

## **SCRIPT DE REUNIÃO 2**

### **Existem 3 tipos de clientes**

- 1- Os que não entendem de tráfego**
- 2- Os que entendem e passaram por bons resultados**
- 3- Os que entendem e passaram por experiências ruins**

Agora vamos para a reunião, já vou deixar claro que para uma reunião ter sucesso você não pode usar um script como na prospecção. Existem vários métodos para ter uma reunião de sucesso então basta usar esses métodos e adaptá-los para sua reunião, nem todos os donos de negócio vão ter a mesma dor e nem o mesmo comportamento. Você não pode parecer um robô falando frases decoradas na frente do dono.

### **(ESTRATÉGIA 2)**

### **N.O.C.A.U.E.R**

**N-** Perguntas de (**necessidade**), Aqui você vai descobrir qual é de fato o problema do seu cliente, quais são as dores dele, como ele percebe essas dores, quais são as dificuldades da empresa dele no dia a dia. Lembre Se seu cliente é especialista em problemas e você em solução.

**O-** Perguntas para descobrir os (**objetivos**) do seu cliente, o que ele quer alcançar com a empresa dele, quais são as metas dele.

**C-** (**Consequências**), aqui você vai mostrar para seu cliente quais serão as consequências que ele passará caso não alcance os objetivos desejados e se ele não resolver as necessidades dele. Mostre para ele que se não for resolvido os objetivos e necessidades haverá consequências para a empresa dele, assim ele ficará mais preocupado em resolver.

Coloque o dedo na ferida do cliente.

**A-** (**Avanço**) Verifique com o cliente os avanços que a empresa dele vai ter se as necessidades e objetivos forem alcançados, quais serão os benefícios se ele conseguir alcançar isso.

**U-** (**Urgência**) gere urgência no seu cliente, você tem que mostrar para ele que ficar de fora da internet e não resolver as necessidades e objetivos dele é algo extremamente urgente, pois os concorrentes estão entrando em peso na internet e tomando o espaço

**E-** (**Experiência**) Faça perguntas de experiência, você tem que saber se seu cliente já teve alguma experiência com gestores de tráfego, e se essa experiência foi boa ou ruim. Você precisará saber disso para decidir como continuar a condução da reunião.

**R-** (**ROI**) Retorno sobre investimento, mostre e prove para seu cliente que o retorno sobre investimento é algo certo!

## Faça isso...

Mostre números, matemática, fatos, lembre-se contra fatos não há argumentos, você vai até o gerenciador de anúncios do facebook, que já foi passado aqui, e vai pesquisar por anúncios de empresas concorrentes, depois vai tirar print dos resultados e apresentar ao seu cliente, mostrando que empresas concorrentes a ele estão tendo um ótimo resultado.

Lançados em novembro de 2020

**Left Ad (Burger King Brasil):**

- Inativo
- 14 de Nov de 2020 a 15 de Nov de 2020
- Plataformas:
- Categorias:
- Tamanho estimado do público: >1 mi pessoas
- Valor gasto (BRL): R\$800 a R\$899
- Impressões: 125 mil a 150 mil
- Este anúncio foi veiculado sem um rótulo
- Identificação: 454502689295330

**Right Ad (Burger King Brasil):**

- Inativo
- 13 de Nov de 2020 a 13 de Nov de 2020
- Plataformas:
- Categorias:
- Tamanho estimado do público: >1 mi pessoas
- Valor gasto (BRL): <R\$100
- Impressões: 15 mil a 20 mil
- Este anúncio foi veiculado sem um rótulo
- Identificação: 708439266720932

Depois de apresentar os dados e mostrar que os concorrentes dele estão anunciando você vai para próxima etapa desse modelo de reunião.

Agora você vai fazer um cálculo rápido com seu cliente, você vai perguntar qual é o ticket médio da empresa dele, ou até

mesmo qual é o produto principal mais barato da loja dele, e vai fazer o seguinte cálculo.

### **Exemplo**

Vamos supor que a empresa seja uma hamburgueria e que o hambúrguer mais barato seja 15 reais

Investindo 10 reais por dia, em 1 mês será gasto 300 reais

Então vamos a uma tabela.

<b>1 mês</b>	<b>C/lead</b>	<b>C/iniciadas</b>	<b>vendas</b>	<b>Total</b>
R\$ 300,00	R\$ 2,00	150	90	R\$ 1.350
R\$ 300,00	R\$ 3,00	100	60	R\$ 900
R\$ 300,00	R\$ 4,00	75	45	R\$ 675
R\$ 300,00	R\$ 5,00	60	36	R\$ 540

Mostre esses cálculos para ele, assim ele não ter argumentos de achar que não vai ter resultados, até porque esses número não são reais, pois as pessoas pedem hambúrguer e refrigerante, e algumas pessoas não vão pedir somente um, algumas vão pedir toda semana, algumas vão pedir o hambúrguer mais caro e por aí vai...

Assim ele saberá que mesmo se o impossível acontecer ele ainda vai estar no lucro sobre o investimento sobre os anúncios.

Depois disso você faz a última jogada antes do fechamento, você criará um dia antes da reunião um anúncio no Google ads

e ativará ele quando faltar 3 a 2 horas para reunião, e quando você chegar nessa etapa da reunião que estamos, você apresenta o anúncio dele ao vivo funcionando na prática, você vai virar para o dono do negócio e pedir para ele pesquisar no google do celular dele “hamburgueria em Belo horizonte”  
**(adapte para a empresa e cidade que você está em reunião)**

Assim o cliente vai ver o anúncio ao vivo funcionando.

-Wil, mas como vou montar um anúncio para ele se eu não tenho acesso ao site dele? e eu vou gastar o meu dinheiro se o anúncio rodar?

Você apenas criará o anúncio e colocará o site dele na URL, e sobre o gasto, vai ser um gasto baixo, pois o anúncio vai rodar por poucas horas, entenda isso como um investimento para fechar a reunião

**(SERÁ MOSTRADO EM VÍDEO)**

Depois disso você vai para o fechamento, basicamente você vai dizer

VOCÊ- Olha (falar nome do dono) eu realmente acredito que posso te ajudar, como eu disse sou especialista em gestão de tráfego, e minha proposta para você é basicamente a gente fechar uma parceria e um contrato de 1 mês no valor de (falar o valor que você irá cobrar pelo serviço) para você sentir como vão ser os resultados.