



MEU RESUMO

MÓDULO 3

ATENDIMENTO E VENDAS

OS 4 PERFIS DE CLIENTE

- **ANALÍTICO:** SÉRIO, OBJETIVO, QUIETO. É MAIS NA DELE, RESERVADO E OBSERVADOR, COSTUMA FOCAR MAIS DOS DETALHES E INFORMAÇÕES.
 - **AMÁVEL:** MAIS ABERTO, FALANTE, MAIS SOLTO, PUXA MAIS CONVERSA, CARINHO E ATENÇÃO ESTÃO ATRELADOS À SUA COMUNICAÇÃO.
 - **CONDUTOR:** PRÁTICO E DIRETO, DECIDIDO COM O QUE QUER, NÃO CURTE QUE ENROLE NAS INFORMAÇÕES.
 - **EXPRESSIVO:** QUER SER OUVIDO, DAR A OPINIÃO EM TUDO, RECEBER ATENÇÃO, DAR PALPITES.
-

CADA ETAPA DO SEU ATENDIMENTO É VALIOSA

1. **PRIMEIRO CONTATO DO CLIENTE**
AGRADECER O CLIENTE PELO INTERESSE, PERGUNTAR DE ONDE CONHECEU, SOLICITAR UM CONTATO (WHATSAPP, POR EXEMPLO). CRIAR UMA BASE DE RESPOSTAS PRONTAS PARA SEREM AJUSTADAS CONFORME CADA NECESSIDADE DE CADA CLIENTE.

2. **ENVIO DO ORÇAMENTO**
ENVIAR PDF COM A IDENTIDADE DA EMPRESA, PERSONALIZAR O ATENDIMENTO PERGUNTANDO SE JÁ TEM IDEIAS, LOCAÇÃO E DATA EM MENTE, SE MOSTRAR INTERESSADO EM PROPORCIONAR UMA EXPERIÊNCIA PARA AQUELE CLIENTE.

3. **RETORNO DO CLIENTE**
PERGUNTAR SE CONSEGUIU VER O ORÇAMENTO, SE FICOU ALGUMA DÚVIDA, SE GOSTARIAM DE RESERVAR DATA/PACOTE, FAZER FOLLOW UP UNS 3/5 DIAS APÓS O ENVIO DO PDF.

-SE CLIENTE NÃO FECHAR, QUESTIONAR E ENTENDER O MOTIVO, AGRADECER E DIZER QUE ADORARIA FOTOGRAFAR ELA EM OUTRO MOMENTO, SE COLOCAR À DISPOSIÇÃO.

4. **GUIAR CLIENTE SOBRE OS PRÓXIMOS PASSOS**
COMEMORAR COM CLIENTE E PERGUNTAR QUAL PACOTE ELE VAI FECHAR, MANDAR OS DADOS BANCÁRIOS PARA PAGAMENTO DO SINAL/ENTRADA, E PEDIR DADOS PARA INSERIR NO CONTRATO.

-PDF COM DICAS PARA CLIENTE SE PREPARAR, FAZ UM SUCESSO!

5. **MANTER CONTATO COM O CLIENTE**

ATÉ A DATA DO TRABALHO ACONTECER, PUXAR CONVERSA, FOTOS DOS LOOKS, FALAR SOBRE OS DETALHES, ACOMPANHAR NAS REDES SOCIAIS E INTERAGIR.

6. **DIA DO TRABALHO**

criar conexão e superar expectativas, ter empatia e postura profissional, tornar o dia do trabalho uma boa experiência, fazer bastidores e marcar o cliente.

7. **PERÍODO ANTES DA ENTREGA**

enviar prévia, mostrar que está animada editando as imagens e que logo o cliente receberá. tentar oferecer um upgrade de pacote com álbum físico.

8. **PÓS VENDA E FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES**
CUIDAR DE QUEM JÁ NOS CONHECE E JÁ NOS CONTRATOU ANTES.

ao entregar as fotos, confirmar recebimento, perguntar se curtiu, aproveitar o feedback e postar nas redes sociais, comentar e interagir sempre que conseguir nas redes sociais dos clientes, mantendo a conexão. Pesquisa de satisfação pode gerar novos contratos, por exemplo: sabendo a data de aniversário do baby que fotografou smash the cake, podes acompanhar anualmente o cliente e se manter próximo para os próximos aniversários. Postar #tbt e oferecer álbum (prévia em 3d) reaquece os clientes antigos podem gerar novos lucros.

• **NÃO SEJA REFÉM DO SEU ATENDIMENTO, MAS NÃO DEMORE PARA RESPONDER**
se organize e tenha equilíbrio da sua agenda e horário.

• **QUEBRE AS OBJEÇÕES DOS SEUS CLIENTES**
seja claro, explique e tente revertêr.

• **NÃO ABANDONE O CLIENTE**
manter contato com todos os clientes.

• **NÃO VIRE UM ROBÔ**
não engesse na personalidade, seja adaptável com cada situação e cliente.

• **SEJA CARISMÁTICO ATÉ NO CAOS**
problemas acontecem, se acalme e saiba responder e resolver.

• **ASSUMIR AS SUAS RESPONSABILIDADES**
seja pontual e atencioso, ser responsável e saiba reconhecer erros.

• **SAIBA ATÉ ONDE O CLIENTE TEM RAZÃO**
saiba dos seus direitos e do cliente, se atente e seja claro para ter tudo bem definido como empresa.

• **CUIDADO COM A SUA ESCRITA**
fique atento aos detalhes, ortografia, escreva corretamente, pois isso pode influenciar na comunicação com os clientes.

REGRAS DO ATENDIMENTO DIFERENCIADO

ATENDIMENTO E VENDAS

QUAL O MODELO PERFEITO DE ATENDIMENTO PRA VOCÊ?

• ONLINE

ATRAVÉS DE REDES SOCIAIS, WHATSAPP BUSSINESS, E-MAIL, DIRECT.

• PRESENCIAL

LOCAL ESPECÍFICO: ESCRITÓRIO PRÓPRIO, CAFETERIA, RESTAURANTE.

IMPORTANTE

TENHA HORÁRIOS ESPECÍFICOS PARA ATENDER OS CLIENTES, LOCAIS FÁCEIS E PRÁTICOS, SEM MUITO BARULHO.

O ATENDIMENTO TEM QUE SER BOM PARA OS DOIS LADOS.

QUANTOS CLIENTES VOCÊ CONVERTE?

• FUNIL DE VENDAS E TAXA DE CONVERSÃO

TRAZER MAIS CLIENTES PARA CONHECER SEU TRABALHO, CUIDANDO MAIS DA DIVULGAÇÃO.

MELHORAR O ATENDIMENTO PARA CONVERTER OS ORÇAMENTOS EM CONTRATOS.

AUMENTANDO O TOPO DO FUNIL O CLIENTE PESQUISA E TE CONHECE, IRÁ TE ACOMPANHAR E TER INTERESSE, DEPOIS SERÁ O PASSO DE SOLICITAR O ORÇAMENTO E NO FINAL SERÁ FEITA A VENDA PARA O CLIENTE.

A TAXA DE CONVERSÃO É QUANTIDADE DE CLIENTES QUE REALMENTE FECHAM CONTIGO, EX: DE 50 PESSOAS QUE TE CONHECERAM E PEDIRAM ORÇAMENTO, 5 FECHARAM: A TAXA DE CONVERSÃO É DE 10%.

PESQUISA
INTERESSE
ORÇAMENTO
VENDAS

NÃO CRIE EXPECTATIVA, EVITA FRUSTAÇÕES