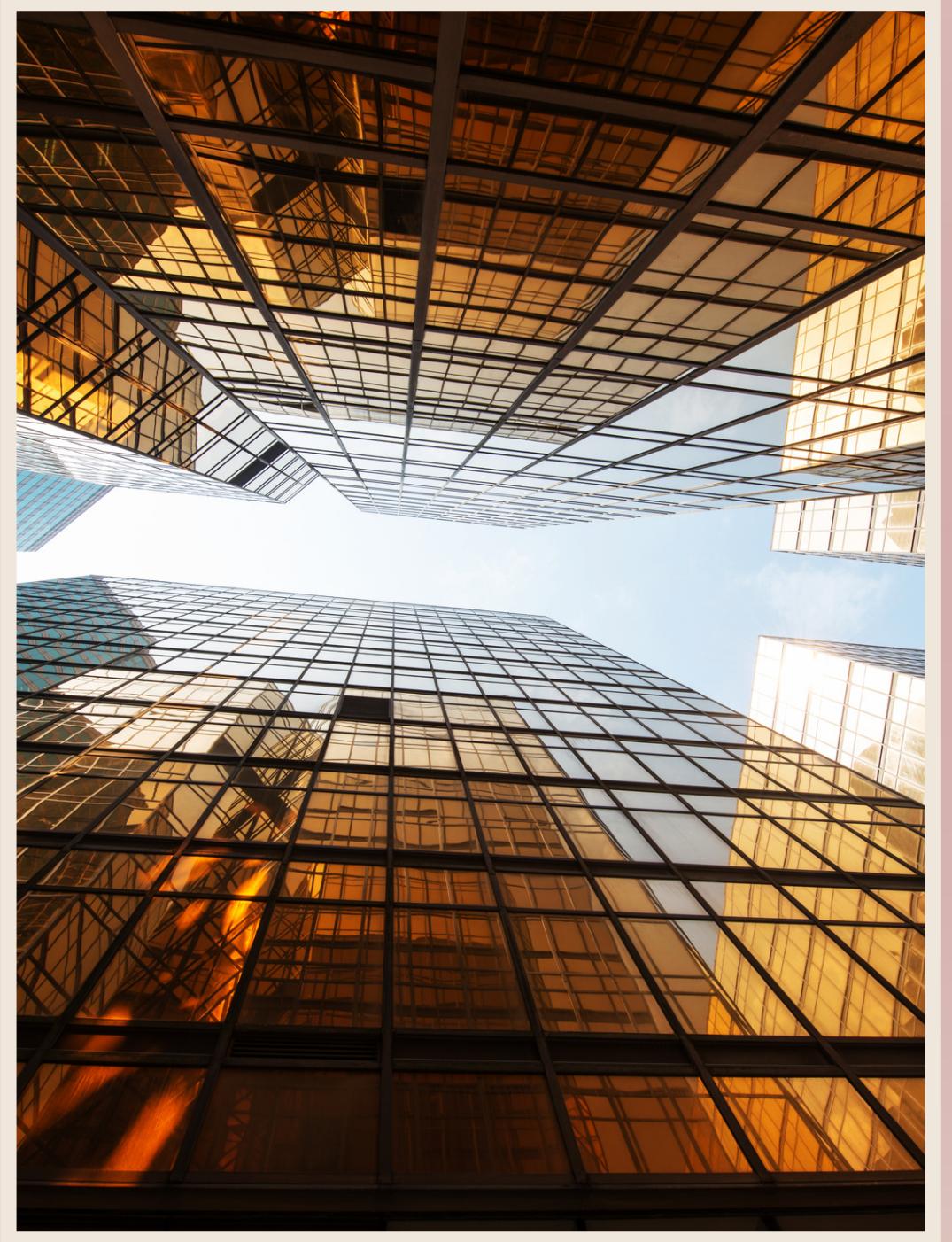




Aula 20/09/2023

Como atender grandes clientes/empresas

Maravilhosa Ltda.



O que a social media faz

Tem muita empresa grande que ainda não tem rede social, ela é grande “só” no offline.

Então, muitas vezes você vai entrar em uma grande e organizar a parte de social media.

É super normal que ainda não tenha um processo, um cronograma estabelecido ali dentro.



O que a social media faz

Mas também tem o outro extremo: uma empresa já consolidada (ou que já nasceu) no digital. Grandes equipes, praticamente uma agência lá dentro:

- Designers
- Editores de vídeo
- Videomakers
- Copywriters

Vamos falar dos dois casos: o que cada social media faz?



SM faz tudo

Nesse caso, a social media está fazendo parte do crescimento digital da empresa. Você tem um super potencial de crescimento caso deseje, pois os resultados serão claramente frutos do seu trabalho.

O lado ruim: você vai assumir, praticamente, todas as tarefas da rede social (das redes, se for mais de uma). Desde linha editorial, calendário, legenda, arte e agendamento até responder comentários e direct, postar stories.

Mesmo que você tenha pouca experiência, pode cobrar mais caro pela demanda em si. Por que além da cobrança financeira, vai ter a cobrança de resultados.

É um ótimo ambiente de crescimento, mas tem bastante pressão porque todo investimento é alto, principalmente em tráfego. Então qualquer post já tem uma baita distribuição e pode manchar a reputação da pessoa.

SM faz tudo

Nem sempre você vai precisar ficar exclusiva dessa empresa, mas é uma possibilidade. Quando você entrar, vá percebendo a estrutura da empresa e avaliando se você pretende construir carreira lá dentro, se dá pra atender mais clientes... Veja o que faz sentido pra você e pra sua realidade.



SM com equipe

Se você entrar em uma empresa com equipe, que foi a minha experiência, você tem 2 opções:

- Ser a chefe da equipe, caso você já tenha experiência.
- Ser assistente da social media principal (head de conteúdo costuma ser o cargo).

O papel da head é a parte estratégica: o que vai subir, que dia vai subir, em quais redes vamos subir, qual formato, pesquisa de referências e análise dos resultados.

E, claro: gerenciar toda equipe. Ou seja: legenda saiu errado, a culpa é sua, não da SM assistente. Se a empresa não é organizada, isso vira um eterno apagar de incêndios.

Essencial: organização

Seja você faz tudo, seja você membro de uma equipe, a organização é essencial nos dois cenários.

Desde o começo ela é muito importante, mas se você não for organizada, esse cliente grande vai ser um tiro no pé da sua empresa. Você vai deixar outros clientes na mão, seu perfil vai ficar abandonado, seus outros projetos também... Falo com conhecimento de causa.



Organização

Eu saí de um projeto que precisava de exclusividade (apesar deles não exigirem, eu vi essa necessidade pelo volume de trabalho) justamente por isso:

Ele estava atrapalhando meus outros objetivos. Inclusive aqui, o curso.

Pode parecer que eu tô fazendo terrorismo, não é isso hahahahah Só quero deixar claro que você vai assumir uma baita responsabilidade. E isso é maravilhoso! Só que você precisa entender que um volume X de dinheiro vem com um volume 2X de trabalho. Não olhe só o preço do contrato, olhe tudo o que vem junto.

E é esse meu papel aqui: antecipar os problemas pra que você consiga estar mais preparada quando eles chegarem.

Tarefas

Vamos para a parte prática, que é o que a gente mais ama nesse curso! O que a social media faz em uma grande empresa - em todas redes sociais:

- Define o calendário (normalmente, semanal) do feed e dos stories;
- Inclui pautas quentes. Se necessário, a SM cria esse post completo: arte, vídeo, legenda e postagem;
- Legendas;
- Agendamento das postagens e postagens do que não dá pra agendar (reels, stories);
- Responde comentários e directs;
- Capta conteúdos;
- Responde caixinha de perguntas;
- Analisa as métricas;
- Participa de reuniões.

Quanto cobrar?

E quanto custa tudo isso? Olha, aí é que mora o “perigo”: depende muito. Você vai especificar errado no mês 1, principalmente pra agarrar a oportunidade. E depois vai ver se compensa ou não. Pode ser uma ótima surpresa de você estar recebendo bem por pouco trabalho, como pode ser o oposto.

Você viu que até reuniões eu coloquei na lista de tarefas, né? Porque dependendo da empresa, a cultura de reunião é muito forte, e isso toma tempo (que custa dinheiro). Principalmente empresas que têm uma cultura mais CLT, mesmo que te contratem PJ (pessoa jurídica), a reunião pode se estender bem mais do que o previsto, pois a equipe tem dedicação exclusiva. Se esse não for o seu caso, é ideal conversar com o seu superior para pontuar essa questão.

Reuniões

Uma conversa tranquila mesmo, é só um alinhamento de expectativas.

“Oi chefe, tudo bom? Estou super feliz em trabalhar com o time, mas percebi um problema e quero alinhar com você como podemos solucioná-lo. Como eu não tenho contrato de exclusividade, não consigo participar de reuniões além das previstas e além do prazo previsto também. Pois preciso cumprir meus outros compromissos e fazer o atendimento dos clientes da minha empresa.

É possível que eu assista as reuniões que se estenderem e as que não foram marcadas com antecedência, gravadas? Como conseguimos otimizar essa situação?”

Quanto cobrar?

Voltando pra parte de quanto cobrar: varia 100% de acordo com as suas funções, mas pra você ter um norte: R\$5 mil, pelo menos.

Além das reuniões, outro ponto que vai afetar a sua precificação é o trabalho nos finais de semana. Caso o expert não acesse o perfil, alguém vai ter que acessar. Se esse alguém for você, você precisa contabilizar essa atividade no seu preço.

O ideal: faça o cálculo da sua hora e veja quantas horas vai trabalhar. Normalmente o valor fica bem alto, principalmente se você já tem custos de escritório, equipe, etc.

Mas pelo menos você sabe uma média, aí você define um valor mais baixo que valha a pena pra você agarrar essa oportunidade!

Precisa ter senha?

Normalmente, sim.

O que não é um crime, só não é minha forma favorita de trabalhar (tanto por ética e privacidade, quanto pela demanda que isso gera).

Eu já pensava isso antes, mas ter trabalhado com senha me confirmou 100% esse pensamento. O maior problema é se a empresa não tem um celular da empresa, se você vai logar no seu e ficar 24h ali.



Onde eles estão?

Quem já é grande, está perto das referências do mercado! Ou o próprio dono da empresa está nesses lugares, principalmente se ele for infoprodutor, ou a equipe dele está ali buscando profissionais.

Por isso, seja vista em locais estratégicos! Eventos, postagens nas comunidades de grandes cursos e escolas (sempre uso o exemplo d'O Novo Mercado, mas também tem a Fórmula de Lançamento, por exemplo), prospecção ativa de grandes perfis.

É muito difícil fechar um contrato desses sem ter experiência, dificilmente a pessoa vai querer arriscar. E eu também acho complicado pra SM, pois a pressão é grande.

Mas o que eles veem, além do portfólio, é o seu próprio perfil. Quando eu fui contratada pela equipe do R1, o que me falaram foi:
“Parabéns, o seu perfil estava pronto.”

Desafio da semana

- Se você já tem experiência: prospecte esse tipo de cliente e tente fechar 1 contrato maior do que os que você fecha atualmente (seja R\$1 mil, R\$2 mil, R\$3 mil).
- Se você ainda não tem experiência, pense o que você gostaria de agregar no seu pacote. Ex: análise de métricas. Coloque como meta aprender a fazer e fechar um novo cliente com esse pacote.

