



Executando Projetos Memoráveis!

Como captar, conquistar e fechar projetos em um passo a passo testado em clientes reais.

Projetos Memoráveis:

OS CONCEITOS INICIAIS!

Durante 12 anos como webmaster eu já desenvolvi e entreguei mais de 300 sites. Outros tantos clientes eu perdi por errar na oferta, ou não estar preparado para o cliente. Ao longo da minha carreira tive a oportunidade de testar muitas estratégias, e esses testes foram me possibilitando otimizar meus processos.

Cada entrevista com o cliente foi ganhando um toque a mais de percepção de problemas e geração de valor. Com meus estudos em influência e persuasão, comecei a colocar gatilhos e técnicas de copywriting dentro do meu processo de vendas.

E o que aconteceu é que a cada novo cliente com esse processo sendo constantemente otimizado, conseguimos fechar mais rápido, com mais recursos ofertados, e com possibilidades de ganhos mensais.

Do lado do cliente começamos a ter soluções mais profissionais, entrega de conteúdo, vendas e resultados de uma forma que antes não era possível.

A conexão entre os clientes e seus resultados deram vida a parcerias de negócios, relações de amizade e muitas conquistas. Esses são os projetos memoráveis. E nesse material você encontra um pequeno guia sobre eles!

Um Processo Envolvente:

ELEMENTOS DE PERCEPÇÃO!

A cada novo projeto que eu peguei, comecei a identificar técnicas durante a prospecção e o processo de venda e entrega que me possibilitaram conquistar esses clientes parceiros para entregar projetos memoráveis.

Estas técnicas já foram aplicadas por centenas de alunos meus. E comprovadamente possibilitam que você feche os mais diversos tipos de projetos com seus clientes.

Este material fala desses processos, e de como executar projetos memoráveis.

Existe uma etapa antes desse material que fala sobre como conquistar o cliente em técnicas de consultoria, pesquisa de mercado, portfólio memorável, palestras, técnicas para obter indicações, e serviços oferecidos.

Mas aqui, vamos focar em 5 passos que acontecem a partir da primeira entrevista com o cliente. E seguindo esses passos eu tenho certeza que seus projetos também serão memoráveis.

Autorização de Proposta:

ATIVANDO A COESÃO!

Permita-me iniciar a primeira etapa com uma dica extra. Em sua cidade existe uma empresa que ainda não tem um site, ou que você possa oferecer um produto melhor e ainda que você gostaria muito de atender para criar uma solução web? Então foque nela enquanto lê esse material.

Inicie fazendo uma boa pesquisa de mercado sobre aquilo que essa empresa vende. E descubra o que você poderia fazer por ela em sua solução. Pesquise os concorrentes, presença em redes sociais e anote tudo.

Elabore um material de alta qualidade com base nesses dados pesquisados. E depois que entender esse material, ligue para essa empresa para agendar uma consultoria gratuita e sem compromissos para ajudar ela a vender mais, captar mais clientes.

Antes de visitar essa empresa, prepare uma autorização de proposta comercial, onde o cliente permite que você elabore uma proposta de desenvolvimento web com soluções para o que foi pautado em sua consultoria. Você precisa deste documento para oferecer esse BÔNUS de consultoria ao final da entrevista...

...esse documento vai bater forte em um gatilho mental chamado de coesão.

É o mesmo gatilho que nos faz ir em festas que não queremos ir, chegar cedo no trabalho, ou nos culpar quando atrasamos. Nós crescemos assumindo e cumprindo compromissos, esse é um estado natural humano!

IMPORTANTE: Sua autorização de proposta não pode obrigar o cliente a nada. Deve ser simples assim. Pois é assim que ativamos mais um gatilho chamado de reciprocidade. Afinal, é dando que se recebe!

Se estiver tudo certo ao final dessa entrevista, além de sentir-se grato por ter recebido aquelas dicas importantes, o seu prospecto vai te agradecer pois você ainda está oferecendo mais uma opção para atender ele de uma forma mais personalizada.

Com isso, quando você fizer o segundo contato ele vai te ouvir, e você terá um espaço precioso na agenda dele, onde ele estará pronto para receber de você a orientação de um especialista.

Percebe que com esses simples passos você deixa de ser visto como um vendedor de sites para se tornar um profissional que tem a capacidade de resolver o problema do seu cliente?

É isso que queremos. Eis que o gatilho da autoridade também vem a tona!

MODELO DE AUTORIZAÇÃO DE PROPOSTA:

WORKSHOP
CARREIRA **WEB**



AUTORIZAÇÃO DE ANÁLISE E PROPOSTA PARA PROJETO

Este documento visa autorizar sem compromissos uma proposta de serviço!

Eu _____ autorizo por meio do presente documento a (NOME DA SUA EMPRESA), representada neste por (SEU NOME) a realizar uma pesquisa com análise de mercado, concorrência e estratégia para **impulsionar os resultados em minha empresa** _____.

Assim como elaborar e apresentar sem compromisso os resultados anexos a uma proposta de serviços relacionados a pesquisa realizada!

www. _____

facebook.com/ _____

twitter.com/ _____

plus.google.com/+/ _____

instagram.com/ _____

3 PRINCIPAIS CONCORRENTES

www. _____

www. _____

www. _____

DATA, DOCUMENTO, ASSINATURA



CNPJ: 10.548.698/0001-38 | IE: 137/0079610
Fone: (48) 3371-3373 | E-mail: cursos@upinside.com.br | www.upinside.com.br

Análise de Mercado:

OBTENDO RECURSOS!

Lembra que falamos sobre uma pesquisa de nicho para descobrir pontos específicos onde você pode melhorar os resultados do cliente? Então é hora de obter os recursos para fazer uma oferta para seu prospecto.

Você precisa ter em suas mãos o máximo de dados reais sobre seu cliente e os concorrentes dele, tanto no site, quanto em conteúdo, mídias sociais, e presença de marca. Aprofunde sua pesquisa!

Depois de ter esses dados monte uma apresentação expondo o problema dele comparado ao concorrente, dê melhor resultado em cada item da pesquisa e aponte uma solução para esses problemas!

EX: No facebook o seu cliente X tem muito mais likes e engajamento. Sugerimos aqui um planejamento de conteúdo baseado em cinco principais problemas que seu cliente enfrenta para engajar, e ainda algumas campanhas para captação de novos prospectos.

Ao final dessa pesquisa você terá uma solução completa que oferece **CLARAMENTE** a seu cliente um crescimento exponencial em seu negócio. Agora você não é mais um custo e sim um investimento de alto valor!

O que descobri nesse processo é que 90% dos clientes fecham o projeto nessa segunda entrevista. E com isso é preciso dar o próximo passo sem deixar de gerar valor.

Cada etapa desse processo deve ser envolvente para que ao final de tudo, você tenha um cliente pagante e recorrente atuando em parceria com você!

Pré Briefing:

EXPLORANDO AS DORES!

Partir diretamente para um briefing com wireframes é o mais sugestivo aqui, mas como projetar uma solução sem entender os problemas internos do seu cliente e ainda o tipo de pessoa que irá utilizar o sistema desenvolvido por você?

Notou que venho falando sobre 5 problemas? Essa é uma regra essencial que conecta um público em específico. Se você tem um produto que resolve 5 problemas você tem como conectar pessoas interessadas nele em toda sua faixa de idade em ambos os sexos. E com isso acaba atraindo o público em potencial.

Essa regra serve para o pré briefing onde você precisa descobrir 5 problemas internos com seu cliente. Resolver eles vai te GARANTIR o projeto. Além disso, é preciso rastrear o público final dele para mais tarde encontrar esses pontos de conexão!

MODELO DE PRÉ BRIEFING!



PRÉ BRIEFING DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS Nº 0000/ANO

Este documento visa ajustar dados e organizar os objetivos do seu projeto!

O presente instrumento inicia o processo de planejamento e projeto para prestação de serviços em desenvolvimento, programação e marketing digital pela (NOME DA EMPRESA, Upinside) representada neste por (Seu Nome) e identificada como CONTRATADA. E com a autorização do CONTRATANTE, identificado neste documento pelos dados preenchidos nas seções de dados cadastrais abaixo.

O presente instrumento tem como OBJETO coletar os dados do CONTRATANTE para realização de briefing, proposta e contratação dos serviços com a CONTRATADA. E assim serem prestados perante necessidades do CONTRATANTE definidas aqui.

Por fim planejar a melhor composição de ferramentas, planejamento e estratégia de acordo com os objetivos interpretados, a serem apresentadas em documento de briefing e celebrados em contrato de prestação de serviços!

Iniciando aqui a identificação dos dados do CONTRATANTE:

INFORMAÇÕES DA EMPRESA:

Nome da Empresa:		
ENDEREÇO:	Cidade:	
	Rua:	
	Nº:	
	Bairro:	
	CEP:	
	Estado:	
CNPJ:		
Inscrição Estadual:		



CNPJ: 10.548.868/0001-33 | E: 137106796/0
Fone: 048-3371-8272 | E-mail: contato@upinside.com.br | www.upinside.com.br

DIRETOR OU REPRESENTANTE: (QUEM ASSINA)

Nome:		
Nacionalidade:		
Estado Civil:		
Profissão:		
Identidade Nº:		
CPF:		
ENDEREÇO PESSOAL:	Rua:	
	Nº:	
	Bairro:	
	CEP:	
	Estado:	

DADOS DE CONTATO:

Telefone:	
E-mail:	
Skype:	
Outros:	

SITE E REDES SOCIAIS:

Domínio:		Registrar? <input type="checkbox"/>
Facebook:		Google Plus: <input type="checkbox"/>
Twitter:		Instagram: <input type="checkbox"/>
Outros:		



CNPJ: 10.548.868/0001-33 | E: 137106796/0
Fone: 048-3371-8272 | E-mail: contato@upinside.com.br | www.upinside.com.br

IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO: Os dados a seguir tem como objetivo identificar as principais necessidades do CONTRATANTE, e com isso definir planejamento e melhor estratégia com base nestas necessidades:

LISTE 6 OBJETIVOS, PROBLEMAS QUE DEVEM SER RESOLVIDOS NESTE PROJETO:

(1)	
(2)	
(3)	
(4)	
(5)	
(6)	

ENTRE OS 6 PROBLEMAS LISTADOS ACIMA, QUAL DELLES EM SUA OPINIÃO TRAZIA MAIS RESULTADO PARA SUA EMPRESA HOJE POR QUÊ?

()	
-----	--

OS DADOS ABAIXO SERVEM PARA QUE POSSAMOS ENCONTRAR O PÚBLICO ALVO PARA SEU PRODUTO OU SERVIÇO COM BASE EM SEUS CLIENTES ATUAIS:

Classe Social:		Escolaridade:	
Faixa Etária:		Nível de Responsabil:	
Sexo:		Melhores Horários:	
Renda:		Tipo de Público:	<input type="checkbox"/> Local <input type="checkbox"/> Geral

DEFINIÇÃO DE PRODUTO: Responda: abata sobre o seu produto. Precisamos saber O QUE, A QUEM, ONDE, e QUANDO estamos falando.

--

DESEJA COMERCIALIZAR SEUS PRODUTOS UTILIZANDO FERRAMENTAS DE COMÉRCIO ELETRÔNICO?

<input type="checkbox"/> SIM	<input type="checkbox"/> NÃO	<input type="checkbox"/> NO FUTURO!
------------------------------	------------------------------	-------------------------------------



CNPJ: 10.548.868/0001-33 | E: 137106796/0
Fone: 048-3371-8272 | E-mail: contato@upinside.com.br | www.upinside.com.br

ATUALMENTE QUAIS SÃO OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO, ATENDIMENTO E SATISFAÇÃO DISPONIBILIZADOS PELA EMPRESA?

<input type="checkbox"/> TELEFONE	<input type="checkbox"/> E-MAIL	<input type="checkbox"/> SAC	OUTRO:
-----------------------------------	---------------------------------	------------------------------	--------

POSSÍVEIS PROBLEMAS:

--

ELEMENTOS OBRIGATORIOS:

--

SERVIÇOS PROPOSTOS:

<input type="checkbox"/> Desenvolvimento Web	<input type="checkbox"/> Gestão de mídias sociais
<input type="checkbox"/> Design e Produção	<input type="checkbox"/> Gestão de Conteúdo
<input type="checkbox"/> Registro de domínio	<input type="checkbox"/> Gestão de Lista e E-mail marketing
<input type="checkbox"/> Hospedagem e gerenciamento	<input type="checkbox"/> Captação e Automação
<input type="checkbox"/> Logotipo, identidade visual	<input type="checkbox"/> Funil de vendas
<input type="checkbox"/> Central de atendimento	<input type="checkbox"/> Gestão de Tráfego pago

OBSERVAÇÕES: (VIDE VERSO PARA MAIS OBSERVAÇÕES)

--

A CONTRATANTE declara assim auto-assinado a CONTRATADA a iniciar o projeto de briefing com base nos dados levantados no presente documento. Assim como ter recebido a requisição de material para encaminhamento via e-mail para a CONTRATADA!

DIA _____ DE _____ DE _____

A CONTRATANTE.



CNPJ: 10.548.868/0001-33 | E: 137106796/0
Fone: 048-3371-8272 | E-mail: contato@upinside.com.br | www.upinside.com.br

WORKSHOP
CARREIRA WEB

O Briefing:

WORKSHOP
CARREIRA WEB

APONTANDO A SOLUÇÃO!

Elaborar o documento anterior entrega a você o ouro do negócio do seu cliente, possibilita a você desenvolver uma solução 100% focada em resolver problemas reais tanto do seu cliente quanto do usuário final.

Com tudo em mãos é hora do trabalho. Mais uma vez pesquise, mas agora para entender melhor o cliente final, os tipos de estratégias que você precisa aplicar, e quais os sites mais acessados por esses clientes para você ter uma base de como deve ser o layout do projeto.

DICA: Você pode usar o Facebook Audience Insights para descobrir quais são as preferências do usuário final do seu cliente. Assim como o que eles curtem, o que leram e quais sites mais acessam consequentemente. Para isso você precisa de uma conta de anunciante no Facebook, e nela você acessa o menu Informações do Público!

Pronto. Agora você tem tudo que precisa para criar uma apresentação memorável, bem ilustrada e mostrando CLARAMENTE baseado em dados reais uma solução para seu cliente.

Seu cliente tem provas do seu valor, seu posicionamento mudou, você agora é uma autoridade e ele vai te ouvir. Indiscutivelmente você pode cobrar mais pois nenhum criador de sites gratuitos faz isso por ele. **E é aí que projetos de 10, 20, 100 mil reais começam a fazer todo sentido!**

Contrato e Material:

FECHAMENTO ACELERADO!

Finalmente chegamos a um passo de iniciar o desenvolvimento. É hora de acelerar então tenha uma proposta de material, onde você lista imagens, logo, fotos, descrições que você vai precisar para elaborar o projeto.

Nesse documento especifique que seu cliente ganha de 500 a 1000 de desconto se ele te entregar tudo em menos de uma semana. Com isso você terá em suas mãos um ativo muito forte.

OBS. Você pode prever esse desconto aumentando o preço. Se ia cobrar 5 mil pelo projeto, cobre quinhentos reais a mais para dar como desconto!

Outros gatilhos podem ser ativados, e outros serviços podem ser oferecidos para que você tenha receita recorrente com esse cliente. Com isso crie 2 planos e agregue alguns serviços. Dê a possibilidade do seu cliente pagar um valor alto de entrada e manter um valor baixo mensal, e inverta a proposta também.

Assim você conecta todos os pontos. Terá como crescer a cada mês e escalar sua receita a cada novo cliente. **Poderia impactar sonhos em projetos memoráveis!**

Modelos de Negócio:

COMO E QUANTO COBRAR!

Pra finalizar nossas novas estratégias. Deixo aqui dois exemplos de possibilidades de atuação. É importante entender que você precisa especificar tudo que vai oferecer, e cada preço seja discriminado.

Exemplos:

1/ MAIOR ENTRADA, MENOR RETENÇÃO.

Projeto: R\$ 5,000.00
Serviços: R\$ 360,00/m
Gestão: R\$ 600,00/m

2/ MENOR ENTRADA, MAIOR RETENÇÃO.

Projeto: R\$ 2,000.00
Serviços: R\$ 360,00/m
Gestão: R\$ 1200,00/m

Projeto: Desenvolvimento, programação, e disponibilização do projeto online em sistema otimizado, responsivo e gerenciável.

Serviços: Hospedagem, configurações e gestão básica dos serviços. Suporte de 2 horas por mês.

Gestão: Até 2 campanhas de Facebook Ads ou Google Adwords por Mês. Mais gestão e integração de ferramenta de e-mail marketing.

Ative a Sua Percepção!!!

Observe com calma os 2 projetos abaixo e perceba que no projeto 1 temos uma barreira de entrada de R\$ 5000,00 e ainda temos uma renda recorrente menor.

1/ MAIOR ENTRADA, MENOR RETENÇÃO.

Projeto: R\$ 5,000.00
Serviços: R\$ 360,00/m
Gestão: R\$ 600,00/m

2/ MENOR ENTRADA, MAIOR RETENÇÃO.

Projeto: R\$ 2,000.00
Serviços: R\$ 360,00/m
Gestão: R\$ 1200,00/m

O que é preciso perceber aqui então? Faça as contas e vai descobrir que em 12 meses o projeto 1 teria um valor total de R\$ 16.520,00. Já no projeto 2 teríamos um total de R\$ 20.720,00.

A pergunta é... Qual é mais fácil de vender sabendo que empresas trabalham com fluxo de caixa?

E ainda, percebe que no projeto 2 você poderia oferecer o site de graça para o cliente caso a negociação ficasse afetada e ainda assim faturaria mais?

É apenas o Começo:

MELHORE SEUS PROCESSOS:

Os métodos apresentados aqui podem ser melhorados por você e ajustados a seu modelo de negócios. Eles foram aplicados em centenas de clientes nos mais diversos nichos por centenas de alunos.

No treinamento Work Control® Dev, todos os modelos são apresentados em aula com estratégias em um passo a passo.

MAS PARA QUE ELES FUNCIONEM SÓ TEM UM CAMINHO, VOCÊ PRECISA ACREDITAR E APLICAR ELES EM SEU NEGÓCIO.

No começo da sua leitura deste material pedi para que você pensasse em um cliente que deseja atender. Que tal iniciar a pesquisa para ele ainda hoje?

*Ao Seu Sucesso,
Robson*

robsonvleite.com
facebook.com/robsonvleite
instagram.com/robsonvleite

WORKSHOP
CARREIRA **WEB**