

A wide-angle photograph of a winding asphalt road curving through a mountainous region. The mountains in the background are partially covered in snow. The sky is filled with large, white, billowing clouds. The overall scene is scenic and suggests a journey or adventure.

MÉTODO

DOTA

FREELÀ 3K

The text is displayed in a large, bold, white font. The word 'DOTA' is split into two lines: 'DOT' on the first line and 'A' on the second line, which is followed by a thick, dark grey arrow pointing to the right. The word 'FREELÀ' is on the third line, and '3K' is on the fourth line, also followed by a thick, dark grey arrow pointing to the right.

AULA 01

Bem-vindos

Módulo 00 – Comece por aqui

Aula 01 – Bem-vindos

Duração da aula: 04:04



OBJETIVO DO CURSO:

Faturar seus primeiros 3k como freelancer.

É um passo a passo prático e escalável com alta demanda.

PONTOS IMPORTANTES:

minuto: 01:18

Precificação média: R\$400,00 à R\$800,00

Fechando com 4 clientes no mês você já consegue alcançar R\$3.000 e ainda pode oferecer outros serviços, tornando-os fixos em sua empresa.

Exemplo: Pode captar esse cliente, oferecer o serviço de análise de perfil e após isso pode fechar um pacote mensal com ele, escalando ainda mais os seus valores.

Primeiro você encanta ✨ e depois fideliza. 🤝

Ajudando com o perfil desse cliente

Com seus pacotes e outros serviços

“Esse serviço é pra mim?”

Sim, pois você vai aprender desde a estruturação e precificação até a parte prática.

Você com seu cliente fidelizado

Você

Precificação

|

Estruturação

Oferecer seu serviço (Prospecção)

LEMBRETE DA HUNA

Assista e aplique! Eu te mostro o caminho, mas quem trilha a rota é você.

AULA 03

Como funciona o suporte?

Módulo 00 – Comece por aqui

Aula 04 – Como funciona o suporte?

Duração da aula: 02:10



PONTOS IMPORTANTES:

minuto: 00:22

Qualquer dúvida referente ao curso, podes deixar um comentário aqui na própria plataforma que eu vou tirar todas elas.

minuto: 00:33

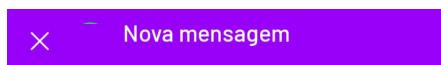
Agora, se está com algum problema técnico (não conseguir acessar o material, fazer download, não conseguir assistir alguma aula, não conseguir acesso e afins).

Nesse caso você enviará um e-mail: Suporte@estudiohuna.com.br

minuto: 00:56

A melhor forma de você tirar suas dúvidas ou fazer uma pergunta é sendo específico, para podermos otimizar o nosso tempo.

Exemplo do que fazer



Para  suporte@estudiohuna.com.br

Acesso ao curso

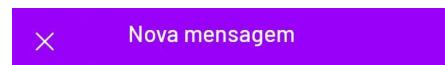
Nome: Mônica
E-mail de compra:
monica123@hotmail.com

Olá Simara, me chamo Mônica, comprei o curso pelo Email:
Monica123@hotmail.com e tô com problemas para acessar a plataforma, está acontecendo tal coisa e por conta disso não consigo assistir as aulas, como devo proceder?

Abaixo o print do que aparece para mim:



Exemplo do que não fazer



Para  suporte@estudiohuna.com.br

Não consigo acessar o curso

MÓDULO: 01

Estrutura

AULA 01

O que você precisa fazer
para começar?

Módulo 1 – Estrutura

Aula 01 – O que você precisa fazer para começar?

Duração da aula: 21:33



OBJETIVO DA AULA:

Conhecer seu cliente ideal.

Aqui você vai usar uma ferramenta de **autoconhecimento** para você entender se está no caminho certo ou não e ver quais caminhos você deve seguir.

Em resumo, definir seu cliente ideal para saber exatamente para quem oferecer esse serviço, qual comunicação ter com esse cliente e onde encontrá-lo.

AUTOCONHECIMENTO

minuto: 0:59



Módulo 1 – Estrutura

Aula 01 – O que você precisa fazer para começar?

Duração da aula: 21:33



PROFISSIONAL T

minuto: 4:25

- Generalista (quais habilidades você tem ou pode ter que complementam a sua especialidade?)
- Especialista (no que você é bom? qual serviço você oferece?)

HABILIDADES QUE VOCÊ PRECISA DESENVOLVER

minuto: 5:48

- Negócios
- Design básico e intermediário
- Estratégia de instagram
- Estratégia de conteúdo
- Universo de marca
- Comunicação
- Consultoria

DEFINIÇÃO DO CLIENTE IDEAL

Sugestões de melhores nichos

minuto: 8:54

- Infoprodutores;
- Área da saúde e bem estar: clinicas, nutricionistas, academias, psicólogas;
- E-commerce;
- Tecnologia;
- Finanças & seguros;
- Turismo;
- Alimentação;
- Moda & beleza;
- Setor imobiliário;
- Contabilidade;
- Advocacia;
- Pet shop.

Módulo 1 – Estrutura

Aula 01 – O que você precisa fazer para começar?

Duração da aula: 21:33



DEFINIÇÃO DO CLIENTE IDEAL

Características

minuto: 15:35

- Ter um perfil empresarial;
- Ter site próprio.

Problemas: (o que você pode resolver para ele?)

minuto: 17:09

- Estruturação do perfil;
- Produção de conteúdo;
- Design para landing pages;
- Edição de vídeos.

DICA DA HUNA

- Crie um problema e uma solução que você pode oferecer/resolver.

Oportunidades

minuto: 18:48

- Participe de comunidades onde esse seu cliente ideal estaria.
- Se pergunte onde você estaria caso **fosse seu cliente ideal. (se coloque no lugar do seu cliente)**

Exemplo: Sou uma psicóloga... Quais instagrams eu seguiria sendo uma psicóloga? quem eu gostaria de seguir para me aprimorar cada vez mais na minha área? em quais canais do youtube eu passaria um tempo assistindo, quais cursos eu faria para aprimorar meus conhecimentos?

- Pesquise no google por "curso de psicologia"

Módulo 1 – Estrutura

Aula 01 – O que você precisa fazer para começar?

Duração da aula: 21:33



Vão começar aparecer **anúncios** para você de players do mercado que desejam ensinar algo para outros psicólogos, daí, você segue esses players, vê se eles já tem um designer ou se já tem um perfil otimizado, ofereça seu serviço.

Caso eles já tenham, observe os **comentários desse Instagram**, pois lá vão ter outros psicólogos e que talvez não sejam tão bem estruturado como esse player.

As oportunidades são infinitas, experimente.

ATIVIDADES PRÁTICAS DESSA AULA

minuto: 20:11

1. Qual o nicho de atuação que você deseja atender?

2. Como você imagina sendo o seu cliente ideal?

Módulo 1 – Estrutura

Aula 01 – O que você precisa fazer para começar?

Duração da aula: 21:33



3. Onde você poderia encontrá-lo? (imagine o caminho que você percorreria se fosse ele)

4. O que você ama de paixão?

- Quais seus interesses?
- No que você se imagina trabalhando?
- No que você se imagina fazendo?
- No que você se imagina sendo útil em seu trabalho? (isso preencheria seu coração?)

Módulo 1 – Estrutura

Aula 01 - O que você precisa fazer para começar?

Duração da aula: 21:33



5. No que você é bom

- Quais suas habilidades atuais?
 - Quais habilidades podem ser aprimoradas?
 - Quais habilidades você quer adquirir? (como você vai adquirir elas? em quanto tempo já poderá oferecê-las?)

Módulo 1 – Estrutura

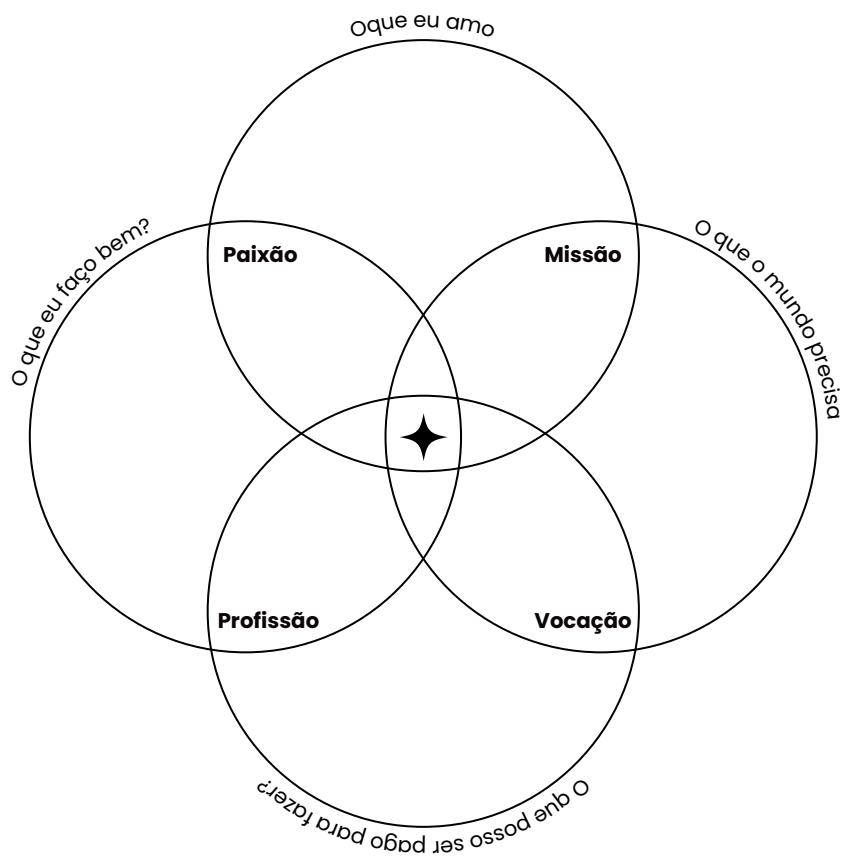
Aula 01 – O que você precisa fazer para começar?

Duração da aula: 21:33



6. Pelo que você pode ser pago?

7. O que o mundo precisa? (missão)



AULA 02

Construindo o serviço de
análise de perfil.

Módulo 1 – Estrutura

Aula 02 – Construindo o serviço de análise de perfil

Duração da aula: 35:24



OBJETIVO DA AULA:

Mostrar mais do serviço de análise de perfil, possibilidades desse serviço, vou mostrar tudo aquilo que você pode entregar para esse cliente.

Aqui você vai definir todos os entregáveis (tudo aquilo que você vai oferecer) e te ensinar como você pode cobrar mais por esse serviço.

Em resumo, te mostrar a **estrutura**, o que é o serviço, quais os benefícios dele para você e para o seu cliente, conhecer e definir os entregáveis, criar uma esteira de produtos que fidelize o cliente com você.

SOBRE

minuto: 0:49

É um **serviço estratégico** de análise de perfil e alinhamento visual que dá uma autonomia para pequenos empreendedores, dá uma rota para eles começarem a crescer pela internet.

Estratégico por quê?

Porque no início, pequenos empreendedores não conseguem pagar por um pacote mensal, não é vantajoso para eles, pois, ainda não possuem nem uma identidade de marca. Então, para solucionar os problemas do "tá caro" e para não perder esse cliente, eu criei esse serviço para que eles possam ter autonomia com seus perfis e que comecem a crescer e escalar os seus negócios, para que aí eles possam me contratar como designer (criando assim uma esteira de serviços).

Módulo 1 – Estrutura

Aula 02 – Construindo o serviço de análise de perfil

Duração da aula: 35:24



BENEFÍCIOS

minuto: 5:32

- Um serviço onde você vai vender estratégia e design;
- Estruturação inicial de todo empreendedor (antecede o design);
- Aquecimento do cliente para serviços maiores: (aqui você pode analisar tudo aquilo que está faltando no perfil do seu cliente e oferecer vários serviços que ele esteja precisando);
- Design como fator de diferenciação;
- Estratégia de upsell;
- Fidelização;
- Sistema de indicações.

ENTREGÁVEIS

minuto: 12:18

- **Pesquisa de mercado & Referências;**
 - Analisar o que os concorrentes diretos e indiretos estão fazendo (e como se diferenciam no digital)
 - Entender o mercado do cliente, o que eles estão fazendo e o que vocês podem fazer de diferente.
- **Análise de marca/negócio;**
 - Analisar todos os pontos do Instagram (foto, bio, nome, arroba, destaques, conteúdos, legendas, hashtags, vídeos, stories, estratégias no geral.)
 - Não é apenas dizer se está bom ou não, mas sugerir alterações.

Estude esse cliente e diga tudo o que ele deve fazer.

- **Estratégia de conteúdo;**
 - Trello ou Notion com referências e curadoria de conteúdos.

Dar ideias e insights de conteúdos para que ele possa adaptar.

Módulo 1 – Estrutura

Aula 02 – Construindo o serviço
de análise de perfil

Duração da aula: 35:24



- **Universo de marca;**
 - Alinhamento de tom de voz, identidade visual, proposta de valor, personalidade da marca, arquétipos, comunicação digital (emojis, palavras e expressões), Bandeiras, mantras, histórias, posicionamento e rituais.
- **Padronização visual;**
 - Templates editáveis no canva (mínimo 3, máximo 6);
 - 3 posts criados por você (prazo para o envio do conteúdo);
 - Manual da marca com elementos, texturas, fontes, cores, estilo visual;
 - Padronização de fotos (filtros, estilo fotográfico), Criação de capas de destaque;
 - Criação de fundos para stories.
- **Plano de ação;**
 - Metas;
 - Análises de resultados;
 - Atividades.
- **Consultoria/treinamento;**
 - Consultoria de conteúdo;
 - Consultoria de inteligência artificial;
 - Consultoria de estrutura de infoproduto;
 - Consultoria de instagram.
- **Tira dúvidas e suporte;**
 - Ficar à disposição para o cliente por um determinado período de tempo.
- **Posicionamento digital;**
 - Como se posicionar? (nicho, especialidade, diferenciais de marca, estratégias de comunicação)
 - Arquétipos;
 - Comunicação verbal/não verbal;
 - Imagem pessoal.
- **Fotografia.**

Caso você tenha essa habilidade e deseje oferecer ou se caso você queira delegar esse serviço.

Módulo 1 – Estrutura

Aula 02 – Construindo o serviço de análise de perfil

Duração da aula: 35:24



ATIVIDADES PRÁTICAS DESSA AULA

1. De acordo com o seu conhecimento de hoje, quais dos serviços listados acima você já tem uma segurança?

2. Quais serviços você se interessou em oferecer?

3. Se você fosse fazer uma simulação de uma análise de perfil hoje, quais serviços você iria oferecer para o cliente?

4. Quais serviços você sentiu uma certa dificuldade? (anote eles para que nas próximas aulas você venha sanar suas dúvidas)

5. (Opcional) Escolha 1 ou mais serviços (entregáveis) para fazer uma simulação de análise. (quanto mais praticar melhor você irá ficar).

AULA 03

Quanto cobrar pelo serviço
de análise?

Módulo 1 – Estrutura

Aula 03 – Quanto cobrar pelo serviço de análise?

Duração da aula: 12:50



OBJETIVO DA AULA:

Em resumo: Montagem dos pacotes e precificação.

Aqui vou te dar exemplos de pacotes e os serviços que tem em cada um deles. Também vou te dar alguns insights sobre uns extras que você pode oferecer para os seus clientes e melhorar ainda mais a sua entrega.

TODOS DEVEM INCLUIR

minuto: 0:18

- **Briefing;**
 - Não dá para você fazer uma análise sem entender o seu cliente. (*tem uma aula aqui do rota explicando mais sobre isso*)
- **Análise de mercado e referências;**
 - Aqui você vai propor uma identidade visual para o cliente, mas para isso precisa fazer essa análise de mercado.
- **Reunião de apresentação;**
 - Aqui você marca uma reunião com o cliente para apresentar tudo aquilo que você fez, tira as dúvidas dele em tempo real e isso faz com que o cliente veja muito mais valor no seu serviço.
- **Supporte.**
 - Indico que dê uns 5 dias úteis de suporte e que fale também sobre seus horários de atendimento para que você crie limites com seus clientes.

Módulo 1 – Estrutura

Aula 03 – Quanto cobrar pelo serviço de análise?

Duração da aula: 12:50



PACOTES

PACOTE 1 minuto: 02:02

- Análise de perfil.

R\$197 à R\$297

PACOTE 2 minuto: 04:05

- Análise de perfil.
- Padronização visual.

R\$297 à R\$497

PACOTE 3 minuto: 05:00

- Análise de perfil;
- Estratégia de conteúdo;
- Padronização visual.

R\$497 à R\$997

PACOTE 4 minuto: 06:22

- Análise de perfil;
- Estratégia de conteúdo;
- Padronização visual;
- Universo de marca;
- Posicionamento digital;

+R\$997

EXTRAS:

minuto: 08:48

- **Consultoria;** (*Valor definido pela sua hora*)
- **Mentoria;** (*5 à 10 encontros*)
- **Suporte no WhatsApp;** (*5 dias úteis após a análise*)
- **Análise de resultado;** (*1 mês após a análise*)
- **Reunião de Briefing;** (*Aqui te auxilia na hora de captar exatamente o que o cliente quer, coisas que as vezes passa batido em um briefing por formulário*)
- **Criar o link do Instagram;** (*Quando você ver que o cliente não tem*)
- **Outras redes sociais;**
- **Link de sites úteis;**
- **Aula sobre algo de sua expertise.** (*Ex: Uma aula sobre como produzir conteúdo, sobre como usar a IA para criar esses conteúdos e afins*).

Módulo 1 – Estrutura

Aula 03 – Quanto cobrar pelo serviço de análise?

Duração da aula: 12:50



ATIVIDADES PRÁTICAS DESSA AULA

1. Definir os seus pacotes. (*Quais serviços de análise você vai oferecer em cada pacote? Quais serão os seus valores?*)

2. Para o suporte de 5 dias úteis. (Qual seu horário de atendimento para a pós análise?) (isso evitará dor de cabeça)

3. Calculo de horas para que você possa especificar sua consultoria de 1h. (opcional)

AULA 04

Como montar seu primeiro
case de sucesso?

Módulo 1 – Estrutura

Aula 04 – Como montar seu primeiro case de sucesso?

Duração da aula: 08:24



OBJETIVO DA AULA:

Fazer com que você tenha algo para mostrar ao seu cliente real.

Aqui o meu objetivo é fazer com que você crie um “portfólio” para que você mostre o seu valor na hora da prospecção.

PONTOS IMPORTANTES

minuto: 00:07

- Lembrando que essa é uma aula introdutória para os próximos módulos, você só vai conseguir aplicar o que eu estou ensinando aqui após assistir todo o curso.

OBJETIVOS

minuto: 01:52

- Aplicar os conhecimentos do curso com pessoas reais
- Ter amostras do seu serviço/trabalho.
- Você terá um bom case de sucesso para atrair novos clientes.

SEGMENTOS DE MERCADO

minuto: 02:23

- Foque nos clientes menores, uma marca grande dificilmente vai te dar atenção.

Módulo 1 – Estrutura

Aula 04 – Como montar seu primeiro case de sucesso?

Duração da aula: 08:24



ATIVIDADES PRÁTICAS DESSA AULA

1. Escolher 3 nichos de ouro (*fictício ou real*)

2. Faça pelo menos 3 artes para cada um desses nichos (*para mostrar uma unidade visual*)

3. Aplique todo o curso com um *instagram real* (amigo, parente ou um cliente teste para fazer um antes e depois na sua proposta comercial).

MÓDULO: 02

Processos

AULA 01

Processos com novos
clientes

Módulo 2 – Processos

Aula 01 – Processo com novos clientes

Duração da aula: 14:32



OBJETIVO DA AULA:

Desenvolver todos os processos com novos clientes, desde o primeiro atendimento até a entrega final.

Objetivo da aula é te fazer ter um atendimento de excelência.

PONTOS IMPORTANTES

minuto: 00:37

- **Definir seus pontos de contato:**

- Instagram
- Facebook
- Linkedin
- Behance
- Youtube

- **Primeiro contato:**

- Ou ele vai chegar até você (prospecção passiva)
- Você vai atrás dele (prospecção ativa)

- **Pré-briefing:**

- Se apresente
- Pergunte o nome da pessoa
- Qual o nome e nicho da sua empresa, fulano?
- Quais serviços/produtos você oferece?
- Qual é hoje a maior dificuldade da sua empresa no instagram?
- Qual seu principal objetivo com o instagram?

- **Reunião da proposta:**

- Apresentação do seu serviço e tira dúvidas;

- **Fechamento:**

- Pagamento 100% (ou pelo menos 50%) antes de você dar início ao serviço.

- **Onboarding:**

- Qual o próximo passo? prazos?
- Envie um lembrete da reunião anterior

Módulo 2 – Processos

Aula 01 – Processo com novos clientes

Duração da aula: 14:32



ATIVIDADES PRÁTICAS DESSA AULA

1. Defina seus pontos de contato;

2. Simule os seu primeiro contato com o cliente;

3. Simule uma análise de mercado (estude o nicho de algum cliente fictício) para você ir tendo uma familiaridade com a pesquisa de mercado.

AULA 02

Entendendo o cliente
(briefing)

Módulo 2 – Processos

Aula 02 – Entendendo o cliente (briefing)

Duração da aula: 10:56



OBJETIVO DA AULA:

Fazer com que você aprenda fazer **perguntas estratégicas** para seu público alvo.

Aqui eu quero te ensinar a fazer um alinhamento com seu cliente para que você possa fazer o seu trabalho de forma descomplicada.

PONTOS IMPORTANTES

minuto: 01:37

- **Etapa 1: Alinhamento de expectativas**

- Como você conheceu minha empresa?
- O que te fez me procurar para fazer este projeto?
- Qual projeto meu você mais gostou ou qual chamou mais sua atenção?

minuto: 02:29

- **Etapa 2: Sobre o empreendedor e a empresa**

- Qual o nome da sua empresa? Qual a história do nome?
- Descreva resumidamente do que se trata seu negócio;
- Quais foram os motivos que te fizeram fazer o que você faz?
- Quais serviços e produtos você oferece? Descreva de forma objetiva.
- Como você vê o seu negócio daqui a 5 e a 10 anos?
- Há outra coisa que você poderia fazer no futuro da sua empresa além do que faz hoje?
- Quais são os valores fundamentais da marca/empresa?

minuto: 04:59

- **Etapa 3: Sobre o cliente ideal**

- Quem é o seu público alvo?
- Qual a classe social?
- Qual a faixa etária/geração?
- Qual gênero?
- Quais são as características, interesses e comportamentos desse público?
- Como você gostaria que seus clientes te descrevessem? (como você quer ser visto)
- De que forma você espera que seu cliente te encontre?

Módulo 2 – Processos

Aula 02 – Entendendo o cliente (briefing)

Duração da aula: 10:56



minuto: 06:43

- **Etapa 4: Diferenciais**

- Como você conheceu minha empresa?
- O que te fez me procurar para fazer este projeto?
- Qual projeto meu você mais gostou ou qual chamou mais sua atenção?

minuto: 07:07

- **Etapa 5: Sobre o projeto**

- Você já tem uma identidade visual? Quais elementos da identidade visual atual devem ser mantidos ou atualizados?
- A marca tem alguma preferência por fontes ou estilos de tipografia?
- Existe alguma cor que você quer no projeto.
- Existe alguma cor que você não queira no projeto?
- Já tem espaço físico?
- Quais são os objetivos específicos que você deseja alcançar com a nova identidade visual?
- Quais mensagens ou emoções a identidade visual deve transmitir?
- Que tipo de estilo a marca/empresa deseja transmitir? (moderno, clássico, jovem, etc...)
- Como você descreveria a personalidade da marca/empresa? (ousada, amigável, séria, etc...)
- Você tem exemplos de perfis que você gosta? (conteúdo e design)
- Que tipo de perfil você não gosta?

AULA 03

Estrutura de reunião de entrega

Módulo 2 – Processos

Aula 03 – Estrutura de reunião de entrega

Duração da aula: 09:20



OBJETIVO DA AULA:

Aqui eu vou te dar um roteiro do que falar em sua reunião, pontos que você deve abordar na apresentação pra ir construindo valor e apresentar os seus outros serviços de forma sutil. (*mais para frente aprofundarei sobre a oferta de outros serviços no módulo de vendas*).

Mas **em resumo** vou te ajudar a estruturar uma apresentação de análise.

PONTOS IMPORTANTES

minuto: 00:17

- **Abertura e conexão:**

- Seja sempre alto astral ao iniciar uma reunião.

minuto: 01:48

- **Contextualização**

- Explique o motivo de ser uma reunião, o objetivo e tudo o que será entregue;
- Deixe o cliente a vontade para fazer perguntas.

minuto: 02:28

- **Análise das necessidades:**

- Demonstre seu conhecimento das necessidades específicas do cliente;
- Faça perguntas para confirmar e esclarecer as necessidades do cliente, garantindo que você está alinhado com as expectativas;
- Aqui você pode apresentar uma análise SWOT, colocar um resumo dos principais pontos do briefing. Torne visual o que o próprio cliente respondeu no briefing. (expectativas, dores, propósito).

minuto: 03:59

- **Solução proposta:**

- Apresentar todas as análises de forma clara e detalhada;
- Destaque como a solução atende às necessidades do cliente e os benefícios que ela oferece.

Módulo 2 – Processos

Aula 03 – Estrutura de reunião de entrega

Duração da aula: 09:20



minuto: 04:42

- **Estratégia de implementação:**

- Explique como a proposta será implementada, incluindo cronogramas, equipes envolvidas e processos.

minuto: 05:20

- **Perguntas e alinhamento:**

- Para ver se aquilo estava de acordo com o que ele esperava, se ficaram dúvidas;
- Deixe seu cliente à vontade.

minuto: 05:51

- **Encerramento:**

- Termine a reunião com um resumo dos principais pontos discutidos;
- Deixe claro qual é o próximo passo (implementação e tira dúvidas);
- Não esqueça de perguntar o que ele achou. Aqui você vai pegar depoimentos sinceros e emocionados (sempre grave suas reuniões).

minuto: 07:27

- **Estratégias:**

- Citar seus serviços de forma sutil durante a análise.
- Exemplo: Se ele não tem um site, você pode oferecer. Depois de alinhar a identidade visual, você pode dizer que oferece serviços de pacotes de artes.

ATIVIDADES PRÁTICAS DESSA AULA

1. Ter um roteiro com esses pontos a serem abordados sempre por perto para te auxiliar na hora da reunião;

Módulo 2 – Processos

Aula 03 – Estrutura de reunião de entrega

Duração da aula: 09:20



ROTEIRO

- Seja alto astral;
- Explique o motivo da reunião;
- Demonstre que você estudou sobre o briefing, que entendeu as necessidades dele, confirme e esclareça possíveis dúvidas;
- **Apresente todas as análises de forma clara e detalhada, citando os pontos que deseja enfatizar, destaque como essa solução vai impactar no negócio do cliente, cite os benefícios;**
- Explique como seu serviço de análise pode ser implementado;
- Pergunte se seu serviço estava de acordo com o que ele esperava, tire dúvidas e deixe ele à vontade;
- **Termine a reunião com os principais pontos citados**
- Deixe claro o próximo passo
- Pergunte o que ele achou

Cite os seus serviços de forma sutil durante a análise (ex: se na hora da sua análise da bio ele não tiver um site, ofereça sutilmente esse serviço após a **apresentação**)

Depois de alinhar a identidade visual, você pode dizer que oferece serviços de pacotes de artes.

AULA 04

Suporte pós análise

Módulo 2 – Processos

Aula 04 – Suporte pós análise

Duração da aula: 03:05



OBJETIVO DA AULA:

Aqui uma aula curtinha só para explicar a você a importância de ter um suporte.

PONTOS IMPORTANTES

- Saiba que, você vai apresentar a análise mas ele vai ficar com dúvidas na hora de implementar esse serviço.
- Dê um suporte de 5 dias úteis através do seu WhatsApp, onde nesses dias ele vai poder te perguntar como implementar tudo aquilo que você ensinou.
- Se por ventura ele não entendeu como que faz a produção de algum conteúdo você o orienta.
- Deixe claro como funciona o seu suporte, esclarecendo que você vai orientar, mas não realizar o trabalho por ele.
- Todo suporte que você fornecer a ele será realizado pelo WhatsApp.
- Relembre-o nesses 5 dias que ele pode aproveitar para aplicar aqueles conteúdos que você ajudou a produzir, daí você tem uma entrada para dizer como ele pode melhorar, dar ideias de como deixar a imagem mais chamativa, a legenda melhor e afins.
- Informe o cliente sobre esse suporte durante a reunião e demonstre disponibilidade para esclarecer dúvidas e ajudá-lo nessa jornada.
- Crie um movimento para incentivá-lo a colocar em prática, pois ao seguir o que você ensinou, ele poderá obter resultados positivos e fornecer depoimentos valiosos.

AULA 05

NA PRÁTICA: Montando sua
proposta comercial

Módulo 2 – Processos

Aula 05 – NA PRÁTICA: Montando sua proposta comercial.

Duração da aula: 24:57



OBJETIVO DA AULA:

Te ajudar a criar uma proposta comercial chamativa citando pontos importantes que cabem nessa proposta, afim de gerar mais valor e desejo no seu serviço.

PONTOS IMPORTANTES

minuto: 00:17

Esse material é um material modelo, nunca use esse modelo e deixe exatamente como está, é importante que você o modifique o máximo que conseguir, que traga para ele a sua personalidade, seu design, seu estilo a sua identidade visual, para não correr o risco de ficar igual ao de todo mundo. Imagina o cliente já conversou com outro profissional e viu que a proposta está exatamente igual... Não é legal né? Então transforme essa proposta ao máximo.

minuto: 01:15

- Capa:**

- Na capa você vai colocar o nome do seu serviço e alguma informaçãozinha sobre o serviço como "análise de perfil e alinhamento visual" ou um nome mais criativo, se quiser;
- É importante que tenha o nome do cliente, data de envio e data de validade da proposta pois pode acontecer de o cliente ignorar, voltar meses depois e você já ter atualizado o valor daquela proposta.

minuto: 02:11

- Tipos de perfis:**

- Tipos de perfis que tem na internet, nesse slide, é interessante você colocar as etapas em que o seu cliente está, ou algo em que ele se identifique está, algo que gere um "ah, estou nessa etapa" um caminho do cliente, onde mostre onde ele está e para onde está indo ou onde pode chegar.

Módulo 2 – Processos

Aula 05 – NA PRÁTICA: Montando sua proposta comercial.

Duração da aula: 24:57



minuto: 03:44

- **Curiosidade/informação:**

- Aqui você vai por uma frase/promessa do seu serviço, algo que impacte, que mostre o potencial daquilo que está oferecendo a ele.

minuto: 04:47

- **Sobre nós:**

- Aqui você vai fazer uma apresentação breve sobre você, seu negócio, vai mostrar pontos de autoridade.

minuto: 06:18

- **Nossos outros serviços:**

- Aqui seria interessante você mostrar também os seus outros serviços, de forma breve e rápida, só para que ele entenda que você também oferece outras coisas além da análise de perfil.

minuto: 07:02

- **Informação/dado relevante.**

- Para o cliente perceber que ele realmente precisa do seu serviço. Faça ele desejar ter aquilo.

minuto: 08:04

- **Sobre o método:**

- Aqui você vai começar explicar o seu método, vai mostrar tudo o que você vai fazer/entregar.

minuto: 09:08

- **Para quem é o serviço:**

- Aqui, se fizer sentido para você, é interessante você inserir um slide falando para quem é aquele serviço mas se não fizer sentido para você pode retirar.

minuto: 09:50

- **Resultados e benefícios:**

- Você pode fazer uma listinha dos resultados que você entrega, separar eles por tópicos para ficar mais bonito visualmente;
- Aqui eu dei uma ideia do que por, mas é interessante que modifique esses textos;
- Em resumo, aqui use para falar dos ganhos rápidos, dos resultados e benefícios do seu serviço.

Módulo 2 – Processos

Aula 05 – NA PRÁTICA: Montando sua proposta comercial.

Duração da aula: 24:57



minuto: 10:45

- **Depoimentos:**

- Aqui é interessante você por os depoimentos dos seus clientes (caso tenha).

minuto: 11:23

- **Case de sucesso:**

- Aqui eu dediquei uma aula no módulo anterior só explicando como montar um case de sucesso, para que você tenha algo para mostrar nessa etapa, mostrar um resultado real que você teve;
- O que você pode colocar nesse case? Um antes e depois, resultados entregues, depoimentos do cliente, exemplos de KV.

***KV:** Uma unidade visual, mostrar como seria os posts dele, deixar/tornar algo mais visível.

minuto: 13:02

- **Aponte melhorias:**

- Aqui você analisa o perfil daquela pessoa, algo bem mais superficial, vais apontar melhorias naquele perfil;
- Como: Otimização, conteúdo, identidade visual;
- Em resumo você vai apontar alguns "erros" mas também não deixe só por isso, mostre também como vc melhoraria isso.

*Aponte melhorias e traga um conteúdo de qualidade.

minuto: 16:15

- **Frase impactante:**

- "Isso aqui é 1% da nossa estratégia."
- Aqui ele vai ver "nossa, eu preciso desse serviço"

minuto: 16:15

- **Como o serviço vai ajudá-lo:**

- Com meus serviços vou te ajudar: Aqui, liste como o seu serviço vai ajudá-lo que valor você vai entregar a ele?

minuto: 17:17

- **Sobre o serviço:**

- Aqui você vai explicar sobre todo o seu serviço. (análise de mercado, curadoria de conteúdo, manual da marca e afins)

Módulo 2 – Processos

Aula 05 – NA PRÁTICA: Montando sua proposta comercial.

Duração da aula: 24:57



minuto: 18:00

- O que você vai receber?:**

- É muito legal você colocar esse slide para o cliente ver que ele vai receber algo, que vai ter um resultado "palpável" vai ver mais valor naquilo.

minuto: 19:37

- Portfólio:**

- Vai mostrar o serviço/post que já fez para outros clientes, é interessante que seja algo que tenha a ver com o nicho daquele cliente para fazer mais sentido.

minuto: 20:26

- Investimento:**

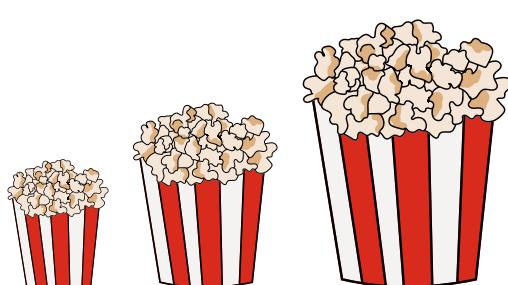
- É importante que você use a palavra investimento, para que ele veja aquilo literalmente como um investimento e não como um gasto;
- Após mostre seus pacotes/pacote e mostre seus valores;
- Exemplos de pacotes: Sempre tenha uma diferença pequena entre o pacote do "meio" e o último pacote, para que o cliente veja mais "vantagem" em fechar o valor maior.

ANCORAGEM

A estratégia que te ajuda a vender o pacote maior

Situação A

Caro



15,00 20,00

25,00

Situação B

Caro



17,00 23,00

25,00

Módulo 2 – Processos

Aula 05 – NA PRÁTICA: Montando sua proposta comercial.

Duração da aula: 24:57



minuto: 22:35

- **Nosso Processo:**

- Aqui você vai fazer uma linha do tempo do caminho do cliente do início à entrega do seu serviço.

minuto: 23:59

- **Informações:**

- Informações relevantes de pagamento, prazo ou outros.

minuto: 24:32

- **Encerramento:**

- Encerramento da apresentação com uma frase como: "vamos tornar seu perfil memorável?" algo que o instigue a tomar uma ação.

MÓDULO: 03

Estratégia

AULA 01

Análise do cliente e
da marca

Módulo 3 – Estratégia

Aula 01 – Análise do cliente e da marca

Duração da aula: 10:08



OBJETIVO DA AULA:

Te ajudar a enxergar o mercado de forma analítica para que você possa transmitir isso para o negócio do seu cliente.

PONTOS IMPORTANTES

minuto: 00:41

Antes de fazer a análise de perfil você vai analisar de forma geral em que segmento de mercado o seu cliente está inserido e a partir daí, vai olhar como os concorrentes estão se inserindo nesse mercado, nesse momento você vai tendo insights de como otimizar o perfil desse seu cliente.

- **1º Passo: Análise de mercado.**

Aqui você:

- Busca por referências;
- Analisa pontos fortes e pontos fracos da estratégia digital;
- Analisa o posicionamento;
- Observa as tendências atuais e futuras do mercado;
- Analisa o comportamento do consumidor;

Ex: O cliente sempre busca boas fotos quando o assunto é restaurante. Quando é manicure ou clínica de estética, gosta de ver o antes e depois.

- Identifica oportunidades e ameaças (Análise SWOT).

minuto: 06:59

- **2º Passo: Análise de marca.**

Aqui você:

- Define Posicionamento;
- Identifica o público-alvo;
- Define o propósito de marca/valores/bandeiras/missão;
- Avalia a presença online;
- Define os diferenciais da marca;
- Avalia a mensagem da marca;
- Identifica pontos fortes e fracos;
- Define tom de voz;
- Cria a Identidade visual (cores, tipografia, elementos, estilo visual, fotografia).

AULA 02

Analisando um perfil
no Instagram

Módulo 3 – Estratégia

Aula 02 – Analisando um perfil no Instagram

Duração da aula: 18:56



OBJETIVO DA AULA:

Te dar alguns insights sobre alguns pontos de uma avaliação de perfil que devem ser analisados.

PONTOS IMPORTANTES

minuto: 00:27

- **Foto de perfil:**

O primeiro ponto de todos.

- Se for usar sua própria foto, capriche em uma boa iluminação e evite acessórios como óculos de sol. Dê uma atenção especial para a roupa e, se possível, utilize alguma cor da sua própria marca;
- Se usar a logo da sua empresa, deixe bem visível o que está escrito, optando por um fundo colorido.

Lembrete:

- Evite selfies, fotos na praia ou com fundos aleatórios.
- Evite imagens em baixa qualidade.

minuto: 02:56

- **Nome de usuário:**

Seu arroba precisa ser legível, memorável, único, simplificado e integrado.

Sugestões:

@analuiza
@ana.designer
@ana.design
@estudio.huna
@agenciahuna
@ana.criativa
@sou.ana
@ana.luiza

Lembrete:

- Evite números e caracteres especiais.

minuto: 04:33

- **Nome:**

Essa é a parte "pesquisável" do Instagram. Para aproveitar o máximo desse espaço de maneira estratégica, selecione palavras que estejam relacionadas ao seu nicho e faça a substituição pelo seu nome ou o nome da sua marca, ou adicione-as ao lado das palavras-chave.

Lembrete:

- Evite repetir seu próprio nome ou o nome da sua empresa;
- Evite caracteres especiais.

Módulo 3 – Estratégia

Aula 02 – Analisando um perfil no Instagram

Duração da aula: 18:56



Sugestões:

Design para social media;
Especialista em design de lançamento;
Identidade visual;
Design gráfico.

minuto: 06:36

- Bio:**

É aqui que você vai falar o que você faz e para quem faz.
É importante também adicionar pontos de autoridade e um CTA para solicitação de orçamento.

Estrutura:

O que você faz;
Para quem você faz;
Diferencial/propósito;
Ponto de autoridade;
CTA;
Localização.

Exemplo:

Criamos marcas únicas e minimalistas para empreendedores autênticos. (O que faz)
+ de 200 marcas criadas (Autoridade)
Solicite um orçamento abaixo (CTA)

minuto: 08:30

- Destaques:**

É como o menu de um site.
Aqui é preciso ser objetivo e criar destaques relevantes.

Sugestões:

Comece por aqui;
Serviços;
Portfólio;
Processo de trabalho;
Depoimentos;
Dúvidas;
Cardápio;
Horário de funcionamento;
Entrega/delivery.

Módulo 3 – Estratégia

Aula 02 – Analisando um perfil no Instagram

Duração da aula: 18:56



minuto: 12:33

- **Link:**

Aqui você pode colocar um link direto para o seu WhatsApp, site ou usar alguma ferramenta para adicionar vários links diferentes.

Lembrete:

- Coloque apenas links relevantes

minuto: 13:42

- **Posts fixados:**

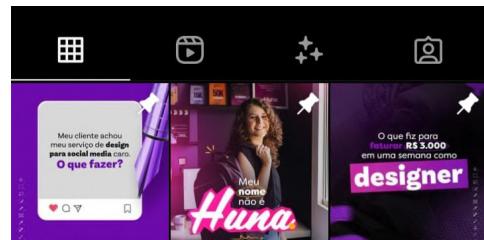
Os posts fixados são ótimos para o novo seguidor entender mais sobre seus serviços e sobre a história da sua empresa.

Sugestão:

Sobre você: Aquele post pra quem acabou de chegar poder te conhecer e entender seu propósito.

Resultados:

Post dos resultados que você entrega, pura prova social para te verem como autoridade no assunto.



Conteúdo útil:

Post sobre um problema/desejo que um dos seus serviços resolve.

minuto: 17:53

- **Legendas:**

A legenda completa o conteúdo visual, nada de colocar um emoji aleatório!

Lembrete:

- Adicione emojis para tornar a leitura mais dinâmica.
- Cuidado com os erros de português

Sugestões:

Use o chat GPT para corrigir o texto.

minuto: 18:35

- **Identidade visual:**

Referência de feed.

AULA 03

Teia de conteúdo

Módulo 3 – Estratégia

Aula 03 – Teia de conteúdo

Duração da aula: 43:48



minuto: 02:08

- **Sobre o conteúdo:**

- Entenda as dores, medos, objeções e dúvidas do seu cliente ideal;
- Defina de 3 a 5 principais pilares;
- Intercale e faça novas conexões de conteúdo;
- Conteúdo intencional, gerando desejo;
- Gerar identificação;
- Produzir conteúdo útil;
- Conteúdo emocional (atenção) & Conteúdo racional (autoridade);
- Conteúdo estratégico tem duas funções: relacionamento e consciência.

minuto: 9:00

- **Jornada do seguidor:**

- **1. Descoberta:**

- 5 Segundos para encantar e gerar identificação;
- Foto e identidade visual (visualização geral).

- **2. Conhecimento:**

- Gerar confiança (através dos posts fixos, destaques, bio)

- **3. Autoconsciência:**

- Gerar desejo no seu produto. (Aqui ele vai entender o que você faz, aprender e identificar um problema).

- **4. Conexão:**

- Aumentar a identificação e conexão com seu público. (Aqui ele vai se conectar com sua história, suas bandeiras, cultura da sua empresa e seu posicionamento).

- **5. Desejo:**

- Antecipação de oferta, mostrando resultados, depoimentos e cases de sucesso.

- **6. Conversão:**

- Validar se toda sua estratégia de conteúdo deu certo.

- **7. FAN da marca:**

- Depoimentos que viram conteúdos de autoridade;
- Seu cliente te ajuda a produzir conteúdo e propagar a marca é uma experiência compartilhada.

Módulo 3 – Estratégia

Aula 03 – Teia de conteúdo

Duração da aula: 43:48



minuto: 14:25

- **Funil de conteúdo:**

- Topo de funil (Atração, trazer pessoas)
- Meio de funil (Técnico, algo que agregue valor, dicas, conexão e conteúdos de objeções).
- Fundo de funil (Conteúdo de conversão).

Sugestão:

50% topo, 40% meio, 10% fundo. (Perfil novo)

ou

40% topo, 40% meio, 20% fundo.

minuto: 16:36

- **Formato:**

- Carrosséis;
- Post avulso:
- Fotos;
- Reels;
- Live;
- Stories.

minuto: 18:10

- **Objetivos de conteúdo: Atrair**

- Trending;
- Audio em alta;
- Novidades/informativo;
- Review;
- Posts colaborativos;
- Marcar outros players;
- Dicas práticas (ex: ferramentas);
- Pautas quentes;
- Polêmicas.

minuto: 22:25

- **Educar: Elevar o nível de consciência**

- Dicas;
- Ensinar algo do nicho;
- Resolver um problema latente da audiência;
- Responder dúvidas.

Módulo 3 – Estratégia

Aula 03 – Teia de conteúdo

Duração da aula: 43:48



minuto: 23:40

- **Conectar:**

- Histórias pessoais suas/clientes;
- Inspirar;
- Opiniões sobre o mercado;
- Personagens do seu dia a dia;
- Liste os cursos que você já fez;
- Características da sua personalidade;
- Dores em comum;
- Gerar identificação;
- Mostrar cultura e bastidores;
- Rotina;
- Abrir espaço para conversa.

minuto: 25:59

- **Posicionamento: Levantar bandeiras e aumentar sua autoridade.**

- Cases de sucesso;
- Identidade da sua marca;
- Prêmios e certificações;
- Antes e depois (diferenciais);
- Ponto de vista;
- Bandeiras;
- Valores;
- Propósitos de marca.

*É passar mais credibilidade.

minuto: 27:37

- **Antecipação:**

- Tiros de alerta;
- Repetição de data;
- Reforço de identidade;
- Quebra de objeção;
- Criar desejo;
- Depoimentos;
- Antes e depois;

Módulo 3 – Estratégia

Aula 03 – Teia de conteúdo

Duração da aula: 43:48



minuto: 30:03

- Ações:**

- Compartilhável;
- Interativo;
- Salvável;
- Conversão. (Serviços, oferta, promoções, lançamento, Diferenciais)

minuto: 36:04

ATIVIDADES PRÁTICAS DESSA AULA

1. Acessar o perfil de grandes players e analisar o conteúdo de cada um.

- Qual é a etapa do funil desse conteúdo?
- Quais formatos minha concorrência mais usa?
- Quais dão mais resultado?
- Qual o tipo de conteúdo? Isso influenciou no resultado dos posts?
- Quais os objetivos?
- Qual sensação o post me desperta?
- Quais os comentários?

2. Criar 3 posts fixos para o seu perfil:

- 1º post: Apresentação sobre você (incluindo depoimentos no meio e a promessa do seu serviço).
- 2º post: Mostre o resultado para um cliente;

"como transformei o perfil da minha cliente e fiz ela aumentar 2000 seguidores em um mês" "hoje vou compartilhar como aumentei em 200% o engajamento do perfil da minha cliente."

- 3º post: Conteúdo de valor para a audiência.

EX: Faça isso pelos próximos 30 dias e dobre o engajamento do seu perfil.

AULA 04

Universo de marca &
alinhamento visual

Módulo 3 – Estratégia

Aula 04 – Universo de marca & alinhamento visual

Duração da aula: 16:54



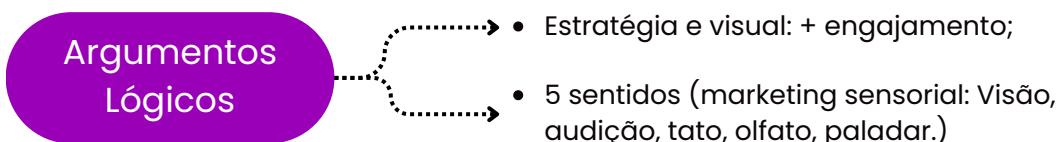
OBJETIVO DA AULA:

Te ensinar a fazer a entrega da sua análise de perfil, a fazer a sua apresentação de universo de marca, é te ajudar a deixar a sua apresentação mais visual, gerar **VALOR** naquilo que você está entregando.

PONTOS IMPORTANTES

minuto: 02:48

- **Universo de marca:**



*Todos os pontos de contato precisam conversar entre sí.

minuto: 07:29

- **Entregáveis:**

- Análise de concorrência;
- Montar um painel visual;
- Paleta de cores;
- Combinação de fontes;
- Elementos/texturas;
- Estilo visual;
- Tom de voz;
- Instagram;
- Planejamento visual.

AULA 05

NA PRÁTICA: Análise com
material editável

Módulo 3 – Estratégia

Aula 05 – NA PRÁTICA: Análise com material editável

Duração da aula: 21:23



OBJETIVO DA AULA:

Te apresentar como seria uma análise de perfil na prática, mostrando dentro de um modelo que está disponibilizado para você aqui abaixo: Print de onde está.

Te mostrar como seria essa apresentação de universo de marca e análise de perfil.

PONTOS IMPORTANTES

minuto: 00:27

- **Use a mesma capa da proposta;**

minuto: 01:21

1º Passo é reforçar o propósito do serviço, aqui você pode dizer que está gravando a reunião para enviar depois e que o cliente pode fazer perguntas durante a apresentação.

minuto: 02:08

- **Objetivos:**

- Aqui você vai falar sobre alguns pontos e objetivos do seu serviço.

minuto: 02:48

- **Entregas:**

- Aqui vai variar de acordo com o que você vai entregar.

exemplo: A pesquisa que você fez, a análise da marca, o planejamento, a identidade visual e outros, realmente depende da sua entrega.

minuto: 03:30

- **Botões:**

- Aqui seria legal você colocar links de direcionamentos para outros materiais que você vai entregar para esse cliente, para deixar tudo bem organizado e em um lugar só.

Módulo 3 – Estratégia

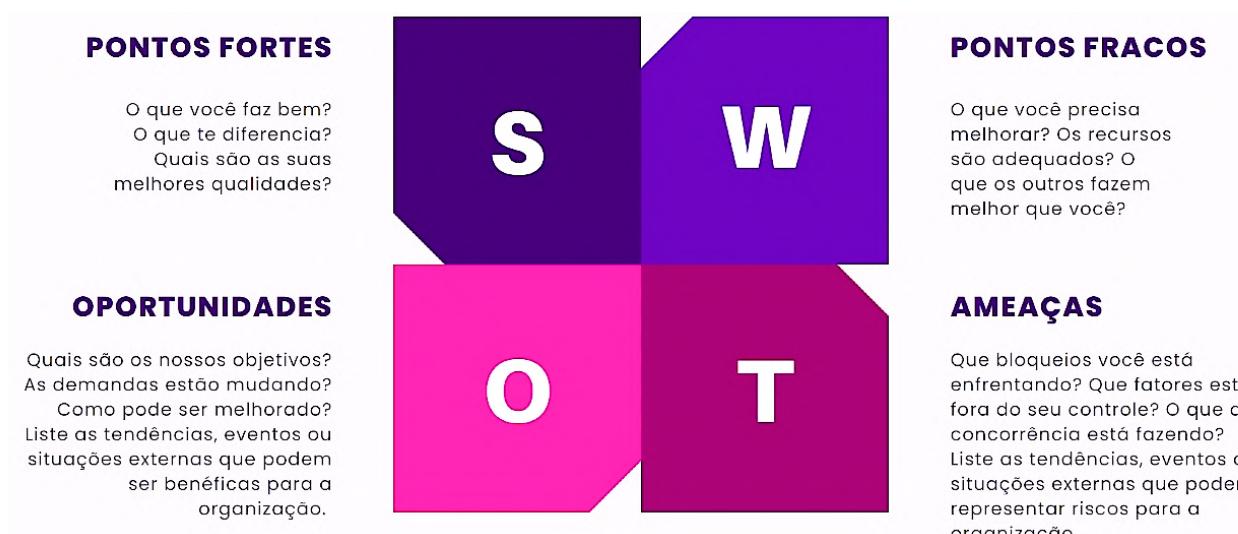
Aula 05 – NA PRÁTICA: Análise com material editável

Duração da aula: 21:23



minuto: 03:50

- **Análise de mercado:**
- **Análise SWOT:**



minuto: 05:51

- **Análise de marca:**
 - Aqui você vai pontuar na apresentação aquilo que ela respondeu no briefing.

minuto: 09:31

- **Cliente ideal:**
 - Aqui eu dediquei uma aula do rota só para a definição do seu cliente ideal, (módulo 1: Aula 01: "O que você precisa para começar?") e você pode usar essa aula para ajudar não só você mas o seu cliente também definir o cliente ideal dele.

minuto: 09:46

- **Bandeiras e valores:**
 - Aqui você pode pontuar as coisas que ele mesmo respondeu no briefing ou pode usar o chatGPT para otimizar o seu trabalho, colocando no chat o briefing do cliente e pedindo pro chat resumir aquilo em uma promessa impactante ou uma bio para o instagram por exemplo.

Módulo 3 – Estratégia

Aula 05 – NA PRÁTICA: Análise com material editável

Duração da aula: 21:23



minuto: 10:15

- **Tendências:**

- Aqui você vai mostrar o que o mercado (nicho/concorrentes) estão utilizando ou o que eles usam para se comunicar com o público alvo deles. Aqui vais ver qual a comunicação que eles tem, o que mais compartilham, o que os clientes ideais gostam/preferem ver, para que ele tenha um posicionamento mais assertivo.

minuto: 10:44

- **Diferenciais da marca:**

- O que o seu cliente faz que a sua concorrência não faz?

minuto: 11:06

- **Tom de voz:**

- Aqui você vai definir como o seu cliente deve se comunicar com o público alvo dele, definir se o tom de voz é mais informal, jovial, em resumo vai mostrar como ele deve se portar com esse público.

minuto: 11:14

- **Produção de conteúdo:**

- Ensine a ele (caso faça sentido ao que está entregando) como produzir o próprio conteúdo, dê ideias para ele, ajude-o a planejar os seus conteúdos, coloque algumas sugestões de como ele pode modificar ideias de outros posts e afins.
- Explique para ele o que é topo, meio e fundo de funil, aborde os objetivos e ensine tudo que você aprendeu no curso relacionado a este tema, dando a ele a autonomia para criar seus próprios conteúdos. Assim, caso deseje fechar algum pacote futuramente, ele já terá clareza sobre suas necessidades, facilitando o processo para ambos.

minuto: 12:39

- **Linha editorial:**

- Neste ponto, você vai definir os tópicos ideais para abordar com o público-alvo dele, explorando e identificando os temas que mais os interessam, proporcionando uma base sólida para a criação de conteúdos envolventes e relevantes.

minuto: 13:09

- **Sugestões de posts:**

- Apresente algum arquivo onde ele pode visualizar aquilo que você deu a ele, algo como um trello de conteúdo, sugiro que dê umas 10 ideias.

Módulo 3 – Estratégia

Aula 05 – NA PRÁTICA: Análise com material editável

Duração da aula: 21:23



minuto: 14:07

- **Análise de perfil:**

- Foto de perfil; (dê referências)
- Nome de usuário;
- Bio;
- Destaque;
- Links;
- Posts fixados;
- Legenda;
- Identidade visual;
- Stories, reels e conteúdos publicados.

minuto: 15:35

- **Encerramento:**

- Aqui você vai ver se ainda ficou alguma dúvida, vai explicar a questão do suporte, vais dizer como vai ser o envio do PDF, aqui são finalizações, tudo que você achar válido pontuar com o cliente.

minuto: 15:54

- **Manual de marca:**

- Aqui você vai mostrar as fontes, a organização visual, as cores (com seus códigos hexadecimais), as imagens certas, referências e as escolhas de design que fazem a marca se destacar. Tudo isso estará bem detalhado dentro desta apresentação.

MÓDULO: 04

Vendas

AULA 01

O Triângulo da Prospecção:
Capturando Clientes e
Oportunidades

Módulo 4 – Vendas

Aula 01 – O Triângulo da Prospecção: Capturando Clientes e Oportunidades

Duração da aula: 09:19



OBJETIVO DA AULA:

Aqui vou te ajudar a vender o seu serviço de análise de perfil e capturar os melhores clientes. Aqui vou te dar dicas e estratégias para captar esses clientes.

PONTOS IMPORTANTES

minuto: 00:20

- **Triângulo da prospecção**



minuto: 00:59

- **Prospecção ativa:**

- Grupos de empreendedores;
- Seguidores em potencial;
- Hotmart, eduzz, Kiwify;
- Google meu negócio.

* ideias para você "pescar" possíveis contatos

Módulo 4 – Vendas

Aula 01 – O Triângulo da Prospecção: Capturando Clientes e Oportunidades

Duração da aula: 09:19



minuto: 03:59

- **Prospecção passiva:**

- Conteúdo estratégico;
- Anúncios estratégicos;
- Análises gratuitas;
- Aulas estratégicas.

minuto: 06:09

- **Sistemas de indicação:**

Empreendedor conhece outros empreendedores, se você fechar com um ele pode conhecer outro que também pode precisar dos seus serviços e aí você pode fazer um sistema de indicações onde você pode oferecer um desconto ou um bônus.

ATIVIDADES PRÁTICAS DESSA AULA

minuto: 07:57

1. Faça uma lista de perfis com 30 contatos que você poderia abordar para oferecer esse serviço.

AULA 02

A Fórmula da Abordagem
Perfeita

Módulo 4 – Vendas

Aula 02 – A Fórmula da Abordagem Perfeita

Duração da aula: 12:16



OBJETIVO DA AULA:

Te ajudar a abordar esse cliente sem ser invasivo e sem ser chato, em resumo a aula é sobre como fazer a abordagem perfeita.

PONTOS IMPORTANTES

minuto: 00:17

Antes de tudo:

- Pesquise o cliente, conheça o perfil, interesses, estilo e necessidades;
- Interaja com o conteúdo, curta, comente e compartilhe suas postagens relevantes, inclusive nos stories. Isso cria uma conexão prévia e mostra o seu interesse genuíno;
- Envie uma mensagem direta na DM: Seja breve e respeitoso em sua abordagem.

minuto: 01:30

Estrutura da abordagem:

- Introdução;
- Apresente-se e explique brevemente quem é você e o que você oferece;
- Adicione um ponto de autoridade.

Saudação personalizada:

- Chame pelo nome;
- Conexão genuína: Se você tiver algo em comum com a pessoa, como interesses, hobbies ou experiências similares, mencione isso para criar uma conexão instantânea;
- Bom humor/descontraído.

Elogio sincero:

Desde que sejam autênticos e pertinentes.

*Evite elogios exagerados ou genéricos.

Módulo 4 – Vendas

Aula 02 – A Fórmula da Abordagem Perfeita

Duração da aula: 12:16



Gatilho de interesse:

Saudação:

Olá fulano tudo bem?

Vi seu post sobre ___ e me identifiquei muito porque ___
Parabéns pelo conteúdo (elogio sincero)

Já faz um tempo que tenho acompanhado seu perfil e fiquei impressionado com seu conteúdo.

Tenho uma proposta para elevar o nível da sua empresa aqui no instagram. Com essa estratégia, você vai tornar seu perfil mais autêntico e vender ainda mais pelo instagram.

Posso compartilhar mais sobre essa estratégia aqui com você?

Fique tranquilo, é rápido sem compromisso e indolor. hahaha

Descrição da proposta do serviço:

Explique de forma concisa e clara os serviços de análise de perfil, focando principalmente no RESULTADO. Fale sobre como isso pode ajudar o cliente a melhorar sua presença no instagram e fortalecer sua identidade de marca.

Ofereça uma avaliação gratuita rápida:

Ofereça uma demonstração gratuita de no máximo 10 minutos (sobrando 5 para apresentar a proposta comercial).

Você não vai FAZER o serviço, você vai apenas apontar melhorias.

Exemplo:

- Identidade visual inconsistente;
- Sem estratégia de conteúdo;
- Falta de otimização de perfil (posts fixos, destaque, bio, link).

Você vai mostrar os erros e dizer que dentro do serviço você cria a bio para o cliente (exemplo).

Módulo 4 – Vendas

Aula 02 – A Fórmula da Abordagem Perfeita

Duração da aula: 12:16



Chamada para ação:

Exemplo:

Olá [Nome do cliente]!

Tenho acompanhado seu perfil no instagram e fiquei impressionada com o conteúdo que você compartilha. Você tem uma marca autêntica e um grande potencial para crescer ainda mais nessa plataforma. [Elogio sincero]

Eu sou a [Seu nome], especialista em análise de perfil e alinhamento visual, e gostaria de te apresentar um pouco mais dos meus serviços para ajudar a aprimorar a sua presença aqui. [Introdução]

Acredito que, com algumas melhorias estratégicas, podemos tornar o seu perfil ainda mais atraente para o seu público-alvo, aumentar o engajamento, criar uma identidade visual única e autêntica que o destaque. [Descrição da proposta de serviço]

Para lhe dar um gostinho do que posso fazer, estou oferecendo uma avaliação gratuita do seu perfil, onde vou apontar algumas áreas de melhoria e oportunidades para destacar ainda mais o seu conteúdo. Não há compromisso nesta etapa e será uma reunião rápida de 15 minutos. [Avaliação gratuita]

Estou fazendo essas avaliações gratuitas no mês de dezembro para ajudar empreendedores a potencializarem seus negócios em 2024.

Você topa, [Nome do cliente]?
[CTA]

AULA 03

Estratégia de Upsell e
fidelização de clientes.

Módulo 4 – Vendas

Aula 03 – Estratégia de Upsell e fidelização de clientes.

Duração da aula: 05:53



OBJETIVO DA AULA:

Vou te ensinar a vender mais serviços para esse cliente e fidelizá-lo.

Durante a sua apresentação de análise você vai citar de forma sutil sobre o seu serviço mensal para no final o cliente perguntar "E como funciona o seu serviço?"

* Importante perguntar se seu cliente já tem social media/designer para manter a constância na produção.

PONTOS IMPORTANTES

minuto: 01:46

- **Oportunidade irresistível;**

- Crie desejo pelo serviço, construindo uma narrativa breve e sutil no final da apresentação da análise;
- Personalize a oferta (Ex: para o seu perfil onde o foco é atrair novos seguidores, o ideal seria 3 publicações semanais);
- Desconto no primeiro mês;
- Desconto maior para contratos de 2 meses à 6 meses;
- Seja sutil e não pressione: não force a venda adicional;
- Acompanhamento pós-reunião;
- Após a reunião, siga com o cliente para discutir a oferta de upsell em mais detalhes, responder a quaisquer dúvidas e fornecer informações adicionais, se necessário. [Gatilho da escassez]

minuto: 03:59

- **Ideias de Upsell (ou recorrência).**

- Curadoria de conteúdo;
- Pacotes de artes;
- Serviços de gerenciamento de redes sociais;
- Análise em outras redes sociais;
- Análise recorrente (para trazer novidades e tendências);
- Treinamento para a equipe;
- Serviços complementares;
- Consultorias complementares.

AULA 04

Estratégia de geração
de desejo

Módulo 4 – Vendas

Aula 04 – Estratégia de geração de desejo

Duração da aula: 12:24



OBJETIVO DA AULA:

Aqui eu vou te ajudar a gerar desejo pelo seu serviço, vou fazer o seu cliente olhar o seu perfil e ter muita vontade de fazer o serviço de análise de com você.

PONTOS IMPORTANTES

minuto: 00:17

- Antecipação:**

- Comece pelo menos uns 15 dias antes;
- Criar um plano de conteúdos focados em antecipação (posts no feed com automação);
- Análises gratuitas no perfil.

minuto: 02:07

- Promessa irresistível:**

- Transformamos sua presença nas redes sociais, estruturando seu perfil, ensinando você a criar conteúdo envolvente e criando uma identidade visual única para se destacar na multidão. Seja autêntico, seja inesquecível;
- Foque no resultado.

minuto: 02:55

- Conteúdo estratégico:**

- O que eu faria para crescer o meu perfil até o final do ano;
- 7 ideias de conteúdos para nutricionistas;
- Como transformei o perfil da minha cliente e fiz ela aumentar 2000 seguidores em um mês;
- 6 ideias para engajar mais seu perfil no instagram;
- Eu faria isso se eu vendesse cursos pelo instagram;
- 8 erros que você está cometendo;
- Script de stories para o seu perfil.

* Lembre-se de falar do seu serviço no final dos carrosséis.
Você pode usar automações também.

Módulo 4 – Vendas

Aula 04 – Estratégia de geração de desejo

Duração da aula: 12:24



minuto: 05:28

- **Sequências matadoras:**

- **Story 1:** Hoje vou compartilhar como aumentei em 200% o engajamento do perfil da minha cliente @...;
- **Story 2:** Já está conseguindo ter bons resultados noinstagram? (enquete);
- **Story 3:** Você acha que seu perfil se destaca no meio de tantos outros? (enquete);
- **Story 4:** Contextualizar a situação da cliente antes do serviço;
- **Story 5:** Compartilhe as principais dores em comum;
- **Story 6:** Você também tem essas dificuldades? Me responde aqui no direct!;
- **Story 7:** E agora quero mostrar o resultado da Juliana depois do serviço de análise de perfil e alinhamento visual;
- **Story 8:** Contextualize o serviço, mostrando o que você entrega, gravações da call de reunião, depoimentos da cliente, print de engajamento, resultados palpáveis.
- **Story 9:** Você gostaria de ter essa transformação também? Responde esse story com "eu quero" que te explico como funciona esse serviço aqui na agencia X.

minuto: 11:06

- **Sugestões de temas:**

- Como aumentar seu engajamento no instagram com 3 estratégias práticas;
- Essa estratégia me fez aumentar 5 mil seguidores em um mês;
- 5 passos para vender mais pelo instagram;
- Passo a passo de como vender muito pelo instagram;
- Dicas de como vender mais na sua região usando o instagram;
- Truques para crescer no instagram mais rápido;
- 13 estratégias para aumentar seus seguidores no instagram;
- Lembrar sempre de divulgar seu serviço no meio ou no final, colocar depoimento. Veja meus vídeos no youtube como referência.

MÉTODO

DΩΤΛ



FREELÀ 3K

Huna.