz aqui é personalizado e eu posso te mostrar em uma reunião rápida de 30 minutos como funciona e como você pode vender mais com marketing digital.

10. 8º PASSO: Como Conduzir uma Consultoria de Marketing

10.1. SEJA PONTUAL:

10.1.1. Se você não é pontual com seus compromissos, já era... seja na vida pessoal ou profissional... esse compromisso não é tão importante para você.

10.2. VESTIMENTA: Seja online ou presencial.

10.2.1. Cabelo, barba arrumada, roupa social

10.3. Analisar Instagram

10.3.1. BIO do Instagram, CTA da BIO, Destaques do Perfil, POSTS do perfil (Conteúdo/Design).

10.4. Analisar o Site

10.4.1. Pixels Instalados

10.4.2. CTA's para fazer a conversão

10.4.3. Sobre a Empresa

10.4.4. Serviços que oferecem

10.4.5. TAG's de Conversão no site

10.5. Analisar os Concorrentes

10.5.1. Pedir pra recomendar perfis concorrentes ou inspirações.

10.6. Abrir a Biblioteca de Anúncios

10.6.1. Pesquisar anúncios coerentes com a empresa que esta recebendo a consultoria.

10.7. Abrir o Keyword Planner do Google.

10.7.1. Se for serviço de intenção, isso aqui é GAME CHANGE.

10.8. Pedir permissão para falar sobre seu Trabalho.

10.8.1. Faz sentido a consultoria? Posso falar rapidamente como funciona meu trabalho?

10.9. Pedir permissão para enviar uma proposta personalizada.

10.9.1. Enviar um DOC de tudo que foi falado na consultoria + Proposta de parceria de 1 Mês.

10.10. Não é qualificado.

10.10.1. Oferecer serviço de criação de página/Landing Page

10.10.2. Pedir recomendação/Indicação de amigos empresários.

10.11. Quanto mais reuniões fizer, mais EXPERIÊNCIA você ganha.

10.12. Pedir depoimento/vídeo ou texto agradecendo a consultoria.

11. 9º PASSO: Planilhando Potenciais Clientes

11.1. DEFINIÇÃO DOS NICHOS

11.1.1. E-BOOK DE NICHOS

11.2. MAPEAMENTO DE PLANILHA

11.2.1. 60 Empresas por Semana

11.2.1.1. Domingo/SEGUNDA.

11.3. HACKEAR O PLANILHAMENTO.

11.3.1. FERRAMENTA: Qualifiquei Leads ★ Extrator de Leads para Google Maps

Link: <https://qualifiquei.com.br/>

11.3.1.1. Hacker o Hackeamento: Gerador de Email Temporário

Link: <https://www.invertexto.com/gerador-email-temporario>

11.4. Treinar o Estagiário

12. 10º PASSO: Abordagens

12.1. Se você não abordar, outra pessoa vai.

12.1.1. A outra pessoa da linha não sabe quem é você.

12.2. Quanto mais abordar, mais experiência você ganha.

12.3. Boletos para pagar, sonhos para conquistar.

12.4. ABORDA + ABORDA + ABORDA

12.5. Você só precisa de 3 CLIENTES Satisfeitos.

12.5.1. Depois o resto vai acontecer NATURALMENTE.

13. 11º PASSO: Reunião de Negócios

13.1. O QUE UM GESTOR DE TRÁFEGO FAZ?

- 13.1.1. Responsável por gerar demanda e oportunidades de venda
- 13.1.2. Especialista em publicidade online. (Compra de mídia).
- 13.1.3. Alcança as pessoas certas em determinados bairros;
- 13.1.4. Pessoas que mandaram mensagem no teu instagram;
- 13.1.5. Pessoas que acessaram o seu site;
- 13.1.6. Persegução (Comparação com grandes lojas e até a escuta do celular)

13.2. ANTES DA REUNIÃO

- 13.2.1. Estudo do negócio do cliente;
- 13.2.2. Estudo de Estratégias e Anúncios;
- 13.2.3. Estudo do “cliente em si”;
- 13.2.4. Preparar Apresentação; (Computador ou Impressa).
- 13.2.5. Preparar visual;
- 13.2.6. Preparar o Mindset;
- 13.2.7. NÃO SE IMPORTAR COM O RESULTADO. (Orgulho de ter feito).

13.3. PERGUNTAS ANTES DA APRESENTAÇÃO

- 13.3.1. Já trabalhou com agência?
- 13.3.2. Já fez anúncios patrocinados?
- 13.3.3. Quais os produtos e serviços que mais vende?
- 13.3.4. Como funciona o comercial? Ligação.. Whatsapp

13.3.5. Possui CRM para os leads que entram em contato?

13.4. MONTAR APRESENTAÇÃO

13.4.1. - Capa - Quem é você - Porque começou nesse mercado
- Prova Social de houver - Pandemia - Inimigo incomum - Redes sociais x Publicidade - Analise Swot Potencial Cliente (O que pode ser melhorado) - Prints dos Anúncios de concorrentes (Google e Facebook) - Funil de Conversão no Facebook - Funil de Conversão no Google - O que você vai executar - Cronograma do Projeto - PROPOSTA/Investimento - Frase + CTA

13.5. HACKS para Aumentar TAXA DE CONVERSÃO

13.5.1. Quebrar o gelo inicial (Ponto de identificação)

13.5.2. Fazer perguntas específicas.

13.5.3. Iniciar a apresentação.

13.5.4. Propaganda online (Comparação com Panfletos) x Gastos

13.5.5. Mostrar sempre os Anúncios dos concorrentes na frente dele.

13.5.6. - Keyword Planner do google.

13.5.7. - Ancoragem de valor.

13.5.8. Responsabilidade do contrato.

13.6. SE já foi para Reunião para FECHAR

13.6.1. O Cliente concordou com tudo?

13.6.1.1. Saia dali com os acessos da conta.

13.6.1.2. Se você sair sem NADA, só com a palavra, ele vai ter tempo de PENSAR e mudar de idéia e/ou consultar esposa em casa.

14. 12º PASSO: Execução

14.1. SOLICITAR ACESSOS

14.1.1. Login Facebook (Enviar aula para o cliente fazer)
Explicar como funciona;

14.1.2. Login Instagram;

14.1.3. Conta google ads

14.1.4. Cartão CNPJ se houver

14.1.5. Dados para emissão de NF's (E verificação do facebook)

14.1.6. Mencionar CONCORRENTES ou Perfis que fazem um bom trabalho no digital

14.2. ESTRUTURAÇÃO DA BM

14.2.1. Entrar no PERFIL (Usuário do chrome e salvar o acesso).

14.2.2. Começar COLETAR informações das BM's e Contas pessoais

14.2.3. Renomeação das BM's e Contas de Anúncios.

14.2.4. Criação dos públicos personalizados

14.2.5. Integração de página com Instagram

14.2.6. Integração do Whatsapp business

14.2.7. Criação do Pixel e Salvamento. (Salvar no Drive).

14.3. ESTRUTURAÇÃO DE CONTA GOOGLE ADS

14.3.1. Puxar a conta para sua MCC. (Se houver)

14.3.2. Pegar tag global/RMK

14.3.3. Criar conta no GTM

14.3.4. Colocar Pixel do facebook, do google no GTM

14.3.5. Salvar todos os dados, pixels no drive do cliente.

14.3.6. Instalar no site se houver.

14.4. OFERTA

14.4.1. Definição de oferta (Produto ou serviço) que terá ênfase nos anúncios.

14.4.1.1. Trazer EXEMPLOS de Ofertas já coletados na biblioteca de Anúncios.

14.4.1.2. Definição de Criativos

14.4.1.3. Definição de Copies

14.5. Execução das Campanhas.

15. 01 HACK: Buscando o Nome do decisor

15.1. BUSCADOR DE CNPJ

15.2. REGISTRO BR

16. 02 HACK: Como gerar DESEJO

16.1. EXPLICAR COMO FUNCIONA O INSTAGRAM/FACEBOOK

16.1.1. Tráfego Orgânico x Pago

16.2. DESEJO x INTENÇÃO

16.2.1. Explicar funcionamento das plataformas e Potenciais Clientes

16.3. MOSTRAR Milhares de Anúncios do nicho na Biblioteca

16.4. ABRIR o Keyword Planner na Frente do Cliente.

16.5. Tirar RESPONSABILIDADE DE contrato.

16.6. TRANSPARÊNCIA do inicio ao fim.

16.7. Pitch para um Mês de teste.

17. 03 HACK: Como passar pela Secretária

17.1. TOM DE VOZ - Importantíssimo.

17.1.1. Você - Oi Mirela, tudo bem? Aqui quem fala é o Leo, sou Diretor da Empresa X, você pode me passar a ligação para o (NOME DO DONO). Secretária: Do que se trata? Você: É sobre

um assunto que tenho que tratar com ele, acabei perdendo o Whatsapp dele nos meus contatos e pesquisei no google rapidinho e estou aqui. Secretária: Vou verificar/Ele não está. Você: Tudo bem Mirela, você pode me passar o Whatsapp dele novamente, é um assunto do interesse dele e muito importante, ou me passa um horário que ele esteja que eu retorno a ligação.

18. 01 BÔNUS: Black Hat & Google Meu Negócio

18.1. Está na Área de Membros.

19. 02 BÔNUS: Campanhas na Rede de Pesquisa para Agência

19.1. Está na Área de Membros.

20. 04 HACK - PARCEIROS DE NEGÓCIOS

20.1. DESIGNERS, WEBMASTERS, SOCIAL MEDIA

20.1.1. GRUPOS DE FACEBOOK

20.1.2. WORKANA

20.1.3. Grupos de Networking e Cursos no Whatsapp

21. 03 BÔNUS: Prospecção Através de Influenciadores

21.1. MAPEAR INFLUENCIADORES

21.1.1. REGIONAIS

21.1.2. NACIONAIS

21.1.3. Entrar em contato e oferecer Proposta de Parceria para 3 STORIES em texto ou vídeo falando.

21.1.4. STORIES

21.1.4.1. STORY 1

21.1.4.1.1. VOCÊ É EMPRESÁRIO E TEM UM NEGÓCIO? ENQUETE (SIM/NÃO) Caixinha de Perguntas: Qual o Instagram do seu negócio

21.1.4.2. STORY 2

21.1.4.2.1. Você QUER concorrer A UMA CONSULTORIA DE Marketing Digital com um ESPECIALISTA? Enquete (sim/não) Essa consultoria é GRATUITA e Tem APENAS 5 VAGAS Preste atenção nos próximos STORIES

21.1.4.3. STORY 3

21.1.4.3.1. CONSULTORIA DE MARKETING DIGITAL APENAS 5 VAGAS DISPONÍVEIS CLICA NO LINK ABAIXO E CONCORRA (LINK DE FORMULÁRIO DE QUALIFICAÇÃO)

22. 04 BÔNUS: Vendedor Externo

22.1. Apresentação para a Mentoría EDITÁVEL.

22.2. 04 BÔNUS: Vendedor Externo

22.2.1. Apresentação para a Mentoría EDITÁVEL.