

ENTENDENDO PARA QUEM VOCÊ VENDE

1.

Não adianta definir seus entregáveis e seu preço, mas se esquecer de definir o seu cliente ideal. Definir o tipo de cliente para o qual você que trabalhar pode te poupar energia e tempo na hora da prospecção.

2.

É válido lembrar que essa definição não é imutável. Quando o gestor de tráfego é iniciante é comum escolher muitos clientes. Mas o campo de batalha vai te ensinar o que vale ou não a pena.

3.

Por isso, não se esqueça que você pode mudar o tipo de cliente no futuro. E não desista do tipo de clientes durante a prospecção. É comum prospectar muito e não ter resultado imediato.

4.

A mudança de rota só deve ser feita após a experiência real de trabalho para o nicho em questão. Então, prospecte, trabalhe, dê resultados e avalie se este cliente é, de fato, ideal.