

AULA 1 - PROFISSÃO WEB DESIGNER

O que é um lançamento?

É uma estratégia de vendas utilizada para vender infoprodutos.

O que é uma landing page?

Página de destino com um único objetivo: conversão

Lead / Vendas / Contato

O que é um web designer de lançamentos?

É a pessoa que faz essas landing pages.

- Fazer só o layout;
- Fazer layout + desenvolvimento

O que é preciso para começar?

- Programa de edição de imagens / design de interfaces (Figma + Photoshop) > PS custa 43 reais / mês. Alternativa gratuita: Photopea
- Setup:
 - Computador (que não trave): com SSD, 8gb RAM (no mínimo, mas recomendo 16gb ou 32gb), i5, i7 ou M1, placa de vídeo dedicada (se possível).
 - Internet
 - Monitor Full HD (1920x1080): Dell P2722H e Dell P2719H.
- Licenças de Plugins: Elementor Pro e WP Rocket (opcional).
 - Contratar um plano e repassar o valor para o cliente;
 - Contratar um plano e embutir no valor da página.
 - Contratar um plano em quantidade e assume esse custo.
 - **Pro Elements (proelements.org)**: plugin de código aberto, disponibilizado gratuitamente, que habilita as mesmas funções do Elementor Pro.
 - Contratar uma hospedagem que forneça esses plugins. Ex: Turbo Cloud.
 - **Alternativas ao WP Rocket**: WP Fastest Cache, W3 Total Cache, Litespeed Cache.

Como funciona o Elementor?

Planos: 1, 3, 25, 100, 1000 licenças

1 licença = 1 domínio

Domínio: R\$ 40/ano

Hospedagem: DigitalOcean

Banco de imagens: FreePik, Envato Elements e Shutterstock

Armazenamento na Nuvem: Google Drive, One Drive, Dropbox

Formalização do seu negócio

- **ME:** CNPJ com CNAE de Web Design **6201-5/02** Web design
- **Emissão de NF:** emitir 100% das notas

Quais pilares um Web Designer deve dominar/estudar?

- Infraestrutura: servidor (hospedagem), apontamento de domínio, CDN, Wordpress, etc;
- Design (dominar um programa de edição de imagens, entender os princípios básicos do design);
- Desenvolvimento (colocar o site no ar, entender usabilidade, etc);
- Otimização (performance ruim = conversão baixa)

Como começar?

- **Pratique de graça:**
 - LocalWP (localwp.com)
 - Figma (figma.com) + Photopea (photopea.com)
 - Pro Elements (proelements.org)
- Criar seu portfólio com páginas fictícias (recomendo 5, no mínimo).
- **Definir o seu perfil: especialista e generalista**
- Especialista: geralmente cobra mais
- Generalista: ganham no volume > Fidelização maior > Mais recorrência
 - Landing pages
 - Criativos / Posts
 - Thumbs de Vídeos
 - Checkouts personalizados
 - Slides para CPLs
 - Slides das aulas de cursos
 - Personalizar área de membros
 - Edição de vídeo
 - Automação de emails
 - Tráfego

Defina a sua persona ideal:

- Quais os problemas da sua persona você resolve?
 - Precisa de uma página
 - Precisa da página para ter presença na internet;
 - Para viabilizar o lançamento;
 - Precisa transmitir confiança
 - Precisa transmitir segurança
 - Precisa captar leads
 - Precisa vender.

Quais são as maiores dores da persona?

- Encontrar profissionais que cumprem prazos, que entregam um trabalho de qualidade, que se comunicam de maneira adequada (atendimento);
- Performance (velocidade de carregamento da página. Quanto maior = Mais caro fica o preço do lead).

Quais são os maiores desejos da persona?

- Dinheiro no bolso;
- Conversão;
- Páginas rápidas;
- Reconhecimento (plaquinha de 6 em 7)
- Disponibilidade no atendimento

POSICIONAMENTO

Tenha mapeado:

- Características do seu serviço de criação de páginas e os benefícios em te contratar.
- Quais são os seus diferenciais?
- Quais são as principais objeções que o seu produto possui?

Preço e Qualidade

- Cliente que vem por preço, também vai embora por preço.
- A qualidade do seu portfólio te permite escolher os clientes que você quer atender.
- Preço é um filtro, que vai definir o tipo de cliente que você atrairá.
- Preço - Como precificar as páginas?
- **Modelos de precificação** (preços fictícios):
 - Preços Fixos:

- Página de captura: R\$ 1000
 - Página de obrigado: R\$ 500
 - Blog de Lançamento: R\$ 1500
 - Página de vendas: R\$ 2000

 - Tamanho ou seções:
 - 1 seção: R\$ 500
 - 2 seções: R\$ 750
 - 3 seções: R\$ 1000
 - 4 seções: R\$ 1250

 - Remuneração em % ou fixo + %
 - Remuneração mensal (salário)
 - Páginas limitadas ou ilimitadas
- Ex: páginas limitadas - para até 10 páginas por mês, eu cobro R\$ 8000.

PORTFÓLIO

- Páginas de estudo
- Diversificado (estilo, tipos de páginas [captura e vendas, obrigado, blog de lançamento, páginas de upsell, lista de espera, pré-sell, etc])
- Behance / Site / Dribbble;

SITE:

- Rápido e bonito: mostra o seu trabalho de web designer na prática.
- Portfólio (cases)
- Diferenciais (suporte, otimização, ofereço plugins, etc)
- Depoimentos
- Canais de contato
- Bio
- FAQ
- Preço (opcional)

PERFIL DO INSTAGRAM

- Bio clara, contendo o que você faz e como pode ajudar o cliente.
- CTA (WhatsApp, Site/Portfólio, página de links com todas essas informações)
- Foto mostrando o rosto (crucial) = na dúvida, sorria.
- Feed: trabalhos realizados (não só o resultado final, mas também os bastidores), posts pessoais (opcional) e conteúdos feitos para clientes.
- Destaques dos stories, com pontos-chave para conversão:
 - Quem é você?

- Portfólio > No final do destaque, no último story, um CTA para entrar em contato.
- Depoimentos
- Perguntas frequentes > Quais prazos você cobra, qual o seu preço, quais ferramentas o cliente precisa contratar, etc.

PROSPECÇÃO

Venda = Controle Emocional

- Medo
- Vergonha
- Necessidade de grana
- Insegurança

Pessoas desesperadas:

- Transmitem insegurança
- Aceitam qualquer negócio
- Fazem concessões além do que deviam

Tenha em mente:

- Saiba do seu potencial.
- Saiba do resultado que você entrega
- Você está fazendo um favor para o cliente.

ESTRATÉGIAS DE PROSPECÇÃO

- Prospecção é um jogo de volume. Ou você está prospectando pouco, ou você está prospectando errado.
- Esteja onde os seus clientes estão:
 - Comunidades de cursos (grupos de Facebook, Circle, Discord, Slack).
 - Em comentários de perfis grandes
- A fase de prospecção serve para gerar valor, construir confiança e identificar as necessidades do prospect.
- **Geração de valor:** oferecer algo para o cliente, sem esperar receber nada em troca.
- Interaja com o especialista antes.
 - Reagir aos stories
 - Responder os stories
 - Escreva bons comentários nos posts
 - Esperava algum CTA nos stories, com página, para começar a abordagem.

- Esperava a pessoa responder e então entregar o conteúdo de valor que eu gerei pra ela.
- Redesign da página para apresentar como ficaria.

Onde mais abordar?

- Grupos de Facebook e comunidades
- Plataformas de Freelance (99 Freela, Workana, Upwork, etc)
- Abordagem no Instagram
- Tráfego Pago
- Pesca em Balde
- Indicações
- Conteúdo no Instagram
- Behance
- Google (clique nos anúncios).

CRIE UMA ROTINA DE PROSPECÇÃO

- Crie uma lista de possíveis prospects (Seguidores entre 20k e 70k) > Além da grana, ainda é possível se comunicar no direct e ser respondido.
- Defina um horário, TODOS OS DIAS, para realizar as abordagens.
 - 8h: Interagir no Instagram com possíveis clientes
 - 9h: Criar conteúdo no Instagram
 - 9h30: Fazer um post em uma comunidade do Facebook
 - 10h: Procurar projetos de landing page no Workana.
 - A regra é: ou está desenvolvendo páginas, ou você está prospectando.
 - Pedir indicações para os clientes atuais.
 - Recorrência: revise clientes antigos e veja se estão precisando de novas páginas.

PÓS-VENDA

- Briefing: fazer perguntas sobre o projeto para identificar as necessidades e o resultado que o cliente deseja.
- Solicitar arquivos e informações:
 - Acesso à hospedagem
 - Acesso ao local onde ele comprou o domínio
 - Acesso ao Wordpress
 - Copy da página
 - Fotos do especialista em alta resolução
 - Logos (se houver)
 - Manual da marca (se houver)
 - Demais orientações

- Definir datas de produção e datas de entrega.
- Receber os 50% de pagamento de entrada (ou 100%).
- Comece a produção e Entrega.
- **Atendimento:** seja sempre o mais rápido possível, com educação (mas sem ser mole) e com empatia.
- **Prazos:** deixe o cliente ciente do cronograma de produção e de entrega (datas em que você irá trabalhar na página, data de entrega, data para alterações).
- **Atualizações:** deixe o cliente ciente sobre o processo de produção, principalmente se o seu prazo de produção for longo. Isso diminuirá a ansiedade do cliente.
- **Arquivo com senhas:** envie todas as senhas e acessos (hospedagem, Wordpress, etc) em um documento para o cliente.
- **Vídeo tutorial:** grave um vídeo personalizado mostrando como fazer pequenas alterações e atualizações no Wordpress.