

FOLLOW UP E CADÊNCIA

1.

Considere que é possível fazer 100 abordagens e ninguém te responder ou te responder e não comparecer à reunião, por exemplo. Nesse caso você vai fazer um ciclo de *follow ups* e cadências.

2.

Como assim? O *follow up* é para lembrar a essa pessoa que você existe. Mande uma nova mensagem no mesmo canal de abordagem. No terceiro dia após a sua primeira mensagem, faça outro contato.

3.

Essa mensagem pode ser feita por um canal secundário. Entenda também que você pode ter 4 tipos de prospectado: aquele que respondeu, mas você está no vácuo; aquele que visualizou e te deixou no vácuo;

4.

Aquele que não visualizou, mas é um cliente ideal e aquele que não respondeu, mas é um cliente muito bom. Nesses 2 últimos casos, envie a mensagem, faça o *follow up* no mesmo canal de abordagem e em um canal secundário.

5.

Caso o prospectado nem tenha visualizado a primeira mensagem, envie outra mensagem mais chamativa no mesmo canal de abordagem. Por fim, caso nada resolva, faça uma outra abordagem em um terceiro canal.

6.

Para ter um controle melhor sobre esses *follow ups*, crie uma planilha. Nessa planilha coloque o nome do contato, data da abordagem, data do *follow up* 1, data do *follow up* 2 e 3, para entender o fluxo dessa cadênciia.

7.

À medida que você for fazendo os demais *follow ups*, volte na planilha e faça marcações sobre essas datas para você visualizar melhor o que foi feito.

8.

A maioria dos gestores de tráfego tem resultados sem fazer *follow up*, mas essa é uma estratégia complementar. Se a sua abordagem tá ruim ou se você faz poucas abordagens, foque nelas primeiro e depois no *follow up*.