

**Aula 08/06**

# **Montando a sua consultoria**

**Carolina Lucchetti** \_\_\_\_\_



# O que é uma consultoria?

---

Vamos começar do começo: o que é consultoria?

É quando o cliente te contrata pra resolver um problema específico dele de forma individual.

Consultoria em grupo, pra mim, não é consultoria, pois as pessoas têm problemas e dificuldades diferentes. A consultoria deve resolver um problema específico, por isso deve ser individual ou, no máximo, com 2 responsáveis da empresa.

# O que é mentoria?

---

Mentoria é um processo mais longo e que causa uma transformação maior, leva a cliente do ponto A ao ponto B. Não é um problema pontual, como na consultoria. Ah, e a maioria das mentorias é em grupo.

Por exemplo:

A cliente Ana pode precisar de uma mentoria para aprender a liderar.

A cliente Rebeca pode precisar de uma consultoria para entender porquê suas vendas do site caíram.

# Chamar as coisas pelo nome,

---

como diz a Lara. Isso nos traz clareza.

Não é o fim do mundo você confundir consultoria com mentoria, principalmente no começo da carreira. Mas, quando você entende o conceito de cada uma, fica muito mais fácil de definir o que você vai entregar em cada uma ou se vai oferecer apenas uma delas.

Também fica mais fácil de explicar pro seu cliente o que será feito nesse processo.

# Mentoria ou consultoria?

---

Outro ponto importante é que não podemos assumir que 100% dos nossos clientes são leigos no tema. Pode ser que um deles saiba a diferença entre mentoria e consultoria e se frustre ao contratar uma mentoria sua e receber, na verdade, uma consultoria.

Defina bemmm direitinho o que será entregue pra não ter problemas de feedback e superar as expectativas do cliente, em vez de frustrá-lo.

# Passo a passo para montar a sua consultoria:

---

- Definir quais dificuldades você sabe e quer resolver;
- Definir o que será entregue, como materiais em PDF;
- Definir o tempo de duração e a quantidade de encontros;
- Definir o preço que vai cobrar;
- Definir a plataforma onde serão feitos os encontros;
- Definir as formas de pagamento;
- Montar o briefing.

# Quais dificuldades você vai resolver?

---

Uma social media pode resolver diversos problemas em uma consultoria, desde definir o nicho até montar uma esteira de serviços.

Eu fiz um pouco de tudo até restringir minha consultoria a um só serviço: definir o produto da cliente.

Isso era o que mais me pediam, então desenvolvi surgiu a Consultoria TSNL (Transformando Sonhos em Negócios Lucrativos).

# Quais dificuldades você vai resolver?

---

Eu vejo demanda para os seguintes serviços:

- Análise de perfil;
- Definir pacotes de serviços e consultorias (até mesmo para SM iniciantes, acontece muito comigo);
  - Precificação;
  - O que postar, onde está errando;
  - Identidade visual;



# Quais dificuldades você vai resolver?

---

Como eu falei, o que mais atendi foram casos de pessoas que tinham uma ideia de serviço, mas não sabiam estruturar. Ou seja: colocar preço, nome, definir as cores, como explicar pros clientes, etc.

Por isso, defini prestar consultoria somente disso.

Você pode prestar consultorias de todo tipo ou definir somente um, como eu fiz agora. Depende de qual problema você quer resolver.

# Custo x benefício da consultoria

---

Aliás, falando sobre qual problema você quer resolver, temos que falar um pouco sobre isso. Ao meu ver, dar consultoria é um trabalho mais leve, pois é menos braçal, digamos, do que escrever legendas e criar artes. É mais intelectual.

Maaaas eu, particularmente, gosto de entregar tudo pronto pras minhas clientes.

Vocês já perceberam isso aqui no curso, né?

Por isso, na minha consultoria, eu entrego todos os materiais e isso dá um baita trabalho de produção entre um encontro e outro.

# Custo x benefício da consultoria

---

Se você quiser, pode entregar somente a parte intelectual mesmo, as sugestões, sem a execução do serviço. Mas mesmo preparando os materiais, eu acho que vale a pena, pois é um trabalho "menor" (não é menos importante, mas é menos trabalhoso e dura menos tempo).

Por isso, eu acho que a consultoria tem um custo x benefício excelente. São por volta de 3 horas de trabalho por um preço maior do que um pacote tradicional de posts.

# O que entregar na sua consultoria

---

Se você decidiu que vai entregar os materiais, excelente! Se não, ótimo também! Independente da sua escolha, é preciso definir e segui-la com todos os clientes, ok?

Não podemos tratar nossos clientes de formas diferentes.

Se você optou por entregar com o serviço e, depois, percebeu que é melhor sem, pode ajustar a sua proposta. E vice-versa. Mas sempre deixe claro o que será entregue!

# O que entregar na sua consultoria

---

Vamos supor que uma cliente chegou precisando de ajuda com o perfil dela. Ela posta todos os dias, até tem bastante seguidor, mas não vê resultados financeiros.

Ela está confusa: quer saber se deve começar um perfil do zero, insistir nesse, falar de outras coisas...

O que você pode entregar pra ela?

# Consultoria caso real

---

Esse caso aconteceu comigo, mas era um homem. Super conceituado na profissão e também era sócio de uma empresa do mesmo ramo. A principal queixa dele era a falta de resultados com o perfil e o fato dos concorrentes fazerem posts mais simples e terem resultados extraordinários.

No primeiro encontro, ele me explicou tudo isso e, depois de analisar o perfil dele durante o encontro, identifiquei que não estava claro que era isso que ele fazia. Por isso, recomendei as seguintes soluções:

# Consultoria caso real

---

- Linha editorial;
- Revisão da bio;
- Calendário de posts claros e com linguagem simples;
- Começar um perfil novo.

Eu entreguei todos esses materiais para ele no segundo encontro, pois, para mim, a consultoria foi feita pra solucionar um problema. Se eu só identificar o problema e não resolver, me parece que ficou incompleta.

# Consultoria caso real

---

Sugeri um perfil novo pois, no segundo encontro, ele me contou que tinha comprado seguidores. Por isso, descobri que o problema do engajamento ia além dos temas dos posts: o perfil dele estava sendo punido pelo Instagram.

Recomendei que ele usasse todo o conteúdo no perfil novo.



# Consultoria

## caso real

---

No terceiro encontro, pedi que ele me contasse como tinha sido a experiencia e me dar um feedback pra gente analisar se precisava de algum ajuste.

Infelizmente, ele não criou um perfil novo. Usou o conteúdo que eu criei no perfil da empresa e teve resultados satisfatórios para o objetivo dele.

Caso real é assim: nem sempre, o cliente vai te ouvir. Mesmo que ele tenha te contratado, você não pode obriga-lo a seguir suas orientações. Mas é essencial que a gente deixe claro o motivo de cada orientação. Se o cliente desejar seguir outro caminho, foi uma escolha dele.

# Quantidade de encontros e tempo de duração

---

Como vocês viram no caso real do cliente, eu marco 3 encontros. Fiz assim desde o começo e continuo fazendo com a TSNL.

Cada encontro dura ATÉ 1 hora: eu acho importante colocar ATÉ porque, às vezes, o encontro se resolve em menos tempo, é melhor deixar claro que isso pode acontecer.

# O que fazer em cada encontro?

---

1º encontro: a cliente me conta as dificuldades dela e os desejos. Abro um documento pra fazer anotações complementares ao que ela me falou no briefing.

2º encontro: apresento as soluções que a cliente precisa. Exemplo: linha editorial, calendário de posts, etc.

3º encontro: feedback sobre o resultado das soluções na prática e analisar se precisa de algum ajuste.

# Tempo entre os encontros

---

1º encontro: na data mais rápida possível dentro da sua agenda e da agenda da cliente.

2º encontro: de 10 a 20 dias depois do encontro 1. Pense no tempo necessário pra você criar o material da cliente. Eu peço 20 dias.

3º encontro: 20 dias depois do encontro 2. Também dou 30 dias de suporte pelo whatsapp.

# Como definir o preço da sua consultoria

---

Eu acho consultoria excelente pra pessoa conhecer o seu trabalho. Ela não é tãoooo barata, mas costuma ser um produto mais de entrada porque a cliente pode ver o que você entregou e querer mais coisas.

90% das pessoas que contratam consultoria, preferem um atendimento individual e personalizado, por isso elas estão dispostas a pagar um pouco mais.

Eu cobro R\$497 desde a primeira consultoria por 3 horas de serviço. Não sugiro que você cobre menos de R\$297 pra não desvalorizar o seu serviço.

# Como definir o preço da sua consultoria

---

Consultoria tem um valor agregado alto pelo fato de ser um serviço individual e personalizado, por isso não sugiro que você jogue o preço lá embaixo.

Inclusive, existem consultorias em que a pessoa entrega "apenas" o conhecimento, não o serviço pronto, e cobra R\$6 mil. Usar o modelo de 10 semanas é excelente pra isso.

Dependendo de qual problema você for solucionar, pode cobrar mais, pois o retorno que o cliente vai ter com a sua solução é financeiro também.

# Plataforma e formas de pagamento

---

Eu comecei a dar desconto à vista, pois percebi uma demanda por isso. Muitas pessoas pagavam no cartão por ser o mesmo preço do à vista. Para pagamentos com cartão, eu utilizo o PagSeguro que é 100% confiável e protege ambas as partes em casos de fraude. A taxa é um pouco alta, por volta de 5%.

Sobre a plataforma: eu uso Google Meet ou Zoom, ambos funcionam super bem no modo gratuito. Veja se o modo gratuito do Zoom permite gravação, eu ACHO que não. O Meet gratuito permite, sim.

# O que colocar no briefing?

---

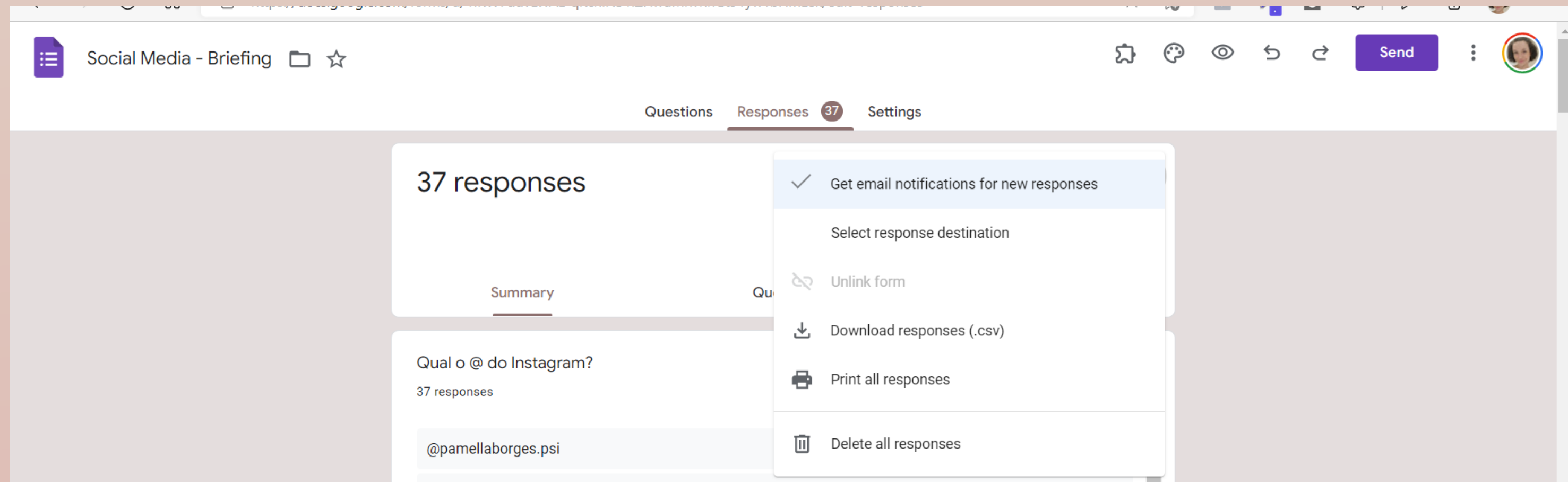
Vou compartilhar o briefing que eu uso, mas ele é específico pra TSNL, ok?

## Briefing TSNL

Vamos aprender a fazer um pra cada caso, principalmente se você oferece consultoria de vários serviços diferentes.



# Notificações por e-mail no Google Forms



# O que colocar no briefing?

---

O que você precisa saber sobre a cliente? Lembre-se de que você é a especialista, portanto, é você quem indica a solução ideal pra cliente.

É essencial saber: nome/ @ do perfil / WhatsApp ou e-mail / dificuldades / objetivo com o perfil / o que espera da consultoria / preço (amei o jeito que a Ravenna colocou no briefing dela).

# O que colocar no briefing?

---

Uma introdução também é bem bacana pra você explicar o que faz na consultoria.

Um resuminho mesmo, do tipo:

"Oi, eu sou a Carol. Atuo como social media há 1 ano e já ajudei +180 clientes a repaginarem as suas redes sociais. Desenvolvi essa consultoria para te ajudar a melhorar os resultados do seu perfil. De acordo com as respostas do briefing, vou desenvolver um projeto com soluções exclusivas para o seu negócio. Pode ser que você precise definir a persona, criar uma linha editorial, reformular os preços... Enfim! Vou identificar o que você precisa com as informações do briefing e do nosso 1º encontro."

# Como gerar desejo pela sua consultoria

---

Antecipação é a melhor forma! Mesmo que ela fique sempre aberta, crie uma antecipação nos stories falando que percebeu que o pacote não é a solução ideal para todas as empresas e que você deseja ajudar cada um de forma específica.

Faça uma sequência, estimule a interação (pergunte qual a dificuldade específica, se ela sente que não precisa de mais posts, se quer vender mais pelo Instagram...) e lance a consultoria depois. Eu não fiz isso da 1ª vez e tive UMA venda kkkkk.

Fiz isso com a TSNL e já tive bem mais, entre 5 e 6 em 1 mês.

# Checklist da semana!

---

Se você quer montar uma consultoria, sugiro que você faça esse checklist:

- Faça uma caixinha perguntando quais são as principais dúvidas sobre redes sociais (se ainda não tem interação, pergunte pra amigos ou mande você mesma temas que quer abordar);
- Crie uma antecipação nos stories e um post no feed explicando;
- Deixe a sequência salva nos destaques;
- Deixe toda a parte técnica pronta: briefing, plataformas de reunião e pagamento;
- EU faria igual a Gabi Pazos: deixaria o Google Forms disponível no link da bio (já fiz isso pro Pacote Instagram e deu super certo). Lembre de ativar as notificações por e-mail.