



Aula 17/07/2024

Limites e Posicionamento

Maravilhosa Ltda.



Clareza

A clareza vai ser a palavra-chave dessa aula. Um bom posicionamento não é aquele que o cliente obedece cegamente às suas ordens, mas sim uma relação de respeito e que cada um sabe qual é a sua função.

Ou seja: o objetivo da aula é que você consiga deixar claro para os seus clientes que você é especialista em redes sociais e que a empresa é sua, portanto você sabe o que está fazendo e é você quem faz a maioria das regras.

Proposta Comercial

O primeiro contato do cliente com os materiais da sua empresa é a proposta, então ela precisa causar uma ótima primeira impressão.

Ela deve ter exatamente o que será entregue para que o cliente não tenha dúvidas e contrate pensando que vai receber X, quando na verdade vai receber Y.

Isso é muito ruim, porque ele vai vir cobrar algumas coisas que pra você estavam óbvias que não seriam entregues. Por isso que sempre falo pra gente puxar a "culpa" pra nós, pra que você identifique esses pontos falhos na comunicação e busque resolver.

Exemplo: os reels serão agenciados? Os stories vão ser feitos por você? Tem limite de formato (ex: 1 reels por semana)? Quantos posts o cliente vai receber?

Especialista

O seu posicionamento de especialista em Instagram é construído nos detalhes, e esse específico é um dos mais importantes: não dê mais de uma opção para o cliente.

Eu percebi que tinha social media fazendo isso quando comecei a dar aula, eu nunca fiz porque não tinha mais de 1 opção quando comecei. Só fazia lista de posts e pacote com 16 legendas. Quando vi as alunas fazendo opções de pacotes, achei ótimo, mas muito problemático de todos estarem à vista do cliente.

A Ju Fanzeres falou uma frase que me marcou: quando você vai ao médico, ele não te pergunta qual remédio você quer tomar. Ele é o especialista.

Em qualquer outra profissão, o raciocínio deve ser o mesmo: o cliente te apresenta os sintomas e você traz a solução. Se ele achar caro, aí sim vamos conversar sobre outras possibilidades e apresentar o conceito de mundo ideal vs. mundo real.

Limite de alterações

Eu não comecei colocando limite de alterações para os clientes, deixava à vontade. Mas, na prática, eu percebi que alguns clientes abusavam dessa boa vontade.

Então, você precisa ter um limite e pode abrir exceções, claro. Mas o limite evita que a minoria folgada se aproveite do seu trabalho.

E isso deve estar claro no manual de boas-vindas ou até na proposta, pra que o cliente também esteja ciente disso. Não adianta reclamar de algo que o cliente pede, se você não avisou como é feito.

Então, coloque todos os limites (não só de alterações) no manual de boas-vindas, na proposta se achar que faz sentido, e no contrato.

Manual de boas-vindas

O manual do cliente, manual de boas-vindas ou onboarding, foi uma das melhores mudanças que eu fiz aqui na empresa. Principalmente pra diminuir a ansiedade do cliente após o pagamento do PIX e trazer um profissionalismo maior.

Vocês já têm essa aula aqui no curso, mas vou relembrar o que ele contém:

- Horário de atendimento
- Por onde são feitas as entregas (ex: Trello)
- Aprovações (deixar claro que o cliente precisa aprovar)
- Limite de alterações e prazo pra entregar o conteúdo ajustado
- Conteúdo aprovado não será reagendado ou substituído
- Dicas para stories e lembrete de que eu não faço pro cliente
- Próximas entregas
- Acesso ao perfil
- Cancelamento

Cumpra as regras

Se você colocou todas aquelas informações no manual d boas-vindas, mas não seguiu nenhuma...
Isso vai acostumar o seu cliente a pedir exceção.

Claro que tem pessoas folgadas, mas a maioria vai só se acostumar mesmo e ficar sempre pedindo algo a mais ou algo fora do horário. Ex: posso te enviar o vídeo hoje pra você postar hoje?
Se você fala que sim, pronto: vai ser sempre assim.

Tem algumas coisas que não dá pra abrir exceção, até porque é o que eu sempre falo: Não somos médicos, então ninguém vai morrer por esperar o prazo.

Eu só abro exceção pra resposta fora de horário pra clientes antigos, que já tenho mais intimidade, ou pra clientes que têm um horário mais difícil. Ex: médicos.
Limite de alteração a gente abre exceção pra cliente antigo também, e clientes mais gente boa, digamos. Mas se a pessoa tá claramente sendo cricri, não abrimos.

É difícil saber o limite exato entre ser flexível e acostumar mal o cliente, mas com a prática você vai entendendo o que faz sentido pra você e vai aprendendo a ler melhor cada cliente.

Conversa resolve quase tudo

Ficar com raiva do cliente não adianta nada! Na maioria das vezes , ele tá pedindo algo que você não faz porque não entendeu que você não faz. Ou porque não faz ideia do trabalho que dá fazer "só uma edição de vídeo rapidinha".

Por isso que todo material que vocês veem aqui que eu uso com os clientes tem uma explicação. Eu faço questão que ele entenda o que tá acontecendo no perfil, não só porque o perfil é dele, mas também pra que ele veja que tem muito trabalho e estratégia por trás de cada decisão.

Se ele pedir algo que você não faz ou que não tá incluso, converse com ele. Se ele não tá aprovando os materiais, converse também. Veja se não tem outro formato de entrega que vocês podem testar.

Não tenha medo, nem raiva do cliente. Assim como no mundo "real", é uma pessoa que está ali do outro lado: converse.

Demissão de cliente

Se o cliente, de fato, for a minoria que é desrespeitosa, encerre a parceria.

Use o contrato que tem aqui no curso pra ter as cláusulas certinhas, mas basicamente: devolva o dinheiro do que não foi entregue e avise com 5-10 dias de antecedência.

Se achar que faz sentido, pergunte se o cliente deseja uma indicação de outra profissional.

Ah, e tire o seu acesso a todas as contas, avise que vai fechar o Trello, envie os materiais que ele tem direito de manter após o encerramento. Ex: drive. Peça pra ele copiar a pasta até X dia antes de você excluir.

Entender e aceitar seu limite

Eu já demiti cliente por ser mal educado com uma pessoa da minha equipe. Chamei no privado e falei que era inadmissível, pedi o PIX pra devolver o dinheiro e não deixei nenhuma abertura pra pessoa não aceitar o cancelamento.

Você precisa entender qual é o seu limite e respeitá-lo para não descontar tanto no cliente quanto em pessoas que não têm nada a ver com o BO, como o seu marido por exemplo.

Desafio

- Personalizar o manual do cliente com as regras da sua empresa.
 - Se ainda não tem esse material, depois de criar envie um áudio pros seus clientes atuais falando que a empresa está crescendo graças a eles e que pra manter a qualidade, você criou algumas regras. Envie o PDF e diga que se ficar qualquer dúvida, ele pode te falar ou vocês podem marcar uma reunião pra conversar.

