

Módulo 3

Atendimento e vendas

Aula 1 - Os 4 perfis de clientes

Analítico: objetivo, sério, frio.

Amável: mais falante, solto, mais aberto, fácil de se comunicar e fazer amizade. Confia no trabalho e está mais propenso a indicar no boca a boca.

Condutor: já sabe exatamente o que quer, é direto ao ponto.

Expressivo: gosta de dar a própria opinião, gosta de ser mimado. Traz referencias, impõe como quer. (Buscar dar espaço para ele falar).

Aula 2 – Cada etapa do seu atendimento

1º etapa: primeiro contato pode ser via e-mail, whats, telefone, redes sociais, sempre buscar saber onde conheceu o trabalho.

2º etapa: envio do orçamento, antes de enviar, questionar sobre o que o cliente tem interesse, se já pensou sobre como quer o ensaio, evento... (puxar assuntos, mostrar interesse e empolgação)

3º etapa: retornar para o cliente

Follow up de clientes: tirar um dia para fazer isso, sempre estar em contato com quem fez o orçamento. Se o cliente não fechar, buscar entender o motivo. Se o cliente diz que vai pensar, retorne outro dia. Se ele quiser fechar, garanta a reserva.

4º etapa: guiar clientes sobre os próximos passos como lugar, horários, roupas e padrões.

5º etapa: manter contato até a data do ensaio.

Perguntar se precisa de algo, se tem alguma dúvida, lembrar do horário combinado e detalhes. Acompanhar as redes sociais, seguir os clientes, interagir.

6º dia do trabalho: gravar vídeos, mostrar alguns spoilers na câmera.

7º período antes da entrega das fotos: não demorar em enviar uma prévia das fotos, mensagem de quando ficará pronto, oferecer produtos.

8º pós vendas: relacionamento, pesquisa, confirmar se gostou.

Fazer posts marcando o cliente, interagir com as redes sociais. Uma ótima oportunidade para vender álbuns, enviar um layout de álbum com as fotos.

Aula 3 – Regras do bom atendimento

Seja você, cuide do que você fala; Responda o que foi perguntado; Responder além do que foi perguntado. Antecipar, informar antes da pergunta, ter pró atividade; Chamar cliente pelo

nome, ser educado; Não seja refém do atendimento, mas não deixe o cliente mofando; Quebre objeções dos seus clientes; Não abandone seu cliente; Não vire um robô, não engesse; Seja carismático até no caos; Assumir responsabilidades; Saiba até onde o cliente tem razão; Cuidado com a escrita, não escreva errado.

Aula 4 – Qual o modelo perfeito de atendimento para você?

Focado no online ou presencial?

- Online + praticidade ; Ter orçamentos claros, manter a pessoa informada e animada para as fotos; Perguntar se precisa de reunião via vídeo ou presencial para tirar dúvidas; Ter horários para atendimento 3x ao dia; Ver por onde os clientes mais entram em contato (whats, e-mail, instagram); Fazer follow up sempre; Montar o modelo ideal de atendimento.

Aula 5 – Quantos clientes você converte?

Analizar os motivos e tentar reverter.

A maioria não retorna e isso não é um problema só seu e não quer dizer que eles não gostaram do orçamento.

Conhecer a **taxa de conversão** - métrica para mensurar clientes, quantos foram convertidos em vendas.

Funil de vendas – pesquisa – interesse – orçamento – venda

Muitas pesquisam, algumas se interessam, depois algumas orçam até quem irá comprar.

Quanto mais divulgar mais aumenta a taxa ou quantidade de pessoas. Criar planilha para ter esse controle.

Aula extra I – Despertando o lado vendedor

Convencer as pessoas de que meu trabalho irá fazer diferença na vida delas. Qual a minha estratégia para atrair mais pessoas? Onde e como estou presente e qual frequência eu apareço? Como eu me sinto ao vender? Onde eu travo na hora de vender?

Trabalhar a mentalidade! O que eu vendo não é pilantragem – venda não é isso.

Aula extra II – Impulsionador de vendas

12 formas de aumentar seu lucro e fechar contratos criando campanhas de vendas com ofertas irresistíveis.

3 problemas : cada pessoa tem um desejo, uma vontade diferente; Nem todo mundo tem os mesmos gatilhos; Cada pessoa tem um timing.

O que são campanhas?

Ações de vendas direcionadas; Ofertas especiais para aumentar vendas ou lucro; Troca de roupa do seu produto (vender de forma diferente).

Porque usar campanhas?

Vender para quem não comprou antes; vender de novo para quem já comprou; vender para quem já viu sua oferta; vender para quem está indeciso; tornar sua oferta irresistível.

Como fazer a campanha dar certo?

O que posso fazer diferente hoje?; Mais difícil para quem tem pouca variedade de produto ou pacote; Criatividade e força de vontade; Usar elementos que mexem com as pessoas (medo e ganância) novidade, escassez, exclusividades...

Estrutura básica das campanhas

Montar oferta – Iniciar campanha – Encerrar campanha – Pós-oferta

A periodicidade pode ser semanal, quinzenal, mensal ou múltiplas campanhas ao mesmo tempo.

Tipos de campanha

Campanha de lançamento; Bônus; Álbum; Limitada; Parceiros; Encantamento; Compre 1 e leve2; Sazonal; Ativação; Oportunidade Única.

Organização das campanhas

- 1- Definir o tipo de campanha;
- 2- Definir o público ideal (perfil, dores e sonhos);
- 3- Definir as datas (início e fim);
- 4- Definir o canal (onde quer divulgar?);
- 5- Definir a oferta (preço, forma de pagamento, bônus...);
- 6- Iniciar a campanha.

5 coisas que aprendi:

Passei a analisar o perfil de cada cliente, e realmente é preciso tratar cada um de forma personalizada.

Follow up de clientes, foi uma grande melhoria, eu não costumava fazer, e realmente funciona e é imprescindível.

Formulei uma pesquisa de vendas que envio sempre o final do atendimento, isso me ajuda a manter o relacionamento e ver os pontos positivos e a melhorar em meu trabalho. E uso os depoimentos como conteúdo em minhas redes sociais e site.

Estou sendo bem mais presente nas redes sociais, meu engajamento e orçamentos pelo insta aumentaram bastante. Estou mudando e mostrando o valor do meu trabalho. É muito legal verem que eles percebem e adoram essa mudança em meu perfil e trabalho.

E agora sempre tenho alguma campanha de vendas ativa, aumentei a venda de produtos e ensaios.

Módulo 3

Precificação e orçamento

Aula 1 – Introdução a organização financeira da fotografia

Ter um posicionamento, ser mais feliz e realizada; Quais objetivos? Olhar para os números; Projeção a longo prazo; Planejamento.

Custos + valorização do trabalho. Cada pessoa irá chegar na sua precificação, importante conhecer todo que tem por trás.

1º etapa - separar dinheiro da empresa do pessoal.

2º etapa – retirada pessoal do mensal

Entender quanto e quanto, o salário será um custo fixo, pode ser em 2x, pró labore é apenas um dos custos.

Divisão de lucro - o que sobre depois de pagar as contas da fotografia.

Pensar no longo prazo e em valores alto, fazer uma meta grandiosa!

Aula 2 – Como definir seu preço na fotografia

Planilha financeira – 1º parte- gastos pessoais básicos - 2º parte estilo de vida o que quero ter.

Depreciação de equipamento- previsão- pensar em quantidade de meses igual para todos os equipamentos.

Gastos fixos e variáveis da empresa (variáveis – multiplicar o custo por trabalhos (média)).

Aula 3 – Qual seu modelo de vendas

Conexão - sonhos e desejos de clientes. Contar histórias, importância das fotos, memórias, enxergar de outra forma, ter esse registro sempre.

Intensa – cuidar para não ser chato e invasivo. Reforçar e relembrar as dores. Trabalha com escassez, até quando pode comprar. Falar que o preço vai mudar.

Como é o meu formato de vendas? (pacote e fotos extras)

Formas de pagamento (à vista, cartão com juros)

Reserva de datas- sinal de reserva

Ter a data limite de pagamento em contrato.

Aula 4 – Orçamento irresistível

Um orçamento para cada tipo de trabalho com fotos dos trabalhos para encantar o cliente.

Importante ter no orçamento

1. Apresentação- falar sobre você e empresa
2. Informações sobre ensaio + fotos – como funciona o ensaio
3. Preço, prazo e quantidade (se são tratadas, tempo médio de duração, trocas de roupas...)
4. Pacotes, adicionais ou opcionais.
5. Formas de pagamento - como funciona

Incluir o deslocamento no valor do pacotes.

Quantidade de fotos- identificar a média.

Método de escolha de fotos

Colocar o valor da foto extra

Prazo de entrega- Ensaio - 20 à 30 dias / Aniversários - 40 dias / Eventos maiores formaturas e casamentos – 40 à 60 dias

2 a 3 opções de pacotes para não ficar confuso.

Site Creative market para inspirações (price list – photografy)

Utilizar o Canva para criar orçamentos, é gratuito ou pago.

Produtos- ter um PDF somente para os adicionais. Enviar depois de fechar as fotos. (importante ter fotos dos produtos).

Aula 5 – Mais planilhas

Planilha 2. METAS DE VENDAS- Valor total da planilha financeira 1 + lucro

Produto – pr eço- quantidade – total

Planilha 3. CATÁLOGO DE PRODUTOS

Entender o custo básico e entender o valor de cada produto para ter lucro.

Anotar os detalhes da venda por cliente.

Planilha 4. ENTRADAS E SAÍDAS

Receitas e Despesas - Reserva Financeira

Planilha 5. PAGAMENTOS DO ANO

Status = do parcelamento

Prazo = do pagamento

Planilha 6. CADASTRO DE CLIENTES

Aniversários de clientes e filhos; Como me conheceu; Dados do contrato e CPF

Aula 6 – Financeiro pessoal

Gastar menos que ganha / ter reserva financeira / buscar mais renda, mais venda/ não fazer dívidas (somente se preciso e planejado)/ reinvestir em educação/ monitorar despesas mensalmente/ uso consciente do cartão/ estude sobre educação financeira.

5 coisas que aprendi:

A primeira grande mudança para mim foi separar as contas, tenho uma conta e cartão para empresa e outra para o pessoal.

Com as planilhas eu consegui enxergar os meus ganhos e gastos e ver a quantidade necessária de trabalhos para cobrir tudo. Eu consegui aumentar o faturamento e todos os meses tenho o meu salário, pago as faturas e sobra para reserva da empresa.

Criei novos modelos de orçamentos, um para cada tipo de ensaio, e se surge algum pedido que e não tenho, faço um pdf novo para enviar, nem pensar em enviar somente um texto no whats.

Aumentei os valores de todos os meus trabalhos, perdi alguns clientes que estavam acostumados com o preço, mas ganhei novos que ficaram felizes com o trabalho.

Minha meta agora é aumentar mais ainda o faturamento para investir no meu equipamento de iluminação para o estúdio e ter um salário maior.