CHECKLIST

O *Mapa* para transformar

CLIENTES EM FÃS

FRIZZAR.

Montando o público alvo. ( )

a. Gênero, idade, formação escolar, estado civil.
b. Mora perto? Se mora longe, vem de carro?
c. Visita recorrente ou de passagem.
d. Percepção própria: sempre se acha linda, se acha linda só produzida, mesmo produzida tem dificuldade de se ver linda.
e. Frequência de visita: só vai ao salão em último caso, não vive sem salao, meio termo.
f. Momento de vida: recém-casado, solteira, pais, esperando bebê, não possuem filhos?

Seja a solução de um "problema". ( )

a. Qual o "pecado capital" que move o seu público-alvo no dia-dia?
b. Qual o "pecado capital" você quer despertar no seu público?
c. Qual o maior sentimento que ele sente quando você finaliza o serviço?
d. Escreva outros problemas do dia a dia do seu público-alvo.
e. Faça perguntas para o seu cliente:
- O que você mais gosta no nosso serviço?
- Se fosse 10% mais caro, você ainda viria aqui?
- Se mudássemos de região, você ainda viria aqui?
- Você sente que somos úteis na sua vida?
- O que você busca em uma empresa? (conforto, comodidade, preço, localização, segurança, credibilidade, qualidade acima da média)

Se preocupe com a marca. ( )

a. Paleta de cores.
b. Personalidade.
c. Tom de voz.
d. Decoração.
e. Locações especiais (berçário, estacionamento, bar, cafeteria, mesa de jogos, etc.)
f. Serviços.

g. Preços.
h. Vestuário da equipe.

Perfil pessoal ou da empresa? ( )

*Em configurações, encontre **Conta** e toque em **Mudar tipo de conta.***

1. *Escolha a categoria **Empresarial**, ou **Empresa**.*
2. *Pronto! Agora você tem uma conta empresarial do Instagram.*

A Bio perfeita. ( )

a. Qual a transformação que você oferece?
b. Qual é o desejo do seu público?
c. Faça uma chamada para o agendamento.
d. Você já tem um link de agendamento online?

Feed simples e que vende. ( )

a. Depoimentos.
b. Antes e depois.
c. Sua jornada pessoal.

Stories para engajar. ( )

a. Dica de penteado, maquiagem, ou barba, antes de sair de casa.
b. Abrir uma caixinha de perguntas sobre a principal dor do seu cliente.
c. Chegando na empresa, brincando com os colaboradores,
d. História de transformação de cliente, se tiver depoimento gravado compartilhe.
e. Mostre um pouco da sua rotina.

Destaques para, bem, se destacar. ( )

a. Boas vindas.
b. Serviços.
c. Depoimentos.
d. Espaço.
e. Novidades.

Link de agendamento. ( )

Se você já tem link de agendamento, pode pular essa parte, mas sugiro que você olhe os planos da Frizzar e os benefícios.

Migrando para Whatsapp business. ( )

a. Decidir se o novo número será o pessoal ou business.
b. Comprar o chip e ativar o novo aplicativo no celular.
c. Conectar o whats business no computador da empresa.

Configurações extras. ( )

a. Descrição da empresa.
b. Sites.
c. Catálogos.

Mensagens automáticas. ( )

a. Seja breve. Até 5 linhas ou 2 parágrafos de 3 linhas.
b. Seguir a sua linha de comunicação que definimos lá na primeira etapa.
c. Deixe claro que o cliente não precisa esperar
d. Dê opções para que ela possa ter o problema resolvido.

Usando as etiquetas de forma inteligente. ( )

a. Aniversariantes: "🎁Janeiro". Etiqueta rosa.
b. Última visita:"💁‍♀️Janeiro"**.** Etiqueta verde.
c. Clientes em débito: "Em aberto". Etiqueta vermelha.
d. Novos clientes. Etiqueta azul.

Programa de fidelidade. ( )

a. Selecione os serviços e produtos que você vai dar pontos.
b. Escolha as ações que se o cliente fizer ele ganha pontos.
c. Determine quanto vale cada ponto
d. Determine quantos pontos ela ganha em cada serviço.
e. Use uma ferramenta para controlar os pontos.

Anúncios inteligentes. ( )

a. Se você atende em bairro, diminua o raio para até 10 km.

b. Faixa etária.

c. Interesses.

Recuperação de clientes. ( )

A Estratégia Netflix:

a. Nome, aniversário, última vista.

b. Profissional preferido.

c. Serviço preferido.

d. Horários preferidos

Promoções de ocasião. ( )

a. Objetivo e meta.

b. Limite de compra:

c. Começo e fim:

d. Motivo para acontecer:

Agradecimentos!

A você que concluiu esse treinamento eu quero dar os parabéns, e dizer que seguindo o nosso mapa, você tem tudo para transformar seus clientes em fãs.

Em vários momentos você notou que eu falei da importância de ter um sistema parceiro, para facilitar o agendamento online, agilidade nos fechamentos e principalmente para te dar dados que ajudem a executar as estratégias.

A Frizzar está dando de presente um cupom para você assinar com 50% na primeira parcela; independente do plano que você escolher.
É só digitar o código **MAPA**, no momento do cadastro.

Meu conselho, não queira economizar no sistema, ele será o seu maior aliado ao longo do seu crescimento. Sobre o checklist, sempre que você concluir uma fase eu gostaria que você compartilhasse e me marcasse nos stories @caiofortes_ **, eu quero acompanhar e ajudar no seu crescimento.** Se você tiver dificuldade para implementar eu vou poder te ajudar com facilidade.

Sua opinião é muito importante. Por favor, faça a avaliação do mapa aqui.

Por último. Não tenha medo de errar. Não tenha medo de perder dinheiro arriscando, não tenha medo de pensar grande demais.
Tenha medo do que pode acontecer se você não fizer nada de diferente.

Te desejo muita sorte e sucesso na sua jornada.

Um grande abraço do seu amigo
Caio Fortes.

© 2022 Frizzar. Todos os direitos reservados.

É proibida a divulgação ou reprodução, total ou parcial deste conteúdo sem autorização prévia.