

crónoshare

**COMO TER ÊXITO
PARA CONSEGUIR
TRABALHO E CLIENTES**

MANUAL PARA PROFISSIONAIS



Neste **e-book**, você encontrará uma série de conselhos para realizar o primeiro contato com um potencial cliente ou possivelmente um entrevistador para um trabalho.

A primeira impressão é muito importante e, por isso é interessante que tenha acesso à uma série de conselhos e uma metodologia testada para aumentar e melhorar suas possibilidades e de que sua imagem seja a mais profissional para conseguir mais trabalhos.

Como introdução, se vai entrar em contato pela primeira vez (por telefone, e-mail ou Whatsapp), se possui opção, chame o cliente por telefone no horário estabelecido em vez de lhe enviar um e-mail. Com isto consegue dar um tratamento mais pessoal e próximo ao cliente. Se por algum motivo não consegue entrar em contato com o cliente por essa via, lhe envie um e-mail se apresentando. Também é importante saber que alguns clientes preferem ser contactados por e-mail, se esse for o caso, respeite sua decisão. Além disso, sempre que seja possível, se contacta por telefone, que seja dentro da faixa horária das 9:00 h às 22:00 h (respeite sempre o horário das ligações do cliente, se o mesmo lhe informou antes). Lembre-se que antes e depois destas horas, a ligação pode incomodar o cliente por diversos motivos (familiares, profissionais, etc.).

E por último e não menos importante, seja educado e paciente. Em algumas ocasiões o cliente está ocupado no momento, mas isso não quer dizer, obrigatoriamente, que não tenha interesse em seus serviços. Pergunte o horário que pode voltar a ligá-lo e deixe uma pequena margem de (5-10 minutos) posteriores do horário que o cliente informou para voltar a chamá-lo.

Nas próximas páginas te daremos alguns conselhos testados por centenas de profissionais que colaboram com a plataforma **cronoshare.com.br**, o portal que ajuda encontrar trabalhos e clientes para serviços locais, para que você tenha sucesso.

Estar registrado em Cronoshare te dá muitas vantagens, entre elas, e a mais importante, é que te enviaremos novos clientes e trabalhos ao seu e-mail para que comece a entrar em contato com eles e começar a ganhar dinheiro desde o primeiro dia do seu registro.

Como ter êxito no primeiro contato

Existem muitas formas de entrar pela primeira vez em contato com os clientes e posteriormente também. Cada profissional pode ter seus truques e formas de atuar. Aqui em Cronoshare te explicaremos alguns conselhos para ter êxito.

Personalização

Utilize o nome do cliente quando for chamá-lo ou lhe envie um e-mail para dar um tom mais pessoal a conversação. Leia bem a solicitação e os detalhes que o cliente colocou na solicitação e lhe faça saber que é um profissional capaz de realizar o serviço solicitado. Cada profissional deverá adaptar sua mensagem segundo o que procede.

Exemplo e-mail setor limpeza:

*Olá Antônio,
Sou Maria, uma colaboradora de Cronoshare que está interessada no serviço de limpeza que solicitou. Tenho experiência de mais de 10 anos no setor de limpeza doméstica e já trabalhei na casa de mais de 15 famílias. Estou disponível no horário que precisa e conheço a região onde você reside. Pode visitar meu perfil para ver a avaliação de meus antigos clientes se desejar. Sou uma profissional detalhista, discreta e formal.*

Profissionalismo

Os clientes querem ter a segurança que vão escolher a melhor profissional. Faça com que ele saiba porque você é o candidato/a ideal para fazer o serviço.

Pode falar sobre os trabalhos similares que você fez anteriormente e como você pode ajudá-los agora. Ao escrever um e-mail certifique-se que não há erros ortográficos para não causar uma má impressão.

Exemplo e-mail setor limpeza:

Em sua solicitação você informa que tem produtos de limpeza em casa. Se necessita de algum mais, eu posso te aconselhar as marcas de produtos de limpeza que funcionam melhor segundo eu consegui comprovar com outros clientes. Se for necessário comprar esses produtos e não tem tempo para ir à loja, posso ficar responsável em fazer a compra, de acordo com sua preferência, é claro.

Preço

Explique o que está incluído e o que não está no preço que você estipular. Isto ajuda os clientes a conhecerem os diferentes preços segundo os serviços prestados. Informe, por exemplo, se está incluído ou não o deslocamento, custos extras, descontos por muitas horas, etc. Se o seu preço é elevado, melhor tentar explicar porque é mais caro que outros profissionais e as vantagens que os clientes possuem ao te contratarem.

Exemplo e-mail setor limpeza:

Nossos preços são R\$25,00 a hora e inclui serviço como de limpeza e passar roupa. Se incluimos outros serviços como fazer comida, a tarifa aumenta para R\$ 30,00 a hora. O deslocamento já está incluído, mas se eu tiver que pegar transporte público para fazer compras, o valor também sofrerá modificações.

Informe os próximos passos

Alguns clientes não conhecem os passos que devem dar na hora de começar o serviço. É recomendável que lhes explique os seguintes passos. Dê aos clientes seu e-mail e telefone e tente ser flexível no horário que os clientes possam te ligar.

Se o cliente não te responde, envie um e-mail ou uma mensagem de texto passando alguns dias com um convite para o mesmo entre em contato contigo. Faça ele saber que o deseja ajudar.

Exemplo de e-mail:

Estaria encantado em poder te ajudar com a limpeza de sua casa. Espero ser o tipo de profissional que necessita e lembre-se que pode visitar meu perfil de Cronoshare para ver opiniões de outros clientes. Pode me ligar no telefone 00000000 ou responder a este email.

Se deseja, podemos ter uma entrevista antes de começar o trabalho para que você possa me conhecer melhor e ver o meu perfil profissional.

Aguardo sua resposta,

Muito obrigada pelo seu tempo.

Xxxx.

Como ter sucesso em suas ligações comerciais

Você não sabe como lidar com as desculpas e objeções dadas por seus potenciais clientes?

A seguir, mostraremos alguns conselhos muito úteis para superar algumas dessas barreiras indesejáveis e obter sucesso com as ligações comerciais, que para muitos, são sinônimos de desconforto e stress.

Antes de mais nada, seja rápido

Quando possuir os dados de seu contato, tente ligar o mais rápido que conseguir. Imagine a seguinte situação: o cliente em frente ao computador, ainda revisando a solicitação que acaba de publicar e recebe sua ligação em questão de minutos. A primeira coisa que pasará em sua cabeça é ... Uau, realmente essa pessoa é profissional e deseja realizar esse trabalho! É extremamente importante que esse contato seja feito de forma rápida, o quanto antes melhor, na verdade. Com isso, você evitará que o cliente receba contato de outros profissionais, queira adiar o projeto ou ainda encontre sua solução em outro lugar.

Você sabia que 67% dos clientes que publicam sua demanda por preços, iniciam o trabalho em menos de um dia desde que os profissionais entram em contato com eles?

Se você não consegue entrar em contato com o cliente na primeira tentativa, ligue mais tarde no mesmo dia. Se ainda assim não conseguir, não desista. Tente ligar para o mesmo nos dias seguintes e também lhe envie um e-mail para que o cliente saiba que você está tentando falar com ele, mostre que você realmente tem interesse em ajudá-lo e que está à sua disposição. Às vezes o cliente pode estar ocupado no momento que tentou falar com ele, e por isso que sua insistência é importante para fechar negócio.

Se o cliente atende a sua ligação, como proceder?

Geralmente o primeiro contato com o cliente é por telefone. Por isso, você deverá saber alguns dos aspectos cruciais para causar uma boa impressão. Fique atento ao tom de voz, a linguagem que irá utilizar e a segurança e confiança que transmitirá ao cliente. Isso fará com que o início da relação profissional seja satisfatório. Criar empatia com o cliente potencial é essencial e os estudos neuropsicólogos informam que temos somente 30 segundos para despertar seu interesse. Leia atentamente sua solicitação antes de ligar: perguntar por alguns detalhes demonstrará interesse e pro-atividade de sua parte, e isso com certeza fará diferença na decisão final do cliente.

Escute o cliente. Deixe que o mesmo fale sobre as suas necessidades. Faça anotações sobre a conversa e deixe claro que você prestou atenção em tudo que foi falado.

Caso não consiga entrar em contato com o cliente

Se depois de algum tempo não receber mais contato do cliente, não se preocupe: é possível que ele não te responda para confirmar se vai seguir adiante ou se já escolheu outra empresa. Ainda assim, você pode aproveitar a situação, pelo menos de duas maneiras:

- A não ser que ele te diga que não deseja receber mais informação, você pode continuar entrando em contato para enviar fotos de seus últimos trabalhos relacionados ao que ele pediu, mostrando o resultado final de seus serviços. Como dizem: uma imagem vale mais do que mil palavras.
- Consiga recomendações de antigos clientes que ficaram satisfeitos com o seu trabalho. Os clientes vendem por você e mostra certa imparcialidade aos novos clientes.

Muitos clientes antes de fechar negócios ou se decidir por um profissional em detrimento de outro, analisam as avaliações de outros clientes.

Porque é importante que outros clientes possam ler opiniões de outros usuários? Porque assim você ganhará credibilidade nos seus trabalhos. Se tiver boas referências, isso fará com que você aumente suas probabilidades de conseguir potenciais clientes.

Converta solicitações de orçamento em negócios lucrativos. Obtenha muito sucesso com novos clientes a través de Cronoshare.

Acabe com algumas possíveis desculpas

Preço

“Está muito caro, não vou fechar”. Por trás dessa desculpa podem estar os seguintes motivos:

O cliente tem, realmente, um orçamento limitado.

Dica: Avalie não apenas o que ele está dizendo. As vezes é a linguagem não verbal que mostra que os reais motivos pelos quais o cliente está fazendo objeção ao preço. Você deve se perguntar, isso é coerente?

Se por exemplo, ele te diz que não tem dinheiro nesse momento, você poderia perguntar: “Se fosse possível adiar o pagamento você se interessaria?” Se ele responder que não está interessado, deixando claro que a objeção é falsa e então você deve seguir tentando averiguar o motivo real da rejeição do serviço pelo motivo dado anteriormente pelo cliente, o preço. Mas, pelo contrário, se ele disser que sim, e o pagamento realmente possa ser adiado você deve tentar fechar negócio (pagamento parcelado, um sinal ou outra facilidade de pagamento, etc.) o quanto antes. Lembre-se o sucesso da “venda” é a rapidez. Não deixe ele pensar muito se tomou a decisão correta.

Desenvolva o hábito da negociação

Dica: Muitas vezes relutamos em diminuir o preço de nossos serviços, sabemos o valor das nossas habilidades e conhecimento, entretanto às vezes esse é o único caminho que temos para fechar o negócio. De todos os modos, uma diminuição nos preços significa concessão e as concessões não são dadas de graça, mas sim trocadas. Sendo assim, você poderia tentar negociar a diminuição dos preços em troca de algo: outros serviços adicionais ao projeto inicial que o cliente fará ou até mesmo outros pequenos serviços de menor custo.

Mostre que está 100% seguro sobre o que está dizendo

Dica: É muito importante que você mostre que é uma pessoa segura e confiável, além de que você é a melhor opção para ajudá-lo com esse trabalho. Para isso, você poderia oferecer garantias:

- Relacionadas ao tempo:

Prazos de execução mais curtos que os de mercado ou concorrência.

Por cada dia de atraso devolver 5% do valor total do serviço combinado anteriormente

- Relacionadas à funcionalidade (Garantia X Anos: manutenção e reparos sem custo adicional). Também é um bom momento para que você mostre suas cartas de recomendações e as avaliações de antigos clientes que fizeram sobre o seu trabalho e que estão registradas na Cronoshare.

Aumentar o valor percebido em relação aos seus serviços

Dica: Ainda que o cliente queira saber o valor logo no começo, não caia no erro de colocar os preços em cima da mesa antes de conhecer o que realmente ele precisa.

Adie o assunto do “preço” e aprofunde-se em, por exemplo, Quanto custaria ao cliente sua solução atual? Quanto pode chegar a economizar com suas condições?

Se deseja modificar algo, melhor que baixar os preços, é acrescentar melhores prazos de execução, facilidades ou serviços associados que facilitem a vida do cliente. O cliente deve perceber o valor do seu serviço.

Concorrência

Dica: Não deixe que o cliente lhe compare com outros profissionais. Isso não é bom sinal, uma vez que para ele você não possui nenhum atributo de diferenciação. Mostre porque você é diferente, caso contrário sua única saída será diminuir o preço. Se for necessário, faça cursos de atualização no seu setor de atuação, mas sempre mostre que você é a melhor opção para seu cliente. Seja pela sua experiência, suas habilidades, seus conhecimentos, o cliente deverá enxergar você como sendo melhor que seus concorrentes. Lembre-se que em Cronoshare o cliente receberá o contato seu e de até mais 3 profissionais.

Como fixar os preços para clientes

Quando for entrar em contato com um cliente, existem três formas gerais de indicar suas tarifas. Dependendo do tipo de serviço, pode ser que informe um preço fixo, um preço por hora ou que necessite mais informação para dar um orçamento.

Serviços com preço/orçamento fixo

Deixe muito claro para o cliente o que está incluído no preço e, nós também recomendamos que você faça um esforço para dar um preço real e não uma estimativa. Se você não quer errar, defina um preço mínimo e informe os serviços extras que poderá aumentar preço de seu orçamento.

Serviços com preço por hora

Explique o que inclui na tarifa por horas e se há um desconto se ele precisar de muitas horas de seus serviços.

Se há taxas ou preços que não estão incluídos na tarifa, busque explicar de forma mais detalhada possível.

Serviços onde necessita mais informação para dar um orçamento

Se você precisa saber mais sobre o serviço (como tirar medidas, analisar um projeto, etc.), tente explicar para o cliente quando você entrar em contato com ele quais informações você precisa saber para lhe dar um preço ou orçamento mais preciso. Lembre-se de oferecer ao cliente uma estimativa do preço final, mesmo quando faltar dados. Os clientes, muitas vezes, contratam profissionais que são capazes de dar uma aproximação do preço, mesmo que seja uma grande variedade de valores, mostre profissionalismo e experiência.

Entendemos que alguns trabalhos exigem falar com o cliente de forma detalhada ou visitar o local de trabalho antes de enviar um preço aproximado. Você pode basear-se em trabalhos antigos para dar um valor mais realista possível. Se você ainda não parece capaz de dar um orçamento aproximado, você pode ser honesto e explicar as razões para o cliente. Isso também tem um efeito positivo sobre o mesmo, porque mostra que você está interessado em ajudá-lo e dar um melhor orçamento.

Como ser contratado/a pelo cliente

O que você pode fazer para que Cronoshare consiga te ajudar a ter novos trabalhos e clientes? Aqui te mostramos nossos conselhos favoritos para melhorar seu perfil e oportunidades de ser escolhido e contratado/a por nossos clientes:

- Complete seu perfil corretamente
- Consiga avaliações de seus antigos clientes e referências positivas
- Cause uma boa impressão em seu primeiro contato com os clientes

Complete seu perfil

Seu perfil é o primeiro lugar que os clientes visitarão para conhecer mais sobre sua experiência e trabalhos passados. Um perfil completo não apenas ajuda os clientes a te conhecer melhor, mas também dá a oportunidade de conhecer como trabalha, seus orçamentos, avaliações de outros clientes, em resumo: a oportunidade de que o cliente se decida por você em vez de outros profissionais..

Está preparado/a para completar seu perfil profissional? Entre em sua conta de Cronoshare e siga esses passos:

- Complete onde já trabalhou e sua experiência no setor
- Responda às perguntas relacionadas a sua experiência e/ou negócio
- Adicione fotos de trabalhos
- Pergunte a seus clientes de Cronoshare se eles podem fazer uma avaliação de seu trabalho e publicar na plataforma
- Pergunte a seus clientes de fora da Cronoshare a opinião deles sobre você e sobre o seu negócio

Peça avaliações/comentários aos seus clientes

Os comentários são um dos maiores e mais importantes fatores que os clientes levam em consideração na hora de decidir se contratará você o ao seu concorrente. Comprovamos que os profissionais que possuem pelo menos 1 avaliação/comentário têm 40% a mais de probabilidades de ser escolhido frente aos que não têm nenhuma avaliação ou comentário. Se você consegue ter mais de cinco avaliações positivas, a probabilidade aumenta até 75% a mais que se não tivesse nenhuma.

Como pode ver, é uma ótima ideia solicitar avaliações aos seus clientes atuais e antigos(igualmente a colegas de trabalho ou colegas de profissão. Você poderá ter mais informações sobre como pedir avaliações a clientes de Cronoshare e clientes fora de Cronoshare.

Cause uma boa primeira impressão ao contactar o cliente

Por norma geral os clientes dão preferência aos profissionais que lhes enviam mensagens bem detalhadas e amigáveis, desta maneira quando você for ligar para o cliente ou lhe enviar um e-mail, você deve conseguir uma boa impressão, do mesmo modo que faria se estivesse pessoalmente falando com ele.

Para fazer isto, o início da primeira conversa seja por e-mail e/ou telefone deve incluir:

- Use o nome dele ou dela quando for dirigir ao mesmo .
- Ponha-se na situação do cliente e mostre interesse em resolver o seu problema.
- Explique os seus preços ou a necessidade de mais informações para dar um bom orçamento.
- Explique como pode ajudar o cliente através de sua experiência

Seja amável com o cliente e lhe trate como se fosse único

Ser profissional é importante, mas às vezes ser muito formal pode fazer com que o cliente pense que está sendo muito impessoal ou desinteressado sobre seu problema. Trate a cada cliente como se fosse único, mostre interesse em ajudá-lo e contacte com o cliente na data ou tempo que o mesmo informou na solicitação. Respeite a forma de contato inicial. Se informa que deseja apenas contato por e-mail, será por algum motivo.

Preços transparentes

Ter o menor preço não significa que o cliente vá te escolher. Em muitas ocasiões se busca mais um profissional que possa resolver seu problema e lhe ajudar do que um preço mais econômico, mas também é importante que seu orçamento esteja dentro do preços de mercado. Se seus preços são superiores, explique porque e dê razões lógicas de porque você é mais caro do que os demais.

Você pode ter tarifas mais elevadas em função dos serviços que oferece, ao final das contas você é um expert no seu setor. Tente ser transparente e não passe um orçamento oculto.

Quanto mais contatos fizer, maiores serão as possibilidades que terá do cliente aceitar seus serviços. Seja constante, siga nossos conselhos. Em média, os profissionais conseguem um de cada três clientes contactados, o que já é rentável para os profissionais.

Além disso, recomendamos que envie mensagens de acompanhamento (link) para que o cliente saiba que você está interessado/a. Às vezes a perseverância sem ser chato é a menor maneira de que te contratem.

Esperamos que estes conselhos sejam úteis agora e no futuro.
Nos vemos em Cronoshare!