



Passa a Passo
para ter sua
fábrica de sequilhos em casa



Querido(a) Aluno (a)

Este material é particular e foi feito para ser vendido individualmente para cada aluno (a).

A distribuição ou venda deste material sem autorização do autor configura crime, na forma do artigo 29 da Lei nº 9.610/98.

Seus dados ficam vinculados conosco no momento da compra, o que torna possível, caso necessário, o ajuizamento de ação judicial. Para evitar possíveis problemas, não descumpra a lei.



GRATA, MARI MOLINA!

Sumário

Por que fazer doces?.....	4
Quem escolhe ter sucesso é você!.....	5
O que você vende?.....	7
Público Alvo x Persona: conhecendo o seu cliente...	8
Relacionamento com seu público.....	10
Sempre responda comentários, marcações e directs.....	11
Descubra 6 passos que te ajudarão na sua Jornada no Mundo da Confeitaria.....	12
Como encontrar os clientes que compram.....	15
Venda para o cliente certo.....	16
Vamos focar em apresentação.....	18
Criando sua marca.....	19
Criando seu logotipo.....	20
Crie peças e conteúdos.....	21
Redes Sociais.....	22
Introdução e fotografia.....	23
Fotos perfeitas com o celular.....	24
Dicas extras para fotografar.....	26
Introdução às vendas.....	29
Venda presencial.....	30
Venda online.....	31
Criando um link para o Whatsapp.....	34
Salário.....	35
Precificação.....	36
Formas de pagamento.....	37
Divulgações.....	38
Considerações finais.....	41

Por que fazer doces?

Uma análise muito importante que deve ser feita é saber o seu propósito, ou seja, qual o principal motivo de fazer o que você está fazendo.

Esse motivo deve ser forte, porque ele que vai te manter no caminho e te dar energia quando parecer que tudo está dando errado, pois sabemos que em alguns momentos encontraremos obstáculos, mas o seu motivo maior será sua fonte de inspiração para acordar todas as manhãs; seguir na batalha, sem lembrar do "dia difícil"; sempre alerta e motivada!

Seja pelo seu filho, por algo que você ame, por dinheiro, por uma sociedade melhor, um futuro mais tranquilo, por uma volta ao mundo...

Cada um tem suas razões para fazer o que faz.

Procure algo que te motive verdadeiramente.

Defina a sua razão e seja fiel a ela.

"Quando estiver com vontade de desistir, lembre-se do que te levou a começar."

Quem escolhe ter sucesso é você!

Tudo é questão de mentalizar!

É fato que trabalhar com a mentalidade e a energia certa te dará muito mais resultados do que fazer as coisas sem convicção e motivação.

A energia, o amor, a alegria acabam transparecendo no seu produto, no seu atendimento e até mesmo na sua marca.

Ao desenvolver uma mentalidade de sucesso, você passa a reagir de maneira diferente quando se depara com diversas situações cotidianas.

Gosto de usar essa fórmula para definir o sucesso:

(Conhecimento + Habilidade + Ação + Persistência)

X

Tempo =

Sucesso

É importante buscar conhecimento, desenvolver habilidades, agir e persistir ao longo do tempo.

Para vencer, não basta começar. É preciso continuar, mesmo com medo do que está por vir e também terminar o que se propôs a começar: É preciso ter “acabativa” (como disse Stephen Kanitz), e não só iniciativa.

Você precisa saber que **erro é aprendizado**. Pare de ser vítima e assuma que você é o responsável pelo seu sucesso.

A culpa não é de outra confeitadeira que cobra barato demais, a culpa não é do cliente que não valoriza seu trabalho e nem do mercado que está saturado.

Pare com isso! Pensar assim não te levará a lugar algum. Assuma a culpa. Sim, a culpa é SUA.

É sua por não saber cativar um prospecto a desejar o que você tem a oferecer. É sua por preferir assistir novela ou Netflix quando você sabe que deveria estudar mais seu cliente para encontrar novas maneiras de fechar uma venda. É a realidade.

Sucesso não significa que você nunca irá cair. Sucesso é a capacidade de se levantar rapidamente dos tropeços, mantendo a sua atitude positiva.

Ter esse tipo de atitude é que irá fazer você crescer como empreendedora ou te manterá para sempre como um amador.

E digo mais: se mantiver essa ideia enraizada em você, não importa o que aconteça, sua reconstrução será ilimitada e seu sucesso garantido!

Esse é o poder da mentalidade certa.

O que você vende?

Parece um pouco óbvio, mas inúmeras confeitarias erram nisso. Quando montamos um negócio, precisamos deixar muito claro o que vendemos, onde vendemos, formas de pagamento, quem somos e como o cliente pode comprar nosso produto.

Essas são as informações prioritárias. Não vai adiantar todo o marketing de atrair o cliente se essas informações não forem claras. E, além de ajudar nas vendas, com essas informações corretas, passamos mais segurança para o cliente na hora da compra.

Então faça um exercício hoje e estude o seu nicho de trabalho (**confeitaria**). Com essa informação clara, agora você pode acrescentar seus sub-nichos, que seriam, por exemplo, os produtos como: sequilhos, bolo, doces, brigadeiros, entre outros.

Todo nicho tem um sub-nicho. É importante você entender que precisamos focar no nicho e no sub-nicho para montar um negócio e ambos têm que conversar.

Evite divulgar coisas totalmente aleatórias juntas.

Ex. Confeitaria/Maquagem
Confeitaria/Roupa

Para fazer isso, é preciso ter outras fontes de divulgações e outro storytelling.

Ficou claro?

Público-Alvo x Persona: conhecendo o seu cliente

Existem duas maneiras de analisar as pessoas para quem você vai vender. Uma é mais ampla e mais genérica, que vai definir um grupo de pessoas dentro do mercado: o Público-Alvo.

A outra é super específica e vai definir o tipo de pessoa que você quer como cliente: a Persona (ou Avatar).

Público-Alvo é uma parcela da sociedade para quem você vai vender seus produtos ou serviços.

Conhecer o público-alvo vai te dar informações sobre idade, gênero, faixa salarial, nível escolar e outras informações genéricas.

O **Público Alvo** seria algo do tipo:

“Mulheres que moram em São Paulo, entre 20 e 45 anos, com ensino superior completo e renda média de R\$ 2.000”.

Personas são representações de como seria o seu cliente ideal.

É feito um estudo aprofundado da vida dela. Para criar uma persona, você precisa saber no que seu cliente acredita, quais os seus sonhos e desejos e também quais seus problemas e medos.

Uma das minhas personas é:

“Júlia Brigadeiro, 27 anos, trabalha em RH, sonha em abrir uma Confeitaria, mas não sabe por onde começar e tem vergonha de vender seus doces. Por isso, acaba adiando a decisão de largar o emprego que não a satisfaz”.

O **público alvo** te permite segmentar e focar nas pessoas que têm interesse em você e as **personas** te permitem conhecer esse público alvo a ponto de entender as pessoas dentro delas melhor do que elas mesmas.



Relacionamento com seu público

Após criar um meio de comunicação direta com seu público, separamos da seguinte forma.

O **FEED** (pág. Principal/ Perfil) usamos para postar imagens, vídeos e notícias para atrair os clientes (criando uma verdadeira vitrine).

O **STORY** serve para você se relacionar com quem te segue. Os Stories vão te ajudar a se aproximar do seu público, com eles você pode fazer e responder perguntas, criar enquetes, documentar o seu dia a dia, entre várias outras possibilidades.

Para gerar seguidores, o que você posta nas redes sociais precisa estar de acordo com o que você entrega na vida real. Isso se chama **congruência**. Se você oferece um atendimento diferente, mostre isso nos stories; se seus clientes pedem para tirar foto com você, poste isso no feed e marque essa pessoa, se o seu cliente te faz um elogio do produto que você vende, reposte.

Retribua o carinho da sua audiência e faça eles engajarem com a sua marca. "Engajar" o público é fazer com que ele se interesse por aquilo que é oferecido a ele e participe da conversa, interaja com você e compartilhe com amigos. Resultando assim em mais relacionamentos e vendas.

Um bom resultado de engajamento vai ajudar a vender mais e a estabelecer um relacionamento duradouro entre a sua empresa e o seu público.

Vamos ver como fazer isso agora.

Sempre responda comentários, marcações e direct

É importantíssimo mostrar que você se importa, que você está presente para a pessoa.

Para isso, é essencial responder e interagir com os seus seguidores. As pessoas esperam e valorizam essa postura.

Isso faz parte do relacionamento. Então, aproveite enquanto consegue dar conta do recado e faça isso para cada pessoa que entrar em contato com você!

Com o passar do tempo, você vai começar a ter muitos seguidores e vai ficar difícil ter essa interação tão próxima. Aproveite enquanto pode!



Descubra 6 passos que te ajudarão na sua Jornada no Mundo da Confeitaria

1

Defina qual doce irá produzir e vender

.....

Se você chegou até aqui, provavelmente já sabe com que doce quer trabalhar, certo? Mas se ainda não sabe, a minha indicação é o Sequilhos. E eu te digo porque!

Sequilhos é um produto fácil, rápido e nunca sai de moda, aliás, não é um produto de "temporada/época".

Sequilhos você consegue vender em qualquer época do ano, qualquer horário do dia, para qualquer ocasião!

É um produto que você não precisa investir em tantos utensílios e consegue um retorno lucrativo já na primeira receita vendida.

2

Procure por produtos de qualidade

.....

Invista em materiais de qualidade, isso elevará o nível do seu produto e sua marca para outro patamar.

Antes de ir às compras, faça a pesquisa de mercado e procure por melhores preços, assim garante qualidade e também menos gasto na hora de repor seu estoque.

3

Treine a sua criatividade e o capricho

.....

Seja criativa e aposte em novas receitas, apresentações, embalagens, ideias. Vá testando tudo! O cliente come primeiro com os olhos. É preciso ser criativa o bastante para fazer seu cliente desejar o seu produto, e isso tudo é muito treino.

Fique de olho nas tendências do mercado e aposte nelas. Surfe na onda das modinhas e adapte ao seu produto.

Se você consegue fazer com que uma pessoa pare e preste atenção no que você está falando ou mostrando, você estará anos luz na frente da competição.

Aí a importância de ter produtos diferenciados para você atingir a atenção e retenção do seu público alvo.

4

Queira aprender sempre mais

.....

Já ouviu aquele ditado: Conhecimento não ocupa espaço. Pois é! Sempre se especialize. O mercado evolui a cada dia e os clientes estão sempre procurando por coisas novas.

Separe uma parte do seu faturamento para investir em você, em novos conhecimentos e novas técnicas.

A internet será sua grande aliada, aproveite!

5

Sua timidez não paga boleto

Eu sei que no começo é difícil oferecer seu produto, sair às ruas, botar a cara na internet e ir à luta. Sinta-se acolhida e saiba que com o tempo e muita prática isso se torna um hábito e quando você menos percebe agirá naturalmente.

Lembre-se: Ninguém se importa!

Talvez falem de você por 5 minutos, mas é só isso. Não importa. Ninguém pagará seus boletos.

Quem realmente se importa com você estará ao seu lado, lutando pelos mesmos objetivos que você e é só isso que vale.

6

Ser confeiteira não é só fazer doces

Vai muito além disso! Você precisa saber um pouquinho de cada coisa se quiser que seu negócio vá para frente.

Precisa fazer boas fotos, para que fiquem atrativas e despertem o desejo do seu cliente. Precisa entender sobre precificação, sobre redes sociais, sobre relacionamento e posicionamento de marca.

Sempre se atualize e não foque somente em produzir, mas sim em crescer e estruturar o seu negócio.

Como encontrar os clientes que compram

Pesquisa Online

Uma sugestão é criar um formulário no Google Forms e enviar para sua rede de contatos: e-mail, WhatsApp, amigos, família, grupos de Facebook, etc. Caso você já tenha uma página em alguma rede social, melhor ainda, pois você poderá usar isso para fazer as pesquisas com seus seguidores.

Você fará perguntas simples e objetivas e vai poder entrevistar várias pessoas sem sair de casa.

Depois de entender quem é o seu melhor público, use a criatividade para achar cada um.

Um dica boa é através das Hashtags (#) do Instagram. Lá as pessoas postam diariamente o que estão fazendo e onde estão localizadas.

Achou seu público alvo? Adicione e deixe um comentário carinhoso em alguma foto. Faça as pessoas terem interesse em ver seu perfil e saber que você é a fornecedora que ela está precisando.

Quanto mais fizer isso, mais o Instagram te mostrará para esse público e, quanto mais movimentar seu Instagram, mais pessoas você terá te seguindo.

Venda para o cliente certo

Poucas confeitadeiras sabem responder isso com exatidão:

Que tipo de pessoas querem atrair - aquela pessoa que se identifica com você ou alguém que acha que doce é tudo igual?

Elas acham que tem que vender para todo mundo, mas não é bem assim...

Quem tenta agradar todo mundo acaba não agradando a ninguém.

Você já deve ter se dado conta que você é bombardeada de anúncios todos os dias, principalmente nas redes sociais, onde isso está em alta. Todos os dias você passa por outdoors, placas, cartazes, vê anúncios no meio dos vídeos que você está assistindo no YouTube, anúncio no meio da música que você está ouvindo no rádio e no Spotify, anúncio no meio do seu feed do Instagram e Facebook, anúncio no prato do restaurante... Enfim, é anúncio pra caramba!

Mas tem um detalhe: você provavelmente também **ignora** a maioria desses anúncios, não é verdade?

Eu tenho quase certeza que sim. E o motivo é muito simples:

1) A oferta do anúncio não chamou sua atenção (não tocou nos pontos de dor específicos, ou seja, você não é a persona daquela empresa).

2) Você não se identifica com o tipo de negócio e/ou produto (a empresa fez uma análise errada do mercado). Mas, no meio disso tudo, sempre tem aquele anúncio, aquela foto, aquele texto que você para e vê, lê, escuta, salva e até compartilha. Ele atraiu sua **atenção**. Isso porque a pessoa ou empresa conseguiu atingir suas expectativas e mostrar exatamente o que você estava procurando.

Conseguiu criar em você uma necessidade de comprar aquele produto ou contratar aquele serviço, que até então você nem imaginava que precisava.

E aí, convenhamos, não existe produto caro demais, simplesmente porque o produto era o produto certo, para a pessoa certa, no momento certo, com a mensagem certa.

Poderoso, não é?

É exatamente esse o poder de conhecer a sua persona. Você encontrará um público que se identificará com você, sua mensagem e sua marca e vai comprar seu produto porque você será a melhor opção para ele.

Torne isso real. Saiba tornar-se indispensável ao seu cliente. Mostre a ele que ele **PRECISA/NECESSITA** do seu produto.

Vamos focar em apresentação...

Você já aprendeu a importância de ter suas informações corretas e claras nas suas redes de divulgações.

Agora, o próximo passo é formar uma vitrine, isso mesmo!

Mas, como montar uma vitrine sem loja?

- Digital, essa é a resposta!

Hoje existem inúmeras lojas digitais. Isso é incrível para nós que começamos pequenos, sem muita grana para investir em uma loja presencial.

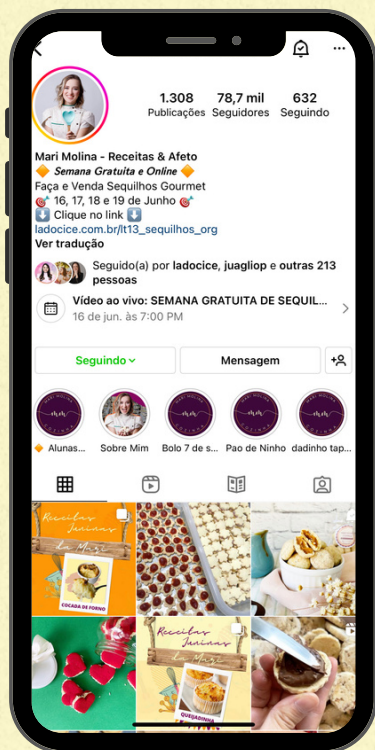
Hoje, muitas lojas online vendem muito mais do que lojas presenciais e, ainda, com uma despesa mensal muito menor!

Mas, como em qualquer loja, precisamos apresentar uma vitrine para os nossos clientes.

É isso que você fará nas suas redes sociais!

Uma vitrine perfeita, que enche os olhos, selecionando a dedo as melhores fotos, os melhores textos e produtos.

Seja extremamente crítica, essa é uma grande dica para atingir o sucesso!



Criando sua marca

Sua marca é a forma como as pessoas te percebem quando interagem com seu negócio, tanto em relação às impressões que você pode controlar quanto às que não pode.

Aliás, as pessoas também têm marcas. Cada um de nós temos nome, rosto, estilo e forma de se expressar diferentes, e nós causamos impressões únicas nas pessoas que, aliás, falam a nosso respeito quando não estamos presentes.

Da mesma forma, as empresas têm seus **nomes, produtos, logotipos, cores, fontes, linguagem e reputação** que devem gerenciar. Esses elementos compõem a identidade das empresas e afetam a forma como elas são percebidas pelos consumidores.

A construção de uma marca é feita a partir desses passos:

- Pesquise sobre o público-alvo e os concorrentes.
- Escolha o foco e a personalidade da empresa.
- Escolha o nome da empresa (dica: simples e objetivo).
- Crie um logotipo.
- Escolha a aparência da marca (cores e fontes).
- Apresente para o máximo de pessoas possíveis sua nova marca.

Criando seu logotipo

Um logotipo é, provavelmente, uma das primeiras coisas em que se pensa na hora de construir uma marca. E há uma boa razão para isso. Afinal de contas, o logotipo é a “cara” da sua empresa e a representa em todas as ocasiões.

O logotipo ideal apresenta um desenho único que pode ser reconhecido com facilidade e utilizado em todos os tamanhos desejados (um detalhe sobre o qual muitas vezes não se pensa).

Leve em consideração todos os lugares onde você precisa aplicar o logotipo, por exemplo, em seu site, na foto do perfil da página do Facebook, Whatsapp, entre outros. Tenha em mente que um logotipo com texto não serve como foto do perfil do Instagram de sua empresa, pois será quase impossível ler o texto.

Dica:

Para facilitar sua vida, obtenha uma versão do seu logotipo que possa ser reconhecido mesmo em tamanhos menores.

Com palavras simples e objetivas e que tenha algum detalhe relacionado ao seu nicho.



Aplicativo Gratuito de Logotipo:
DesignEvo ou Canva

Crie peças e conteúdos

Além de estar em redes sociais divulgando seu trabalho, é muito importante lembrar da frequência de conteúdos que precisam ser entregues.

É indicado postar, pelo menos, 5 vezes na semana, podendo ser foto, vídeo ou peças de divulgações (peças de divulgações são imagens com algum texto informativo ou ícone).

Nos stories, é indicado algo diário e sempre interagindo com o público, sempre fazendo perguntas, enquetes, entre outras funções que o instagram disponibiliza.

A dica é: toda vez que for fazer algo na cozinha, garanta boas fotos e vídeos para usar de conteúdo futuramente.

É importante você saber o que seu público alvo gosta de ver em suas redes.

Algumas **sugestões** para quem faz doces:

- Vídeo mexendo a panela do brigadeiro
- Vídeo escorrendo a calda de algum doce
- Fotos com as cores do produto mais vibrantes
- Receitas - faça você mesmo
- Dar sugestões de tema para festa
- Dar sugestões de cores para doces e lembranças
- Falar sobre qual sabor do doce que você mais vende no momento
- Falar quais são os ingredientes que mais usa

Colher depoimentos de pessoas que elogiaram seus doces e postar com frequência.

(isso passa muita segurança para o cliente)

Redes Sociais

Hoje, é fundamental, nós, empreendedores, estarmos nas redes sociais, pois é o tipo de divulgação que está dando mais certo.

Até mesmo porque a maioria das pessoas passam mais tempo no celular do que em qualquer outra coisa.

Isso, para os negócios, é ótimo, pois podemos fazer divulgações sem sair de casa e com um preço bem acessível, ou muitas vezes até de graça.

É sempre bom estar ligada nas tendências:

- Instagram
- Facebook
- TikTok.

Temos, ainda, o **Whatsapp**, que é o campeão. Onde é possível fazer grupos, lista de transmissão, status e muito mais.

Atualmente essas são as principais redes sociais que dominam o mercado.

Mas existem outras opções de divulgações online, devemos explorar um pouco de tudo para testar o que está dando mais certo no momento.

Hoje, nos conectamos com o mundo todo sem sair de casa.

Podemos fazer vendas 100% online.

Isso não é maravilhoso?



Introdução a fotografia

Agora, o assunto mais importante de todos para conseguir fazer uma vitrine perfeita e bombar nas vendas pela internet!

Ter uma ÓTIMA FOTO!!!

Independentemente se as fotos forem tiradas do celular ou de uma super câmera, o que importa mesmo é que elas estejam perfeitas e, para isso, vou passar algumas dicas infalíveis:

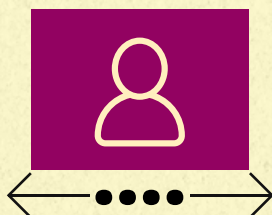
- Foto com ótima iluminação (pode ser luz do dia)
- Fundo bonito ou neutro (pode ser cartolina branca)
- Ângulos certos (as melhores fotos são tiradas de frente)
- Sempre tire várias fotos do mesmo produto para selecionar a melhor
- Use um bom editor de fotos (indico o: snapseed ou lightroom)
- Não exagere nos filtros do celular
- Não use foto tremida ou desfocada
- Não utilize o flash
- Não corte a imagem na hora de fotografar
- se quiser, coloque marca d'água na sua foto (seu logo)
- Faça da foto uma peça de anúncio
- Seja crítica nas escolhas

Fotos perfeitas com o celular

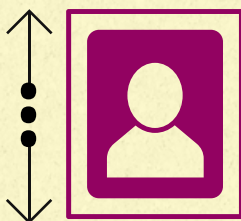
Primeira coisa que você precisa saber:

Formatos

Formato Paisagem: São fotos tiradas com o celular deitado, ou seja, na horizontal.



Formato Retrato: São fotos tiradas com o celular em pé, ou seja, na vertical.



Formato Quadrado: Fotos com dois lados iguais.





Formatos mais usados para:

FEED:

Formato Retrato:



Formato 4:5

Formato Quadrado:



Formato 1:1

STORIES:

Formato Retrato OU nessas medidas:



Formato 9:16

Evite usar formato paisagem para stories, a foto fica com bordas acima e abaixo.

Dicas extras para fotografar



Faça uma programação:

Separe 1 ou 2 dias para produzir tudo e fotografar com calma.

Embalagens:

Tenha pelo menos uma foto do produto na embalagem. O cliente sempre quer saber como fica o produto finalizado.

Food Porn:

Não deixe de cortar ou dar colheradas no produto que está fotografando. Isso é o que vende! " Comer com os olhos"

Variedade:

Caso tenha um produto e ofereça-o em diversos tamanhos, fotografe-os todos juntos. Isso ajuda na noção do tamanho.

Obs: Utilizar as mãos segurando o produto também ajuda na identificação do tamanho.

“Elas não nascem perfeitas, precisam de ajuda”



- Foto na luz do dia
- Sem flash
- Fundo Branco
- Ângulo bonito (de frente)
- Foto sem tremer



- Tire várias fotos
- Não corte a imagem na hora de fotografar



- Escolha as melhores
- Seja crítica nas escolhas



- Corte da foto
- Correção de cor e luz

Sugestões de aplicativos de edição:

- Snapseed
- Lightroom



- Foto com marca d'água com imagens PNG (fundo transparente)

Sugestões de aplicativos de edição:

- Picsart Aplicativo



Peça de anúncio

Sugestão:

- Picsart Aplicativo

Introdução às vendas

Cerca de 87% das confeitadeiras que tentam empreender passam dificuldades para vender ou divulgar o seu trabalho.

Isso acontece porque geralmente elas não usam nenhum tipo de estratégia para atrair, vender e conquistar clientes, ficando completamente perdidas sobre como fazer isso.

A maioria acaba fazendo as coisas no “achômetro” e fica rezando para que as coisas deem certo. Às vezes dá... às vezes não...

Não basta saber fazer um bolo, torta ou brigadeiro e achar que vai ganhar muito dinheiro do dia para a noite.

Você precisa vender. E, para vender, precisa saber atrair as pessoas, precisa se relacionar com elas e criar laços... para só então conseguir fazer a venda.

A internet oferece a melhor maneira de criar esse relacionamento. Se antes não havia ferramentas e condições para o micro e o pequeno empreendedor divulgarem e venderem seus produtos, hoje eles tem tudo isso a poucos cliques e, o melhor, com um custo relativamente baixo.

Um provérbio dos índios americanos muito famoso diz que “Você pode levar o cavalo até a água, mas não pode forçá-lo a beber”. Ou seja, eu estou te mostrando um caminho, mas você precisa botar a mão na massa e se dedicar muito para colocar em prática. Não posso fazer isso por você. Tudo no seu tempo!

Venda Presencial

A venda presencial nunca sai de moda e funciona muito!

Há clientes que não estão abertos à modernidade e não vai ter nada que você possa fazer para convencê-los de comprar algo pela internet, mas não deixam de ser clientes potenciais.

Têm também os clientes que estão próximos e os que te conhecem, tudo é oportunidade de venda!

Fale sempre e para todos o que você faz, sempre tenha fotos no celular do seu trabalho e, claro, cartões com seu telefone.

Aqui vão algumas dicas de vendas presenciais que funcionam e muitas vezes não pensamos:

Deixe amostra dos seu doces ou cartões de visitas em estabelecimentos.

- Casa de confeitaria | Mercadinhos | Padaria | Loja de roupa | Salões de Beleza | Quitandas | Lanchonetes

Ofereça uma reunião, degustação para decoradores e fotógrafos de festa.

- Faça permuta em troca de fotos para criar seu portfólio

Vá até as escolas próximas e leve uma degustação.

- Ofereça opção de lembrança para os dias do pais e mães.

Procure saber onde está seu cliente potencial e cole nele!

Venda online

Hoje, literalmente é possível fazer vendas de doces 100% online e, para isso, são necessários alguns requisitos importantes:

- Passe credibilidade para o seu cliente;
- Esteja em plataformas online (rede social) para os clientes te acharem;
- Divulgue em suas redes que você envia por correio (usando peças de divulgações);
- Esteja cadastrada em alguma plataforma de pagamento (ex.: Pagseguro), para o seu cliente comprar e poder parcelar no cartão;
- O produto precisa ter uma boa validade e precisa ser armazenado corretamente para ser enviado por correio;



Existem outras plataformas de vendas, além das redes sociais. Veja algumas :

Venda online

•ELO7

No Elo7, você monta seu site de vendas com facilidade e o próprio site faz sua divulgação.

• Mercado Livre

Inúmeras pessoas estão vendendo doces pelo mercado livre. Isso está dando muito certo! Explore essa plataforma.

•Grupos de Facebook (Desapega)

Essa é uma opção que funciona muito bem e é totalmente gratuita.

•MarketPlace

Essa ferramenta dentro do facebook também possibilita fazer vendas delimitando o território que quer atingir.

•Influenciadores

Presenteie influenciadores com seu produto, para eles divulgarem sua marca.

Essas são algumas das opções que mais vejo dando certo no momento.



Venda online

Eu nem preciso falar que seu cliente precisa ser muuuuito bem atendido, né! Na minha empresa, isso é prioridade. Atendo meus clientes como eu gostaria de ser atendida. E como isso é bom. Nada melhor do que ter clientes satisfeitos.

Atualmente, o atendimento tem outro formato. Antes ele era bem formal, hoje já não é mais.

O que as pessoas querem agora é agilidade. Infelizmente isso, muitas vezes, se torna um problema para nós, pois as pessoas não esperam para ser atendidas e não temos outra opção além de dar o nosso melhor para isso acontecer.

Se você demorar para responder, você perde o cliente e isso é FATO!

Hoje, na maioria das vezes, vence quem respondeu primeiro.

Então, preocupe-se muito com isso, reserve horários do seu dia para responder seus clientes, ou coloque alguém para fazer isso por você.

Antigamente, tudo era por e-mail, as pessoas mandavam e esperavam. Hoje é tudo pelo Whatsapp e, as pessoas querem respostas na hora. Nem adicionar o contato no celular as pessoas querem rsss... querem apenas apertar um botão e ver a mágica acontecer!

Então, vou te ensinar a criar o link do Whatsapp na próxima pagina.

Criando um link para o

Esse link serve para você divulgar nas suas redes de contatos, enviar por mensagens para centralizar todos os clientes apenas no Whatsapp e, claro, facilitar nossa vida!

Então vamos lá...

Este é um link do Whatsapp. Se você digitar e clicar quando ele estiver azul, vai direto lá falar com a minha equipe.

<https://wa.me/5518991113780>

Para fazer o seu é muito simples, é só digitar esse link em alguma conversa na bio do seu instagram e incluir o seu telefone onde marquei em roxo com o DDD sem espaço.

<https://wa.me/55DDDNUMEROTELEFONE>

Depois disso, copie, cole e envie para quem quiser!
Se você não for do Brasil, é só trocar o 55 pelo cód. do seu país!

EX. DE COMO VOCÊ VAI COMPLETAR O LINK

<https://wa.me/5524992536800>



Coloque seu DDD e seu número- sem espaço

Salário

Quando decidimos abrir um negócio, abrimos mãos de muitas coisa, inclusive um salário fixo.

É preciso também definir o seu salário, quanto você almeja ganhar mesmo trabalhando em casa.

Se não tiver meta, não tem crescimento.

Minha dica é definir qual o salário que você deseja, o valor da sua mão de obra. Você precisa se valorizar. É claro que desejamos um "salarião", mas precisamos ser realistas para que o preço do produto não fique exorbitante. O valor da sua mão de obra pode ir subindo de acordo com o tempo, pois quanto mais ele passa mais você se aperfeiçoa e mais consegue levar um produto de qualidade ao seu cliente.

Após estipular a meta salarial, defina quantas horas "no mês" você pretende se dedicar à confeitaria. Em caso de dedicação integral, sugiro considerar o divisor de 220, que é a regra de carga horária mensal do trabalhador contratado pela CLT.

Divida a sua meta salarial pela quantidade de horas trabalhadas no mês. Assim, você encontrará o valor da sua hora trabalhada. Esse valor será importante para se chegar ao valor da sua mão de obra (do seu salário) de acordo com o tempo despendido para a confecção do produto.

**** Para maiores detalhes, confira a aula de precificação.**

"Comece pequeno, mas pense grande"

Precificação

Precificar nada mais é do que atribuir um preço.

Não é tarefa fácil, mas é muito importante para o seu negócio. Afinal, do que adianta confeccionar um lindo produto, ter aquele trabalho e, no fim, nem mesmo conseguir pagar os custos da produção.

O preço de venda ideal deve cobrir os custos e gerar o lucro desejado, sempre levando em conta os padrões do mercado na sua região e a percepção dos valores dos seus clientes.

Em outros termos, a precificação deve considerar os padrões da concorrência e também deve ser justo aos consumidores.

Precificar demanda muito estudo e cálculo. Não basta você, por mero achismo ou intuição, atribuir um valor ao produto.

Para calcular o preço de venda, sugiro utilizar a planilha que disponibilizo nesse curso. Nela, você elenca todos os seus gastos e despesas, calculando, automaticamente, o valor sugerido para a venda do seu produto. Muito prática!

Formas de pagamento

Isso é algo que interfere muito nas suas vendas. É necessário saber fazer algo que fique bom para o seu cliente.

Nem todo mundo vai ter o valor em dinheiro vivo ou à vista para te pagar. Muitas vezes é isso que barra as suas vendas.

A forma de pagamento precisa ser boa para ambos e, quem quer vender mais, não pode abrir mão de passar cartão de crédito ou trabalhar com pix.

Hoje, você não precisa ter empresa para poder ter uma maquininha de cartão, existem ótimas opções como a PagSeguro, que te possibilita ter uma maquininha de forma fácil.

Agora, se você quer passar cartão, mas não quer ter que comprar uma maquininha, tem a opção do Paypal e essa opção é 100% online, porém, a taxa é maior.

O que importa mesmo é você não perder vendas e sempre buscar melhorias.

Pesquise pela melhor opção. Algo que esteja de acordo com a sua realidade de negócio.



O que significa impulsionar publicação?

Impulsionar publicação nada mais é do que pagar para que as suas postagens sejam visíveis para mais pessoas. E isso, para nós, é muito interessante, pois muitas vezes não ganhamos dinheiro pela internet porque as pessoas não sabem que existimos.

A dinâmica das páginas de empresa é diferente das de perfis pessoais: o Facebook e o Instagram querem que você pague para eles mostrarem seu conteúdo para futuros clientes. Por isso, nem 10% das pessoas que te seguem vêem o que você posta.

Assim, é preciso dar um “empurrãozinho” na **visibilidade de seu conteúdo**. A forma mais simples é feita em poucos passos: um clique em “**impulsionar publicação**” e a configuração de algumas variáveis já faz com o que seu conteúdo seja visto por mais pessoas.

Também é interessante na **ferramenta de impulsionar publicação** a capacidade de fazer o usuário tomar alguma ação: curtir sua página, entrar em contato com sua empresa, agendar uma visita, ver seu site e muito mais. É sempre bom lembrar alguns detalhes importantes.

No Facebook, você não pode **impulsionar publicações** muito antigas, bem como fotos de capas que não são atuais e ofertas e promoções que já expiraram.

Divulgações

Para **impulsionar publicação** no Instagram, você precisa:

1. Acesse a publicação que deseja impulsionar

Acesse o aplicativo do Instagram e a publicação que deseja promover.

2. Clique em "promover"

O botão de promover fica do lado direito inferior da foto. Em seguida, abrirá uma tela com opções de ação para o usuário: o que você quer que ele faça ao ver a sua publicação? Escolha a mais interessante para a sua estratégia. Dentre as opções de ação disponíveis estão "saiba mais", "assistir mais", "comprar agora" e "fale conosco".

3. Escolha o seu público alvo

Na opção automática, o Instagram verifica o público interessado no seu negócio. Na opção manual, você definirá quem é esse público, seus interesses, localização, idade, gênero...

4. Escolha o valor e a duração do anúncio

Na seção de "orçamento total", você define o valor que está disposto a pagar no anúncio. Ao lado do valor escolhido, aparecerá uma estimativa de público que será alcançado com esse orçamento. Em seguida, defina a duração do anúncio: 1 dia, 3 dias ou outra duração.

5. Veja a prévia do seu post

Por fim, visualize a prévia da postagem e, se tiver tudo certo, finalize a configuração com a seleção da opção de pagamento. Após isso, a sua postagem estará pronta para ser visualizada pelo público de interesse!

Divulgações

Assim como no Instagram, no Facebook também é possível criar **anúncios**, mas com objetivos diversos como promover a página, aumentar conversões para o site, enviar as pessoas para o seu site ou instalar um aplicativo. **Impulsionar publicação** é uma dessas opções, que mostraremos a seguir:

1. Acessar a sua página empresarial

Acesse a sua conta normalmente e entre em seu perfil comercial. Em seguida, selecione a publicação que você deseja impulsionar.

2. Clique em “impulsionar publicação”

Um botão azul, bem visível, deverá estar disponível abaixo da sua publicação. Clique no botão para iniciar as configurações de impulsionamento. Você deverá ser o administrador, editor, anunciante ou moderador da página.

3. Configure as opções de audiência

Você se deparará com diversas opções de configuração da audiência: gênero, idade, localização, comportamento, etc. Escolha as que mais tem a ver com o seu público.

4. Selecione o orçamento e duração

Na seção de orçamento, você deve definir o quanto vai gastar com o anúncio. Em duração, você escolhe quanto tempo a publicação deve ficar no ar. A combinação dessas duas variáveis indicará o valor total a ser gasto com o impulsionamento.

5. Selecione a opção de pagamento

Diversas opções de pagamento serão oferecidas. Escolha a mais adequada e, por fim, **clique em impulsionar publicação!**

Considerações finais

Este material foi preparado com muito carinho e muito estudo! Espero do fundo do meu coração que você aproveite-o ao máximo e consiga colocar em prática tudo que foi passado.

Ele será um divisor de águas na sua vida.

E nunca esqueça:

"O caminho é longo, mas a cada dia, a cada mês, você chega mais perto do seu sonho. Quando chegar lá... bem, aí seu sonho será algo rotineiro e você terá sonhos ainda maiores para alcançar."

Obrigada por ter me acompanhado até aqui, um grande abraço e muito sucesso na sua jornada!

Beijos,

Mari Molina

