

"Conheça nosso serviço de criação de logotipos, marcas exclusivas para o seu negócio. Nós criamos um design criativo para a sua marca. Entregamos junto toda a papelaria da sua empresa, como papel timbrado, cartão de visitas, pasta, envelope, assinatura de e-mail, modelo de postagem nas redes sociais e muito mais. E você nem precisa pagar caro por isso, temos o melhor custo benefício da região."

Falando com o Bhaskara

"A sua marca vale ouro. Tenho certeza que foram anos estudando, trabalhando, acordando cedo, dando duro pra construir o seu negócio. E nós valorizamos isso."

Criamos marcas que representam a sua conquista, que representam o seu negócio. Criamos identidades visuais que vão muito além da estética, elas carregam os valores da sua marca.

Falando com o Don Juan

Nosso estúdio tem a experiência em criar logotipos que transmitem emoção e conceito. É a certeza que o seu negócio será representado visualmente por uma marca linda, impactante e, principalmente, que se conecta com o seu cliente, gerando resultados incríveis.

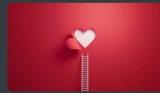
Mais do que design, o resultado do nosso trabalho é uma medalha de honra para o seu esforço."

Um dos jeitos mais poderosos de se diferenciar é você aprender a falar com o Don Juan. Pouca gente fala a língua dele, mas quem consegue... ganha fãs e defensores da marca, para sempre.

Marketing de um estúdio de design



Agora na Prática



Como ser um profissional amado pelos seus clientes



Emocional x Racional

Você tem os dois dentro de você, lutando para influenciar suas decisões. O pulo do gato é: seu cliente também tem.

Note que 80% das empresas que tentam vender somente para o Bhaskara. Explicam por A+B porque seu produto tem mais qualidade. Falam das características, do tamanho, do preço. Elas tentam CONVENÇER o Bhaskara a comprar a todo o custo.

Grandes marcas, aquelas que no final das contas são sempre as lembradas, conversam com o Don Juan.

As marcas bilionárias (com B) apelam para o lado emocional, para o lado sedutor do Don Juan.

Ao invés de características, elas falam de benefícios, de sonhos, de resolução de problemas... falam de coisas intangíveis. E isso te faz QUERER, te faz DESEJAR o produto. Vê a diferença?

E depois que Don Juan, dentro você, se apaixona por algo e decide comprar ou contratar... você vai usar o lado racional apenas pra justificar o que o lado emocional já decidiu.

o Don Juan não faz contas, não confere o limite do cartão de crédito... logo, quando você começa a focar o seu marketing para ele, e não para o Bhaskara, aí sim você começa a jogar de verdade no jogo do marketing.

Lembre-se:

DESEJO é o que move os melhores clientes. Os que pagam mais caro, são mais gratos, indicam para amigos e divulgam seu negócio. Quem faz isso, o faz por estar apaixonado, não por ter sido convencido.

Conrado Adolpho

Pedro Superti

Gary Vee



Use da estratégia da Polishop!!

Quando você consegue mostrar elementos emocionais na hora de divulgar os seus serviços, você ativa o Don Juan (emocional) do cérebro dos seus clientes. E esse cara é MUITO mais poderoso na hora de influenciar na decisão do cliente.



Racional e Lógico

O Bhaskara é o CDF da turma, sistemático, aquele que quer fazer tudo certinho.

Ele sabe todas as regras, analisa tudo friamente e sempre tem uma resposta na ponta da língua.

E, de fato, na maioria das vezes ele está certo. Mas geralmente é chato, sem sal e as pessoas correm só de ouvir seu nome. É de irritar.



O Bhaskara



Emocional & Criativo

O Don Juan, por sua vez, é um galanteador, um romântico irremediável.

Ele prefere viver o momento, não se preocupa com o amanhã, nem mesmo com sua conta bancária. Ele é engraçado, divertido e 100% social. Sabe sempre falar a coisa certa, na hora certa que você quer ouvir.

Ele é apaixonante, mas pode ser perigoso, pois só pensa no momento atual, não pensa no futuro e é extremamente irresponsável.



O Don Juan

Como ser um profissional amado pelos seus clientes

1. O Bhaskara

- 1.1. Racional e Lógico
- 1.2. O Bhaskara é o CDF da turma, sistemático, aquele que quer fazer tudo certinho.
- 1.3. Ele sabe todas as regras, analisa tudo friamente e sempre tem uma resposta na ponta da língua.
- 1.4. E, de fato, na maioria das vezes ele está certo. Mas geralmente é chato, sem sal e as pessoas correm só de ouvir seu nome. É de irritar.

2. O Don Juan

- 2.1. Emocional & Criativo
- 2.2. O Don Juan, por sua vez, é um galanteador, um romântico irremediável.
- 2.3. Ele prefere viver o momento, não se preocupa com o amanhã, nem mesmo com sua conta bancária. Ele é engraçado, divertido e 100% social. Sabe sempre falar a coisa certa, na hora certa que você quer ouvir.
- 2.4. Ele é apaixonante, mas pode ser perigoso, pois só pensa no momento atual, não pensa no futuro e é extremamente irresponsável.

3. Emocional x Racional

- 3.1. Você tem os dois dentro de você, lutando para influenciar suas decisões. O pulo do gato é: seu cliente também tem.
- 3.2. Note que 80% das empresas que tentam vender somente para o Bhaskara. Explicam por A + B porque seu produto tem mais qualidade. Falam das características, do tamanho, do preço. Elas tentam CONVENCER o Bhaskara a comprar a todo o custo.
- 3.3. Grandes marcas, aquelas que no final das contas são sempre as lembradas, conversam com o Don Juan.
 - 3.3.1. As marcas bilionárias (com B) apelam para o lado emocional, para o lado sedutor do Don Juan.
 - 3.3.2. Ao invés de características, elas falam de benefícios, de sonhos, de resolução de problemas... falam de coisas intangíveis. E isso te faz QUERER, te faz DESEJAR o produto. Vê a diferença?
 - 3.3.3. E depois que Don Juan, dentro você, se apaixona por algo e decide comprar ou contratar... você vai usar o lado racional apenas pra justificar o que o lado emocional já decidiu.
- 3.4. Lembre-se:
 - 3.4.1. o Don Juan não faz contas, não confere o limite do cartão de crédito... logo, quando você começa a focar o seu marketing para ele, e não para o Bhaskara, aí sim você começa a jogar de verdade no jogo do marketing.
- 3.5. DESEJO é o que move os melhores clientes. Os que pagam mais caro, são mais gratos, indicam para amigos e divulgam seu negócio. Quem faz isso, o faz por estar apaixonado, não por ter sido convencido.
 - 3.5.1. Conrado Adolpho
 - 3.5.2. Pedro Superti
 - 3.5.3. Gary Vee

3.6. Use da estratégia da Polishop!!

3.6.1. 1º Passo: Conquistar o Don Juan que ele precisa daquele produto

3.6.2. 2º Passo: Mostrar como o produto funciona e quais seus diferenciais, para o que o Bhaskara justifique a compra.

3.6.3. 3º Passo: CTA (Call to Action) - integrado com o Don Juan

3.7. Quando você consegue mostrar elementos emocionais na hora de divulgar os seus serviços, você ativa o Don Juan (emocional) do cérebro dos seus clientes. E esse cara é MUITO mais poderoso na hora de influenciar na decisão do cliente.

4. Agora na Prática

4.1. Marketing de um estúdio de design

4.1.1. Falando com o Bhaskara

4.1.1.1. "Conheça nosso serviço de criação de logotipos, marcas exclusivas para o seu negócio. Nós criamos um design criativo para a sua marca. Entregamos junto toda a papelaria da sua empresa, como papel timbrado, cartão de visitas, pasta, envelope, assinatura de e-mail, modelo de postagem nas redes sociais e muito mais. E você nem precisa pagar caro por isso, temos o melhor custo benefício da região."

4.1.2. Falando com o Don Juan

4.1.2.1. "A sua marca vale ouro. Tenho certeza que foram anos estudando, trabalhando, acordando cedo, dando duro pra construir o seu negócio. E nós valorizamos isso. Criamos marcas que representam a sua conquista, que representam o seu negócio. Criamos identidades visuais que vão muito além da estética, elas carregam os valores da sua marca. Nosso estúdio tem a experiência em criar logotipos que transpiram emoção e conceito. É a certeza que o seu negócio será representado visualmente por uma marca linda, impactante e, principalmente, que se conecte com o seu cliente, gerando resultados incríveis. Mais do que design, o resultado do nosso trabalho é uma medalha de honra para o seu esforço."

4.2. Um dos jeitos mais poderosos de se diferenciar é você aprender a falar com o Don Juan. Pouca gente fala a língua dele, mas quem consegue... ganha fãs e defensores da marca, para sempre.