

Já foi o tempo em que produto bonito e de qualidade era o suficiente para fazer com que as pessoas prestassem atenção na sua marca. Esses fatores ainda são diferenciais no processo de escolha, mas hoje em dia as marcas precisam estar conectadas com seus potenciais clientes todos os dias. O modo antigo de vender seu produto, ou seja, a empresa criando promoções para atrair clientes está perdendo força com o aumento e a melhora dos concorrentes.

É hora de você perseguir o seu lead (perseguir com carinho!) e fazer com que ele lhe note, fale de você e se torne, de fato, um cliente. Quer descobrir como fazer isso? Leia este post e saiba que tudo começa com uma palavra mágica: Educação.

Um fator importante no processo de educação do seu potencial cliente é saber o que ele deseja. Qual é a dor dele? É identificando essas dores que a sua empresa tem uma chance de propiciar uma recompensa para essa dor, num sistema de dor/prazer. Imagina passar o ano inteiro se preparando para uma maratona, chegar no grande dia e conseguir completar o percurso? A dor da preparação se dissipa com o prazer de conquistar o objetivo. Por mais estranho que pareça, as “dores” dos seus leads são um bom caminho para uma aproximação.

Mas antes de educar, você precisa conhecer seus alvos. E mais importante, você precisa se conhecer! Por exemplo, você sabe qual o perfil das pessoas que consomem seu produto/serviço? Elas ficam satisfeitas após a compra? Sua empresa responde críticas negativas ou demora a resolver problemas simples? Cuidado! A eficiência e a qualidade seguem sendo dois dos melhores tipos de marketing para sua empresa.

Já se conhecendo, chegou a hora de começar a missão de “Educar seus Clientes em potencial!”.

## Primeiro passo: Sua empresa precisa ser constante, relevante e interativa.

Para isso, muitas empresas se utilizam do marketing de conteúdo. Uma das muitas nuances do marketing digital. O marketing de conteúdo é uma maneira de engajar um determinado público-alvo e com isso, fazer com que esse público se torne um consumidor em potencial.

Quando sua empresa consegue ser lembrada por um lead (por coisas boas, claro), esse lead fala com seu grupo de amigos, que fala com os seus grupos de amigos e...., bingo! Sua empresa se torna uma lembrança positiva, uma autoridade.

Quando sua empresa se torna uma autoridade, ela é reconhecida pelo público como uma referência em determinado assunto ou em determinado serviço. Se você tem um blog sobre moda que recebe constantes acessos, indicações e crescimento, fique feliz, seu blog se tornou uma autoridade.

## Hora da mão na massa - Como ser constante, relevante e interativo?

Converse com seu melhor vendedor. Pergunte a ele quais são as principais dúvidas e reclamações que ele escuta de seus clientes. Grave um vídeo ou escreva um post falando como ele pode sanar essas dúvidas ou resolver esses problemas. Não se preocupe em vender aqui, o importante agora é ganhar confiança. Uma vez que seu cliente percebe que você realmente entende aquele assunto e está de fato preocupado com as dores dele, você se tornará relevante.

Crie materiais constantemente lidando com esses problemas e dúvidas, pense em conteúdos relacionados, faça com que ele queira sempre voltar ao seu site para mais. Assim você se tornará constante.

Converse com eles, seja por email ou nos comentários, responda, interaja, aproxime-se. Ele tem que entender que sua função ali, de fato é ajudá-lo. Assim você será interativo.

Estas 3 habilidades são muito importantes no processo de cada vez mais encantar clientes em potencial. Para se tornar uma autoridade, o conteúdo é TUDO se você deseja ser encontrado e reconhecido. Por isso, investir em conteúdo de qualidade é crucial para que seu plano dê certo.

Dito isso: Invista em conteúdos interessantes e que causem uma boa impressão em seus leitores. Pense em vídeos que possam informar, ensinar e o mais importante, que façam elas voltarem para sua página!

## Segundo Passo: Para realmente encantar clientes é preciso pensar diferente

Se podemos te dar mais uma dica, invista em formatos diferentes de conteúdo! Não se conforme apenas com textos e vídeos, eles são muito eficientes, mas se você fizer só isso vai ficar meio monótono, não acha? Invista também em posts ensinando algo que seja funcional e fácil de se aprender ou numa entrevista com alguém da área que você trabalha. Formatos diferentes causam surpresa e deixam seu lead à espera de mais coisas boas.

## Hora da mão na massa - Que formatos você pode usar em seu conteúdo?

- Blog Post: Oferecem flexibilidade caso você queira tratar de assuntos variados e não se preocupar tanto com tamanho, invista em blog posts educativos e interativos. É importante manter seu blog sempre atualizado!

- Webinars: Quer reunir conteúdo interessante, interativo mas não quer ficar só nos textos? As webinars são ótimas soluções. Uma webinar é uma grande conversa gravada em vídeo, entre alguém especializado em determinado assunto e um grupo de interessados em aprender mais sobre ele. E quem não pôde acompanhar a palestra ao vivo poderá acompanhar a gravação dela depois.
- eBooks: Uma forma mais extensa de transmitir conhecimento para quem não quer ficar apenas nos posts. Os eBooks precisam ter a organização e o tamanho de um livro. Eles podem explorar mais detalhes em imagens, cores e gráficos.
- Infográficos: Funcionam como uma ótima opção para quem deseja trabalhar com imagens e texto de uma forma interativa. Para elaborar um bom infográfico, é preciso fazer uma pesquisa extensa sobre o assunto e ter um bom poder de síntese para falar sobre o tema de forma agradável para o leitor.
- “Como fazer?”: Posts que ensinam a fazer alguma coisa sempre são interessantes, você pode aprender a usar determinadas ferramentas ou tem criar um aplicativo através de imagens ou vídeos explicativos.

Dependendo do que você vende ainda é possível pensar em algo que tenha valor exclusivamente para o seu público, como por exemplo uma planilha de orçamentos automatizada para ajudar a equipe de vendas do seu cliente. As possibilidades são infinitas.

## No fim, qual a grande fórmula para encantar clientes?

Seu grande tesouro está no conhecimento sobre aquilo que vende. Ninguém entende melhor sobre isso do que você. Pense nos problemas que você resolve para o seu cliente, nas motivações que levam ele a consumir o que você vende.

Esse conhecimento é que vai te dar as ferramentas que você precisa para “pescar” os seus clientes em potencial. Garanto a você que os problemas e dúvidas dos seus clientes passam por uma busca online. Se você vende sapatos de corrida, o que você acha de aparecer quando o seu cliente pesquisar “Os melhores tênis para corrida ao ar livre?” legal, não é?

Imagine o quão mais próximo de comprar o seu tênis ele vai estar se ele encontrar no seu site a resposta pras dúvidas dele. Sejam sobre formatos de pé, até técnicas e locais para correr em determinada cidade.

Seu conhecimento sobre o que você vende é o melhor combustível para ganhar reconhecimento, autoridade, confiança e por fim se tornar a sua melhor arma para encantar e conquistar clientes em potencial.

E aí, pronto para ser uma autoridade e ser encontrado por todo mundo? Quer começar agora? Com planejamento, ousadia e trabalho, educar seus clientes será algo que você não vai se arrepender no futuro. Deixe suas dúvidas nos comentários e até o próximo post!