

[CONSULTORIA MARKETING DIGITAL]

3 PASSOS PARA SE TORNAR UM
CONSULTOR EM MARKETING DIGITAL



EXPERT^{em} VENDAS
O N L I N E



EXPERT em **VENDAS**
O N L I N E

VOCÊ QUER SE TORNAR UM CONSULTOR DE MARKETING DIGITAL OU TER SUA PRÓPRIA AGÊNCIA?

**SERÁ QUE VOCÊ ESTÁ COMEÇANDO O
SEU NEGÓCIO DA MANEIRA CERTA?**



Para ter bons resultados, você precisa aprender a vender seu serviço de maneira eficiente.

Se isso está parecendo uma missão impossível, é bem provável que você não esteja abordando os futuros clientes do jeito certo ou mesmo procurando por eles no lugar errado.

**EU JÁ VI VÁRIAS PESSOAS FALAREM
QUE É MUITO DIFÍCIL CONSEGUIR CLIENTES.**



Elas marcam reuniões, fazem uma proposta, e, mesmo quando o cliente diz que gostou do que viu, ele pede para pensar um pouco e nunca mais retorna.

MAS POR QUE ISSO ACONTECE?

Os motivos podem ser vários, mas existem três pontos cruciais que fazem toda a diferença nos seus resultados.

Nesse e-book, eu vou te mostrar como usar esses fatores para vender o seu serviço de marketing digital e consultoria da maneira mais eficiente possível e levá-lo para outro nível.

Você está preparado para atrair vários clientes e se tornar reconhecido no mercado?

ENTÃO, BOA LEITURA E MÃOS À OBRA!



Quando você estiver abrindo a sua agência ou começando o seu negócio, não foque apenas nos aspectos mais empresariais, como o nome ou site da agência.

Comece trabalhando a sua imagem não só como representante da empresa ou consultor de um determinado serviço, mas também como especialista.

Se você construir a imagem de alguém que domina o assunto, sabe resolver problemas e entende do que o cliente precisa, já terá 50% a mais de chances de conseguir fechar um contrato

[QUER FAZER ESSE PROCESSO
MAIS RAPIDAMENTE]

**E ECONOMIZAR UM
BOM TEMPO?**



**EU TENHO UMA DICA QUE
VAI TE AJUDAR MUITO**

Já conheci várias pessoas que queriam ser especialistas em tudo e que vão aos possíveis clientes com uma lista extensa de serviços e pontos a serem trabalhados. Mas se você quer fixar seu nome na mente do cliente como alguém que de fato vai gerar resultados, pare de falar simplesmente sobre as ferramentas que vai usar e foque naquilo em que você precisa se especializar - ou seja, vendas online.

O SEGREDO É:

Nessa fase de negociação, procure enfatizar como você vai ajudar o cliente a vender online.

Ele não está tão interessado nas ferramentas, e sim nas estratégias de inteligência de mercado que você pretende aplicar no negócio dele.

Se o cliente não achar que você é capaz de gerar resultados, dificilmente ele vai te contratar apenas pela lista de serviços que você apresentou.



Nesse momento, muitas pessoas se deparam com um mesmo problema. Às vezes, você quer começar um trabalho de consultoria, mas não tem nenhum case ou resultado concreto para apresentar.

Então, como mostrar uma prova viva de que você é capaz de gerar resultados?

SE ESSE É O SEU CASO, EU TENHO UMA DICA DE **OURO** PRA VOCÊ

O primeiro passo é ter o seu próprio blog ou site como consultor, para que você possa mostrar os resultados que está conseguindo para si mesmo.



QUER TER CLIENTES BATENDO NA SUA PORTA ATRÁS DE VOCÊ?

O melhor caminho para isso é ser reconhecido como um solucionador de problemas que entende de vendas online.

ESSA É A MINHA PRIMEIRA RECOMENDAÇÃO:

TRABALHE O SEU NOME E O SEU POSICIONAMENTO, E SEU SERVIÇO SERÁ PERCEBIDO COM UM VALOR MUITO SUPERIOR.

CONSTRUA SUA PRÓPRIA PALESTRA



**VOCÊ JÁ SABE QUE PRECISA
SE TORNAR UMA REFERÊNCIA EM VENDAS ONLINE,
E QUE AS PESSOAS VÃO LHE "COMPRAR" ANTES DE
COMPRAR O SEU PRODUTO.**

AGORA, VAMOS AO SEGUNDO PASSO.
Existe algo que eu gosto de chamar de criador
automático de autoridade. MAS O QUE É ISSO?

**QUANDO AS PESSOAS TE PERCEBEM COMO UMA
AUTORIDADE EM ALGUMA ÁREA ESPECÍFICA, ELAS
PASSAM A OLHAR PARA VOCÊ DE MANEIRA DIFERENTE.**



Imagine que você conhece uma pessoa que entende muito de culinária. Em determinado momento, ela vai ser percebida como uma referência nessa área, mas você provavelmente só vai sentir que ela realmente entende do assunto quando experimentar um prato elaborado por ela.

Mais um exemplo: suponha que você conhece outra pessoa que entende muito de vídeos. Um dia, você precisa da ajuda dela, e ela não só te dá uma verdadeira aula sobre vídeos, como ainda edita um vídeo para você.



O QUE VOCÊ VAI PENSAR?

Que ela realmente entende do assunto e sabe do que está falando. Há uma grande diferença entre aquilo que você quer mostrar para as pessoas e o que elas de fato visualizam.

ESSA DIFERENÇA É CHAMADA DE POSICIONAMENTO E IMAGEM.

Vejamos o que significa cada uma dessas coisas.

POSICIONAMENTO

é tudo aquilo que você quer que as pessoas percebam acerca do seu nome, da sua reputação, da sua expertise, enfim, daquilo que você faz.

IMAGEM

é a forma real de como as pessoas visualizam você. O posicionamento é criado e emite mensagens para as pessoas, que as transformam em uma imagem.



ALGUMAS VEZES, POR ERRO DE POSICIONAMENTO,
VOCÊ ACABA PASSANDO UMA IMAGEM QUE,
ESTRATEGICAMENTE, NÃO ERA A QUE VOCÊ QUERIA PASSAR.
SABE COMO EVITAR ISSO?

Você precisa ter o seu posicionamento bem definido. Mas você só vai conseguir criar uma autoridade a partir do momento em que as pessoas têm um contato direto com aquilo que você diz ser e fazer. Para esclarecer melhor esses conceitos, vou dar um exemplo pessoal. Na minha carreira, uma das coisas que criou automaticamente essa autoridade foram palestras. Os convites para palestras foram fruto do trabalho com meu blog, e a participação nesses eventos me colocou em um patamar acima.

Na primeira vez em que recebi um convite desses, eu ainda era pouco conhecido pelo público. No final da palestra, várias pessoas vieram falar comigo. Algumas acabaram fechando contrato e outras queriam até tirar foto comigo, porque eu era palestrante. Ou seja: estar ali no palco, no centro das atenções, me transformou em uma autoridade. Além disso, eu também passei uma informação que era coerente com aquilo que eu queria que fosse transmitido.

Isso não significa que você precisa sair fazendo palestras para vender o seu serviço como consultoria ou agência ou que essa é a única maneira de construir sua imagem.



A questão é que, no ambiente digital, quando você consegue ficar no centro das atenções de maneira eficiente e estratégica e passar uma mensagem alinhada com o seu objetivo, você começa a criar sua autoridade.

A GRANDE DICA É:

você, enquanto consultor ou dono de agência, não pode ficar se escondendo. Várias pessoas têm um verdadeiro pânico de aparecer na frente das câmeras, de conversar e de se expor, mas você não pode ter vergonha de "vender o seu peixe".



**AFINAL, SE VOCÊ NÃO FIZER ISSO,
QUEM VAI FAZER POR VOCÊ?**

Se você tiver medo de divulgar o seu serviço e os seus resultados, dificilmente vai conseguir fechar um contrato.

Mas atenção: não adianta sair fazendo de qualquer jeito; você precisa agir de maneira estratégica, do jeito certo. Quando eu comecei a fazer palestras e webinários, eu levantava um assunto específico, de interesse dos empresários, e tratava aquele tema, ou seja, trazia estudos de caso e conteúdos relevantes.

VOCÊ QUER MESMO VENDER SERVIÇO DE CONSULTORIA? QUER CRIAR SUA IMAGEM DE ESPECIALISTA?

Então, você precisa ter uma palestra como consultor ou dono de agência. Isso significa escolher um tópico e trabalhar em cima dele. No meu caso, uma das palestras que mais me geraram contatos foi sobre como posicionar um site no Google e aumentar suas vendas em 4 passos.

Para construir uma boa palestra, você precisa organizá-la estrategicamente como o serviço que você quer vender. Assim, ela deve ter uma estrutura com:



+



+



INTRODUÇÃO + DESENVOLVIMENTO + CONCLUSÃO

Que mostre para todas as pessoas que você sabe do que está falando, que tem provas de que isso funciona e que pode ajudar a solucionar problemas.

Seu objetivo é que, no final da palestra, as pessoas pensem:

**ELE(A) REALMENTE PODE ME
AJUDAR A RESOLVER MEU PROBLEMA.**

Resumindo, construa sua palestra sobre resolver um problema específico. A partir disso, você fará uma hipersegmentação, já que a sua comunicação precisa ser específica para o segmento que você quer trabalhar.

NÃO TENDE ATIRAR PARA TODOS OS LADOS.



**ESCOLHA UMA ÁREA ESPECÍFICA E
UM CONTEÚDO ESPECÍFICO SOBRE ELA.**

Por exemplo: se você quer atrair clientes que trabalhem com academias, pode criar um conteúdo sobre como atrair mais clientes para a sua academia usando o seu blog.

Em outras palavras, trata-se de atrair pessoas de um ramo específico.

Crie uma palestra estruturada de maneira a mostrar que você entende do assunto e sabe resolver aquele problema e que, no final, possa abrir uma oportunidade para as pessoas presentes entrem em contato com você e lhe peçam ajuda.

**ASSIM, VOCÊ ESTARÁ CONSTRUINDO SUA
AUTORIDADE AUTOMÁTICA.**

SEGMENTE DA MANEIRA CORRETA



VAMOS À TERCEIRA E ÚLTIMA ESTRATÉGIA PARA VOCÊ VENDER MAIS SERVIÇOS DE MARKETING DIGITAL E AJUDAR A SUA AGÊNCIA A TER MUITO MAIS CLIENTES?



Quando comecei meu trabalho de consultoria em marketing digital, a primeira coisa que percebi foi que eu precisava me tornar conhecido pelas pessoas da minha cidade, isto é, precisava que elas me vissem como referência no mercado.

Você não precisa ficar preso aos clientes da sua região pelo contrário. Mas, no começo, o ideal é que você dê preferência aos clientes das redondezas.



Isso porque, como você ainda está começando, as pessoas provavelmente vão querer lhe ver pessoalmente. Iniciando pela sua região, você pode visitar os clientes, conversar com eles e passar mais confiança.

À MEDIDA QUE VOCÊ FOR CRESCENDO, PODE AVANÇAR PARA OUTRAS REGIÕES NAS QUAIS VOCÊ NÃO VAI NECESSARIAMENTE ESTAR PRESENTE.

Eu estou dando essa dica porque a terceira estratégia tem relação justamente com a promoção que você vai fazer acerca do seu nome para uma região específica.

Então, quando você for trabalhar em uma campanha de Facebook Ads, por exemplo, escolha uma região próxima à sua cidade, para que você comece a se tornar uma referência onde você mora. Essa hipersegmentação também vai lhe permitir conhecer as empresas e os mercados próximos ao seu negócio, e será mais fácil adaptar o seu discurso a uma realidade local.

QUANDO EU FAZIA ESSAS PALESTRAS, CONSEGUIA FECHAR CONTRATOS EM TODAS. SABE POR QUE?

PORQUE EU ESTAVA FALANDO COM OS EMPRESÁRIOS.

Essa é mais uma coisa importante que tenho pra te falar: o grande erro de muitos profissionais que tentam prestar consultoria é que, na hora de fazer algum tipo de campanha ou segmentação, trabalham com o perfil de pessoas que já estão na área.

Por exemplo: muitas pessoas começam participando de grupos de marketing digital, fóruns etc. Não há nenhum problema em fazer isso, mas esse não é o ambiente ideal para você se promover e divulgar o seu produto ou serviço.

EM OUTRAS PALAVRAS,

VOCÊ NÃO DEVE DEDICAR O SEU TEMPO DE MANEIRA MUITO FOCADA EM SIMPLEMENTE FALAR COM PESSOAS DA MESMA ÁREA.



O QUE VOCÊ PRECISA É PRESTAR ATENÇÃO NAS PESSOAS QUE VOCÊ PODE AJUDAR OU SEJA, SEUS FUTUROS CLIENTES.

Às vezes, enquanto você está interagindo com quem já tem experiência, outras pessoas estão procurando ajuda e querendo tirar dúvidas.

E VOCÊ NÃO PODE DEIXAR ESSAS OPORTUNIDADES PASSAREM!

Acredite: existe um número muito maior de empresas que não têm nenhum conhecimento sobre marketing digital, do que de pessoas que já estão na área.

As pessoas que mais vão fazer diferença no seu negócio são exatamente as que estão no primeiro grupo.

DESCUBRA AONDE ESSAS PESSOAS ESTÃO E RESOLVA O PROBLEMA DELAS.



Então, quando você criar as suas palestras, vídeos ou outros materiais, segmente pela sua cidade e não foque em pessoas que têm experiência com marketing digital, pois, muitas vezes, o seu cliente nem sabe o que é isso.

Procure o seu avatar não pelo interesse dele em marketing digital, mas por outras informações que você vai descobrir quando pesquisar mais profundamente.



AGORA, QUE TAL CONHECER UM MÉTODO QUE VAI TE AJUDAR A GERAR VENDAS DIÁRIAS DE MANEIRA AUTOMATIZADA, COM UM UM

SISTEMA AUTOMÁTICO DE VENDAS ONLINE

SAIBA MAIS SOBRE O NOSSO MÉTODO E DESCUBRA TÉCNICAS EXCLUSIVAS E TESTADAS, CUJO FOCO PRINCIPAL É A GERAÇÃO DE **VENDAS AUTOMÁTICAS E RECORRENTES.**

E se você está começando agora, não se preocupe. Esse sistema pode ser criado tanto por profissionais que já têm experiência e desejam automatizar o seu ciclo de vendas online, quanto por pessoas que estão começando do zero e querem realizar suas primeiras vendas.

ENTÃO, O QUE ESTÁ ESPERANDO?

Torne-se um especialista em vendas online e incremente não só os resultados dos seus clientes, mas também os seus, sem perder vendas e qualidade de vida.

