

Como vender

BRANDING

**com autoridade
e sensibilidade**



YASMIN CORBO

Mestrado em Economia Criativa (ESPM)
Estratégico Ócio e Studio Cactus
Metas, finanças e negociações

VENDER É
fazer a pessoa dizer sim

VENDER NÃÃO É
ser ganancioso ou manipulador

O que vamos aprender hoje?

- Explicando o passo-a-passo do seu serviço;
- Praticando o pensamento visual no atendimento;
- Como se conectar profundamente com o seu cliente;
- Como construir autoridade sem perder a sensibilidade;
- O método Ócio de vendas.

O que eu estou vendendo?

PROJETOS

DESIGN

MARCAS

COMUNICAÇÃO

PRODUTOS

O que eu estou vendendo?

PROJETOS

DESIGN

TEMPO

COMUNICAÇÃO

PRODUTOS

O que eu estou vendendo?

gestão das *expectativas*

TEMPO

gestão dos *processos*

O que eu estou vendendo?

***A gestão de um projeto
de criação de marca***

O que eu estou vendendo?

***A gestão de um projeto
de criação de marca***

prazos



processos



entregas



tem uma expectativa alta

Percebe o nível
de organização

Pode ser o seu primeiro grande
investimento em comunicação

O cliente de branding

Busca resultado financeiro

Analisa o processo

Analisa o profissional

percepção de valor



O paradoxo do cliente de branding

Quando o produto tem mais valor para o mercado do que para o cliente, é seu papel convencer o cliente do que o mercado quer



Cumpre funções
não-criativas

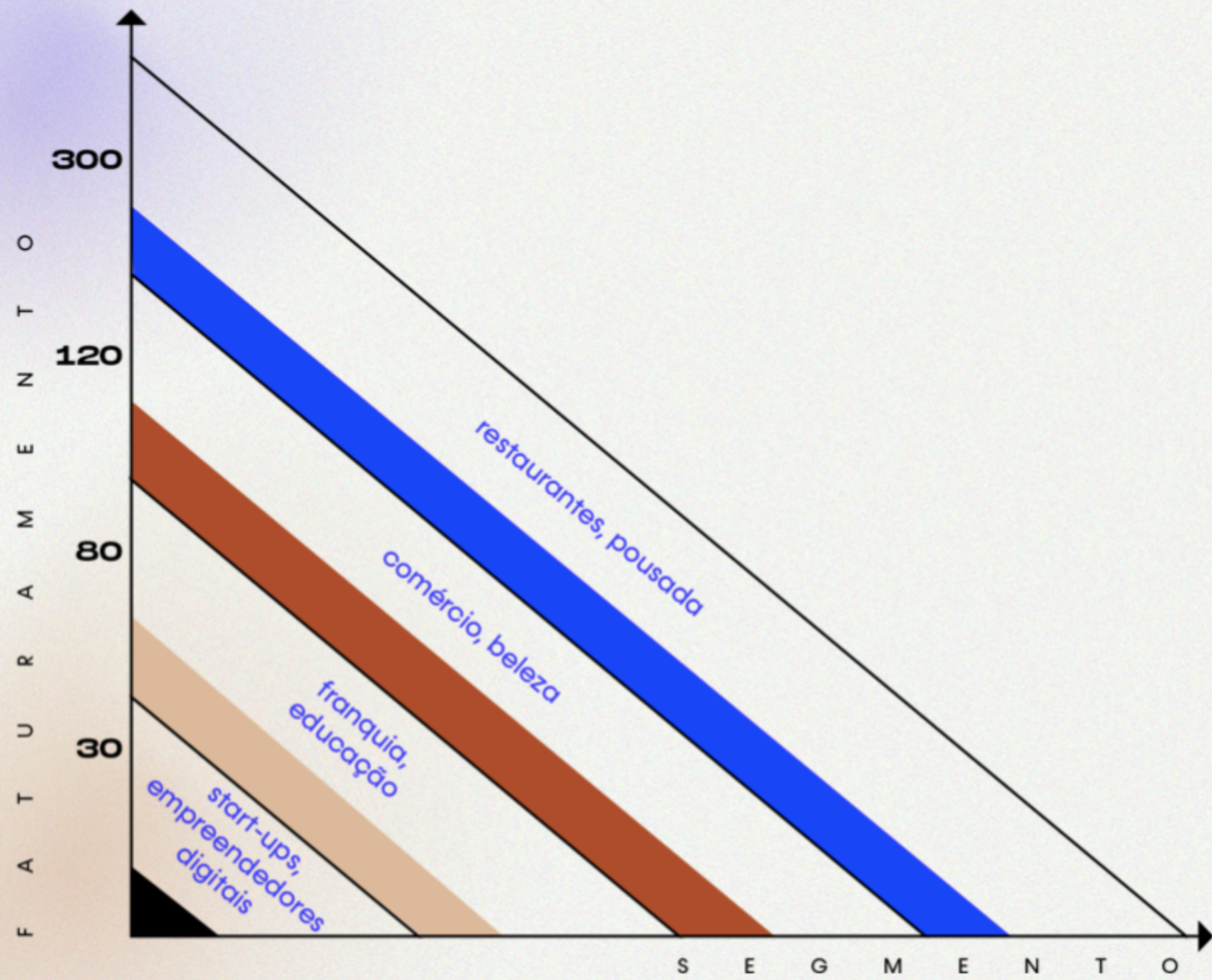
é um empresário
pressionado em lucrar

O CLIENTE de branding

Tem responsabilidades
racionais



faturamento x
potencial de
compra



métodoócio

Agência x freela

Tem um processo bem definido
Jornada do cliente com encontros
Tem planos de ação alternativos
Assina contrato
Entrega uma marca

Só passa uma data de entrega
Reuniões de captação e entrega
Só aborda o problema quando acontece
Fecha de boca-a-boca
Entrega um logo

**se você está aqui,
você é uma agência**

CONEXÃO

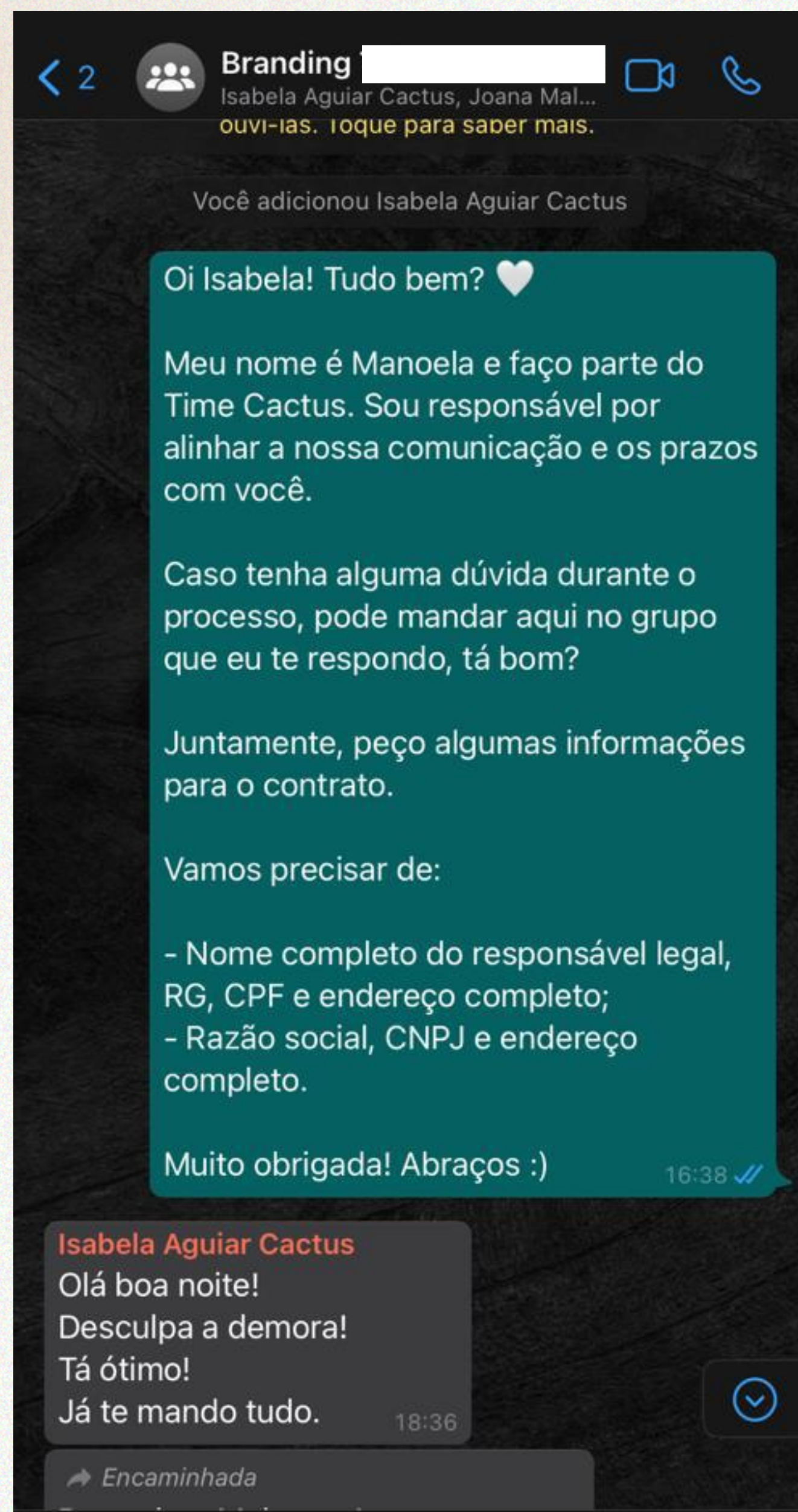
SEGURANÇA

CLAREZA

Virtudes da venda

- Jornada do cliente clara;
- Necessidades antecipadas;
- Esquema visual e lúdico com previsão de datas;
- Contato recorrente passa segurança;
- Mapa mental do processo.

Virtudes da venda



Olá!

Esse grupo será o nosso canal de comunicação onde os prazos serão passados e as entregas alinhadas.

Caso tenha alguma dúvida durante o processo, estou a disposição por aqui!

Aproveitando, podem me passar os dados do contrato?

- Nome completo do responsável legal, RG, CPF e endereço completo
- Razão social, CNPJ e endereço completo

Grupo no WhatsApp

Benchmarking // deadline // mindset // budget

Não seja o cara chato do rolê

- *Os prazos da agência andam de acordo com o ok do cliente;*
- *O início do trabalho é feito após o pagamento da entrada;*
- *Os prazos de entrega são acompanhados de prazos de aprovação;*
- *Caso o logotipo não seja aprovado, o contrato prevê mais 2 tentativas;*
- *A nova versão do logotipo será defendida em 01 semana;*

Informações essenciais

EXTERNA
INTERNA

1. Captação

3. Grupo no WhatsApp

5. Apresentação
de naming

7. Apresentação
do logotipo

9. Apresentação
do manual

2. Fechamento/
negociação

4. Marcação de
apresentação

6. Desenvolvimento
de logotipo

8. Desenvolvimento
de manual

A jornada do serviço de branding



A jornada do serviço de branding

O pensamento visual no atendimento

Mostre o passo-a-passo
do serviço

Estabeleça contato
com o cliente nas
etapas internas

Mostre a jornada do
cliente

Relembre o que está
incluso na sua entrega

Dê nome as etapas da
jornada do cliente

O pensamento visual no atendimento

CONEXÃO PROFUNDA
com o seu cliente

intuição
também é técnica

Quais marcas ele
parece curtir?

Do que ele parece gostar?

intuição

Qual é o seu
lugar de fala?

Qual é o
estilo dele?

intuição

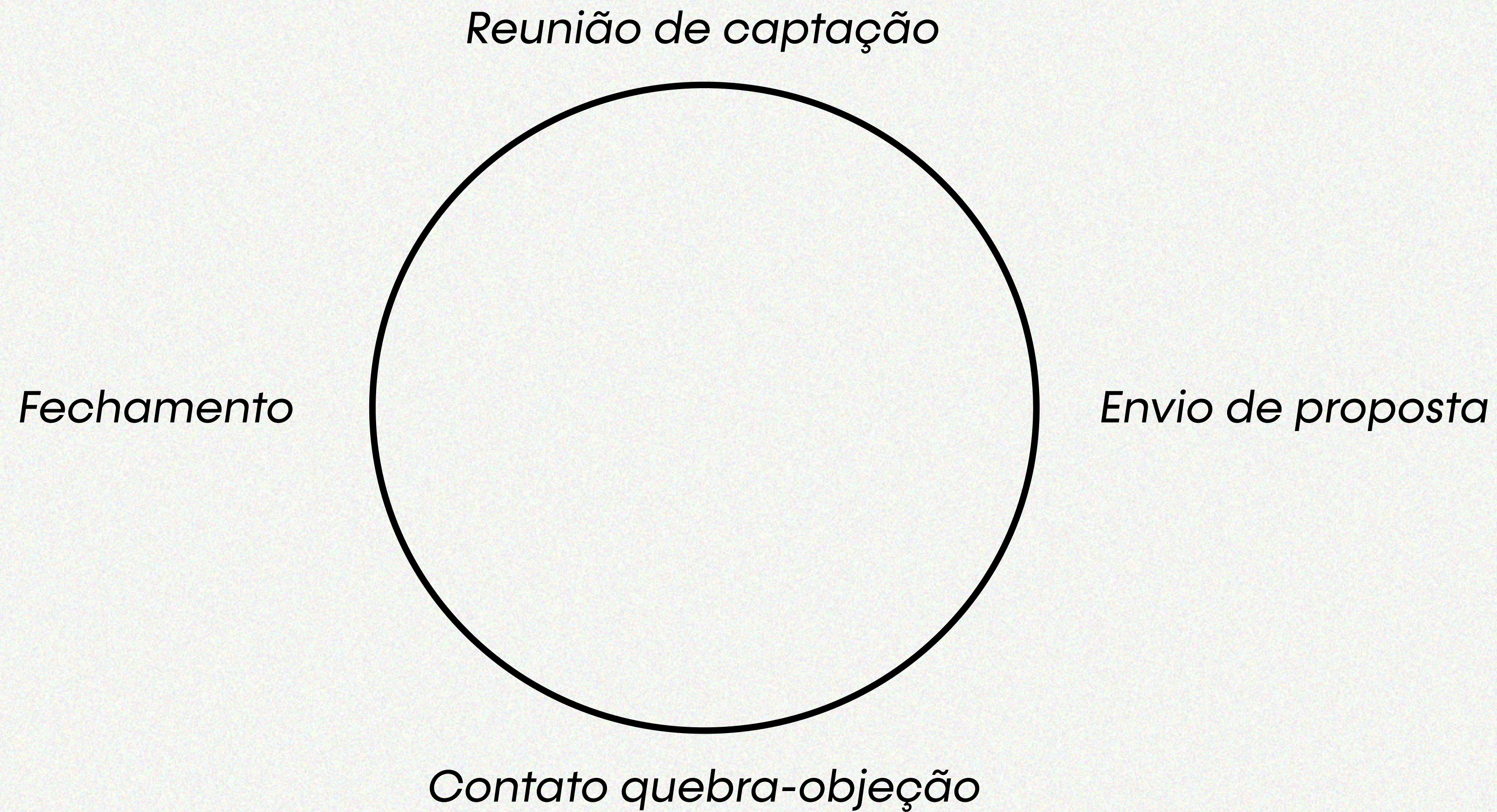
Conhecimento sobre cases bem-sucedidos gera conexão
Tenha exemplos na ponta da língua;
Narre a sua experiência de consumo com o segmento;
Perceba a sua forma de pensar e seja empático.

Saber que existem necessidades específicas

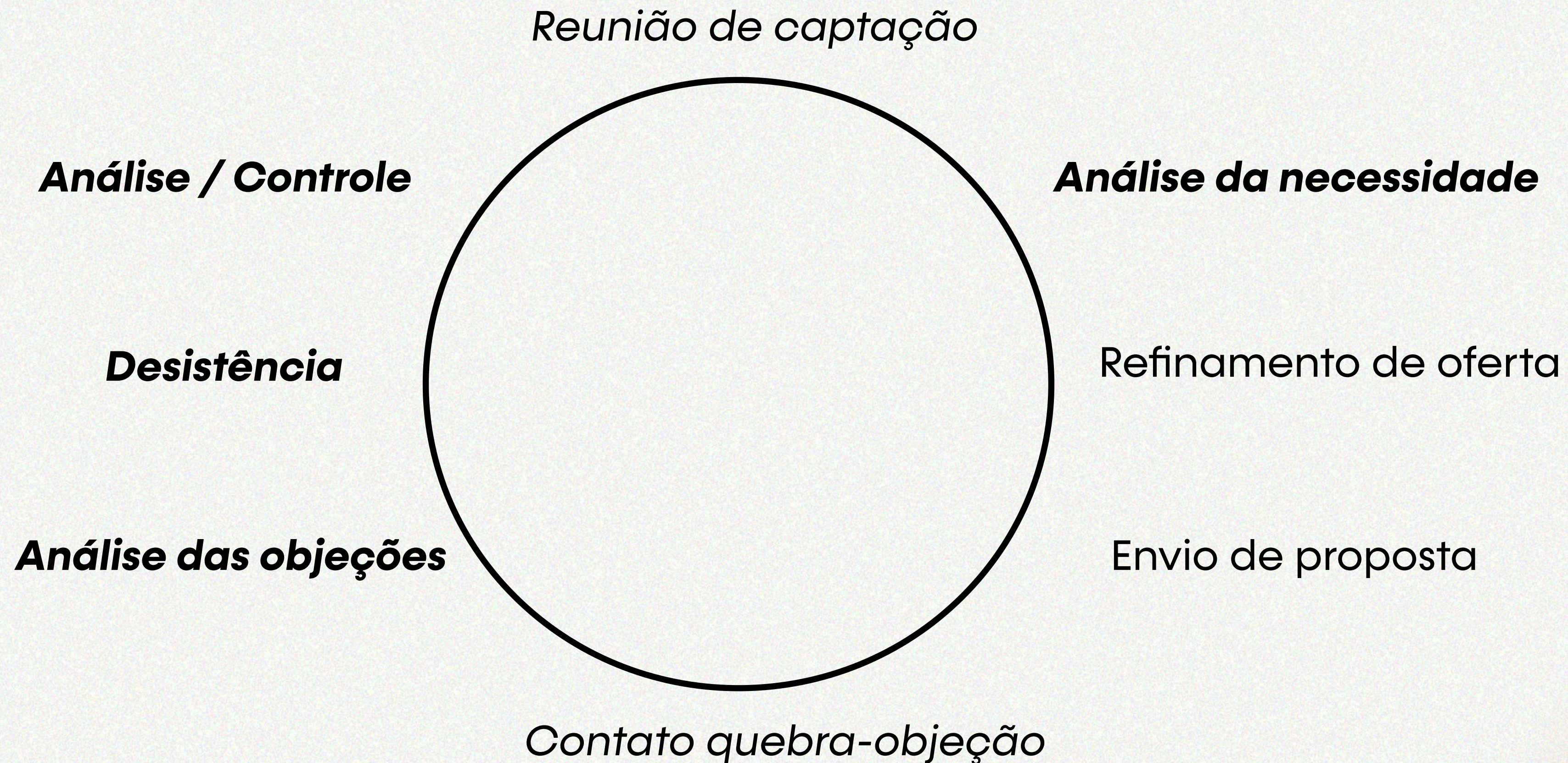
Autoridade & sensibilidade

Saber que o seu trabalho é único mesmo assim

jornada de negociação



jornada de negociação



Autoridade & sensibilidade

BRANDING CHECKLIST

1. Captação

- ☐ Marcar reunião
- ☐ Envio de proposta

2. Fechamento/ Negociação

- ☐ Cobrar retorno da proposta
- ☐ Desenvolvimento e envio do contrato

3. Atendimento

- ☐ Grupo no WhatsApp
- ☐ Mensagem de boas-vindas

4. Início do processo

- ☐ Marcar workshop criativo
- ☐ Aplicar workshop criativo

5. O processo de referencial criativo

- ☐ Desenvolver moodboard
- ☐ Apresentar moodboard

6. Naming

- ☐ Processo criativo*
- ☐ Apresentar e aprovar o naming

7. Logotipo

- ☐ Processo criativo
- ☐ Apresentar e aprovar o logotipo

8. Manual de marca

- ☐ Desenvolver padrões
- ☐ Jornada do usuário
- ☐ Universo verbal
- ☐ Apresentar e aprovar o manual



INTERNO



EXTERNO

resumo

- Vender é fazer o cliente dizer sim;
- Vender não é ser ganancioso;
- Gerenciar expectativas é o maior desafio do branding;
- Pensamento visual ajuda o cliente a entender o seu processo;
- É seu papel facilitar o entendimento do cliente;
- Existe espaço para intuição no seu trabalho;
- Tempo é a sua matéria-prima.

OBRIGADA!