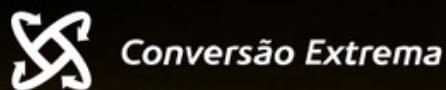


Aprendizados dos Extremos

MENTORIA VIP – BLACK FRIDAY
22/10/22





David Richard

Aprendi hoje, destravou minha mente:
E POSSIVEL FAZER LANÇAMENTO E PROMOÇÕES PARA BLACKFRIDAY PARA
PRESTADORES DE SERVIÇO.

Curtir Responder 5 d



Thiago Jordão

Pra mim o melhor insight foi saber que não precisa investir ou escalar na BF, o melhor é o trabalhar com seu publico P1

Curtir Responder 5 d



Célinha Mendonça

Eu vou começar a pegar indicações dos meus clientes! Vou planejar minha black friday de 2023 no inicio do ano!

Curtir Responder 5 d



Renan Douglas

Nunca mais deixar de aproveitar periodos sazonais como a Black Friday para poder fazer lançamentos e vender mais. 🤝

Curtir Responder 5 d



Luana Monteiro

O que eu aprendi:

Dicas de bônus para oferecer ao seus clientes:

- Aulas ao vivo sobre um tema específico
- Gravações de aula ao vivo
- Entrega de outros serviços pelo valor de um.
- Produtos personalizados
- Combos a mais.
- Quem compra o produto X, ganha X coisa para usar no período Y.
- Combos de produtos (comprando X ganha Y)

Curtir Responder 5 d



Conversão Extrema



Marcelo Almeida

[Mentoria][Black2022] Mudei a visão em relação ao mês da black e sempre aumentar a visão sobre eventos junto da black. ex a Copa sempre a oportunidade está na nossa frente. "Você já viu uma zebra com o leão na Boca?"

Curtir Responder 5 d



Gustavo Mangueira

Escala é a capacidade de gerar resultados com os recursos que têm. Recursos não são só dinheiro. É a venda, o atendimento, a experiência e o uso da base já existente.

Curtir Responder 5 d



Michael Reinert S. Santos

Black Friday não é sobre apenas DAR DESCONTO, é sobre você CRIAR A MELHOR OFERTA

Curtir Responder 5 d



Guilherme Gomide de Oliveira

1. ESTABELEÇA AS BASES

- TENHA UM PLANEJAMENTO ANTECIPADO.
- DIVERSIDADE DE CRIATIVOS PARA DESCOBERTA.
- CRIE BASE INFINITA.

2. ANTES DO PICO DE COMPRAS

- AMPLIE SEUS OBJETIVO E PÚBLICOS.
- DIVERSIDADE DE POSICIONAMENTO.
- CRIE NOVAS CONEXÕES.

3. DURANTE O PICO DE COMPRAS

- CAMPANHAS DE CONVERSÃO/VENDA.
- CONVERTA TODA A DEMANDA CRIADA NA PONTA 2.
- PARCERIAS.

4. DEPOIS DO PICO DE COMPRAS

- ENGAJAR NOVAMENTE OS CLIENTES.
- LEVANTE SUAS MÉTRICAS E SE PREPARE PARA NOVAS AÇÕES.

Curtir Responder 5 d



Conversão Extrema



Marcos Moura

A importância dos Leads que não se tornaram uma conversão, pois o lead pode ter gostado de tudo, porém não estava no tempo adequado para se tornar cliente mas pode ser uma fonte de indicação.

Curtir Responder 5 d



Fernanda Prado

ESCALA NÃO É APENAS ORÇAMENTO.

Escala é sua capacidade de gerar resultado com o que vc tem.

Curtir Responder 5 d Editado



Luciano Tita Dos Santos

- Em qual público focar durante a Black Friday
- Lançamento pode ser com temas que nós mesmo criamos além da sazonalidade
- Pedir indicação para quem não fechou conosco
- Ofertar Pacotes semestrais na Black Friday
- Os MEMES são ótimos para criar públicos personalizados

Curtir Responder 5 d



Fabiano Marota

- Planejamento;
- Abordagem pessoal;
- LP diferenciada BF
- Funil e foco P1 em datas específicas

Curtir Responder 5 d Editado



Conversão Extrema



Beto Oliveira

- 1.Focar na base de contatos
- 2.Incentivar vendedores ou a nós mesmos se não tivermos funcionários
- 3.Entrar em contato com o cliente dizendo que saiu da reunião com o Gestor e foi lançado a promoção da BF e que lembrou do cliente

Curtir Responder 5 d



Wallison Jefferson

ponto 1: em janeiro temos que organizar os calendarios de vendas do ano
ponto 2: redirecionar a verbas dos anuncios pode ser melhor do que aumentar a verda na black
ponto 3: foque em vender primeiro para os seus clientes que nao converteram

Curtir Responder 5 d



Rafael Santos

Resumo:

- Planjamento é importante - Organizar estratégias do próximo ano
- Organizar o BlackFriday antes de todos meus concorrentes
- Fazer campanhas criativas e pedir indicações em troca
- Utilizar público e lista de clientes focados (90D)
- Utilizar um discurso mais agressivo, gerando sempre a curiosidade nessas ações
- O jogo nessa época é o volume
- Crosell e Upsell com benefício de desconto
- Aproveitar o ambiente de consumo
- Para quem presta serviço, uma dica é adiconar serviços com benefícios ao cliente
- Ensinar o time a cultura do BlackFriday
- Criar Ip personalizada para o BlackFriday + uma Ip de antecipação (Utilizar gatilhos de urgência e escassez na comunicação) Ex: loja Kabum

Tipos de campanhas que preciso criar:

1. Rede de pesquisa
2. Campanha focada P1
- 3 P2 Focado e P2 Amplo

Curtir Responder 5 d



Conversão Extrema



Alexandre Cuyabano

Aprendi que a BF representa a maior venda do ano para muitas empresas, 2 - Entrar em sites com a da Blue para pegar inspirações para o meu próprio site; 3- Estratégia para conquistar 180 clientes em uma semana (leads conquistados e da minha lista de CRM); 4 - Utilizar memes com base nos assuntos do momento; 5 - Criar perfil no twitter e tik tok; 6 - Criar lançamentos para nichos específicos. 7 - Planejar próximos meses de posts e campanhas. 8 - "Eu nunca vi uma zebra com um leão na boca" Eu sou um leão! Datas especiais para Novembro.

Curtir Responder 5 d



Kiko Noll

1. Fazer campanhas de lançamentos frequentemente! Criar estes eventos para aumentar as vendas!
2. A personalização e o 1x1 valem muito a pena.
3. Dar aquela atenção especial e criar um "storytelling" de convencimento ao cliente - "Oi Fulano, acabei de sair de uma reunião com meu gerente e ele me liberou um desconto incrível que eu não poderia te deixar de fora!"

Obrigado Tiago Tessmann, Lucas Orlandi, Wellington e a todos que participaram.

Ahh, nunca vimos uma zebra com um leão na boca!

Curtir Responder 5 d



Vitor Oliveira

Meus maiores aprendizados hoje foi saber que nem sempre vender mais e investir mais, foque também nos seus clientes e em leads que não comprariam de você, faça combos dos produtos com desconto, LP com foco em antecipar o evento de BF, jamais se preocupar com eventos que irão chegar e podem tirar a atenção da pessoa de comprar, utilize esses eventos a seu favor assim você sempre terá motivos para fazer os leads comprarem

Curtir Responder 5 d



Conversão Extrema



Arnaldo Marques Marques

Planejar em a BASE ; Os elementos principais que não podem faltar em uma LP de alta conversão com uma boa headline; Criação de campanhas com foco na NECESSIDADE E URGÊNCIA; LP de antecipação à uma campanha; Como criar campanhas de ALATA CONVERSÃO; A importância em trabalhar o funil de vendas e marketing; Estrutura e tipos de campanhas; Anúncios PERSONALIZADOS; Tipos de CAMPANHAS para públicos P1 e P2.....

Curtir Responder 5 d



José Augusto Moura

Que não é necessário fazer uma campanha igual a de Gigantes do mercado, e que é necessário focar em vender para base de Leads que ainda não se tornaram cliente.

Aprendizados de hoje:

- Gerar estratégias com a base de leads que ainda não compraram;
- Criar motivos para as pessoas comprarem;
- Planejamento de Calendário para Lançamentos e não deixar para última hora;
- Usar o "Sistema" a nosso favor rs.

Curtir Responder 5 d



Eduarda Patrícia Duarte

1- Na minha cabeça, black friday era para quem vende produtos, mas que pode ser uma otima opção para fazer pacotes de serviços.

2- Anunciar na B.F. é mais caro, e uma solução alternativa é fazer um anúncio de pré-B.F. e depois trabalhar com remarketing e email marketing.

3-Que as pessoas têm mais intenção de comprar com Smartphone, então é prioridade ter uma L.P. responsiva para não perder o lead/venda.

4-Fazer anúncios com Black Friday-serviço/produto ou vice-versa, porque as pessoas vão pesquisar assim (não sei se me fiz entender)

5-Evitar contactos "robóticos", ninguém gosta de ser atendido por um robot - tipo esta nova app do whatsapp que responde automático.

p.s. PT de portugal (só porque eu sei que pessoas não aguentam ver "erros de português", mas eu falo assim mesmo 😊 Beijos/ Abraços 🌟

Curtir Responder 5 d



Conversão Extrema