

Abordagem Infalível

1 - DOR/ PROBLEMA

OBJETIVO: Imagine o problema ou dor que o cliente possui, geralmente isso é uma objeção. Nesse momento da abordagem o importante é contextualizar o prospecto do problema que ele tem. Ele precisa ter total consciência do problema que tem e que há como resolvê-lo

EXEMPLO:

“Olá! Eu estava fazendo uma pesquisa e eu achei sua empresa na segunda página do Google. Quase ninguém passa pra segunda página quando precisa fazer uma pesquisa. Além disso, sua empresa também ainda não está posicionada nas principais plataformas de anúncios como seus concorrentes estão.”

2 - SOLUÇÃO / GERAÇÃO DE VALOR

OBJETIVO: Objetivo dessa parte da abordagem é mostrar de forma rápida que a dor ou problema que ele tem é facilmente solucionável. E principalmente, mostre que o quanto estão perdendo por não estarem posicionados da forma adequada no nicho em que atuam.

EXEMPLO:

“Cada dia mais as pessoas estão investindo recursos em marketing digital e isso se faz a necessidade de também estar presente cada vez maior. E o investimento para fazer isso acontecer não é alto! Imagine mostrar seu produto para o cliente certo e isso custará mais ou menos 2 reais por clique. Imagine o poder de 500 clientes fazendo novas compras por mês, isso custaria apenas mil reais por mês em um investimento que coloca sua marca na mão, no celular do cliente certo.”

3 - OFERTA / CUSTO DE OPORTUNIDADE

OBJETIVO: O objetivo é oferecer uma proposta clara para a solução do problema. Ou seja, um plano objetivo que mostre como você é capaz de resolver o problema ou a dor que ele tem e reforce sutilmente o custo de oportunidade que ele tem por não estar anunciando e fazendo da forma correta. O foco aqui é passar credibilidade e mostrar uma saída clara para prosseguir.

EXEMPLO:

“ Fiz uma análise do custo médio por clique do seu nicho e vi que é R\$1,70. Ou seja, você gastaria apenas R\$ para ofertar e direcionar seu cliente para a compra. Só com isso, você já estará entre os 15% das empresas que estão atuando com uma presença digital, porém, nem todas assertivas.

Trabalho com anúncios online e desenvolvo projetos para empresas como a sua e acredito que poderíamos fazer um excelente trabalho e mostrar o que sua empresa tem de melhor para aumentar o faturamento online.”

4 - PROVA SOCIAL / PROVA LÓGICA

OBJETIVO: As provas dão bastante credibilidade e deixam suas palavras mais palpáveis na imaginação do prospecto. Elas permitem com que ele se coloque naquela posição futura e isso cria uma ancoragem no subconsciente para sua proposta. Aqui vale a comparação com gigantes do mercado.

EXEMPLO:

“ O poder dos anúncios fizeram com que a empresa MAGALU (por exemplo) se tornasse uma das maiores empresas do Brasil! O maior volume de vendas deles vem dos anúncios que são feitos pelo Google e Facebook e esse é um custo importante nos custos totais da marca. Inclusive, já trabalhei em um nicho parecido ao seu! E conseguimos um alcance impressionante e os resultados já começaram a ser vistos com apenas 2 meses.”

(um print ajuda muito nessa etapa)

5 - CALL TO ACTION / CHAMADA PARA AÇÃO

OBJETIVO: Seu objetivo aqui é levar ele para uma conversa mais aprofundada para que você possa ouvir melhor as dores e dar soluções mais assertivas e individualizadas.

EXEMPLO:

“ Você teria 10 minutinhos amanhã para fazermos uma Call pelo Zoom? Gostaria de te ouvir para entender seu negócio de forma mais completa.”

6 - INVERSÃO DE RISCOS

OBJETIVO: O objetivo aqui é mostrar que você é o braço direito de confiança que ele precisa. Para isso você mostra que está disposto a assumir riscos junto com ele e que está com total disponibilidade para ajudar. Você precisa ser pró ativo!

EXEMPLO:

“ Gostaria de fazer uma análise mais aprofundada junto com você. Quero entender de perto suas necessidades. Mas pode ficar tranquilo! Isso não vai te custar nada.”

7 - REALIZAÇÃO

OBJETIVO: Mostrar que o resultado proveniente da sua entrega te realiza como pessoa. Mostre que pra você, o sucesso é um prazer.

EXEMPLO:

“ Vai ser muito legal colocar sua empresa nos celulares das pessoas! Já me vem até varias ideias! Vai ser um estouro!

Aquele abraço!”