



# Como Captar Clientes, Negociar Preço e Fechar Bons Negócios.

## 1. O que você faz?

### 1.1. Maior erro

#### 1.1.1. Começar sem saber

##### 1.1.1.1. O que faz

##### 1.1.1.2. No que é bom

##### 1.1.1.3. Como isso ajuda os clientes

##### 1.1.1.3.1. Pra que serve?

### 1.2. Mudança

#### 1.2.1. Você não VENDE seus serviços.

#### 1.2.2. Você AJUDA pessoas a atingirem objetivos ATRAVÉS dos seus serviços!

### 1.3. IMPORTANTE

#### 1.3.1. O que você oferece?

##### 1.3.1.1. Quais resultados gera?

#### 1.3.2. Pra quem você oferece?

##### 1.3.2.1. Quem é seu cliente ideal?

#### 1.3.3. O que você faz que é diferente da maioria? O que só você oferece?

##### 1.3.3.1. Estratégia

##### 1.3.3.2. Pacote

##### 1.3.3.3. Velocidade

##### 1.3.3.4. Conexão

1.3.3.5. Especialidade

1.3.3.6. Consultoria

1.4. Subindo...

1.4.1. Elevator Pitch!

1.4.2. Você precisa saber explicar RÁPIDO

1.4.3. Copywriting ajuda a vender, certo?

1.4.3.1. Antes de vender produtos dos outros... aprenda a SE VENDER!

1.5. Presença Digital

1.5.1. Você precisa ser visto!

1.5.1.1. LinkedIn

1.5.1.2. Instagram

1.5.1.3. Página do Face

1.5.1.4. Pra que?

1.5.1.4.1. Direcionar pessoas que queiram saber mais sobre o que você faz!

## **2. Melhores Maneiras para Encontrar Clientes**

2.1. Amigos e Família

2.1.1. Avise TODO mundo!

2.1.2. 99% das vezes aqui estão os primeiros 5 clientes.

2.1.3. Estratégia

2.1.3.1. Oi, Tudo bem? -> Faço copy, quer comprar...

2.1.3.2. Oi, Tudo bem? --> Comecei a trabalhar com copy, copy é ..., você conhece alguém que talvez tenha interesse?

## 2.2. Negócios que você frequenta

2.2.1. Sabe aquele seu amigo que tem loja de suplemento?

2.2.2. Ou o seu cabeleireiro?

## 2.3. Comunidades

2.3.1. On

2.3.1.1. Free

2.3.1.1.1. Facebook

2.3.1.1.2. WhatsApp

2.3.1.1.3. Telegram

2.3.1.2. Paga

2.3.1.2.1. Grupos

2.3.1.2.1.1. Comunidade VL

2.3.1.2.1.1.1. 997/ano

2.3.1.2.1.2. Mentoria VL

2.3.1.2.1.2.1. 4000

2.3.1.2.1.3. MasterMind

2.3.1.2.1.4. DANO

2.3.1.2.1.4.1. 1497

2.3.1.2.1.5. Outros

2.3.1.2.1.5.1. Elite Digital

2.3.1.2.1.5.1.1. 97/mes

2.3.1.2.1.5.2. Estrategistas Digitais

2.3.1.2.1.5.3. Business Hacker

2.3.1.2.1.5.4. Comunidade Sobral de Tráfego

2.3.1.2.1.5.5. O Novo Mercado

2.3.2. Off

2.3.2.1. Eventos do Nicho

2.4. Agências

2.4.1. 4 Passos

2.4.1.1. Pesquise no google termos:

2.4.1.1.1. Melhor agência de marketing digital em XXX

2.4.1.1.2. Agência de Lançamentos em XXX

2.4.1.2. Liste os Prospectos

2.4.1.2.1. Planilha com dados de potenciais agências

2.4.1.3. Script

2.4.1.3.1. Email ou Telefone

2.4.1.3.2. Apresente a si mesmo e seus serviços.

2.4.1.3.3. IMPORTANTE

2.4.1.3.3.1. Precisa ser autêntico, nada de template

2.4.1.3.4. Repita!

2.4.1.3.4.1. Quanto mais fizer, mais chances de conseguir.

2.4.2. Desafio

2.4.2.1. 20 Emails por 30 dias

2.4.2.1.1. 10 emails por 30 dias

#### 2.4.2.2. 600 emails

##### 2.4.2.2.1. 10%

###### 2.4.2.2.1.1. 60 clientes

###### 2.4.2.2.1.1.1. 30

##### 2.4.2.2.2. 5%

###### 2.4.2.2.2.1. 30 clientes

###### 2.4.2.2.2.1.1. 15

##### 2.4.2.2.3. 1%

###### 2.4.2.2.3.1. 6 clientes

###### 2.4.2.2.3.1.1. 3

#### 2.5. Freelas

##### 2.5.1. Workana

###### 2.5.1.1. Não tem contato direito.

##### 2.5.2. 99Freelas

##### 2.5.3. GetNinjas

#### 2.6. Indicação

##### 2.6.1. Último passo!

#### 2.7. Consistência

##### 2.7.1. Tudo é estatística.

##### 2.7.2. Quanto mais fizer, melhor será e maior conversão!

### 3. Precificação

#### 3.1. O que levar em conta?

##### 3.1.1. Trabalho

3.1.1.1. Pensamento Criativo e Brainstorm

3.1.1.2. Pesquisa e Escrita

3.1.1.3. Revisões

3.1.1.4. Revisão gramatical

3.1.1.5. Administração do projeto

3.1.1.6. Exemplo

3.1.1.6.1. Página de Vendas + Anúncios

3.1.1.6.2. Projeto Completo

3.1.1.6.2.1. Página de Vendas

3.1.1.6.2.1.1. Emails de chamada

3.1.1.6.2.2. Página de Captura

3.1.1.6.2.2.1. Emails de Onboarding

3.1.1.6.2.2.2. Emails Lembrete

3.1.1.6.2.3. Página de Obrigado

3.1.1.6.2.4. Anúncios

3.1.1.6.2.4.1. Captura

3.1.1.6.2.4.2. Venda

3.1.1.6.2.4.3. ReMKT

3.1.1.6.2.5. Produto

3.1.1.6.2.5.1. Módulos

3.1.1.6.2.5.2. Aulas

3.1.1.6.2.6. Conteúdo

### 3.1.1.6.2.6.1. PPL

## 3.1.2. Resultado

### 3.1.2.1. Quais resultados você pode gerar?

## 3.2. R\$ vs %

### 3.2.1. Prefiro começar com R\$ fixo

### 3.2.2. Faço transição para Fixo + %

### 3.2.3. Por fim apenas %

## 3.3. Quanto vale sua hora?

### 3.3.1. Quer sair do CLT?

#### 3.3.1.1. Salário/ (translado+tempo de trabalho+extras)

##### 3.3.1.1.1. 4000/ (20+160)

##### 3.3.1.1.2. R\$22

### 3.3.2. Está começando?

#### 3.3.2.1. Quanto quer ganhar por mês?

#### 3.3.2.2. Sugestão

##### 3.3.2.2.1. Mínimo de R\$50/h

### 3.3.3. Como otimizar?

#### 3.3.3.1. Mensure o tempo de cada tarefa

#### 3.3.3.2. Como?

##### 3.3.3.2.1. Planilha

##### 3.3.3.2.2. Aplicativos

##### 3.3.3.2.3. ...

3.3.3.3. É importante não só pra precificar, mas pra você conhecer melhor seu negócio e gerenciar seu tempo.

### 3.4. Valor Agregado

3.4.1. Sua hora não é o único fator relacionado ao preço.

3.4.1.1. Demanda

3.4.1.2. Resultados Financeiros

3.4.1.3. Popularidade

3.4.1.4. Presença

3.4.2. MAIS RESULTADOS!

3.4.2.1. Como?

3.4.2.2. Mais resultados, vou falar a frente!

3.4.3. Desconto vs Bônus

3.4.3.1. Não diminua preço.

3.4.3.2. Agregue valor!

3.4.3.3. Adicione:

3.4.3.3.1. Consultoria

3.4.3.3.2. Artes

3.4.3.3.3. Suporte

3.4.3.3.4. Gestão

3.4.3.3.5. ...

3.5. O que EU faria?

3.5.1. Copy

3.5.1.1. Páginas

3.5.1.1.1. 1000 ~ 3000

3.5.1.2. Vídeo de Vendas

3.5.1.2.1. 500~2000

3.5.1.3. Anúncios

3.5.1.3.1. Depende.

3.5.2. Eugência...

3.5.2.1. Pacotes

3.5.2.2. Planos

3.5.2.2.1. Silver

3.5.2.2.1.1. Resultados X

3.5.2.2.2. Gold

3.5.2.2.2.1. Resultados Y

## **4. Fechar Bons Negócios**

4.1. Dicas

4.1.1. Faça PERGUNTAS DIFÍCEIS

4.1.1.1. Queremos testar o grau de interesse e comprometimento.

4.1.2. Pesquise sobre o NEGÓCIO

4.1.2.1. Quanto mais souber falar sobre o negócio, melhor.

4.1.3. Foque no RESULTADO e não no SERVIÇO.

4.1.4. Objeções

4.1.4.1. Liste as objeções mais comuns!

4.1.5. 2 Ouvidos e 1 Boca

4.1.5.1. Ouça!

4.1.5.2. Conheça TODAS as necessidades e desafios

## 4.2. Roteiro

4.2.1. Primeiro Contato --> Preferencia CALL ou PRESENCIAL

4.2.1.1. Quais as necessidades?

4.2.1.2. O que já fez

4.2.1.2.1. Que deu certo?

4.2.1.2.2. Que deu errado?

4.2.1.3. IMPORTANTE

4.2.1.3.1. Não apresente soluções para tudo!

4.2.1.3.2. Faça anotações mentais!

4.2.1.4. Fim

4.2.1.4.1. Perfeito, já tenho várias ideias do que podemos fazer.

4.2.1.4.2. Vou te enviar uma proposta no dia X.

4.2.2. Dia X

4.2.2.1. Enviar proposta por email.

4.2.2.2. Enviar mensagem esclarecendo via WhatsApp.

4.2.2.3. Fim

4.2.2.3.1. Qualquer dúvida estou a disposição, quero colocar as ideias em prática.

4.2.2.3.2. Essa proposta é válida até dia X (7 dias)

4.2.2.3.3. Para respeitar o seu e o meu tempo, peço que responda com qualquer uma das possibilidades.

#### 4.2.3. 3 Dias Depois

4.2.3.1. Dúvidas?

#### 4.2.4. 7 Dias Depois

4.2.4.1. Hoje o último dia.

4.2.4.2. Respeitar tempo.

### 4.3. Pagamento

4.3.1. 50% antes e 50% depois

4.3.2. 100% antes

4.3.3. Co-produtor?

4.3.3.1. Produto nosso e expert co-produtor.

4.3.3.2. Pode ser ao contrário!

4.3.4. Baseado em Resultados?

4.3.4.1. Você PRECISA ter controle das vendas também!

4.3.5. Dinheiro

4.3.5.1. Fale ABERTAMENTE sobre dinheiro!

4.3.5.2. Não tenha medo de cobrar.

### 4.4. Contrato

4.4.1. Tenha um contrato, sempre que puder!

4.4.2. Contrato simples

4.4.2.1. Deveres de AMBAS as partes!

4.4.2.2. Multa p/ AMBAS as partes!

#### 4.4.2.3. Assinatura

### 4.5. Recebimento

#### 4.5.1. Mercado Pago

##### 4.5.1.1. 4,99

#### 4.5.2. Asaas

##### 4.5.2.1. Boleto - R\$5

##### 4.5.2.2. Cartão - 5%

#### 4.5.3. PagSeguro

##### 4.5.3.1. 9,99

#### 4.5.4. MEI

##### 4.5.4.1. Quando puder/quiser

##### 4.5.4.2. 49,90

##### 4.5.4.3. 6750/mês

##### 4.5.4.3.1. Mais do que isso

###### 4.5.4.3.1.1. ME

###### 4.5.4.3.1.2. EIRELI

###### 4.5.4.3.1.3. EI

###### 4.5.4.3.1.4. LTDA