



**A FÓRMULA PARA
CONQUISTAR
E MANTER SEUS CLIENTES
ENCANTADOS**

Índice

01 - Introdução

03 - Quem é o Seu
Cliente

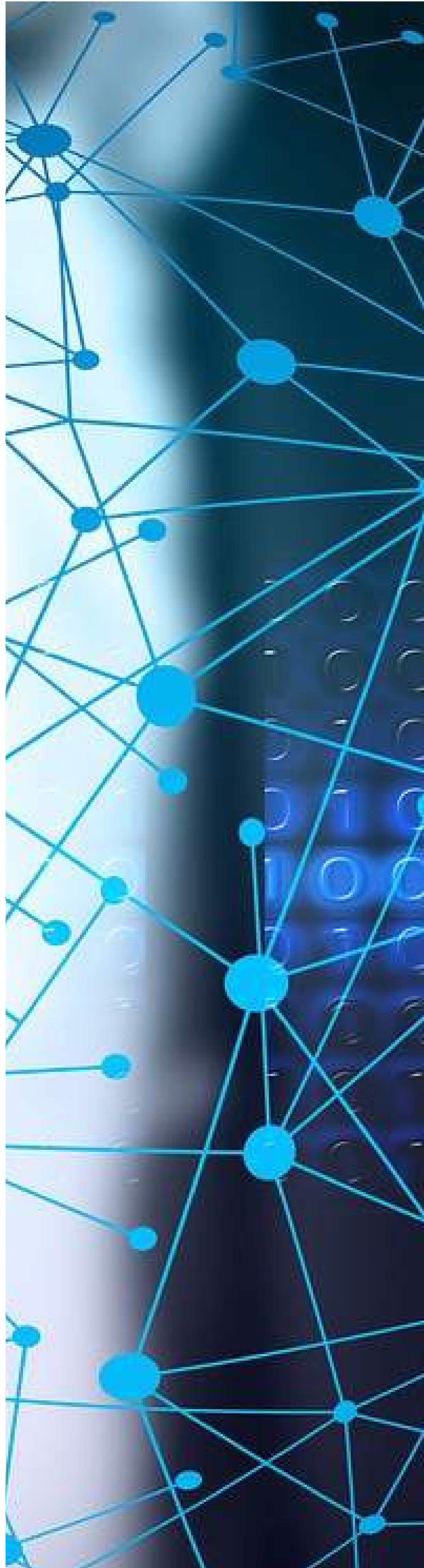
06 - Como Conquistar
Clientes

17 - Como Vender seu
Produto ou Serviço

43 - A Satisfação no Pós-
Venda

49 - A Fidelização do
Cliente

53- Prospectando: Crie
sua Base de Clientes sem
Medo



Índice

58 - SARA - Sistema Ativador Reticular Ascendente

63 - Dicas de Ouro para Alavancar Vendas

65 - Faça o SARA funcionar positivamente para você;

66 - Crie uma gravação com sua própria voz;

67 - Exemplos de Passos para um Excelente Follow-up;

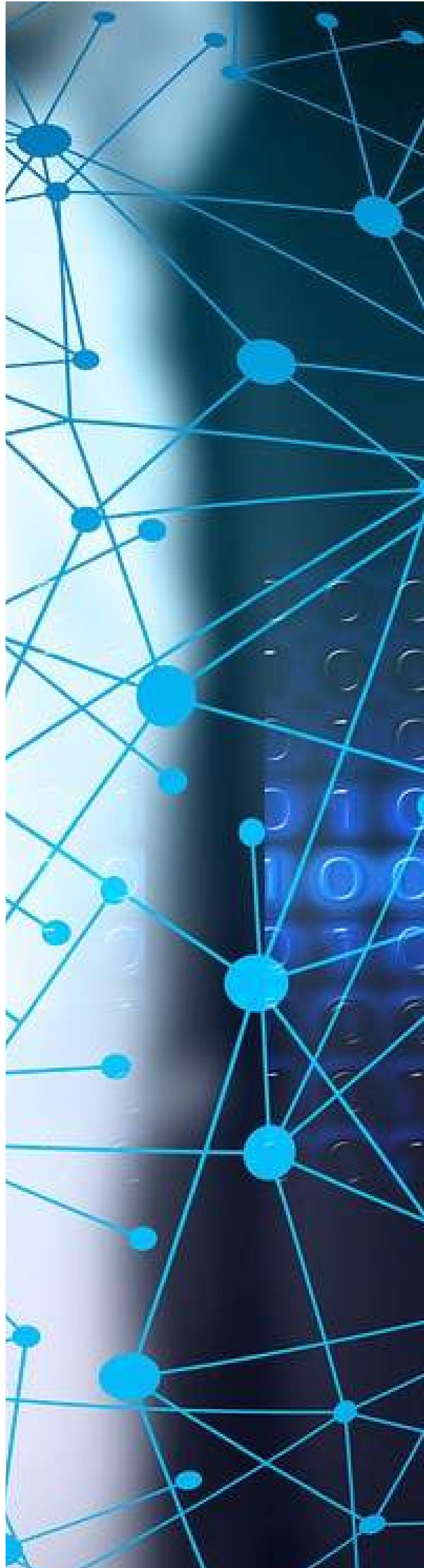
69 - Seja o Comandante do seu Barco;

71 - Administre seu Tempo;

72 - A Fórmula Pavloviana para Alavancar Vendas;

75 - Ensaio Mental para Prospecção de Clientes;

77 - Ferramenta para Elevar a Autoeficácia;



Índice

79 - Crie um Mindset Vencedor;

81 - Desenvolva a Persistência;

82 - Reduza a Insegurança em Apresentações;

83 - Roteiro para Vídeo de Depoimento de Clientes;

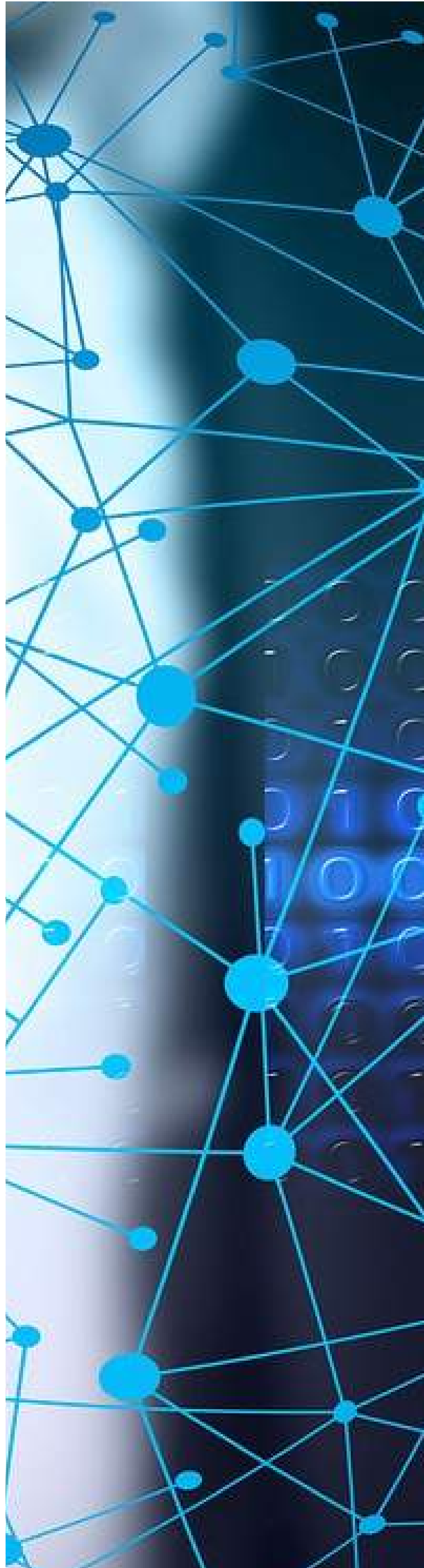
84 - Desperte um Julgamento Positivo em seus Potenciais Clientes.

85 - Conclusão

86 - Vídeos de Contribuição

Autora

Redes Sociais

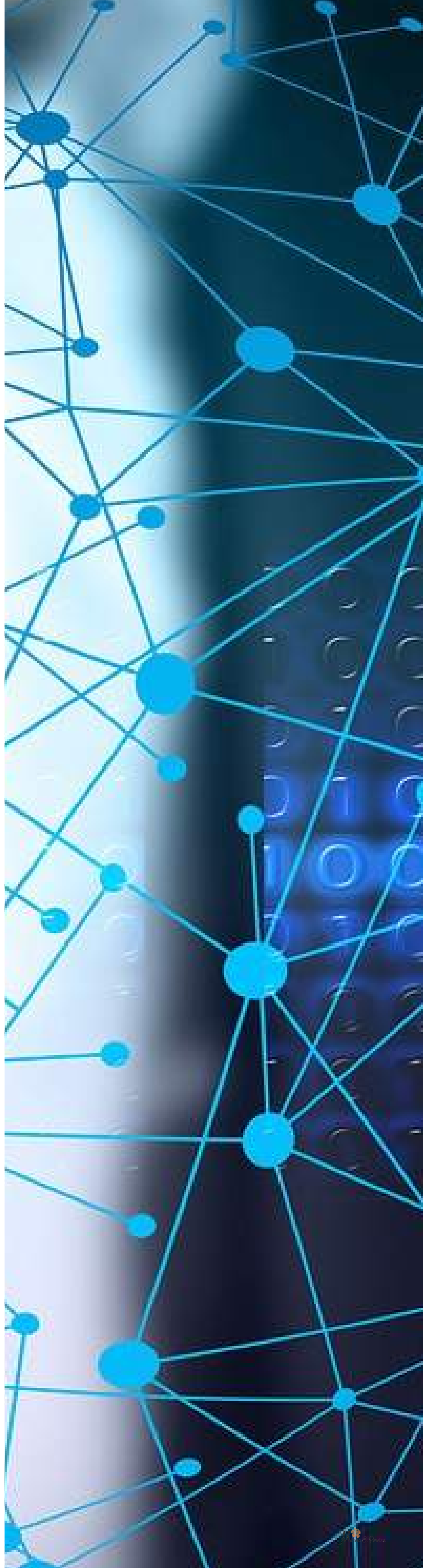


Introdução

O que fazer para conquistar inúmeros clientes? Como destacar em um mercado tão competitivo? Por que as pessoas comprariam de você e não de seu concorrente? Qual imagem você está passando e qual gostaria de passar para o seu potencial cliente? Quem de fato é o cliente que você está buscando? Como está trabalhando para se destacar como referência em seu nicho de atuação? Quais mídias está utilizando e com qual frequência?

Essas são algumas das perguntas que qualquer pessoa que queira iniciar um trabalho autônomo, vender seus produtos ou serviços, deveria fazer.

Independente de sua área de atuação, é fundamental que tenha o máximo de informações em relação ao seu potencial cliente para minimizar a possibilidade de erros. Esse deverá ser o pontapé inicial: conhecer o seu cliente, suas características, anseios, problemas, expectativas... você precisará imaginar o cliente que deseja atender, e todas as suas particularidades.



A partir daí você terá as informações necessárias para criar estratégias para atrair seus clientes, e entregar um serviço, ou produto, que os deixarão encantados e fidelizados aos seus serviços. Então, você precisará se preocupar com algumas etapas: a **conquista do cliente**, a **venda de seu produto ou serviço**, a **garantia da satisfação de seus clientes pelos seus serviços** (pós venda), e por fim, a **fidelização desses clientes e indicações**.

A conquista do cliente deve ser comparada ao início de uma paquera. Será o primeiro contato dele com você, é o momento onde irá tirar as primeiras conclusões em relação a você e ao que você tem a oferecer. É o momento que você precisará segurar a atenção dele e despertar seu interesse.

A venda é como o pedido em namoro, seu cliente se interessou por você, está acreditando que realmente irá fazer diferença na vida dele e decidiu pagar pra ver.

A Próxima fase, talvez seja a mais determinante: o pós venda. É aqui que seu cliente vai perceber se vale ou não a pena continuar, e se você realmente faz jus à imagem que passou no momento da "paquera". Nesse momento é fundamental que ele permaneça encantado e disposto a continuar. Por isso você precisa estar presente e respondendo às necessidades dele.

Por fim, o momento do casamento. Você efetuou um trabalho tão especial que seu cliente fideliza à você. Não só se interessará por novos produtos, como te indicará para outras pessoas. Está iniciado aqui, a sua jornada de sucesso.

Quem é o seu cliente?

Você já se perguntou: Quem é o meu cliente? Essa deverá ser a primeira coisa a ser feita já que o objetivo aqui é te ajudar a conquistar inúmeros clientes e melhor, mantê-los encantados por seus produtos/serviços e enfim, a tão sonhada agenda lotada.

Se você não definir bem o seu cliente "Avatar", o mínimo que irá acontecer é perder bastante dinheiro e muito tempo, que considero ser um dos ativos mais caros. Então, já que o tempo custa caro e ninguém quer que você jogue dinheiro fora, tire um bom tempo e concentre em conhecer o seu avatar. Se você seguir o roteiro abaixo ficará bem fácil, mas lembre-se: à partir de suas respostas é que construirá todas as etapas de forma sólida. Então vamos lá?

Roteiro para Definição do seu Avatar

-Quem é o seu avatar? Para quem o seu serviço ou produto será vendido?

Aqui você colocará o sexo, idade, grau de escolaridade, local onde mora, se é casado e tem filhos, situação financeira.

-Como o seu avatar se comporta, pensa, sente?


Exemplo: tem sede de liberdade, é um grande buscador de conhecimento, gosta de se relacionar com pessoas, pensa em sua família como sua maior riqueza. Detesta dietas e está cansado de receitas impositivas.

-Para qual pessoa o seu serviço ou produto não serve?

Aqui estarão aquelas pessoas que mesmo adquirindo seus serviços não terão benefícios com ele. Exemplo: pessoas que não acreditam que emagrecer seja importante, culpam pessoas ou situações por seu peso etc.

-Qual a dor de seu avatar será resolvida com seu produto ou serviço?

O problema do cliente que será resolvido ao adquirir o seu



produto. Exemplo: ter o corpo que sempre sonhou, ter mais saúde e ser admirado pela família e amigos.

-Quais são as outras dores de seu avatar?

Outros problemas que talvez ela não saiba que tem mas poderão ser resolvidos com seus serviços.

-Quais os sonhos do seu avatar?

Como gostaria de ser vista, como ela sonha ser, os modelos que admira. Exemplo: Ser um modelo de persistência, ser admirado por muitas pessoas na rua, encontrar um parceiro que a ache lindo. Usar biquíni de lacinho na praia.

-Quais as suas frustrações?

O que ela não consegue realizar e vê outras pessoas conseguindo. Exemplo: Pessoas emagrecendo e seguindo orientações com a maior facilidade. Pessoas sendo elogiadas pelo corpo que conseguiu ter.

-Como ela se define?

Para si próprio e para os outros

-O que ela escuta das pessoas?

O que ela escuta sobre seu problema e o que ela imagina que as pessoas pensam dela.

-O que seu avatar busca para resolver seu problema?

Exemplo: livro de autoajuda,

grupos de apoio, reuniões de igreja...

-Qual a história de dor seu avatar vivenciará se ele não resolver problema?

O pior pesadelo que poderá viver caso não resolva o problema (crie um quadro mental)

-Qual a história de prazer vivenciará se conseguir resolver o problema?

A vida dele livre do problema e dar que ocasiona

-Quem ela responsabiliza por não conseguir resolver o problemas? Quais justificativas utilizam?

As desculpas que utiliza por não começar, quem ou quais situações responsabiliza ou delega seus resultados

-Quais são suas crenças?

Existe algum bloqueio, alguma tentativa ou escolha fracassada que possa ter gerado uma resistência, as verdades que acredita serem absolutas

-O que realmente é importante para o seu avatar?

O que ele valoriza, o que realmente é importante para ele, seus valores, costumes, prioridades,

Nota: Chamamos de avatar a personificação do seu potencial cliente, o que contribuirá no diferencial do seu marketing e, conseqüentemente, em seus resultados.

"Não sei qual é o segredo do sucesso, mas o segredo do fracasso é tentar agradar a todos"

COMO CONQUISTAR CLIENTES

Imagina você sendo um jardineiro e então é contratado para fazer um jardim. Porém, recebe um terreno vazio, com a terra bastante seca e sem nenhum cuidado. Qual seria seu primeiro passo nesse novo projeto confiado à você? Provavelmente você alimentará a terra com fertilizantes, água, adubos e etc. Assim ela irá recuperar a vida para receber as primeiras sementes, certo?

O mesmo deverá acontecer

com seus futuros clientes. Antes de tentar oferecer seus serviços você deverá arar e tratar a terra. Você primeiramente deverá cuidar para que ele esteja preparado para receber as primeiras sementes.

Então, o primeiro passo é você preparar o terreno.

Defina suas Mídias e Comece Já

Quais mídias você irá utilizar? Gostaria de ressaltar o crescimento da procura por produtos e serviços no universo online, e se você ainda não iniciou seu marketing digital, aconselho que inicie logo. Afinal, estamos na era digital.

As principais redes sociais e mais utilizadas, hoje, pela população brasileira é o Facebook e Instagram. Então, se estiver começando, pode ser por elas, mas se já tem essas duas, o próximo passo será o YouTube e criar o seu Blog.

No Facebook provavelmente, você já tem o seu perfil pessoal, agora você precisará criar a sua página profissional. A vantagem da página profissional é que você poderá convidar, ou receber, incontáveis

contatos, fãs e seguidores, Já o seu perfil pessoal te limita a somente 5000 amigos. Por isso a importância da página profissional.

Criadas de forma profissional, as suas redes sociais, vamos ao próximo passo...

Capriche em seu visual

Mas como seria isso? Comece observando as mídias que está utilizando. Como estão suas redes sociais? Seus convidados terão prazer e interesse em permanecer ali? Seus posts estão bonitos, atraentes e de bom gosto?

Sugiro criar uma identidade visual. Mas o que seria isso? Bom, primeiramente uma logomarca que expresse bem o seu produto ou serviço. E se você ainda não tiver, defina uma paleta de cores e padronize seus posts utilizando sempre essa mesma paleta. Isto dará um ar de profissionalismo.

Já escutou essas frases "**Nunca perca a oportunidade de causar uma primeira boa impressão**" ou "**A primeira impressão é a que fica**"?

Então já deu para entender onde eu quero chegar, não é?

Quando esperamos uma visita em nossa casa, caprichamos na decoração, certo? Então, eu te pergunto: se chegarem novos seguidores em suas redes o que acharão? Qual a impressão que terão de sua casa?

Sugiro então começar uma faxina, uma organização. Coloque uma capa bonita e de bom gosto no Facebook,

"A influência começa antes mesmo da primeira palavra"

Robert B. Cialdini

no YouTube, e em qualquer outra rede social que estiver utilizando. Crie posts com artes que atraem, imagens bonitas, cores legais, e principalmente, conteúdo de muito valor. Mas esse é o próximo tópico...

Crie autoridade

Se você deseja vender um serviço ou produto, você precisa mostrar ao seu avatar que você, verdadeiramente, tem domínio do assunto. Por isso é fundamental que

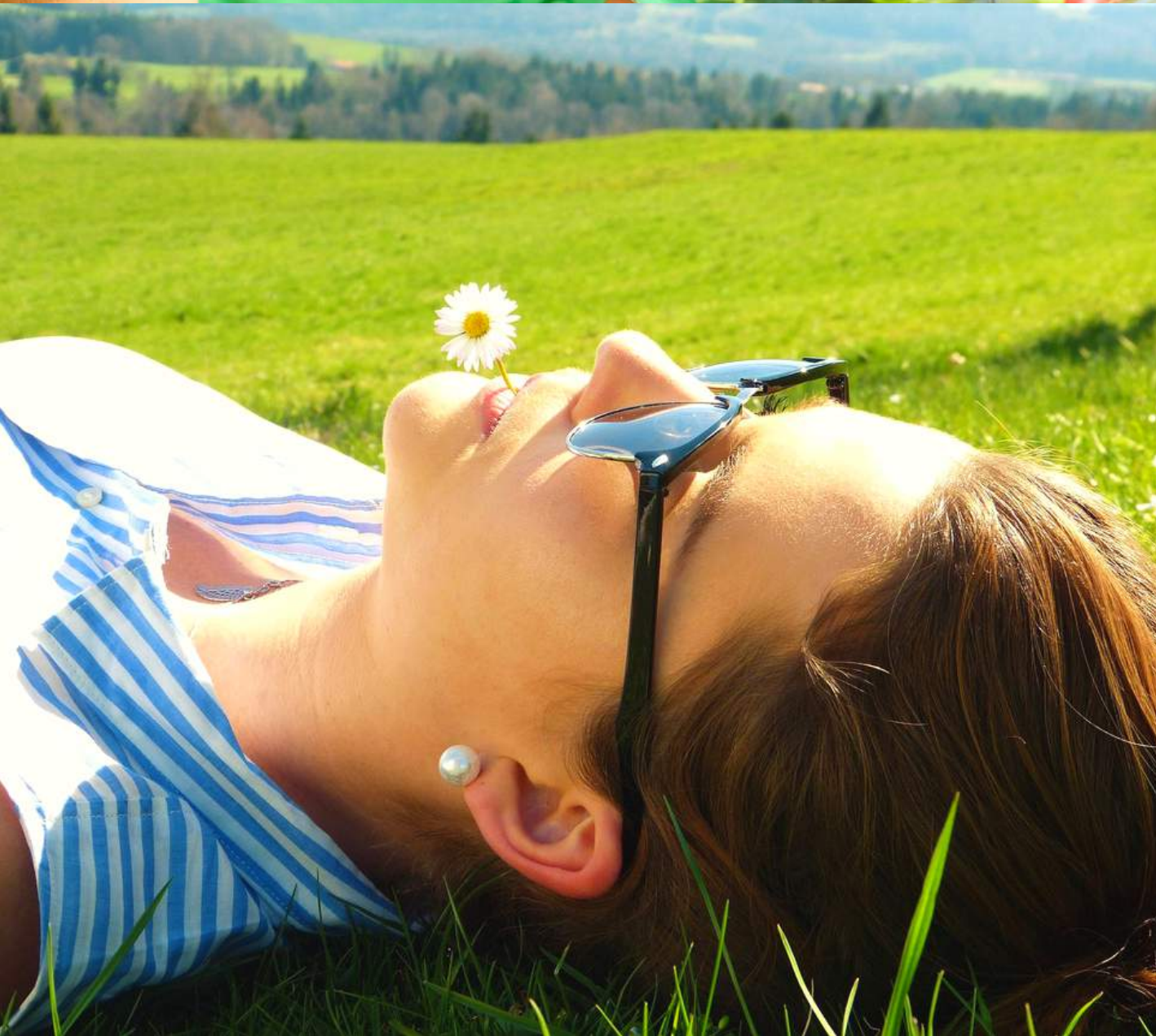
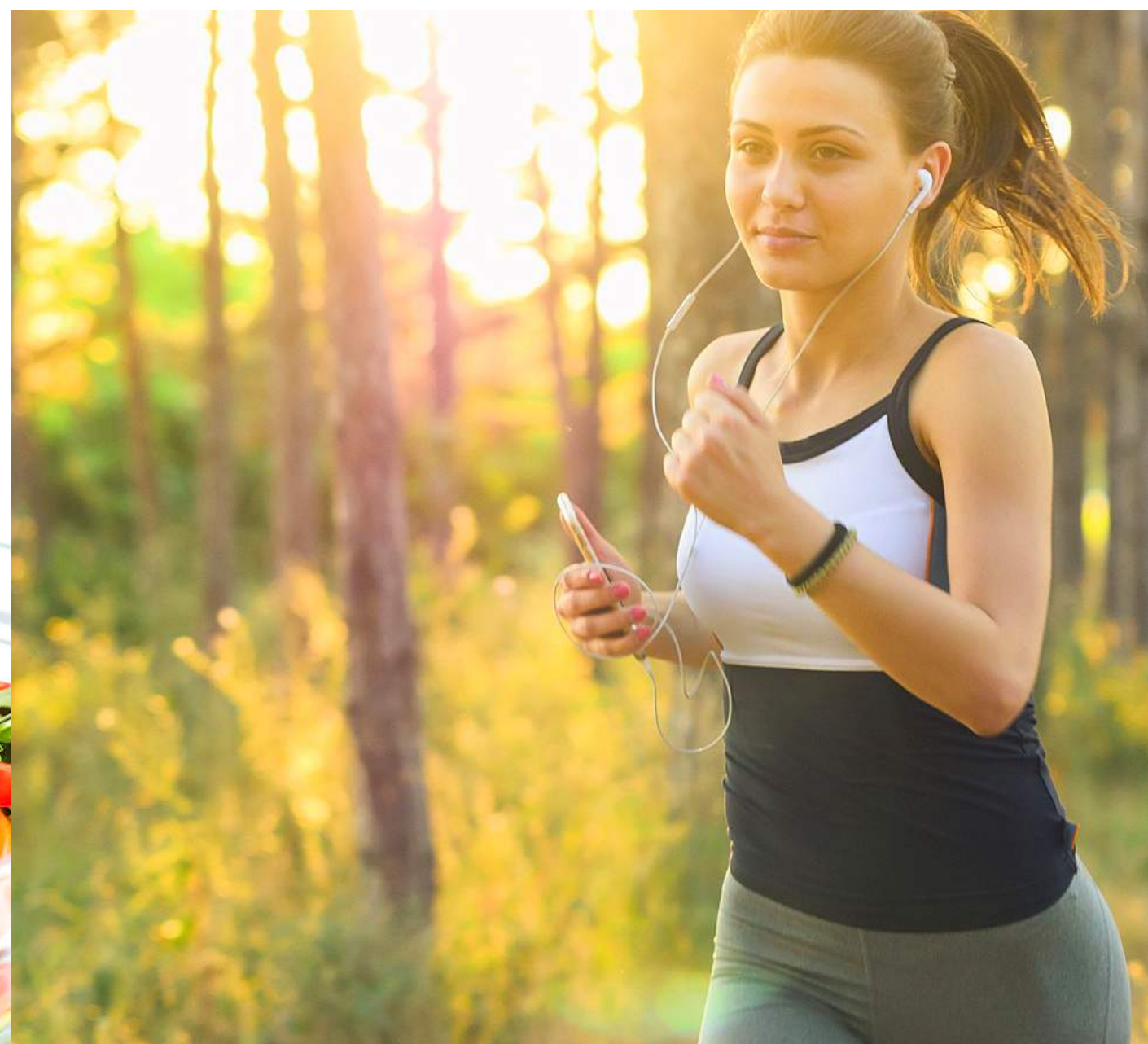
ofereça aquilo que realmente tenha autoridade.

A partir do momento que você define seu avatar, você terá material suficiente para criar conteúdos que agreguem valor à vida dele. Com o roteiro detalhado e pronto, você saberá exatamente quais conteúdos irão despertar mais a atenção de seu cliente.

Portanto, se o seu cliente precisa emagrecer você deverá oferecer conteúdos

que contribuam aos resultados dele. Ele saberá assim, que você oferece aquilo que ele precisa para resolver o problema dele.

Você poderá criar conteúdos sobre formas saudáveis para reduzir peso, exercícios ou técnicas para reduzir a ansiedade, sobre a importância da atividade física para acelerar os resultados etc. Se o problema de seu avatar é a compulsão por doces, por exemplo, você pode criar conteúdos



que irão alertá-lo sobre os malefícios do excesso de açúcar à saúde, como reduzir o seu consumo, e assim por diante.

Entenda, quanto mais você conhecer seu cliente mais direcionados a ele, poderão ser seus conteúdos. Ele sentirá, ao ler um texto ou assistir um vídeo seu, que você está falando diretamente com ele, e isso é porque você sabe tudo que ele deseja, gosta, não gosta, todos seus problemas...Enfim, você se tornará com o tempo, a solução para os problemas dele.

Os conteúdos deverão ser relevantes, não se esqueça disso.

Consistência nas postagens

À medida que o número de seguidores aumentam, e o interesse deles pelo que você tem a oferecer é despertado, aumentará também, a atenção deles às suas postagens. Estarão ligados aos dias e horários que você costuma postar um vídeo, por exemplo. Então, crie uma rotina semanal e organize para que seja postado com uma frequência certa.

Você pode postar todos os dias ou pelo menos 3 vezes por semana. A minha frequência em postagens funciona da seguinte forma:

YouTube: 2 vídeos por semana. Toda terça e quinta às 8 horas;

Blog: 1 artigo novo, por semana, nas sextas feiras;

Instagram e Facebook: Todos os dias alternando em vídeos, conteúdos escritos, perguntas, frases inspiradoras etc.

O mais importante aqui é que exista uma organização e consistência. Com certeza seus seguidores estarão de olho em você. E um seguidor satisfeito está a um passo de se tornar seu cliente.

Crie engajamento

Existem inúmeras formas de você engajar seus clientes. Muitas delas talvez funcionem melhor para mim que para você e vice versa. O importante é sempre ir analisando e adaptando o que for necessário.

Provavelmente, você já deve ter escutado de alguns empresários que tem, ou não, uma equipe engajada, certo? Mas você sabe exatamente o que significa engajar? Segundo a wikipédia, engajar é o ato de participar de modo voluntário para algum trabalho ou atividade. Ou seja, pessoas comprometidas e empenhadas.

Nas redes sociais isso não é diferente, clientes engajados são aqueles comprometidos com você, por isso a importância em conquistar o engajamento de seu público-alvo, do "seu avatar". Com certeza isso é que vai turbinar suas redes sociais e a imagem do seu negócio!

Mas como elevar o engajamento nas redes sociais?

Se você quer que seu negócio cresça, aumentar as vendas de seus produtos ou serviços, aumentar sua clientela...Você precisa aumentar o engajamento em suas redes sociais.



De forma simples, o engajamento em suas redes sociais são as curtidas, os comentários, compartilhamentos, ou seja, o envolvimento de seus seguidores com suas postagens.

Esse engajamento significa que seus seguidores realmente se interessam pelo que você oferece. Isso é um verdadeiro tesouro, pois indicará o sucesso de seu negócio. Seus potenciais cliente estão realmente envolvidos com as mensagens que você está enviando a eles.

O engajamento é um retorno de seus seguidores e a resposta ao alcance que suas postagens estão gerando.

Sabendo o significado e importância do engajamento nas redes sociais, já deu para perceber que é fundamental concentrar bastante sua atenção nisso.

Afinal, com ela você conhecerá melhor seu avatar, conhecerá melhor quem deseja contratar seus serviços ou comprar seus produtos. Criará uma relação de proximidade gerando até mesmo opiniões super importantes para a melhoria de seus serviços. E melhor, você poderá até realizar pesquisas para decidir os próximos passos.



Veja algumas formas simples de gerar engajamento:

Conteúdos em Vídeos:

Veja algumas estatísticas que irão te surpreender em relação à produção de vídeos

Até o ano de 2020, 82% de todo o tráfego da internet será gerado por vídeos. Isto devido ao aumento de pessoas conectadas à internet e também a excelente qualidade dos vídeos atualmente.

Até 2020, o consumo de vídeos online pode ultrapassar o de TV tradicional. Segundo o diretor geral do YouTube aqui no Brasil, se for mantido o crescimento atual de 25% ao ano, o consumo de vídeos online deverá dobrar nos próximos 3 anos com uma média de consumo de 3h por dia e a previsão para a TV é que diminua muito a cada ano..

Outra estatística: 86% dos internautas brasileiros já assistem vídeos online, mostrando com esse número o quanto os conteúdos em vídeos estão ficando cada vez mais populares entre os usuários da internet em nosso país. Isso corresponde a 65,5 milhões de brasileiros assistindo vídeos.

E então, bora começar a produzir vídeos?

Lives:

As lives são as minhas preferidas. Estando ao vivo, você pode criar um engajamento imediato com seus seguidores, gerando curtidas, comentários, e compartilhamentos.

As lives são apresentações ao vivo que podem ser feitas facilmente no face, instagram e youtube. São como os vídeos, mas por ser ao vivo você poderá conhecer seus seguidores ali no



momento da transmissão gerando mais proximidade e fortalecerá assim, o relacionamento com seu público.

Segue um roteiro que sempre utilizo para engajar e gerar mais curtidas e comentários em minhas lives:

- 1 - No início aguarda um tempinho, em torno de 5 minutos para o pessoal ir chegando, principalmente se tiver enviado convite por ferramentas como o manychat etc, e vai conversando um pouquinho com o pessoal;
- 2 - Pergunte se o público está te vendo e ouvindo e peça para confirmar digitando 1;
- 3 - Para saber se não está falando sozinho peça que digitem 2;
- 4 - Se surgirem perguntas avise que responderá nos 10 minutos finais da live. E que sua equipe está anotando. Se em 10 minutos não conseguir responder tudo, ótimo, avise que responderá na próxima live. Isto estimulará o interesse e curiosidade;
- 5 - No fechamento da live peça para digitarem 10 se gostaram e que compartilhem para que mais pessoas

possam se beneficiar com o assunto.

Conclusão: esse roteiro te ajudará a obter mais curtidas, comentários e compartilhamento, ou seja, um excelente engajamento.

Stories:

O stories é uma ferramenta super simples do instagram que faz inúmeras pessoas te assistirem rapidamente.

O ideal é que você esteja sempre por ali, com conteúdos rápidos de 15 segundos. Mas tenta usar a criatividade. Varia os stories em fotos coloridas, videozinhos de dicas relacionadas ao seu trabalho, coisas relacionadas ao seu cotidiano, mostre um livro que está lendo. Isso é ótimo porque irá gerar proximidade. Mostre você na vida real ali no stories...isso engaja super bem.

IGVT:

Se ainda não conhece, o IGVT é a nova plataforma de vídeos do Instagram e como todo vídeo, gera muito engajamento. É um vídeo como outro qualquer porém, deverá ser gravado na vertical e não na horizontal, como acontece no YouTube.

O legal é que no IGVT você pode postar vídeos de até uma hora. Não é o máximo? Então corra, e não perca tempo, ponha seus vídeos aí também.

Enquetes:

Os conteúdos com enquetes são excelentes para engajar. Você pode criar um texto e depois fazer uma pergunta que esteja associada ao seu conteúdo e nicho, claro. Faça perguntas que possam ser respondidas de forma simples, tipo:



sim ou não, ou você pode dar opção com números. Exemplo: Das possibilidades 1, 2 ou 3, qual você se identifica?

Você com certeza já deve ter visto vários usuários usando. As enquetes podem ser muito úteis, pois as pessoas adoram participar e isso será ótimo para você.

Você pode utilizá-las, dando o poder para os seus usuários ou seja, deixe que ele se sinta no comando. Peça para que seu público escolha entre suas opções. Assim, você terá o engajamento dele e poderá aproveitar para conhecê-lo melhor. Pergunte o que gostam, suas dificuldades, seus gostos etc.

Seja Simples e Crie Proximidade:

A tecnologia possibilita criar proximidade ao seu Avatar de inúmeras formas. Isto é fantástico, mas de uma coisa não podemos esquecer, nada gera maior proximidade que a simplicidade de ser você mesmo. Então, seja simples em sua comunicação para que seu público compreenda bem sua mensagem, e sinta interesse em consumir seu conteúdo.

Seja direto, textos com muita enrolação não convencem e são bem cansativos. Então, seja menos prolixo e abuse do encantamento, espontaneidade e simplicidade.

Seja Convincente:

A melhor forma de convencer é expressar segurança

em seu discurso. Portanto, seja fiel às suas idéias. Não existe nada que mais afaste um cliente do que incoerências quando se trata de defender uma ideia. Assuma sua posição em relação ao que acredita e vá em frente.

Desta forma, talvez não agrade à todos mas você se tornará exemplo e referência para muitos.

Espontaneidade:

A espontaneidade é fundamental, principalmente quando aparece situações imprevisíveis e você gostaria de expor sua opinião. Exemplo: surgiu mais um tipo absurdo de dieta e você precisa se posicionar junto aos seus seguidores.

Nesse caso não há tempo de ir ao cabeleireiro, se maquiar, decorar texto, nada. Faça como está. Os seus seguidores amarão perceber que você é normal como eles.



Não espere a onda passar, pegue o celular e faça um vídeo na hora, se posicione naturalmente...sem maquiagem e sem ensaios.

Esses roteiros criados no improviso são bem legais e mostra bem a sua essência. Com toda certeza agradará bem seus seguidores e futuros clientes.





COMO VENDER SEU PRODUTO OU SERVIÇO

Até aqui falamos sobre a pré-venda, a paquera, a conquista do cliente. Você aqui já deve ter criado uma relação de confiança com seu potencial cliente. Então, vamos às vendas.

Crie Desejo

Mas antes é muito importante que você crie desejo pelo seu produto ou serviço e mais, crie um desejo imediato.

Então guie-os por um discurso onde você poderá intensificar a necessidade deles por seu produto ou serviço; e depois, apresente como, surpreendentemente, você poderá ajudá-lo a solucionar seus problemas.

Seus potenciais clientes ficarão mais motivados a comprar se perceberem o quão inaceitáveis são seus problemas. Por isso, estimule o desejo neles, criando uma combinação entre problemas e soluções, mesmo que os



problemas tenham sido apontados por você e que eles ainda, nem haviam percebido até o momento.

Segundo pesquisas, as pessoas agem com maior rapidez quando necessitam resolver um problema ou algo que esteja incomodando. As pessoas querem ir para o lado oposto ao problema.

Então, se você mostrou o problema, se você realçou a dor deles, obviamente eles vão querer algo que resolva a situação. Mostre a eles que você tem a solução,

mostre o futuro maravilhoso que terão com seu serviço.

Não enfatize somente em seus produtos ou serviços. Procure focar, também, no futuro maravilhoso que seu potencial cliente terá.

Assim você estará criando desejo em seu "avatar".

"As características do produto apenas fazem a propaganda, os benefícios é que vendem"

Gaste um tempinho e responda:

Quais as dores do meu potencial cliente poderei solucionar com meus serviço/produtos? Escreva pelo menos 4 dores. Agora escreva 4 benefícios que tenha em seus serviços ou produtos, que irão atender ou solucionar essas dores. Por que isso é importante para ele, e como sua vida será impactada positivamente?

Mate Objeções

Refleta sobre essas perguntas: Por que você deixa de vender seus serviços ou produtos? Por quais motivos seus potenciais clientes estão deixando de comprar de você?

Perfeito! Refleta agora sobre essa pergunta: Quantas estratégias você desenvolveu até agora para matar essas objeções de seus potenciais clientes?

Para conquistar inúmeros clientes, e transformar seus potenciais clientes em clientes de fato, você precisa antecipar essas

objeções. Mas se por um acaso no momento da venda você perceber que surgiram novas barreiras pergunte: O que lhe falta para realmente tomar a decisão? Essa pergunta costuma funcionar muito bem.

Você pode também, fazer pesquisas com seus potenciais clientes e descobrir o que os impedem de comprar seus serviços. Conhecendo as respostas você poderá usar uma técnica para reverter a situação e fazer a venda.

A objeção é excelente, porque na verdade ela te dá oportunidade de fazer a venda.

Exemplo: Se o seu potencial cliente deseja emagrecer mas ainda não tomou a decisão em te contratar você pode fazer perguntas como: Qual é o seu maior problema com o emagrecimento? Quanto valeria para você atingir o peso desejado? Quanto custa a você não emagrecer agora?

Agora se ele disser: *"Eu amaria passar pelo processo de emagrecimento mas não tenho condições agora"*,

você concorda então, para baixar a guarda dele dizendo: *"Realmente esse é um bom motivo para não investir em seu emagrecimento agora"*.

Você pode continuar, fazendo uma pequena pausa e em seguida pergunte: *"Sua condição financeira é o único motivo para não fechar o processo de emagrecimento?"* Fazendo essa pergunta poderão surgir duas situações: ou aparecerão novas objeções, ou ele responderá que *"sim, meu problema é o dinheiro"*.

Fazendo o isolamento da objeção perguntando se é o único motivo, você estará a um passo de ganhar o cliente, porque você poderá nesse momento buscar uma forma de pagamento que caiba no bolso dele, por exemplo. Quando você perguntar: *"Se eu encontrar uma forma de você pagar sem pesar tanto para você, iniciaria o seu processo de emagrecimento?"*. Se ele responder que sim, você conquistou seu cliente. Bastará sentar com ele e definir uma forma melhor de pagamento.

Feche a Venda

Se você acredita em seu serviço ou produto, se você acredita nos benefícios que trará à vida de seus clientes, venda. Se o seu produto ou serviço trará benefícios tente convencer seu potencial cliente de todas as formas até ele comprar.

As pessoas não são boas na tonada de decisão, muitas vezes necessitam de ajuda nisso. Então, se você acredita verdadeiramente no que tem a oferecer, você tem o dever moral de tirar seus potenciais clientes de sua zona de conforto e ajudá-los na tomada de decisão.

Existem inúmeras formas de persuadir as pessoas a comprarem, e é fundamental criar uma impressão positiva, desencadear em seu cliente potencial segurança e confiança em você e em seus produtos, e



serviços ofertados. Por isso, é fundamental criar nos primeiros minutos de contato, uma imagem de profissionalismo e autoridade, um ambiente psicológico positivo. E preparar um excelente discurso pois à qualquer momento você poderá estar à frente de seu potencial cliente e já fazer uma venda.

Ambiente Psicológico Positivo

Para criar um ambiente psicológico favorável à

venda, é necessário refletir em qual a impressão que você gostaria de passar ao seu cliente: Como deseja ser visto? Quais emoções gostaria de gerar? Como gostaria que seu cliente te descrevesse?

Você deve fazer o possível para que essa impressão seja favorável à você e ao seu produto/serviço à partir do primeiro instante de contato.

Nossa mente subconsciente é muito mais rápida que a consciente, e absorve todas as impressões captadas

pelos órgãos sensoriais: visão, audição, tato, paladar e olfato. Esse fato associado a uma instantânea intuição vai despertar, ou não, a confiança de seu potencial cliente, e também a simpatia dele por você.

"Nunca perca a oportunidade de causar uma primeira boa impressão"

Discurso Poderoso

Desde que me formei em nutrição em 1994, eu busco melhorar a minha forma de abordagem na conquista e manutenção de minha rede de clientes. Entendi que a forma de comunicação faz toda a diferença, basta observar, por exemplo, dois profissionais com o mesmo conteúdo e resultados tão diferentes. Ou às vezes, profissionais com conteúdos visivelmente fracos, mas suas agendas lotadas. É fácil descobrir, basta começar a observar seus discursos.

A ideia aqui é te mostrar

onde a maioria dos profissionais falham ao se comunicarem com aqueles considerados potenciais clientes, no momento da venda. Você pode ser diferente se seguir o que vou te ensinar aqui, criar um discurso poderoso, um discurso persuasivo, e garantir seu posicionamento no mercado.

Se você olhar ao seu redor, todos são potenciais clientes ou conhecem alguém que seja. Por exemplo, se você trabalha com saúde, emagrecimento ou qualidade de vida com toda certeza conhece alguém que gostaria de ter uma vida plena, certo?

Você está rodeado de pessoas que poderão ser beneficiados com seus serviços. E você o que faz em relação a isto? Deixa irem e virem, e não aproveita a chance de aumentar seus contatos e fazer vendas.

Criar relacionamentos é muito fácil e poderá ocorrer onde estiver. Crie oportunidades de conversas que em algum momento, terá a oportunidade de usar o seu discurso.

Sempre que conversa com

alguém você fala seu nome, de onde você é, e em algum momento acabam te perguntando o que você faz, não é? Pode ser que esteja pensando: Ahhh nem sempre me perguntam isso! Tudo bem, se não perguntarem, pergunte você primeiro, que com certeza ele te responderá, e fará a mesma pergunta em seguida.

Isso poderá acontecer em festas, cursos, metrô, onde estiver. O importante é tentar prestar bastante atenção na pessoa que está a sua frente e tentar identificar as necessidades dela. Você pode, também, puxar uma conversa e tentar descobrir suas necessidades, dores etc, para facilitar a formulação do seu Discurso Poderoso e conversor de clientes.

Vamos lá, quando uma pessoa se dirigir a você e perguntar: "O que você faz? ou Você trabalha em quê?" O que você responde? Pense um pouco...Posso afirmar que como eu antigamente respondia, você responde: "Sou nutricionista ou Sou coach de emagrecimento ou Sou personal trainer e por aí vai. Verdade? Não é isso que na maioria das vezes responde?"

Guarde uma coisa que aprendi, e não esqueço mais. Foi o que me ajudou a reformular minha forma de pensar, comportar, e me posicionar diante de potenciais clientes.

As pessoas não estão interessadas em suas formações, diplomas, e no que você faz. Elas se interessam no que você tem a oferecer a elas, a transformação que elas terão com seus serviços. Se você quer se diferenciar, precisa conversar diretamente com o sistema límbico delas, através de gatilhos que vão ativar seus sonhos e ajudar a resolver suas dores.

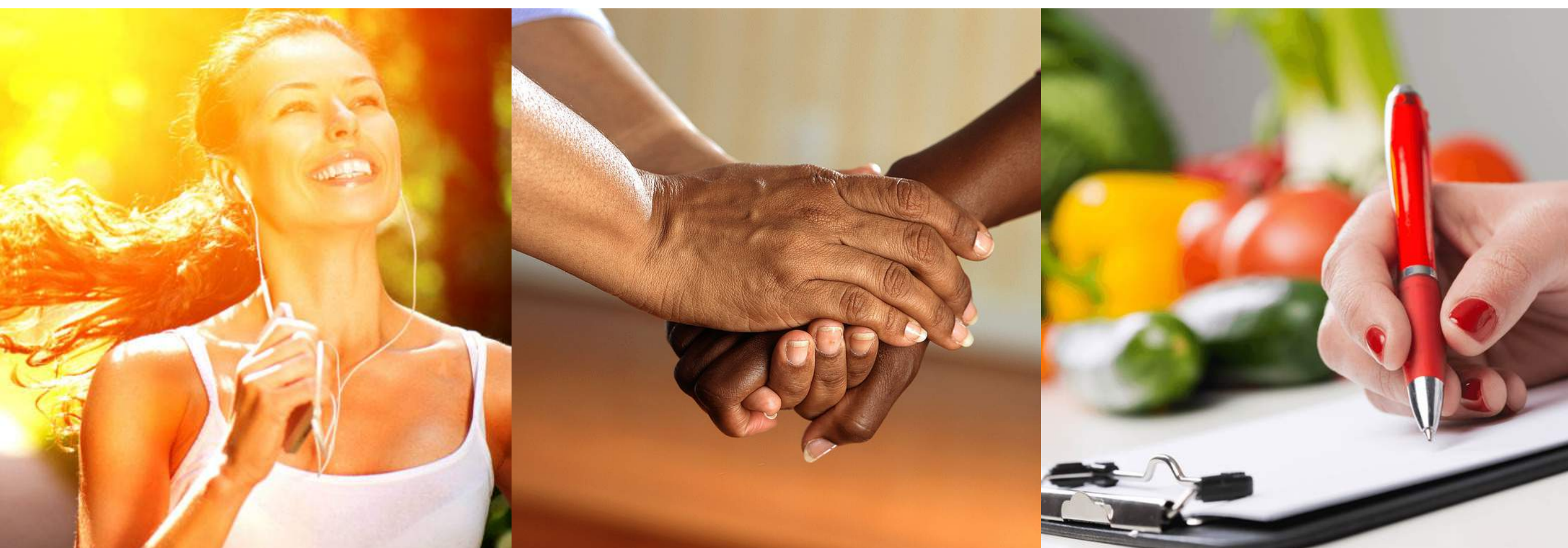
Todos nós queremos, mesmo que inconscientemente, satisfazer tudo que possa trazer benefícios a nós mesmos. Então, você precisa satisfazer e estimular seus potenciais clientes nesse sentido para que ele tome a decisão de contratar seus serviços ou comprar seus produtos..

Se você continuar dizendo "*Sou coach de emagrecimento ou sou personal trainer*", imediatamente o cérebro da pessoa a sua frente responderá: "*Isso me interessa ou me ajuda em quê?*" ou "*Isto não me interessa!*" Entendeu?

Você precisa criar um discurso que simplesmente elimine julgamentos, suposições e objeções. Você já conhece o perfil de seu avatar, conhece suas dores e sonhos... então, formulará seu discurso baseado nisso.

Por exemplo: Se você trabalha com emagrecimento, quais são as dores de seus clientes? Cansaço constante, sensação de inconformidade, auto estima baixa etc. Sonhos: ter mais saúde, vestir uma calça jeans, biquini, ser admirada pelo marido etc.

Então, o que responder quando alguém perguntar o que faz? "*Sou coach de emagrecimento*", "*Sou personal*". Não, nada disso. Sua bagagem profissional é importante e ele vai precisar e querer saber em algum momento claro, mas primeiramente você precisa gerar interesse respondendo tipo: "*Eu ajudo pessoas a elevarem sua auto estima, saúde e bem estar, eliminar suas frustrações com seu peso/corpo e se sentirem orgulhosas, felizes e apaixonadas por si e admiradas pelas pessoas que ama.*"



Bem melhor não é? Que tal exercitar agora e já criar seu discurso poderoso?

Crie agora seu discurso poderoso, mas lembre-se: responda a pergunta baseando-se na expectativa do cliente ("o que isto me trará de benefício?"), e não nas suas expectativas.

Não esqueça, também, de acrescentar os benefícios dos seus serviços, e a transformação e ganhos que seu potencial cliente terá com ele.

Te parece confuso? Não se preocupe que já já você irá compreender. Vou explicar rapidamente os **gatilhos mentais, o funcionamento do cérebro e a hierarquia de influência** e com certeza tudo que tratamos até aqui fará sentido para você.

Gatilhos Mentais

Gatilhos mentais são diretrizes utilizadas pelo nosso cérebro para que ocorra o mínimo possível de gasto de energia em uma tomada de decisão. É como se fosse a ativação de um atalho que o nosso cérebro utiliza para entrar em ação sem se cansar tanto.

Imagina as inúmeras decisões que tomamos

diariamente. São inúmeras: qual roupa vestir, por qual tarefa iniciar o dia, o cardápio do almoço e por aí vai. Então graças aos gatilhos mentais, que são facilitadores que nos fazem agir no "piloto automático" é que não precisamos viver esgotados com tantas decisões.

Esses gatilhos mentais agem diretamente em nosso sistema límbico que a parte de nosso cérebro responsável pela tomada de decisão.

O Funcionamento do Cérebro

Paul Maclean, Neurocientista, criou a teoria do cérebro trino na década de 70 e esta teoria ainda é muito utilizada e extremamente válida na neurociência.

Segundo essa teoria, nosso cérebro é dividido em 3 partes:

Cérebro Reptiliano: o mais primitivo e responsável pelo nosso instinto de sobrevivência. Formado



pelo tronco cerebral é o responsável pelo controle das funções vitais como: respiração, deglutição, batimentos cardíacos e também, por reações instintivas de luta ou fuga e todas as reações automáticas.

Cérebro Emocional: também chamado de Sistema Límbico ou Cérebro Mamífero está presente em todos os mamíferos, e é o responsável por nossas emoções.

Cérebro Racional: também chamado de neocórtex está presente somente nos seres humanos e é o responsável

pelos pensamentos lógicos e raciocínio, pela autoconsciência.

Mas onde eu gostaria de chegar com tudo isso? Gostaria que você entendesse o funcionamento do cérebro para enfim, entender como influenciar seu cliente para a tomada de decisão em adquirir seu produto ou contratar seu serviço.

Hierarquia de Influência

Segundo a hierarquia de

influência, a parte do cérebro responsável pela tomada de decisão é o sistema límbico, nosso cérebro emocional. Os gatilhos mentais estão ligados a ele. Por isso, você deve direcionar toda a sua comunicação a "este cérebro".

Quando falamos em discurso poderoso é porque esse discurso deve ser baseado em uma comunicação persuasiva, ou seja, que irá ativar os gatilhos mentais certos para que seu potencial cliente decida pela compra, de preferência, no exato momento.

Então, já que na hierarquia de influência o primeiro a ser influenciado deverá ser o reptiliano, responsável pelo instinto de sobrevivência, **passa segurança**. Seu "avatar precisa ter a certeza que está no caminho certo para resolver o problema dele e então o próximo passo é ativar os gatilhos mentais utilizando **palavras que expressem emoções como: felicidade, amor, orgulho** etc.

Uma ótima maneira de iniciar seu discurso é: **Eu ajudo pessoas...** Explore o verdadeiro porque do seu avatar, o que levaria ele, verdadeiramente, ir de encontro à resolução de suas dores. Assim, seu discurso não será mais uma mensagem recebida como tantas outras, será a mensagem que ativará nele o desejo real pela entrada em ação.

Sugiro agora que você gaste algum tempo trabalhando em seu discurso. Você já conhece seu avatar e já conhece a hierarquia de influência. O próximo passo é formular um discurso que deixe seu potencial tão encantado que não resistirá às maravilhas que seu produto/serviço tem a oferecer.

Bora começar? Eu ajudo pessoas...

Garantia como Redução de Risco

Outro fator que com toda certeza irá contribuir na tomada de decisão de seu cliente será a segurança que você pode entregar através de uma garantia.

Por que não? Se você tem um bom produto ou oferece um excelente serviço não tem porque temer. Dê ao seu cliente a segurança de poder sentir a qualidade que você oferece com a tranquilidade de que, se não gostar ou se arrepender, terá todo o investimento devolvido.

Essa segurança fará total diferença na tomada de decisão. Ofereça um prazo de garantia de 10, 15 ou 30 dias após a compra. Caso ocorra o pedido de devolução, ótimo! Isso é super normal! Mas não perca a oportunidade de receber o feedback para entender os motivos que levaram ao pedido de devolução. Use esse feedback para melhorar, ainda mais, o seu serviço ou produto.

Brinde

Os brindes também funcionam muito

bem no momento da decisão. Quando você vende um produto e oferece algo que possa complementar de forma gratuita o que está vendendo, vai encher os olhos de seus potenciais clientes. Por exemplo, se você trabalha com emagrecimento e está vendendo um pacote com 6 meses de consulta, você pode oferecer como brinde um e-book com 100 receitas ou um e-book com ferramentas para reduzir a compulsão



em momentos festivos, ou uma avaliação com bioimpedância etc.

Cortesia

Outra forma de encantar seu potencial cliente e acelerar a compra é oferecer cortesias.

Essas cortesias podem ser oferecidas



através de parcerias com estabelecimentos, profissionais, ou você mesmo pode oferecer algo que não esteja no pacote que está vendendo. Exemplo: Uma sessão de coaching, uma sessão de auricoloterapia, ou qualquer outro serviço que você também ofereça.

Sessão Educativa

Em qualquer relacionamento, seja pessoal ou profissional, é fundamental criar empatia, uma confiança mútua, e uma relação de proximidade. A isto, nós chamamos de Rapport. Você já deve ter ouvido a frase: "A primeira impressão é a que fica".

Então, não é mistério a importância fundamental da imagem que passa ao seu cliente, principalmente no primeiro contato. Portanto, você precisa criar rapport, criar empatia e na Sessão Educativa isto fará total diferença.

Outro ponto crucial para transformar seu potencial cliente em um cliente engajado aos seus serviços, é a escuta. Infelizmente nós não somos treinados a escutar, às vezes até tentamos, mas também não exercemos outro fator primordial aqui: atenção e foco no que o cliente está nos dizendo. São tantas informações a passar, cálculos a fazer, planilhas e tabelas a preencher, que em um atendimento tradicional muitas vezes não sobra tempo

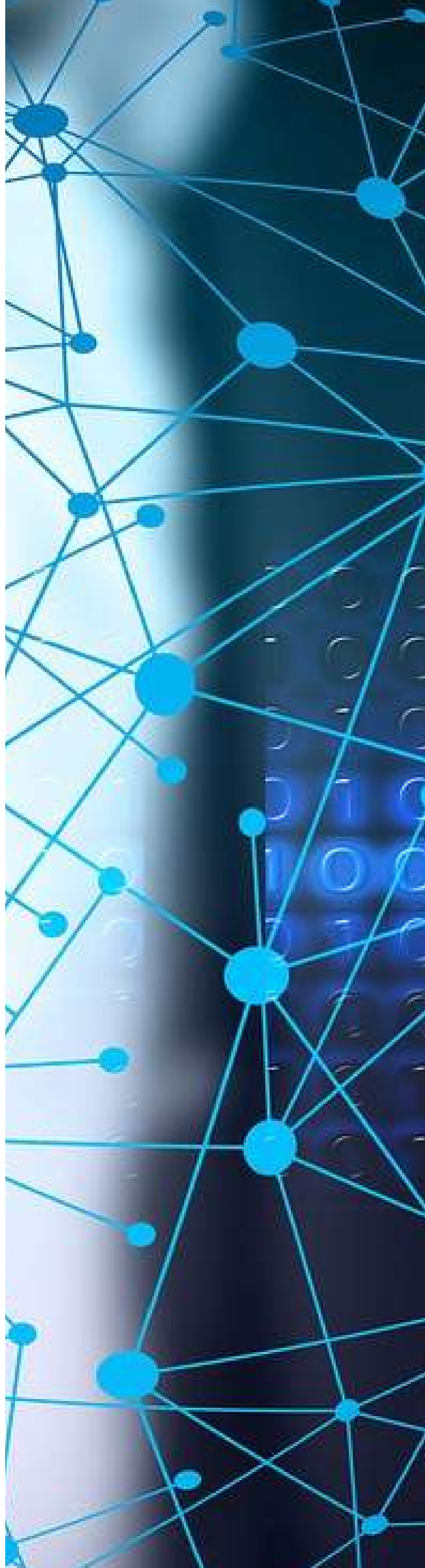


para escutar ativamente o que o cliente está dizendo. E é aí que a paixão deixa de ocorrer. O cliente tem um problema, quer te contar sobre ele, e claro, espera que você escute. No primeiro contato esta exploração é fundamental. Escute e Anote tudo.

Mas o que mais ele espera de você? Que você compreenda o problema dele. E isto é importante para que você tenha material suficiente para finalizar esta sessão educativa e super conversora de clientes. Após escutar, uma forma de demonstrar interesse e compreensão, e também se certificar se entendeu tudo, é parafrasear o que ele disse, e perguntar: Certo? É isto mesmo que compreendi?

Agora chegamos a parte principal, a transformação do potencial cliente em um cliente super animado pelo seu serviço.

Acredito que já tenha descoberto, através da escuta e atenção focada, as dores e sonhos de seu potencial cliente. Estou certa? Então chegou o momento de você mostrá-lo a transformação que poderá proporcionar caso opte em contratar os seus serviços ou comprar o seu produto.



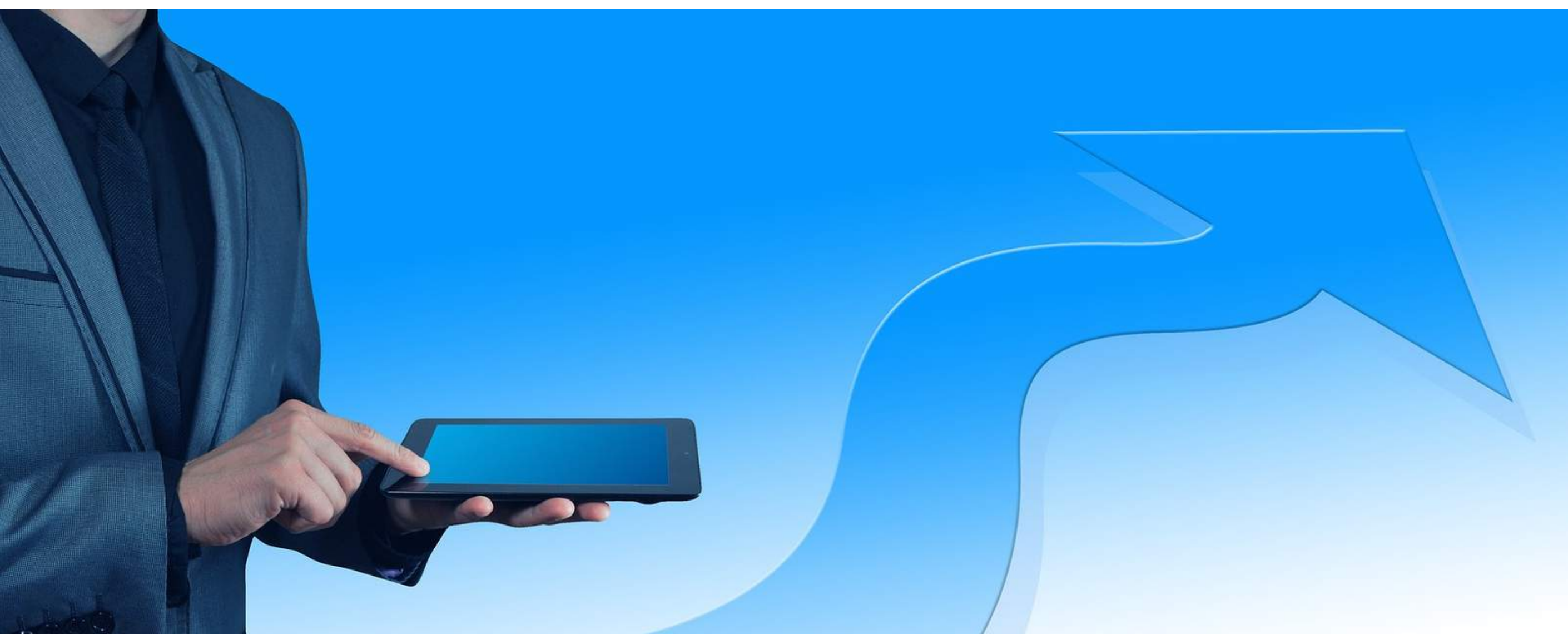
À partir daí você terá as informações necessárias para criar estratégias para atrair seus clientes, e entregar um serviço, ou produto, que os deixarão encantados e fidelizados aos seus serviços. Então, você precisará se preocupar com algumas etapas: a **conquista do cliente**, a **venda de seu produto ou serviço**, a **garantia da satisfação de seus clientes pelos seus serviços** (pós venda), e por fim, a **fidelização desses clientes**.

A conquista do cliente deve ser comparada ao início de uma paquera. Será o primeiro contato dele com você, é o momento onde irá tirar as primeiras conclusões em relação a você e ao que você tem a oferecer. É o momento que você precisará segurar a atenção dele e despertar seu interesse.

A venda é como o pedido em namoro, seu cliente se interessou por você, está acreditando que realmente você irá fazer diferença na vida dele e decidiu pagar pra ver.

A Próxima fase, talvez seja a mais determinante: o pós venda. É aqui que seu cliente vai perceber se vale ou não a pena continuar, e se você realmente faz jus à imagem que passou no momento da "paquera". Nesse momento é fundamental que ele permaneça encantado e disposto a continuar. Por isso você precisa estar presente e respondendo às necessidades dele;

Por fim, o momento do casamento. Você efetuou um trabalho tão especial que seu cliente fideliza à você. Não só se interessará por novos produtos, como te indicará para outras pessoas. Está iniciado assim, a sua jornada de sucesso.



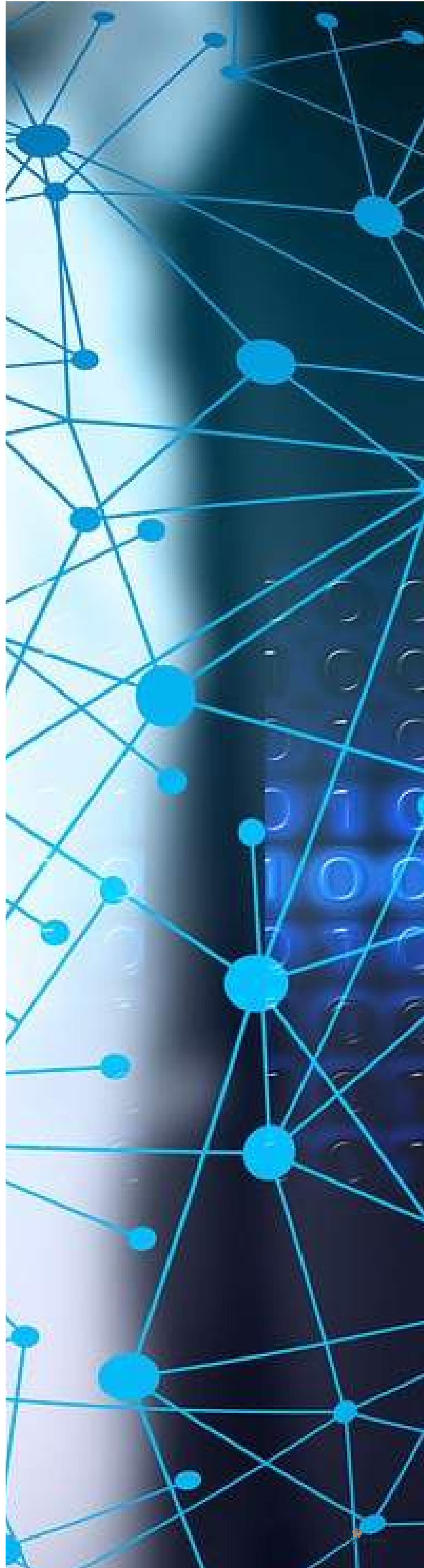
Sabemos que uma pessoa muda de fato por dois motivos: para fugir da dor ou para ir de encontro ao prazer, por isso, conhecendo as dores e sonhos dele ficará mais fácil praticar o que vou te ensinar agora, e que se você fizer bem feito, a pessoa diante de você será seu mais novo cliente.

Vamos lá! Crie um ambiente agradável: uma luz relaxante e música (sempre utilizo músicas pois contribuem muito para que a ferramenta que iremos utilizar agora se torne mais realista para o cérebro de seu futuro cliente). Ok... luz, música... Agora, peça a ele para se sentar confortavelmente, bem relaxado.

Primeira parte: Faça um ensaio mental focando na DOR de seu potencial cliente. Aquelas dores que você incluiu quando preencheu o perfil dele.

Ajude-o a ver claramente a vida que anda levando, hábitos errados, agressões à saúde, e o faça entender, e sentir, onde isso poderá levá-lo, quais consequências terão à sua saúde e demais setores de sua vida como casamento, trabalho etc.

Seja detalhista, o ensaio deverá ser bem realista para que ele sinta a Dor de ter que enfrentar todos os problemas, caso não



siga o objetivo dele. Reforce aqui todas as dores que percebeu nele ao ouvi-lo. Peça-o para retornar e relaxar um pouco.

Segunda Parte: Faça um ensaio mental focando no Prazer

Comece a segunda parte. Faça um novo ensaio mental. Porém, o objetivo é focar em todo prazer que sentirá se conseguir realizar as metas e atingir o objetivo. Não esqueça, deverá ser o mais realista possível e com riqueza em detalhes. Ajude-o a enxergar que maravilha será ele atingindo o objetivo e realizando seus sonhos. Reforce aqui todos os sonhos que ele disse ter ao longo do bate papo inicial da sessão.

Bom, depois de fazê-lo sentir o ápice da dor em não cumprir o objetivo, e o ápice de realização ao cumpri-lo, pergunte: "Fulano, por qual destas situações você decide optar?" Se você fez corretamente, neste momento você ganhará mais um cliente, com certeza ele optará pelo prazer e fugirá da dor.

Último detalhe, e que muitos esquecem, ou ficam sem graça de fazer: fechar o preço e contrato dos seus serviços. Se você perguntar: Você está realmente decidido? Tem mais alguma dúvida, antes do nosso próximo encontro? Claro que ele perguntará: Qual o preço da sua consulta, sessão ou serviço?

Neste momento você precisa fechar o preço e preferencialmente, já receber ao final dessa sessão, mas claro, após assinarem o contrato de prestação de serviço.

Agora chegou o momento de você praticar. Teste suas habilidades em fazer ensaios mentais com várias pessoas em seus relacionamentos para treinar.

Lembre-se: Nosso cérebro não consegue distinguir o que é real do que é apenas imaginário desde que seja realista. Então, crie um filme mental o mais detalhado e realista possível. Você está no comando, não esqueça.



Webinário de Venda

Webinar é uma abreviação de “web based seminar”, funciona como um seminário porém, realizado pela internet. No português, chamamos de webinário.

Webinário é uma palestra ou seminário transmitido ao vivo via internet, utilizando plataformas de transmissão como por exemplo: Webinarjam e Google Hangouts.

Mas qual a vantagem de se fazer um Webinário e utilizá-lo em vendas?

- Utilizando ferramentas de como essa, você poderá atingir pessoas e fazer vendas por todos os cantos do país, quiçá, do mundo, pois as apresentações poderão alcançar qualquer lugar que tenha internet;

- Você pode transmitir em uma sala online com poucas ou centenas de pessoas te assistindo ao mesmo tempo;

- Você poderá interagir tranquilamente com seu público. Você pergunta, e eles respondem pelo chat, ou eles perguntam pelo chat e você responde ao vivo no exato momento;

- Obviamente você economizará com aluguel de sala e com a

locomoção;

-e, Sua audiência poderá assistir de onde se sentir mais confortável.

Esses webinários já são uma realidade muito utilizada e se você ainda não conhece comece a pesquisar e se acostumar com a ideia. Você pode criar esses webinários para um público restrito que irá receber um convite com um link de acesso ou poderá criar webinários abertos a quem se interessar.

Esses webinários restritos são excelentes meios para você lançar seus produtos ou serviços, pois normalmente, as pessoas convidadas que estarão ali com você, são seguidores mais engajados e que, com certeza, se interessam pelo que você tem a oferecer.

Estrutura de um Webinário de Venda

A estrutura deve ser constituída por um bom conteúdo, gatilhos mentais para gerar interesse, momento para retirar dúvidas e chamada para ação (venda).

Mas antes de iniciar a estrutura não podemos esquecer do tema desse webinário. Você enviará emails convidando, mas seus convidados somente virão se o título desse webinário for bem atraente. Então a dica é escolher um título que expresse força, mostre os benefícios que seu convidado terá e ainda mate uma objeção. Você pode também, incluir um prazo para realizar o benefício. Exemplo: "**Os 3 Segredos Fundamentais para um**

Emagrecimento Eficaz, Duradouro e sem Sofrimento" ou "A Fórmula mais Simples de Reduzir até 10 kg em 3 meses, Sem Deixar de Comer o que Gosta".

Criando um título bastante atraente é bem mais provável que seus potenciais clientes se interessam certo?

Então vamos à estrutura do seu webinar:

-Os primeiros 5 a 10 minutos você se apresenta e bate uma papo com a turma que estiver entrando. Aproveite para engajá-los perguntando de onde são, profissão etc. Isso é importante porque dará tempo para os atrasadinhos entrarem e você iniciar com um grupo maior;

- Em torno de 40 minutos você entrega o conteúdo proposto no tema do webinar;

- Em torno de 10 minutos você apresenta o produto ou serviço à venda, você mostra a sua oferta;

- E por fim, em torno de 10 minutos a 2 horas, alternando entre tirar dúvidas e ir dando as boas

vindas às pessoas que estão comprando seu serviço ou produto.

Claro, a duração será de acordo com o número de pessoas presentes na sala de transmissão. Você não precisará estender muito se não houver dúvidas, ok?

Importante: Nesse webinar de venda, é fundamental que você coloque um botão no momento da oferta. Esse botão levará seu público à página de vendas. Por isso é possível saber quando houve uma venda e quem comprou seu produto no ato da compra.

Workshop

No webinar como no workshop você pode fechar várias vendas, ou seja, inúmeros clientes em uma única ação. Não é maravilhoso.

Mas o workshop ainda é o meu queridinho porque sentir o engajamento das pessoas ali, bem próximas de você, é mágico.

Este é um momento que você poderá fechar vários clientes ao mesmo tempo e fazer inúmeros bons contatos, inclusive de parcerias. Mas você precisa preparar um

excelente conteúdo para gerar bastante interesse e motivação.

Durante um workshop você poderá utilizar duas técnicas que citei anteriormente: o seu discurso e sua sessão educativa e conversora de clientes.

O importante é que em qualquer ação de venda você encante seus potenciais clientes. Isso normalmente é feito através da neuropersuasão, utilizando gatilhos mentais.

No workshop não poderia ser diferente. Então é importante que siga os seguintes pontos:

-Gerar **conexão** e engajamento: use e abuse de expressões que acionem os gatilhos mentais; e linguagem corporal para prender a atenção de seu público;

-**Autoridade** no assunto: deverá demonstrar grande expertise no assunto, por isso treine bastante antes;

-**Interesse**: converse com o público e demonstre interesse em ajudá-los a resolver seus problemas;

-**Prova social**: mostre aos participantes que seu produto ou serviço funciona. Convide seus clientes e peça a eles para relatarem seus resultados. Se eles não puderem participar, você pode pedir um vídeo com os relatos contando seus resultados e mostrar em seu workshop no momento da oferta;

-**Curiosidade**: fale de seus serviços mas deixe uma pontinha de quero mais, gere curiosidade e necessidade de pertencer ao seu grupo;

-**Urgência**: deixe claro que não terá muitas vagas para atendimento para que tomem a decisão rapidamente.

A Estrutura do workshop

A estrutura depende muito da duração e a mesma poderá variar de acordo com o costume local e o estilo de workshop que pretende fazer.

Eventos presenciais, como um workshop, pode durar horas. Mas para isso, você precisará criar uma estrutura

com muito engajamento para segurar a atenção do seu público.

Meus workshops normalmente variam de 3 a 6 horas com intervalos a cada 1 h e 30 min;

Normalmente eu sigo a seguinte estrutura:

- 10 a 15 minutos de boas vindas e apresentação;
- 40 a 50 minutos de conteúdo interessante, inovador e com slides criativos;

- 30 minutos com dinâmicas e práticas em grupo e individuais, utilizando ferramentas impactantes;
- 10 minutos para dúvidas;
- 15 minutos de Intervalo para Network. Aproveite esse momento para servir um coffee break, esclarecer dúvidas, trocar contatos e principalmente "vender seu peixe".

Terminando o intervalo você repete a mesma estrutura, sem a sua apresentação claro, rs.



O importante é que independente do tempo, você finalize seu workshop com uma ferramenta conversora, tipo a da sessão educativa lembra? E enfim, faça a chamada para ação.

Recursos Necessários para o seu workshop ser um sucesso:

- Local com espaço para aplicar dinâmicas;
- Mídias locais para veicular propagandas;
- Cartazes e convites;
- Data Show;
- TV;
- Microfone;
- Banheiro limpo e equipado;
- Água e Coffee Break para intervalos.

Observação: antes de iniciar faça um check list. Certifique-se que tudo está certo para você não ter surpresas durante a apresentação.

Copy - O Segredo da Venda

Existem alguns detalhes na etapa de venda que você não pode esquecer. Independente de como irá vender seu produto ou serviço você precisa dar atenção a esses detalhes.

Primeiramente guarde isso: **Seu potencial cliente não deseja comprar o seu produto, ou serviço, e sim resolver os problemas dele.** Eles pagarão, não pelo seu produto, e sim pela solução que ele trará para resolver os problemas dele.

Portanto, independente se usará um webinar, workshop, sessão educacional ou um discurso

conversor para atrair seus clientes, todos eles deverão funcionar como vitrines e de tempos em tempos você lançará mão de informações importantíssimas e de grande valor para seu potencial cliente, ou que irá matar alguma objeção dele.

Quanto mais você conseguir entregar benefícios, responder as dúvidas e matar as objeções, maiores serão suas chances de fechar vendas. Você deverá se transformar em um expert em matar objeções e caprichar em sua copy.

Copy são os textos de seus emails, roteiros de seus webinários ou workshops de vendas, roteiros das sessões de vendas, vídeos, páginas. Ou seja, são textos trabalhados com o intuito de acionar gatilhos mentais para matar objeções e favorecer uma ação, que no caso aqui seria a compra de seu produto ou serviço. Suas copys deverão então acionar a decisão de compra. Profissionais especializados nisso são chamados copywriter.

Calma, isso não é tão complicado, e para começar você não precisa ser um copywhiter e nem contratar um. Para matar objeções você precisa utilizar em suas apresentações ou discursos, os gatilhos mentais. Para isso, citarei alguns exemplos de objeções e como poderá matá-las e fazer com que seu cliente tome a decisão mais rapidamente.

Exemplo de objeções que poderão surgir:

"Está caro" ou "Não tenho dinheiro"

Essas, normalmente, são as que mais aparecem. Se ele achar caro seu produto, você pode matar a objeção perguntando: ***Quanto você acha que vale ter mais saúde, ter o corpo que sempre sonhou e poder vestir a roupa que sempre quis?*** Isso fará com que ele pare e

coloque na balança o que é mais importante. E você ainda pode dizer. Além dos benefícios x, y, e z, você ainda receberá o bônus tal. Ele precisa ser convencido de que está pagando barato pelo seu serviço que é muito especial.

Agora, se ele alegar que não tem dinheiro você pode ajudá-lo a entender e buscar meios de pagamento. Eu costumo dividir o valor em 12 parcelas no cartão, e mostro o valor pequeno que pagará por mês, ou até divido a parcela em 30 para ele perceber o quão barato é o custo que terá com sua saúde, por dia. Bem menos que os gastos com medicamentos que gastará se continuar engordando, por exemplo.

"Acho que vou esperar um pouco mais"

Para esses casos de objeções é muito legal que você já deixe claro o número de vagas e que o tempo para decidir também irá acabar pois as inscrições encerrarão em tal data. Você pode deixar claro os bônus que receberão se tomarem a decisão naquele momento.

"Já tentei outros métodos e não funcionam, acho que não funcionará também"



Aqui você precisará mostrar a ele que tem autoridade no assunto. Você pode também, mostrar depoimentos de clientes que já tiveram resultados. São ótimas formas de matar esse tipo de objeção.

"Tomo medicamentos ou meu problema é genético...isso não funcionará para mim"

Aqui seu cliente talvez não acredite mesmo, que seja possível para ele. Então, você já inclui em algum momento, o seguinte: Exemplo: ***"Funciona mesmo que já tenha tomado medicamentos para..."*** Isso o ajudará entender que poderá ter sucesso independente de seus problemas. Depoimentos também são sempre bem-vindos porque serão outras pessoas que já superaram estes problemas relatando.

"Não tenho interesse nisso agora"

Aqui você pode usar a técnica para reforçar a dor dele. Lembra que ensinei na sessão educativa? Então, se você relembra-lo será excelente...as pessoas preferem tomar uma decisão para fugir da dor do que simplesmente como prevenção, como por exemplo dizer que ele estará prevenindo tais doenças. Reforce a dor que é bem melhor.

"Preciso perguntar para o meu marido"

É bem provável que ele cause problemas porque não conhece seu produto/serviço, não participou de seu webinar ou discurso etc. Então, para que a decisão pela compra seja tomada, você pode fazer duas coisas: 1 - acione o gatilho da escassez tipo só tenho x vagas e esta oferta é somente até x horas; 2 - mostre os benefícios que seu produto e serviço trará não só para ela, mas para o marido, filhos, enfim, toda a família ficará mais saudável.



"Eu já tenho um produto ou serviço parecido"

Aqui é importantíssimo que você mostre quais são as vantagens do seu produto em relação aos concorrentes. Só existirá a compra se ela perceber que ganhará um pouco mais com sua oferta, certo?

"Não te conheço"

Aqui você também pode mostrar depoimentos ou outros produtos que já possui e sua autoridade e experiência no assunto.

"Tenho medo de não ter resultados ou não gostar"

Mostre uma garantia de devolução do dinheiro ou uma troca por outro serviço ou produto, isso o deixará mais tranquilo.

Dica importante: Se souber que existe algum

preconceito ou ideias contrárias aos seus serviços ou produtos, dê um jeito de mudar isso logo no início do seu evento ou sessão. Isso fará com que seu cliente se abra para escutar o que você tem a dizer.

Exemplo: *"Apesar de muitos dizerem que o coaching é modismo, eu gostaria de mostrar a você algumas pesquisas..."*

A SATISFAÇÃO NO PÓS-VENDA

É aqui que você terá que se esforçar muito pois um cliente satisfeito vale ouro, mas em compensação um cliente insatisfeito poderá lhe trazer inúmeros problemas.

Segundo Philip Kotler, "conquistar um novo cliente custa de 5 a 7 vezes mais que manter um atual".

O nível de satisfação do cliente pelo seu produto, ou serviço, é que vai garantir o casamento; a fidelização dele e sua indicação à novos clientes.

Portanto, investir tempo e dinheiro no pós-venda pode ser uma ótima prática para reter esses consumidores.

O pós-venda bem executado irá melhorar muito a sua imagem. E isso pode ser feito de várias formas e sem onerar seus custos, principalmente se estiver começando seu trabalho ou empresa.

O Pós-venda, segundo a wikipédia é a etapa que se inicia logo após o momento da aquisição de um produto ou serviço de uma empresa ou organização.

Quando fizer uma venda, essa deverá ser focada na satisfação do cliente. Você não deve finalizar a relação com o seu cliente logo após a aquisição do serviço ou produto, como acontece inúmeras vezes e com inúmeros profissionais que querem vender seus serviços ou produtos. O foco deve ser direcionado à satisfação do cliente, à manutenção dessa relação, pois cultivando um bom relacionamento com sua clientela irá garantir que ele volte a comprar de você e se torne fidelizado.

Pense um pouco: O que você ou a sua equipe costumam fazer ao concluir uma venda ou fechar um contrato? Encerra a relação com esse cliente, e segue para a próxima venda? Se é isso que está acontecendo, sugiro que mude agora, pois o pós-venda é fundamental independente se você está começando agora ou já se encontra à mais tempo na área.

Explicando de forma simples, o pós-venda é o seu atendimento após a venda de seu produto ou serviço, ou assinatura de um contrato. E, **guarde isso a sete chaves, é nesse momento que seu trabalho irá começar de fato.**

Cuidar bem desses clientes é tão importante quanto captá-los. Então, o pós-venda será qualquer ação que você criar com o intuito de manter uma relação consistente e um cliente satisfeito.

Vou te dar alguns exemplos de ações que poderão utilizar no pós venda que fará com que seu novo cliente tenha a certeza que fez a melhor escolha optando em adquirir seu produto ou serviço.

Quando um cliente acabar de fechar a compra ou contrato com você envie uma mensagem de agradecimento. Isso



pode ser feito por email, mensagem no messenger, whatsapp, telegram ou até uma página bonita acionada automaticamente após efetuar a compra.

Dica: Se você for vender seu produto via plataformas de venda como Hotmart, Eduzz e outros, eles possuem uma página de obrigado pela compra que você poderá personalizar, ou você poderá desenvolver a sua e colocar a URL no local indicado por essas plataformas.

É muito importante também que nessa mensagem você passe todas as informações necessárias em relação à entrega e funcionamento do produto ou serviço para deixar seu cliente seguro nesse momento inicial.

Outra ação interessante para esse momento é você presenteá-lo com descontos em outros produtos que possa adquirir em compras futuras.

ou mostrar a possibilidade de conhecer produtos complementares ao que ele acabou de adquirir. Isso poderá gerar uma nova compra. Exemplo: Você fechou um contrato de seis meses de atendimento para reduzir peso. Você pode oferecer também um pacote com atividade física 2 vezes por semana, caso você tenha parcerias, ou entrega de comida balanceada caso você também cozinhe.



Essas ações parecem muito simples, mas irão transmitir cuidado e interesse pelo cliente. Causará uma excelente experiência de compra a ele. As pesquisas de satisfação são excelentes opções para demonstrar interesse e nortear você em relação ao que poderá ser melhorado para as próximas vendas. O cliente gosta de se sentir importante. Quanto maior a proximidade entre vocês melhor,

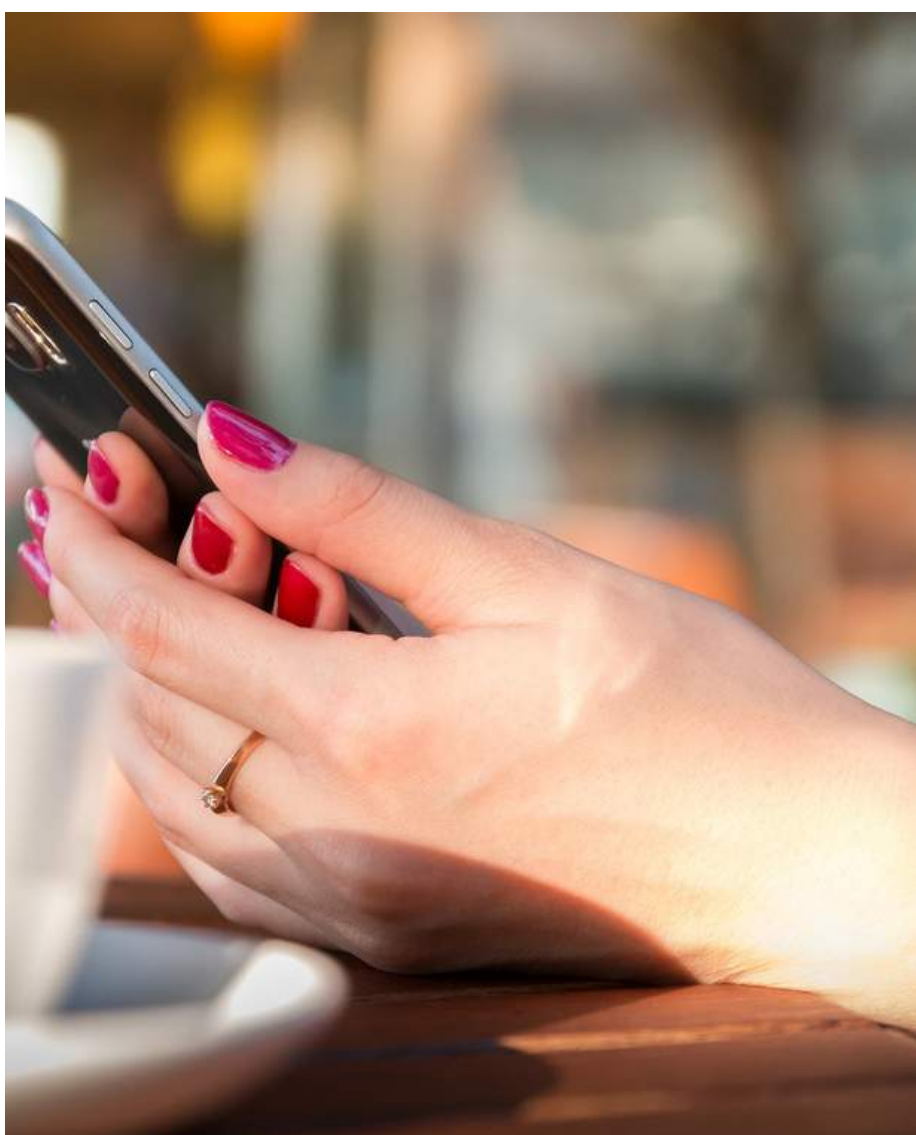
e a pesquisa de satisfação pode ser muito útil nesse caso.


Outra forma de exercer um excelente pós-venda é estando presente e disponível à seus clientes. Lógico que isso depende muito de sua demanda mas tire um período do dia somente para dar atenção e feedbacks aos seus clientes. Não tenha dúvidas isso fará total diferença na satisfação e resultados deles.



Lembre-se: Clientes fiéis e satisfeitos é a combinação que garantirá o sucesso do seu produto, serviço ou de seu negócio.

Ao colocá-las em prática as chances de um cliente realizar uma segunda compra aumentam consideravelmente. Fora que consumidores satisfeitos converterão em inúmeras indicações.





Os benefícios em investir no pós-venda são inúmeros como: elevar a satisfação de seu cliente, melhorar a sua imagem e de seu produto, abrir interesse para novas compras, fidelização de seus clientes e ainda a indicação de seus serviços ou seus produtos.

O Valor do Cliente

Uma vez que você conquistou seus clientes tão almejados, é importante que você comece a pensar em estratégias para mantê-los engajados.

Como está sendo o seu follow up? O que de especial você oferece a esses clientes, após a compra, para mantê-los encantados?

Vou te dar um exemplo: Em qual restaurante você vai preferir voltar a almoçar, naquele em que você foi tratado como mais um entre os 50 clientes ali presente, ou naquele em que você foi levado até a mesa e ainda recebeu um sorriso com a pergunta *"O que podemos fazer para que sua experiência em nosso restaurante seja inesquecível?"*



É bem diferente não é?

Sugiro agora que gaste um tempinho fazendo um exercício, respondendo as seguintes perguntas:

- 1 - Como você tratará seus clientes quando comprarem de você ou contratarem seus serviços?
- 2 - O que você poderá fazer para que eles se sintam especiais?
- 3 - Descreva 3 ou 4 ações que poderá fazer pelos seus clientes para que se sintam especiais e com vontade de continuar comprando de você.

"Liberte-se de conceitos pré-estabelecidos, foque na demanda do seu cliente satisfaça as necessidades dele e VENDA!"

A FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE

Investir na fidelização com certeza sairá mais barato e te trará inúmeras vantagens do que investir em clientes novos..

Entenda que sua maior riqueza são seus clientes, principalmente aqueles fiéis ao seu produto ou serviço.

Steve Denning, autor de *The Secret Language of Leadership*, diz que o encantamento do cliente te garantirá inúmeras indicações de seus produtos ou serviços. Por isso, o foco em seu cliente e em sua fidelização deverá ser uma de suas prioridades.

Os clientes encantados e engajados atrairão novos clientes e divulgarão o seu

nome.

Mas como eu disse anteriormente, manter um cliente satisfeito te custará bem menos do que conquistar outros.

Mas, afinal, como fidelizar clientes? Já falei bastante sobre isso no pós-venda, mas lá eu considerei o momento imediato após a venda, literalmente. Aqui quero que você imagine o período continuum do pós venda.

Passarei 5 dicas que irão te ajudar:

A qualidade de seu produto é fundamental, mas se você quiser fidelizar esse cliente você precisa ir além. Você precisa que seu comprador extrapole seus limites de satisfação.

Este “encantamento” é um trabalho continuum que além de uma excelente qualidade na entrega ou fechamento do contrato deve-se construir um vínculo afetivo entre seu cliente e a sua marca, produto ou serviço.

Veja agora algumas dicas para ter seus clientes fidelizados a você:

Personalize seu Atendimento

Seu serviço ou produto poderá ser copiado perfeitamente, agora se você criar um diferencial de atendimento com certeza será o que diferenciá-lo da concorrência. Seu diferencial é que criará o encantamento de seus clientes.

Quando você atender seu cliente, procure atender exatamente como ele gostaria. Você precisa identificar as suas necessidades e a melhor forma para isso é escutar bem o que ele diz e se colocar no lugar dele. Assim, você mergulhará em suas preferências criando um atendimento personalizado e direcionado às reais necessidades dele.

Gaste sua Energia com o Cliente Certo

Garanta um atendimento de qualidade direcionando ações e implementações especiais ao público certo. Não adianta gastar energia com todos porque você não conseguirá. Então, o seu foco deverá ser direcionado ao seu avatar.

Quem é o seu avatar? Onde se encontram? O que necessitam? Como seu produto/serviço irá contribuir com eles? Essas respostas te ajudarão a direcionar sua energia às pessoas certas e garantir uma fidelização. Impossível querer abraçar o mundo e ainda sim oferecer qualidade.

O Cliente é Rei

Se você parar e avaliar que seu cliente é o responsável em manter seu trabalho de pé, em pagar o seu salário, a manutenção do seu consultório ou empresa, o salário de sua equipe, seus cursos e outras despesas, ele deverá ser tratado "como um rei" pois é ele que dá a sustentação necessária para que seu produto ou serviço exista e se mantenha.



Eles é que justificam todo o seu empenho. Você deve garantir a qualidade do seu serviço sim, mas a satisfação de seu cliente deverá estar no topo de suas prioridades.

Crie o Cliente VIP

Todos clientes fiéis a sua marca e aos seus serviços, merecem um tratamento diferenciado. Invista em ações exclusivas como descontos, por exemplo. Esses clientes são o seu maior tesouro, não esqueça.

Para esses clientes, você pode criar um programa especial antecipando novidades como lançamentos com descontos super especiais, conteúdos personalizados etc.

Monitoramento, Feedbacks e Flow

Tudo que criar para engajar e melhorar o relacionamento com seus clientes deverá ser monitorado. Esse monitoramento permitirá que você conheça ainda mais seus clientes e suas necessidades, permitindo

uma melhoria contínua.

Encare o monitoramento, acompanhado de feedbacks para resolver as necessidades de seus clientes, como o Flow que irá gerar um sistema virtuoso de interação entre você e seu cliente e que proporcionará um fortalecimento da relação e a fidelização desse cliente.

"Sabe quem é o melhor vendedor do mundo? O cliente satisfeito. Ele vende seu serviço, sua marca, seu produto e não cobra comissão."

Pronto para começar? O primeiro passo é treinar sua escuta para você descobrir como seu cliente quer ser atendido, para atendê-lo com toda eficiência necessária. Crie seu processo virtuoso e que não deverá encerrar na venda.

Proponho agora um momento para que reflita: O que poderá fazer de especial aos seus clientes VIP?

O que poderia fazer de diferenciado que não faria aos demais clientes?

O Poder de uma Indicação

As indicações de seus clientes são tão importantes que você pode desenvolver programas de incentivo repassando uma porcentagem em relação ao valor da compra indicada por seus clientes. Isso seria uma excelente estratégia para receber ainda mais indicações.

Pense comigo, as indicações são excelentes estratégias de vendas, afinal, um cliente indicado tem um custo menor de aquisição, e seu potencial de fidelização é muito maior.

As pessoas dão mais atenção àquilo que foi indicado por recomendações de amigos do que por qualquer outra fonte. Eles confiam em pessoas

conhecidas pois passarão mais credibilidade.

Quando o seu cliente comenta para outras pessoas como é seu produto ou serviço, já adianta também sobre preços e condições, o seu processo se tornará muito mais ágil.

Outro fator super positivo em relação às indicações é que com as redes sociais o famoso boca a boca pode ocorrer em grande escala e as informações espalhadas rapidamente. Quanto mais positiva for sua imagem para seus clientes maiores serão suas chances de venda.

Porém, apesar de ser uma excelente forma de desencadear vendas, as indicações ainda não são muito bem exploradas por empresas, vendedores, produtores ou prestadores de serviços.

Sabemos que existe uma grande distância entre querer indicar, e indicar propriamente dito. Então, nem todos que querem, indicam realmente. Isso deixa claro a necessidade de observar o tamanho da oportunidade que está sendo perdida. Na verdade, isso será facilmente revertido se você criar programas de incentivo àquelas vendas fechadas através de indicações.

É muito importante dar o máximo de atenção a isso. Você já deve ter visto em vários comércios, campanhas tipo: "Indique um amigo e ganhe um desconto" certo? Porém, nem sempre é o suficiente pois nem todos estão dispostos a dar sua cara a tapa. O nome da pessoa que está te indicando é que estará em jogo, caso o produto ou serviço, não satisfaça o cliente.

"Ter um cliente satisfeito vai muito além de, simplesmente, usar técnicas de comunicação, aproximação ou atendimento. Depende muito mais de um sentimento genuíno de querer bem ao outro."

Mais uma vez então, afirmo a importância em criar um excelente relacionamento, uma relação de confiança para que seus clientes sejam seus defensores; defendam verdadeiramente o seu produto e/ou seu serviço.

Essa proximidade, aumentará a motivação em indicar você e o que você está oferecendo para familiares, amigos e até mesmo pessoas que nem conhece.

Se tiveram uma excelente experiência com sua marca falarão com propriedade e muito entusiasmo. Ficarão felizes em divulgar, independente do valor que receberão por indicação.

Mas antes de você pedir que seus clientes te indiquem reflita sobre alguns pontos bem importantes:

Surpreenda

O que devo oferecer de surpreendente aos meus clientes para que se sintam ainda mais motivados a me indicar? O que de inesperado devo oferecer? Qual experiência incrível poderão experimentar?

Reconheça

Quais clientes, realmente estão dispostos a me indicar?



Em quais devo focar para evitar perda de tempo e dinheiro?

Administre

A medida que seu negócio for crescendo, você precisará administrar isso para mensurar seus resultados. Você poderá fazer isso até mesmo através de uma planilha feita no excel, e com o tempo você poderá buscar algum aplicativo ou ferramenta indicada para isso.

Quanto mais atento você estiver aos detalhes importantes para se criar um bom programa de indicação que motive seus clientes a fazerem vendas por você, maiores serão seus ganhos e sua visibilidade.

pessoas que o atual cliente conheça e poderia se interessar pelo seu produto ou serviço também. Ao ser recomendado por ele você terá a mesma credibilidade que ele pois o novo cliente potencial será uma extensão do cliente já existente e que o indicou.

Mesmo que seus potenciais clientes não fechem um contrato com você ou não compre seu produto, naquele momento, você deve dar continuidade a um bom relacionamento com ele.

Se ele fica satisfeito com seu atendimento, não existirá problema algum em você pedir indicação de pessoas que possam se interessar pelo produto/serviço que você está oferecendo.

Mas sempre que contactar essas novas indicações não se esqueça de fornecer-lhes o nome de quem indicou, agradecer e pedir novas indicações.

Todas as pessoas tem inúmeros contatos e com certeza muitos deles se interessarão pelo que você tem a oferecer e ainda melhor, terão a segurança

**Indicações de
Vendas em
Todos os Lugares**

Você também pode, sempre que fechar uma venda pedir o nome e contato de 2 ou 3



de que você está sendo indicado por alguém das relações dele.

Se você solicitar contatos continuamente a todos clientes e potenciais clientes quando perceber já terá uma lista enorme de possíveis clientes para trabalhar seu marketing. O segredo é não parar de prospectar.

Não esqueça também de criar o hábito de falar de seu novo trabalho a amigos, parentes, e contatos sociais. Deixe muito claro os benefícios de seus serviços ou produtos, e

procure saber deles se conhecem pessoas que possam indicar. Se você fizer isso com frequência, solicitar contatos e recomendações, abrirão tantas portas que se surpreenderá.

PROSPECTANDO: CRIE SUA BASE DE CLIENTES SEM MEDO

Mesmo que você seja excelente no que faz ou tenha produtos e serviços excelentes a oferecer, de

nada adiantará se não tiver a quem oferecer certo?

Sua capacidade em encontrar novos clientes é que determinará o seu sucesso. Por isso achei válido reservar uma parte deste e-book para te ajudar nisso.

Como sabemos, o maior obstáculo para o sucesso é o medo; medo de vender, medo de falar em público, medo de não ser aceito, medo de ser criticado, medo de se autopromover...enfim, nós somos sabotados pelo medo porque somos extremamente, mesmo que inconscientemente, preocupados com a opinião dos outros. E a medida que alimentamos esse medo ele pode passar a controlar todas as nossas ações.

Se eu te desse a garantia de que para você montar grupos de emagrecimento, e ter o número de pessoas no grupo que gostaria, você precisaria iniciar suas lives hoje, qual seria sua reação? Com que rapidez se moveria?

Com essa garantia e sem o medo da rejeição e críticas, provavelmente você seria um expert em lives, certo? Porém, isso não ocorre porque o medo muitas vezes domina.

Pergunte-se: Como faria minhas lives, vídeos, workshops para deixar meus potenciais clientes encantados e realmente interessados em meus serviços ou produtos? Como eu agiria, pensaria e sentiria se não tivesse medo? As respostas para essas perguntas deverá ser a pessoa a qual deverá se tornar à partir de agora. Esse deverá ser o seu objetivo e garantirá o sucesso em suas vendas.

O medo de se autopromover surge na primeira infância e ao começar aparecer nas mídias esse medo incorpora. Provavelmente a sua inexperiência inicial não trará boas respostas o que abaixará ainda mais sua autoestima.

Quando isso ocorre, você começa a inventar mil desculpas para não tentar novamente e esse

comportamento de fuga acaba se tornando um hábito tão fortalecido que você começa a criar aversão em se expor.

A boa notícia é que à medida que você começa a se autopromover e prospectar com mais frequência, seja em visitas a potenciais clientes, workshops presenciais ou em webinários e lives, isso vai se tornando rotineiro e o medo vai diminuindo. Torna-se mais tranquilo e bem mais profissional. Com mais experiência você vai dominando o processo e terá mais autocontrole diante do público independente se for 3 ou 300 pessoas.

À medida que você for desenvolvendo sua expertise em "Vender seu Peixe", aumentarão significativamente as indicações e você nem precisará mais prospectar com tanta frequência. Os clientes chegarão até você sem tanto esforço.

SARA - SISTEMA ATIVADOR RETICULAR ASCENDENTE

Nesse e-book você aprendeu passos fundamentais para realizar boas vendas: a conquista do cliente, a venda, pós-venda e a fidelização. Além disso, você aprendeu a importância de prospectar, de encarar o papel de vendedor e vender seu peixe sem medo do sucesso.



Tem uma coisa super importante que sempre falo aos meus alunos. Quando passamos a dar mais importância ao bem que podemos fazer aos outros e menos ao nosso ego, com certeza nosso medo de julgamentos e desaprovação serão enfraquecidos e é muito provável que caiam por terra.

Além de todo o potencial e ferramentas disponíveis nesse e-book você tem algo valioso e à sua disposição aí em seu cérebro. **O SARA - Sistema Ativador Reticular Ascendente** funciona como um computador programado para focar exclusivamente em buscar oportunidades e melhor, gerar sucesso para você, até mesmo enquanto você estiver dormindo. Maravilhoso não é? Enquanto você dorme seu cérebro pode articular o seu sucesso.

Porém, a grande maioria não utiliza esse computador conscientemente, ou programou de forma errada para buscar aquilo que não queremos. Veja bem, milhões de pensamentos entram e saem de nossa mente diariamente, e são eles um dos principais recursos que geram nosso ambiente, certo? Sabemos também que nossos pensamentos podem afetar positivo ou negativamente cada célula de nosso corpo.

Sabendo disso eu gostaria que parasse para pensar: **Qual foi o nível dos seus pensamentos hoje?**





"O Que Pensamos Define Quem Somos"

Com certeza, se você for igual a grande maioria, vive rodeado por pensamentos negativos, autocríticas e problemas. Normalmente as pessoas focam naquilo que não funciona bem, em suas vidas, e criam vínculos afetivos, facilmente, ao compartilhar infelicidade e insucessos.

Observe todos ao seu redor. É incrível o número de discursos tipo: **"Não aguento mais tanta chuva"**, **"Nossa que sol quente"**, **"Meu corpo está horrível"**, **"Meu cabelo está tão seco"**, **"Preguiça hoje, vontade de fazer nada"**, **"Detesto isso"**.

Nosso sistema ativador reticular ascendente trabalha programando a atitude cerebral, e a sua força está no fato de que o subconsciente aceita tudo, sem exceção, que você diz, como se fosse algo verdadeiro.

Acho que já deu para entender onde quero chegar, não é? Não espere que sua mente

subconsciente diga: "**Opa, ele disse isso da boca para fora, vamos deletar**". Seu cérebro não consegue fazer distinção do que é real ou imaginário. Então, se você ficar focando em preocupações que não consegue fazer isso, ou aquilo e que seus projetos podem dar errado, provavelmente seus resultados não serão bons. Seu subconsciente entenderá que os problemas aos quais insiste em pensar por exemplo, é o mais importante para você, então não buscará soluções para te ajudar.

Ao invés de ficar pensando no problema de não conseguir clientes, por exemplo, foque na solução: "**Como poderei encontrar mais clientes?**" "**O que poderei fazer para atraí-los?**"



***"Finja que você consegue fazer,
até de fato conseguir fazê-lo"***

Quando precisar resolver seus problemas, mude a forma de agir e pensar, não pense no problema se enchendo de preocupações, **exija soluções para o seu cérebro.**

Sabia que fingir que sabe funciona super bem? Sim, funciona porque você estará enganando seu subconsciente. Você deve fingir que sabe fazer algo que ainda está aprendendo, e assim estará ajudando seu subconsciente a trabalhar à favor. Você o estará



estimulando a transformar "esse teatro", em realidade. Então, experimente fingir, por exemplo, uma excelente live de vendas, ou um telefonema para uma pessoa indicada por um cliente e você finalizando a conversa com um excelente fechamento de contrato no final.

Guarde isso: O que você disser para o seu cérebro ele acreditará e com certeza te ajudará a trazer para a sua vida. Então, assuma as atitudes e postura de uma pessoa de sucesso. Aja como se o sucesso já fizesse parte da sua vida. Assim, seu subconsciente trabalhará para trazer mais sucesso a você.

Existem 2 coisas que estão totalmente sob o seu controle: sua atitude e percepção. Acredite, se você as controla você alcançará todas as suas metas e objetivos.

Mas como isso funciona? Seu cérebro faz um esquema de triagem e irá te despertar somente para aquilo que for de seu interesse. Por exemplo, você nunca havia visto um Jeep amarelo gema passando pelas ruas. De repente você resolveu comprar um Jeep amarelo gema. Ao decidir isso, você acionou seu SARA para o seu interesse. Ok, você foi fazer sua caminhada matinal e de repente passa por você um Jeep exatamente como quer, e logo depois passa outro e mais outro.

O que aconteceu? Os Jeeps de cor amarelo gema resolveram dar o ar da graça? Não, à partir do momento que aquele Jeep passou a estar entre os seus interesses, ou seja, em seu radar, o seu sistema ativador reticular ascendente foi informado e então você começou a nota-lo com mais frequência.

Ele sempre esteve passando por você. Porém, só agora você começou a despertar para a existência dele. Ele passou a ser interessante para você quando resolveu comprá-lo.

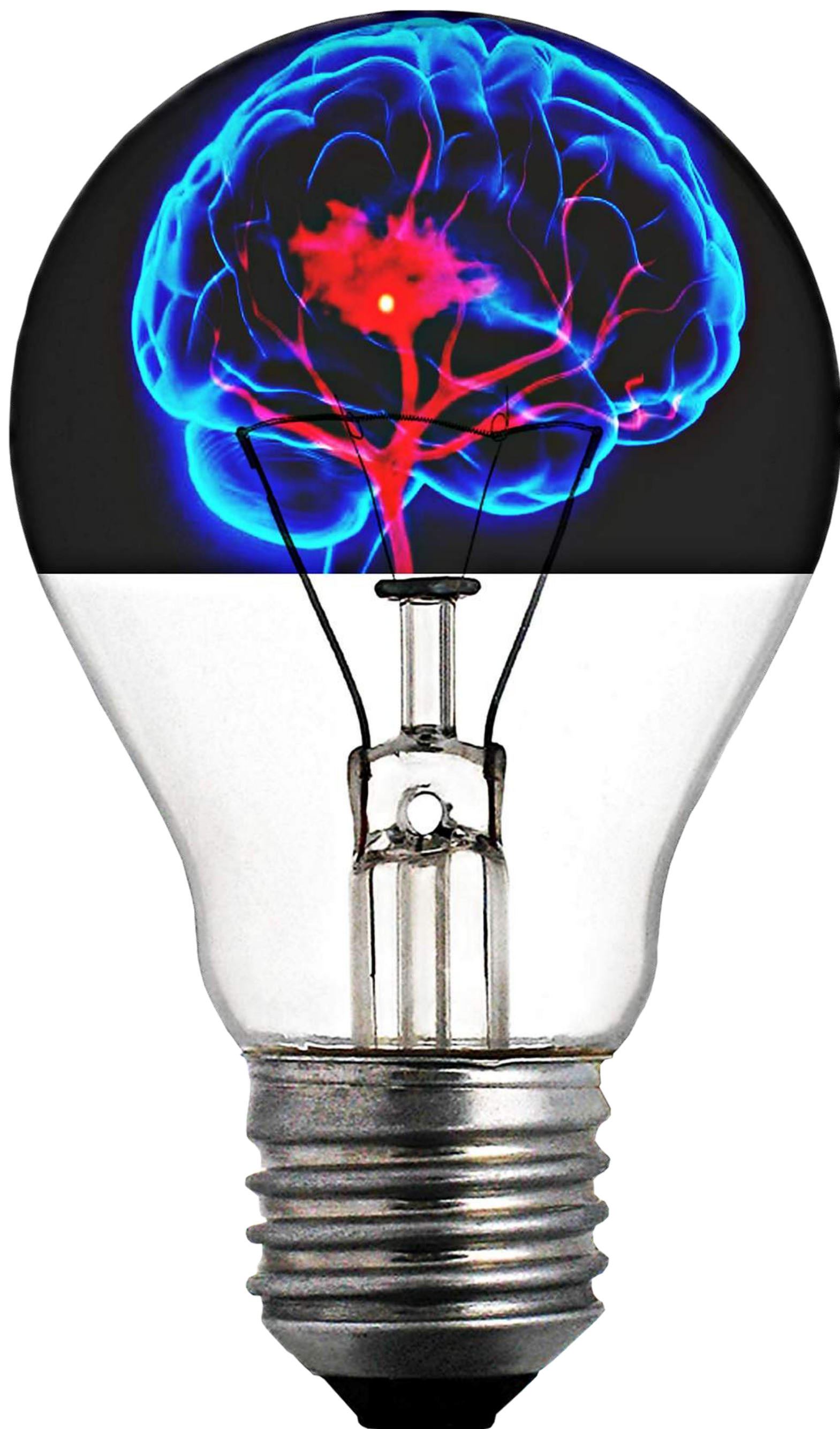
Então, se você focar em mais clientes, mais sucesso, mais vendas, mais contratos firmados, seu SARA sendo um "computador" super eficiente, fará a triagem e te despertará para tudo aquilo que possa te ajudar a realizar.

Mas saiba que o contrário também ocorre. Evite o foco no que for negativo. Tudo bem até aqui? Então vamos a algumas dicas que valem ouro...

"Tudo que seu sonho precisa para ser realizado é que você acredite que ele possa ser realizado"



DICAS DE OURO





FAÇA O SARA FUNCIONAR POSITIVAMENTE PARA VOCÊ

Os momentos mais receptivos de sua mente é ao acordar e antes de dormir. Esses serão os melhores momentos para focar naquilo que deseja realizar em sua vida. Se focar em sucesso profissional, uma agenda lotada e clientes satisfeito, nesses momentos seu cérebro absorverá com mais eficiência.

Se você fará um webinar ou um workshop imagine tudo ocorrendo exatamente como gostaria. Essa visualização permanecerá em sua mente e te ajudará a ter o desfecho exatamente como gostaria.

Use frases no presente exemplo: "Hoje é um dia excelente para fechar processos de coaching" ao invés de "Hoje eu fecharei 3 processos coaching". "Eu sou milionária" ao invés de "Eu ficarei rica". **Isso se chama Autossugestão.**

Repetir o que você deseja é muito importante para seu subconsciente. Você pode repetir o que deseja antes de dormir e todos os dias ao acordar. Afirma como se elas já existissem e de forma bem positiva.

Alguma vez você pensou antes de dormir que precisaria acordar tal hora e de fato aconteceu? Então não durma sem antes solicitar algo que seja importante a você para o seu subconsciente. Crie essa rotina! Exija as soluções que necessita ao seu subconsciente.

CRIE UMA GRAVAÇÃO COM SUA PRÓPRIA VOZ

Prepare uma gravação e escute todas as noites ao dormir. Pode ser em um gravador, em seu computador, celular, onde preferir.

Coloque uma música bem tranquila que você goste muito e vocalize esse texto: Imagine-se em um local muito tranquilo, bonito, com flores, animais, um rio passando. Um local silencioso que te transmita paz. Diga a você mesmo para respirar profundamente e relaxar todo seu corpo vez.

Faça uma contagem regressiva de 10 até 1, contando cada número e relaxe ainda mais. Mantenha-se calmo e perceba como sua mente vai relaxando.

Em seguida diga uma série de afirmações positivas, sobre você e tudo que quer realizar em sua vida. Afirme de forma positiva e no presente, como se já estivessem acontecendo, para que seu subconsciente comece a trabalhar nelas.

Segue exemplos de afirmações:

- Minha vida é próspera e abundante;
- Eu tenho e atraio ainda mais sucesso para minha vida;
- Eu realizo excelentes vendas e contratos;
- Eu sou saudável e feliz;
- Encontro-me em perfeito equilíbrio em minha vida pessoal e profissional;
- Eu realizo todos os meus objetivos com muito êxito.

EXEMPLOS DE PASSOS EXCELENTES PARA FOLLOW-UP

Primeiro Passo - Envie um e-mail imediatamente: logo após um primeiro encontro com seu cliente envie um e-mail. Seu contato ficará bastante impressionado se chegar em casa ou logo depois da vídeo-conferência ou webinar, e encontrar um e-mail seu.

Comece o email abordando sobre algo que conversaram na reunião. Exemplo: **"Suas histórias de viagens foram excelentes. Em nossa próxima reunião vou te sugerir alguns lugares que amei conhecer"**.

Utilize o elogio: **"Você me parece muito consciente de sua necessidade de participar de um grupo de emagrecimento e bem estar. Você realmente fará a diferença no grupo devido a sua determinação"**.

Cite os problemas e como seu serviço irá ajudá-lo: **"Com as dificuldades que já vivenciou em seus processos de emagrecimento, ficou muito claro que fazer parte do grupo te ajudará a engajar mais ao tratamento, aumentará seus resultados e reduzirá seu índice de recaídas"**.

Gere proximidade na despedida: **"Foi ótimo conhecer você. Tenho ideias excelentes para nosso próximo encontro para que seu processo de emagrecimento seja transformador"**.

A melhor forma de conquistar um cliente é focando nele e nos benefícios que seu produto/serviços trará a ele, não na venda de seu serviços.

CONT...

Segundo Passo - Faça um telefonema que pode ser no dia seguinte ao encontro, e que aumentará o vínculo dele com você.

Ligue e ofereça ajuda em algo independente do que está querendo vender. Exemplo: "**Me lembrei de nossa conversa ontem, e você me disse que tem enfrentado noites em claro com insônia. Acho que tenho algo que poderá te ajudar. Estou enviando agora um e-mail com uma técnica que irá ajudá-lo significativamente.**"

Terceiro Passo - Compartilhe algo divertido relacionado ao assunto de vocês com a única intenção de gerar umas risadas dele. **Lembre-se: Você está fortalecendo o vínculo com ele. Enviar algo leve e divertido poderá surtir ótimo efeito.**

Quarto Passo - Ofereça uma ajuda. **Você pode, por exemplo, oferecer uma live gratuita com o tema sobre insônia ou outro problema que ele esteja enfrentando.**

Quinto Passo - Convide-o para jantar ou ir a um evento. **Isso formalizará o vínculo entre vocês.**

SEJA O COMANDANTE DO SEU BARCO

Quando você não tem ideia do que quer da vida, as coisas deixam de fluir, você começa tomar decisões erradas e perde o foco do que realmente importa.

Concentre-se no que Realmente Importa

Defina um objetivo e a data que deseja realizar. Exemplo: Quero 100 novos clientes até dia x do mes x e do ano x; ou quero minha clínica com 5 salas, tais profissionais até tal data

Crie Metas

Crie pequenas metas que irão construindo o caminho ao objetivo maior. Crie um quadro mental do que deseja realizar a cada mês. Exemplo: 20 novos clientes por mês, 2 workshops, 20 lives etc

Festeje cada Meta Realizada

Quando você festejar estará criando uma recompensa e seu cérebro entenderá que é importante para você e passará a ajudá-lo a cumprir novas etapas

Evite Distrações

Se você tomou a decisão que quer 100 clientes novos até tal data é bem provável que terá que se dedicar um pouco mais. Portanto foque no que é importante e o que distrações evite ou reserve um pequeno período do dia para elas.

Antecipe Problemas

CONT...

Durante o percursos poderão aparecer alguns problemas. Isso é normal! O segredo é você tentar imaginar quais seriam esses problemas, antecipá-los pensando em como irá resolvê-los, caso surjam.

Encontre seus Recursos

Aqui você precisa buscar seus recursos internos: forças, virtudes, talentos; e recursos externos: patrocinadores, pessoas que podem te passar indicações, cursos etc.

Acompanhamento e Controle

Esse é o ponto que talvez você tenha que dar a maior atenção. Já viu aquele ditado: "**Os olhos do dono é que engorda o gado**". Pois é a pura verdade. Você precisa estar de olho em cada passo, controlar cada avanço, avaliar métricas. Isso sim, fará de você um comandante e não um passageiro do seu barco.

ADMINISTRE BEM O SEU TEMPO

1 - Identifique as ações necessárias para que você realize o seu objetivo

Que novas ações só você poderá criar, e que farão uma grande diferença?

Que ações serão necessárias para seu objetivo se transformar em realidade?

2-Avaliar as atividades diárias. Como você pode descrever sua agenda? Descreva

3- Faça uma análise:

-Atividades de Alto impacto. Quais as atividades diárias que são imprescindíveis para seu objetivo e também para sua vida cotidiana?

-Atividades de Médio Impacto. Quais atividades são importantes mas possuem pouca influência em seu objetivo e em sua vida?

-Atividades de Baixo Impacto. Quais não são importantes e nem urgentes, e trazem poucas consequências para o seu objetivo e sua vida?

-Atividades Delegáveis. Quais atividades você poderia delegar e focar mais em seu objetivo?

-Atividades Elimináveis. Onde está desperdiçando seu tempo? O que lhe traz conforto mas nenhum impacto ao seu objetivo

4 - Reorganizar a agenda:

Como se reorganizar, para planejar melhor sua agenda com as atividades necessárias para atingir seu objetivo?

A FÓRMULA PAVLOVIANA PARA MELHORAR SUAS VENDAS E PROSPECTAR CLIENTES, COM SEGURANÇA

A resposta condicionada foi demonstrada pela primeira vez pelo médico e pesquisador russo Ivan Pavlov. Ele mostrava carne a um cão e imediatamente o cão salivava. Quando o cão ia em direção a carne salivando o pesquisador apertava uma campainha. Depois de repetir várias vezes esse procedimento o cão passou a apresentar uma resposta condicionada à campainha ou seja, toda vez que a campainha tocava, o cão salivava e procurava a carne mesmo ela não estando por ali.

Acontece o mesmo com todos nós. Respondemos a estímulos todo o tempo. Você vê um m grande e amarelo, lembra do Mac Donalds, sente cheiro de comida e seu estômago responde, pensa em uma pessoa que ama e sorri.

A grande parte de nossas ações são condicionadas pelos nossos hábitos, seja bom ou ruim. E a boa notícia é que você pode criar bons hábito inclusive de vencer o seu medo ou insegurança de abordar clientes e potenciais clientes para fechar novas vendas. Então sugiro que pratique esses 4 passos. Mas lembre-se para fixar um novo, uma resposta condicionada é necessário muita prática e repetição. Portanto, comece agora.

1º Passo - Desapego: Imagine você indo para uma apresentação de vendas, olhando ao relógio cada vez mais ansioso e tenso a tal ponto que começa a pensar em maneiras de fugir tipo: falar que o carro deu defeito, tomar inúmeros cafés antes de pegar o carro. Está se identificando? rs

CONT...

Então agora pratique o desapego, auto observação. Desassocia-se dessa situação imaginária. Ao dissociar-se você também se afastará do medo e da insegurança e você poderá observar o seu comportamento diante da situação como se estivesse assistindo a um filme. Dá mesma forma você pode observar que atitude estúpida você está gerando por causa de medo...algo que poderá de atrapalhar na conquista do cliente. Olhe para você rodando o quarteirão inúmeras vezes por não ter coragem de entrar no prédio e enfrentar a reunião. Suando frio e com as mãos geladas.

Agora você pode até dizer: "Nossa como ele é idiota, fugindo de algo tão simples. Você pode então, começar a se observar mais calmo, confiante e equilibrado.

2° Passo - Interrupção do padrão: aqui você vai interromper o padrão do medo e outras emoções ruins que possam te prejudicar.

Quando tiver aqueles pensamentos gerados pela insegurança e medo tipo: "vou dizer que meu carro deu defeito e cancelar a reunião" imediatamente você interrompe com algo tipo um beliscão, uma expressão em voz alta "Nem pensar". O que acontece é o seguinte, você criou um padrão de medo certo? Ao interromper dizendo "pare" vai acontecer como aquelas antigas vitrolas que você colocava uma agulha no disco vinil e quando tinha um arranhado a música pulava lembra? Então ao interromper o padrão você estará quebrando uma linha de pensamento, é como se desconfigurasse e com isso gera uma lacuna. E é aí que entra o terceiro passo.

CONT...

3° Passo - Troque a fita: Imediatamente após a interrupção você vai sobrepor o padrão, você vai trocar o vinil e ter a sensação de sucesso e equilíbrio para a reunião.

Mas como fazer isso? No momento que fizer interrupção como descrito no passo 2 você vai colocar outro padrão. Lembre-se de alguma apresentação que fez e teve sucesso, que foi excelente, ou algum momento que realmente superou suas expectativas. Ótimo! Tenta sempre manter ao seu lado algo que te faça lembrar esse momento. Todas as vezes que for para uma apresentação de vendas e o padrão de medo insistir em aparecer interrompa e olhe esse objeto ou imagem que despertará a você as emoções positivas daquele momento. À partir de agora use como um amuleto antes de qualquer reunião.

4° Passo - Crie Recompensas: Todos as vezes que executar algo que associar ao sucesso se dê uma recompensa que pode ser uma flor, um café, uma viagem.

Quando você se der um presente estará associando prazer ao sucesso, reforçando o prazer pela atividade. Seu cérebro será treinado a criar um anseio pela recompensa. Por isso, se você praticar, logo logo conseguirá fazer suas apresentações com mais equilíbrio devido ao anseio da recompensa. Você se animará involuntariamente.

A ideia de ir para uma apresentação será animadora porque você desenvolveu uma resposta condicionada, como aquele cão citado acima que salivou ao escutar a campainha.

ENSAIO MENTAL PARA A PROSPECÇÃO DE CLIENTES

Essa técnica é utilizada por grandes jogadores e também por excelentes profissionais de várias atuações.

Dez minutos antes de iniciar sua apresentação ou reunião, procure um local tranquilo e sente-se calmamente. Pode ser no carro, no banheiro, em seu quarto.

Sente-se, feche os olhos, respire profundamente e relaxe. Inspire e expiro de 5 a 7 vezes para acalmar as ondas cerebrais e seu subconsciente ficar preparado para ser programado.

Gastará em torno de 1 minuto para atingir um estado de relaxamento. Assim que atingi-lo, imagine você em sua apresentação tendo uma performance perfeita. Visualize você calmo, relaxado, super positiva e com uma postura de autocontrole e no domínio de seu público ou das pessoas à sua frente.

Veja seu público totalmente interessado e engajado ao seu conteúdo. Super atento ao que está abordando.

Visualize toda a apresentação ocorrendo, passo a passo, chegando ao final com os resultados exatamente como gostaria...vendas feitas contratos assinados, clientes prospectados, inúmeras novas contatos.

Agora repita várias vezes "**Essa é uma excelente apresentação**" combinando com a imagem mental que criou para gerar a sensação de sucesso.

CONT...

continue com a respiração focando de uma forma descontraída no final de sua apresentação visualizando e confirmando um resultado ideal.

O intuito dessa visualização é mantê-lo relaxado. Crie a sensação de satisfação e prazer que teria com o sucesso de sua apresentação. Mantenha em sua mente as 3 coisas: o quadro mental criado de sua apresentação, a frase, e a sensação. Desfrute e sinta o prazer em estar realizando uma apresentação de sucesso.

Quando tiver conseguido atingir essa sensação você poderá liberar toda a experiência, a tela mental, a sensação e os pensamentos. Deixe-os ir como em um barco ou um balão. Agora abra seus olhos, abra um belo sorriso e siga confiante para a sua apresentação.

FERRAMENTA PARA ELEVAR A AUTOEFICÁCIA

Verificando Sonhos:

Quais objetivos pretende realizar? Por que ainda não partiu para esse objetivo? O que está fazendo para atingir esse objetivo? O que ainda poderá fazer para atingi-lo mais rapidamente?

Verificando Objetivos Anteriores Bem Sucedidos:

Quando realizou esses objetivos o que sentiu? Por que na época pensou em tal objetivo? O que vivenciava naquela época? Quais recursos (internos e externos) utilizou? Como se sente hoje em relação ao objetivo que realizou? Em que te auxiliou, quais benefícios te trouxe? Como executou esse objetivo?

Verificando Valores:

Quais são seus principais valores? O que é extremamente importante para você?

Verificando conquistas:

O que você e somente você já conquistou? Quais foram suas principais conquistas? Já teve algum momento de superação? Qual?

Criando um Lema:

Qual a frase que mais te identifica? Se fosse se definir em uma pequena frase, qual seria?

CONT...

Identificando Objeto de poder:

Qual imagem te representa? Se puder escolher algo para ser o seu objeto de poder, o que escolhe?

Crie seu Escudo de Poder

Esse escudo você poderá criar na tela de seu computador e até mesmo em uma cartolina. Faça um desenho de sua preferência e divida em várias partes. Em cada uma das partes irá preencher com os tópicos citados acima. Servirá para te lembrar o quão forte é.

CRIE UM MINDSET VENCEDOR

Verificar habilidades a serem desenvolvidas:

O que pode melhorar em seu dia a dia para ir de encontro à mudança desejada? O que ainda pode ampliar em sua performance? Quais habilidades você precisa desenvolver para conseguir mudar seu comportamento? Como poderia fazer?

Verificar habilidades que já foram expandidas:

Quais habilidades não tinha e passou a ter (dirigir, línguas, mexer com computador)? Quais áreas da sua vida você apresentava habilidades fracas e mesmo assim conseguiu desenvolver e ganhar domínio? Como ocorreu essa mudança? Quais recursos utilizou (internos)?

Transferir e modelar habilidades próprias, à partir do esforço requerido:

Quais as 3 coisas que melhor executa? Para atingir esse nível de eficiência o que precisou acontecer (tempo, dedicação, habilidades)? Como você poderá aproveitar esses exemplos para as mudanças que está buscando em sua vida hoje?

Exploração da performance pessoal:

Em qual situação você se encontra hoje (eu atual)? Qual situação você quer chegar (eu ideal)?

Exploração de problemas e contratempos passados:

Em relação aos problemas experienciados, você acha que faltou um pouco mais de esforço? O que

CONT...

acha em relação às estratégias utilizadas, poderiam ser melhores? Se fosse fazer diferente como faria? Quais seriam as melhores estratégias hoje para você? Aproveitamento das forças de caráter:

Quais suas principais forças (usar o questionário digital para identificar)? Em quais situações você as utiliza? Você poderia detalhar esses momentos?

Identificar pessoas e situações que o desafie a crescer:

Sabendo que feedbacks promovem reflexão e melhorias contínuas, como você os recebe? Quais pessoas, em seu convívio, te orientam em relação às suas necessidades de melhorias? Quem estimula seu crescimento? Quais contatos próximos de você sinalizam aquilo que necessita desenvolver?

DESENVOLVA A PERSISTÊNCIA

Quando se deseja algo você precisa desenvolver o hábito da persistência. Você não precisa de grandes estratégias se seguir esses quatro passos:

1 - Tenha um objetivo definido, um propósito fortalecido por um desejo ardente de realização

Para que seu propósito seja realmente verdadeiro você deverá persegui-lo sem falsidade. Você deve se transformar em um mestre da autodeterminação

2 - Organize um Plano detalhado e com todas as ações que deverá executar

Quando as ações são traçadas com antecedência evita as armadilhas da procrastinação. Então deixe claro para você tudo que será necessário fazer diariamente para não se perder em distrações

3 - Crie uma mente blindada de sabotadores internos e externos

Afaste-se de pessoas que te influenciam negativamente e trabalhe seus sabotadores internos. Você precisa desenvolver sua auto percepção e ser vigilante aos tipos de pensamentos está permitindo te influenciar

4 - Crie alianças amigáveis que alimentem sua determinação

Mantenha ao seu lado 1 ou duas pessoas que te estimulem a perseverar em seu objetivo

DICAS PARA REDUZIR A INSEGURANÇA EM APRESENTAÇÕES

É normal que se sinta nervoso e inseguro quando for iniciar a apresentação do seu trabalho, "venda". Seja ela pela internet, através de uma live, webinar; ou em uma reunião presencial. Siga essas dicas que servirão para te acalmar e deixar menos inseguro diante dos potenciais clientes.

Esteja Preparado

Conheça bem seu cliente ou empresa que irá visitar, ou o perfil das pessoas para quem irá fazer sua apresentação. Reveja bem o perfil do seu avatar, lembra? Quanto mais preparado estiver em relação às características dessas pessoas, e também aos benefícios que seu produto ou serviço entregará a elas mais à vontade e seguro estará em sua apresentação;

Concentre-se

Independente se for uma apresentação em um auditório, na TV, em uma live, aconselho reservar 10 minutos antes para relaxar e se concentrar e naquilo que irá abordar;

Reduza a Ansiedade

Uma ótima técnica para reduzir a ansiedade é você imaginar que é tão rico e famoso que não depende dessa venda e nem dessa apresentação. Pense que ela é muito importante para você, mas seja indiferente, de forma saudável, em relação aos resultados, evitando que qualquer tensão ocorra se algo não sair como gostaria.

ROTEIRO PARA VÍDEO DE DEPOIMENTO DE SEUS CLIENTES

Quem você é?

O que você faz?

Como era sua situação antes de utilizar meu produto ou serviço?

Que tipo de problema enfrentava?

O Que precisava?

Por que resolveu comprar este produto ou utilizar meus serviços?

Por que esse produto ou serviço foi escolhido por você?

Depois que começou a usá-lo, quais foram os seus resultados?

Qual problema foi capaz de superar com nossa ajuda?

Dê sua opinião do quanto sua vida foi impactada (Dê exemplos o mais específicos possíveis)

O que se destacou em nosso serviço ou produto?

Faça um breve resumo de sua experiência com o nosso produto/serviço e se possível, uma recomendação.

Dicas para um excelente vídeo:

- Primeiramente deverá buscar um local silencioso, principalmente se não tiver microfone;
- Falar olhando para a câmera, e não para a tela, caso esteja usando um celular;
- Esteja centralizado na tela e se for gravar em um celular, gravar na horizontal;
- Usar roupa e maquiagem discreta;
- Se não for usar microfone falar em um tom que dê para escutar bem;
- Procure um local com boa iluminação natural ou utilize uma iluminação apropriada.

DESPERTE UM JULGAMENTO POSITIVO EM SEUS POTENCIAIS CLIENTES

Assim como você, os clientes são emocionais e por isso, bastante influenciados por elementos ambientais. Registram consciente ou inconscientemente tudo que escutam, veem, cheiram, tocam e experimentam. Eles registrarão rapidamente tudo que corresponde a pessoa à sua frente, seja ela simpática, confiável e de boa aparência, ou não. Julgam rapidamente e após sua opinião ter sido formada dificilmente mudará.

Bom, onde quero chegar? Seu potencial cliente olhará para você da cabeça aos pés, sua roupa, maquiagem, odor, pele, unhas, cabelo, observará seu ambiente de trabalho, sua forma de agir e seu vocabulário. Enfim, é de acordo com a avaliação que fazem de você é que decidirão pela compra ou contratação.

Então sempre que for entrar em contato com seus potenciais clientes ou recebê-los você deve se olhar no espelho e se perguntar: Qual impressão eu gostaria de passar ao meu cliente? Minha aparência e meu comportamento hoje está contribuindo para essa impressão?

Construa uma relação de confiança, credibilidade e carisma. Seus contatos precisam confiar e gostar de você de forma a sentirem à vontade em te ouvirem e aceitarem suas orientações.

Tudo que você fizer poderá afastá-lo ou aproximá-lo de uma venda. Guarde isso: o verdadeiro profissional é marcado pela atenção que dá aos pequenos detalhes.

CONCLUSÃO

Independente se o jogo acontece em um campo ou em um mercado, a competição existe. Mas tenta enxergar a competitividade como algo extremamente importante porque te estimula a crescer e sair de sua zona de conforto. Te impulsiona a entrar em um continuum de melhoria da sua performance como prestador de serviço e da qualidade de seus produtos ou serviços.

Não tem como evitá-la, e o melhor a fazer é se esforçar muito na conquista do cliente e entregar um excelente produto ou serviço para deixá-los encantados e fidelizados a você.

Mas o que fará seu cliente tomar a decisão pelo seu produto ou serviço é algo que você precisa se preocupar antes. Antes dele comprar seu produto ou contratar um serviço seu, você precisará atraí-lo até você. E a melhor forma de fazer isso é identificando bem o perfil dele: conhecer suas dores e seus sonhos, conhecer suas características. Somente assim você poderá entender o que ele precisa e construir uma relação de confiança com ele.

Agregue valor à vida dele e entregue soluções que o ajudem a resolver seus problemas. Assim, você despertará nele o desejo e curiosidade pelos benefícios que seus produtos ou serviços poderão somar à vida dele. Mostrando as soluções você estará quebrando objeções, eliminando barreiras, uma a uma, que os impedem de decidir pelo seu produto ou serviço e finalmente você fará o fechamento venda.

Mas não esqueça que para manter o ciclo virtuoso do sucesso é no pós-venda que o encantamento precisa estar mais aquecido, pois é aqui que a indicação inicia. Portanto, um cliente satisfeito poderá te gerar menos despesas e esforços para fazer novas vendas do que ter que iniciar um novo ciclo de prospecção.

VÍDEOS E ARTIGOS COMPLEMENTARES

-Quem é o seu potencial Cliente?

<https://www.youtube.com/watch?v=350PJU10aPc>

**-Como Influenciar seu Potencial Cliente a
Comprar seu Serviço**

<https://www.youtube.com/watch?v=QZNrPPawYmU>

-A Ferramenta mais Conversora de Clientes

<https://www.youtube.com/watch?v=QnX8t7TVsNI>

**-Como Desenvolver um Trabalho Online de
Sucesso**

https://www.youtube.com/watch?v=PCx_H1gSHcg

**-Características de um Profissional de Sucesso
da Área de saúde e Bem Estar**

<https://www.marciaspereira.com.br/caracteristicas-de-um-empendedor-de-sucesso-na-area-de-saude-e-bem-estar/>

**-As Principais Características dos Profissionais
com Agenda Lotada**

<https://www.marciaspereira.com.br/as-principais-caracteristicas-dos-profissionais-de-sucesso-e-com-agenda-lotada/>

Sobre a Autora

Nutricionista há 24 anos pela UFV. Palestrante e Professora do curso de Nutrição. Especialista em Marketing, Nutrição Clínica, e Nutrição Social.

Docente em cursos de nutrição durante 8 anos, já ajudou na formação de mais de 300 nutricionistas e foi professora homenageada em 7 semestres consecutivos.

É Personal & Profissional, Life, Positive, Executive & Business e Master Coach pela SBCoaching.

Practitioner em PNL pela Sociedade Internacional de PNL e Membro da Sociedade Brasileira de Coaching e Sociedade Internacional de PNL.

Estudiosa apaixonada pela Neurociência, Comportamento Humano, Inteligência Emocional e Espiritual, Yoga Integral, Meditação, Feng Shui na Alimentação, e Nutrição Intuitiva e Consciente.

Palestrante Motivacional e Idealizadora do CONBRASIN (Congresso Brasileiro Online de Nutrição), Workshop Emagrecendo Feliz, da Formação FloreSER: Metodologia Coaching de Emagrecimento, Saúde e Bem Estar, do Master Coach Ferramentas Avançadas, do Desafie-se: Entre em Ação!, do Programação para o Sucesso, e do Descomplicando as Vendas: Portfólio de Produtos.

Ama o Ser Humano, a Natureza e Viver!!!



<https://www.facebook.com/marciaspereiranutricoch/>



<https://www.instagram.com/marcianutricoch/>



<https://www.marciaspereira.com.br/>



<https://www.youtube.com/marciaspereira>



Whatsapp: (0xx32)999452672



contato@marciaspereira.com.br