



Aula 31/01/2023

Quebra de Objeções



O que são objeções?

Objeção é a mesma coisa que um obstáculo: são problemas que dificultam a ida da pessoa até o ponto de chegada.

No nosso caso: dificultam que os empresários nos contratem.

Então, precisamos conhecer esses obstáculos para conseguir mostrar ao empresário como desviar deles.



Principais Objeções

- Já contratou outras SM
- Não tem dinheiro
- Falta tempo pra executar
- Vou pensar
- Será que vai dar certo?
- Tempo para ter resultados
- Falta de conhecimento sobre as redes sociais
- Privacidade e segurança
- Como você vai saber falar da minha empresa?

Já contratou outras SM

- O que ela entregou? Mapear o que o cliente gosta e não gosta para personalizar o pacote de acordo com o que ele deseja, mas também entender se você entrega o que é possível. Não feche contrato sem saber as expectativas do cliente, senão pode dar uma baita dor de cabeça lá na frente.
- O que você fará diferente?
- Tem algum ponto inegociável pra você que eu não abordei aqui? Isso mostra que você se importa com o cliente e é flexível, está disposta a fazer funcionar.

Não tem dinheiro

- Demonstrar ROI: Apresentar casos de sucesso e estudos de caso que evidenciem o retorno sobre o investimento obtido por outras empresas ao investirem em gestão de mídias sociais.
- Personalização de Pacotes: Oferecer pacotes personalizados que atendam às necessidades específicas da empresa do cliente, garantindo que o investimento esteja alinhado com os objetivos comerciais.
- Alinhar expectativas é o mais importante: mesmo que outros clientes tenham tido resultados, não é uma ciência exata dizer que esse novo cliente também terá. Deixe claro o que o cliente precisa fazer (qual é a responsabilidade de cada uma das partes) e quais resultados são possíveis.

Falta tempo

- Divida em blocos menores: quanto tempo você tem por semana? E por dia, de segunda à sexta? Alinhe a expectativa e o que será entregue de acordo com a disponibilidade do cliente. Ex: se ele não pode gravar vídeos, precisa entender a maior demora no crescimento do perfil.
- Mostrar que o pacote de Social Media é, justamente, o que vai deixá-lo com mais tempo livre.

Vou pensar

- Defina um prazo para a resposta e coloque validade na proposta.
- Gerar conexão falando que também consulta o parceiro antes de investir um valor mais expressivo.
- Entender porquê o cliente não fechou agora:
 - Você ficou com mais alguma dúvida?
 - Tem algo que eu possa explicar melhor?
 - As formas de pagamento fazem sentido pra você ou teria uma opção mais confortável?

Será que vai dar certo?

- Reforçar que atitudes iguais não produzem resultados diferentes e que, se ele deseja mudar o cenário atual, precisa mudar o que está sendo feito.
- Explicar sobre os ajustes e a abertura que ele tem de se comunicar com você. Também explique sobre a necessidade do longo prazo, alinha as expectativas sobre o que ele pode esperar dentro de cada período.

Tempo para ter resultados

- Relatórios de Desempenho: Apresentar relatórios mensais que mostram o progresso em relação aos objetivos estabelecidos, com insights sobre o impacto nas vendas ou outros indicadores. Exemplo: mais mensagens por direct ou mais interações nos stories. Pergunte 1x por semana para o cliente como estão indo essas métricas, além das métricas do relatório.

Falta de conhecimento sobre as redes sociais

- Educação e Informação: Oferecer um material sobre como as mídias sociais podem impactar positivamente a marca e os negócios, destacando exemplos relevantes e tendências do setor.
- Apresentação de casos de sucesso: Compartilhar casos de sucesso de empresas semelhantes que conseguiram melhorar sua presença online e alcançar metas específicas através da gestão de redes sociais.

Privacidade e Segurança

- Garantias de segurança: Destacar medidas de segurança implementadas para proteger os dados do cliente, como a utilização de ferramentas seguras e práticas de segurança digital. Ex: o fato de você não ter acesso à senha e só usar ferramentas oficiais do Grupo Meta.
- Acordo de confidencialidade: No contrato disponível no curso, tem uma cláusula que deixa isso claro. Só o contrato já tranquiliza o cliente, mas com a cláusula ele se sente ainda mais seguro em relação à proteção de informações sensíveis.

Como você vai saber falar da minha empresa?

- Mostrar que esse é um dos principais benefícios que a pessoa tem ao contratar uma social media: o fato dela falar a língua do cliente e ter dúvidas que os clientes também têm. Isso vai aproximar a marca dos clientes e trazer dúvidas que o especialista, quem te contratou, não pensaria em abordar.
- Também deixar claro a importância dele te enviar fontes em que confia e que traduzem o ponto de vista dele, além de materiais próprios como lives, entrevistas, artigos, site da loja, catálogo, etc.

Desafio

- Mapear as objeções dos seus clientes e criar conteúdo em cima disso. Além de incluir essas respostas na proposta.
 - Essa técnica de antecipar as dúvidas que o prospect pode ter, facilita muito o processo de venda!

