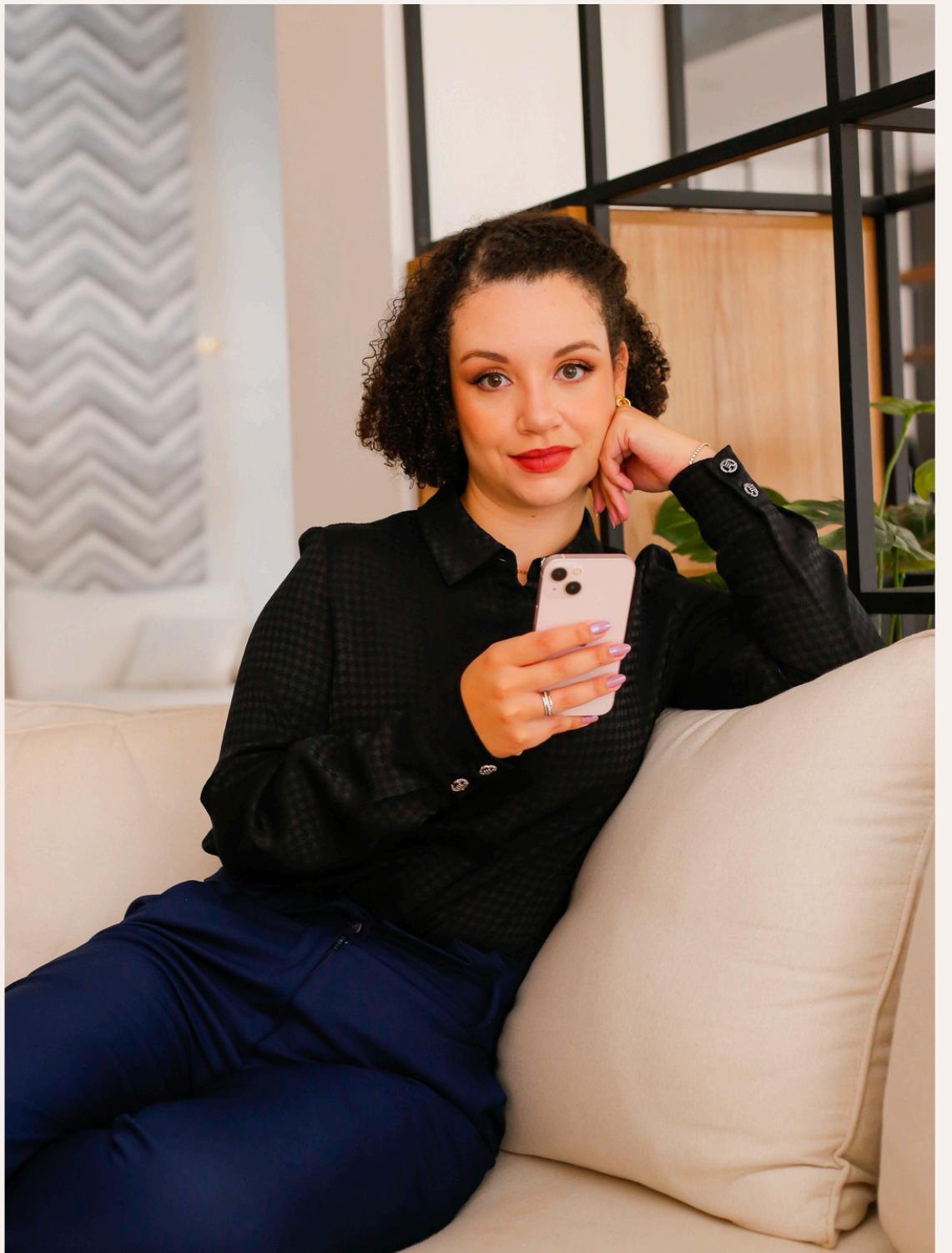




Aula 18/09/2024

Social Selling

Carolina Lucchetti



O que é Social Selling

Estamos ouvindo falar cada vez mais em social selling, né?

Apesar de não ser uma técnica nova, ela acabou ganhando um novo nome e caiu na boca do povo do digital. E, de fato, ela merece toda essa fama: é uma das melhores formas de vender atualmente.

Mas ela não é tão difícil quanto parece e, depois da aula de hoje, vocês já vão conseguir aplicar no perfil de vocês (e incluir essa estratégia no perfil dos clientes).

Antes do digital

A venda era feita presencialmente, no máximo por telefone, antes do digital né? E como isso era possível sem criação de conteúdo?

Simples: havia um vendedor e um potencial cliente. Eles conversavam e, no final, a venda acontecia.

Bem resumidamente, é esse o significado de social selling: a venda através da conversa. Mas é claro que existem técnicas para que essa conversa não vire só uma amizade entre você e o seguidor, e também pra que não seja só você falando.

Vamos aprender, de forma bem prática, como fazer social selling. *Lembrando que isso não é um curso do tema, mas reuni tudo o que você precisa fazer para começar a aumentar suas vendas usando as redes sociais.

Primeira regra

Ninguém vai ser ignorado.

Muitas vezes, vamos prospectar pessoas que não nos seguem ou ficamos fissuradas com a ideia de ter novos seguidores, achamos que não estamos vendendo por conta do baixo número de pessoas nos seguindo.

Mas você já parou para analisar se você está dando atenção para quem está no seu perfil? Você precisa vender primeiro para quem já te conhece, para depois buscar pessoas novas.

Pense como funciona no mundo "real" pra ficar mais claro: é mais fácil conversar com seus amigos ou com pessoas que você conhece no metrô?

Pois é, na internet é a mesma coisa: vai ser muito mais fácil puxar assunto com quem já te conhece (mesmo que você ainda não conheça a pessoa).

Seguidores

Claro que a gente não é amigo de todo seguidor, mas todo seguidor sabe um pouquinho de você, pois começou a te seguir por algum motivo.

Então, puxe um assunto com ele. Pode ser algo bem simples, do tipo:

Oi fulana, tudo bom? Tava vendo quem me segue, encontrei seu perfil e achei super interessante.

Parabéns pelo trabalho!

Espera responder

E me fala uma coisa: o que você gosta de acompanhar no meu perfil?

Continue a conversa

Conversa estratégica

Antes de falarmos das outras opções de abordagem para social selling, quero destacar pontos que vão direcionar a sua conversa para uma venda, e não só pra um bate-papo entre amigos.

- Faça perguntas que vão te dar argumentos para venda. Ex: e hoje você tem pacientes chegando através do Instagram?
- Pergunte coisas que vão te fazer descobrir se a pessoa precisa do seu trabalho. Ex: e hoje é você quem cria seus posts?
- Mantenha a comunicação informal e com a sua personalidade, mas lembre-se que é um potencial cliente que está do outro lado! Não use gírias e emojis inapropriados.
- Converse como uma pessoa normal kkkk! Ou seja: não fique travada ou robotizada só porque é uma conversa de venda, lembre-se que o cliente também é gente e converse normalmente.

Novos seguidores

Eu era super contra mandar mensagem de boas-vindas até ver ótimos exemplos e pessoas muito bem-sucedidas fazendo essa abordagem, então comecei a usar também e tem sido muito bom.

Você pode (e deve) personalizar todas as mensagens que estou mostrando na aula, mas vou colocando exemplos para ficar mais fácil de você aplicar depois. Para novos seguidores, costumo falar assim:

"Oi fulana, tudo bom? Vi que começou a me seguir, seja bem-vinda!"

Espera responder

"E me conta, como posso te ajudar: com aumento das vendas, produção de conteúdo nos stories ou a ter constância no perfil?"

Novos seguidores

Coloquei algumas opções só para você entender que precisa fazer uma pergunta específica, senão a pessoa vai te deixar no vácuo.

Outra abordagem que gosto muito é:

"Oi fulana, agora somos amigas no Instagram também. Que legal! Tá tudo bem?"

Espera responder

"E a produção de conteúdo por aí, como está?"

Já é bem mais direta, mas percebe que a primeira frase foi super simpática? Dá vontade de responder.

Esse é o segredo para não ser ignorado não só nas redes sociais, mas na vida: ser legal.

Stories

Colocar enquete ou figurinhas de reação nos stories só para aumentar as visualizações não é nada estratégico. Você precisa usar esses dados para alguma coisa útil, afinal estamos no Insta para ganhar dinheiro né!

Então, quando for fazer um story ou uma sequência com reações ou enquete, faça perguntas que vão qualificar os seguidores pra você. Como assim?

Exemplo de pergunta qualificatória: você usa o Instagram para divulgar o seu trabalho?

Claro que você vai criar um contexto para essa narrativa, não vai soltar essa pergunta do nada. Mas todo mundo que responder "sim" para essa pergunta, vai receber uma mensagem sua no direct (manualmente mesmo, não dá pra colocar manychat nesse caso) iniciando o processo de social selling.

E assim você começa a filtrar quem te segue e pode ser um potencial cliente.

Automação

Falando em manychat, você pode usar também pra facilitar a sua vida. Não só pelo volume de mensagens, que no começo não serão tantas, mas pela rapidez na resposta.

O tempo de resposta conta muito na hora da venda, pois se passa muito tempo a pessoa já não está mais no calor do momento, envolvida na narrativa, e acaba "esfriando" como a gente fala.

Então se você não for colocar automação para resposta a um comentário ou a um story, faça essa sequência quando puder ficar online por mais uma hora respondendo as mensagens que chegarem.

Comentários

Além dos comentários pedindo pra pessoa digitar uma palavra-chave que ela vai receber uma mensagem ou um presente - outra ideia de prospecção também: enviar um material gratuito que você já tem pronto.

Mas voltando, outra ação que você precisa fazer no seu perfil é interagir nos comentários fazendo perguntas e levando a conversa para o direct. Se você ainda não tem comentários no seu perfil: não seja deselegante, mas comece conversas nos posts de outras pessoas.

Por exemplo: a pessoa comentou que adorou o post, você não vai só curtir e responder obrigada, pelo amor de Deus. Você vai falar algo relacionado ao post, tipo assim "Fulana, que legal que esse post foi útil pra você! E me conta, você já tá mostrando um pouco de vida pessoal no seu perfil?"

É a máxima: "Seja interessado para ser interessante"

Fora do seu perfil

A sua rotina de prospecção não vai ficar só dentro da sua audiência: você vai abordar 10-20 perfis por dia, escolher um nicho por dia (facilita e acelera o processo) e mandar uma mensagem muito parecida com a de novos seguidores.

"Oi fulana, tudo bom? Estava procurando por obstetras na região de Pinheiros e encontrei seu perfil. Muito bom seu conteúdo, parabéns!"

Dica: selecione perfis com stories ativos, pois mostra que a pessoa está ativa no perfil e também aumenta as chances dela ver sua mensagem. Como assim?

Você vai mandar a mensagem acima como uma resposta a um story, e a notificação vai chegar exatamente avisando que alguém respondeu ao story. Se você manda um direct, a mensagem fica na solicitação oculta e poucas pessoas veem, então as chances de você ser ignorada são enormes.

Sessão de Diagnóstico

Nada mais é do que uma ideia de reunião mais prática, que vai ser útil para o potencial cliente.

Você pode ter um link na sua bio falando sobre essa sessão, um destaque, ou só abrir vagas de vez em quando através de um post ou story.

Nesses casos, você diz que tem X vagas para uma sessão gratuita, onde vai analisar o perfil da pessoa e entregar um diagnóstico do que precisa ser feito para ela ter um perfil que vende (aqui você coloca um desejo da sua audiência). E, claro, você faz vários testes para ver qual copy performa melhor.

É legal ter um formulário de aplicação para você coletar o @ da pessoa e fazer perguntas qualificatórias, assim você só marca com quem for um potencial cliente - no final da aula tem um modelo de formulário.

Sessão de Diagnóstico

Na sessão, você vai fazer uma análise de perfil. Mas tome muito cuidado para entregar o que a pessoa deve fazer, e não como.

Essa é a diferença entre o conteúdo pago e o conteúdo gratuito.

Por exemplo: Você precisa variar mais os formatos dos seus posts, trazer mais vídeos, colocar post de vida pessoal também pra gerar conexão.

Errado: você precisa fazer 2 posts de conexão por semana, 2 reels – 1 na segunda, outro na quinta.

Não é pra você montar o planejamento pra ela, é só pra dar uma pincelada, um gostinho do que é o seu trabalho. Ao final, você envia esse checklist pra ela no WhatsApp e diz que o seu trabalho é justamente implementar essas mudanças, construir um perfil que vende. E pergunta se pode apresentar o seu trabalho.

Formulário

No começo da minha carreira, eu tinha um formulário na bio para quem tivesse interesse no serviço de social media. O tempo foi passando, fui aprendendo novas estratégias e deixei o formulário de lado.

Mas, recentemente, fiquei amiga de uma social media que é referência em comercial e ela usa formulário. Eu perguntei pra ela se funcionava, e ela disse que super! Então voltei a deixar um formulário na minha bio. Ah, não esqueça de colocar o aviso por email pra toda resposta nova.

Eu achei ótimo por 2 motivos:

- Eu sou mais prática, então atraio clientes assim. E o formulário é o resumo da praticidade, né?
- Colocar uma pergunta de faturamento já te dá uma ideia do serviço que você pode oferecer para aquela pessoa. Evita de você ficar iludida conversando por horas com uma pessoa, achando que ela vai fechar um pacote de 3k, e no final ela não fatura nem mil reais.

Além do Instagram

Para ter pessoas chegando todos os dias no seu WhatsApp pedindo orçamento, é preciso ser visto por pessoas que você ainda não conhece.

Para atingir o maior número de pessoas possível, foque sim em deixar o seu Instagram rodando sozinho (em média, isso acontece depois de 6 meses postando diariamente), mas se faça presente em outros lugares também. Ideias:

TikTok (vídeos rápidos de serem gravados)

Grupos de marketing e cursos

Grupos de empreendedores da sua cidade ou outras regiões

Não seja chata

Lembre que, para não ser ignorada, você precisa ser legal né! Regra de ouro. Então, não fique só vendendo também: foque em ser útil para as pessoas. Crie conteúdo que gera mini resultados para quem te segue (a Luana Carolina fala isso e eu amo), mostre um pouco da sua vida pessoal para gerar conexão.

Isso faz com que a pessoa entenda que não pode perder nenhum post seu porque ela sempre aprende algo, e a parte da vida pessoal faz com que ela lembre de você fora do Instagram também, você se torna parte da vida dela.

Por exemplo: quem me segue e nunca lembrou de mim ao fazer as unhas de patricinha? Você nem estava trabalhando, nem estava com o Instagram aberto, mas eu estava presente. Isso é essencial pra que você seja a primeira pessoa que o seguidor lembra ao falarem de social media.

É o famoso conceito de marca "top of mind" – a primeira marca que você pensa ao falar o segmento. Exemplo: qual a marca top of mind de refrigerante?

Resumo da rotina de prospecção

- Facebook (grupos de BR que moram no exterior e comunidades gratuitas – com discussões qualificadas, tipo fórum – ou comunidades de cursos, como a do ONM)
- 1 post por semana no ONM (ou outro grupo que você participe)
- Social selling com novas seguidores e com quem interage no direct
- Social selling com pessoas que vocês pesquisaram no insta (pesquisar 1 nicho por dia) – abordar 10 a 20 pessoas por dia
- Formulário de aplicação (Google Forms) na bio para pedido de orçamento. Modelo:
<https://docs.google.com/forms/d/1kpGrd3OiHidhVhXjbSCt4Tf9FSubvIbfUPnhbNvxy2A/edit>
- Formulário pra sessão de diagnóstico (análise de perfil) de 30 minutos – lembrar de falar o que fazer durante a sessão (basicamente o que será entregue na proposta) e não como fazer.
- Modelo: <https://docs.google.com/forms/d/1vM7UIFSRilrr2D-UMnAokiRCXmoqM-BU4cr8wcwjL1w/edit>

Desafio

- Incluir a prospecção nas suas tarefas do dia e nunca deixar de prospectar.

