

JORNADA **DOS** **30** CLIENTES

MATERIAL DE APOIO

OVERVIEW DA SEMANA

OPORTUNIDADE

Descubra porque contadores estão perdendo a OPORTUNIDADE de conquistar mais clientes contábeis



03 de Maio de 2021

05 de Maio de 2021



TRANSFORMAÇÃO

Descubra como iniciar a TRANSFORMAÇÃO na sua empresa contábil e começar a crescer

PLANO DE AÇÃO

Acesse o PLANO DE AÇÃO para conquistar 30 novos clientes em 2021



07 de Maio de 2021



@andersonhernandesoficial

JORNADA DOS +30 CLIENTES

Como aproveitar as oportunidades?

O que você precisa enxergar em relação ao mercado para **aproveitar as oportunidades**?

No mercado: ou você tem resultados, ou você observa os outros terem resultados.
O que você vai fazer para mudar?

É comum que os empreendedores vejam que apesar de terem uma performance, tem a sensação de que os resultados estão abaixo do que gostaria.

Você se sente na mesma situação?

Adote a sinceridade com relação ao seu negócio e saiba que este é o momento de identificar as principais oportunidades e necessidades para estar por dentro do mercado contábil.



Há **oportunidades no mercado contábil** para todos.

Por que existem empresas contábeis que conseguem conquistar mais clientes que outras? Isto acontece porque existem empresas que fazem o marketing contábil, enquanto outras não sabem como fazer e não investem no marketing.

Por que +30 clientes?

Consideramos esse número relevante para nós.

Se você conquistar pelo menos 30 novos clientes, você será premiado no nosso evento do **Marketing Contábil Summit** em 2022 com uma placa de reconhecimento.

Vamos nessa? 🚀



@andersonhernandesoficial

JORNADA DOS **+30** CLIENTES

#1 Identifique as oportunidades de mercado

É fundamental se você quer ter resultados diferenciados, você precisa sair desse “mundinho” e aprender com quem chegou onde você quer chegar.

Há 14 anos eu comecei a fazer análises de mercado, listando diversas empresas contábeis do ABC Paulista para entender qual era a proposta de valor, honorários e estrutura dessas empresas.

Naquela época era impensável ter acesso a alguma empresa indo visitá-la e fazendo perguntas, é por isso que criei esse relatório, para conhecer o que o mercado estava oferecendo para montar e oferecer os meus diferenciais.



@andersonhernandesoficial

JORNADA DOS **+30** CLIENTES

ANÁLISE CONCORRENCIAL **DOCX** ☆ 📁 ☁

Arquivo Editar Ver Inserir Formatar Ferramentas Ajuda A última ed...

100% ▾ Texto norm... ▾ Arial ▾ - 10 + ...

2 1 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17

Quinta-feira, 16 de Outubro de 2008.

Principal

Notícias

- Globalização financeira foi "propulsor" de desigualdade de renda, diz OIT
- Claro fica em segundo lugar na telefonia móvel; Vivo lidera
- Lucro da Nokia cai 30% no 3º trimestre com queda em vendas e preços
- Preços ao consumidor nos EUA ficam estáveis em setembro

Agenda de Obrigações | **Boletim Informativo**

Receba as principais notícias no seu e-mail assinando o Boletim Informativo de Escritório Contábil Monteiro Lobato.

Nome:

Email:

Email:

Atendimento

De segunda a sexta-feira
8 horas até 17:45 horas

Tel.: 11 4330-2255
Fax: 11 4330-2255

Desenvolvido [by Neo Solutions]

Escritório Contábil Monteiro Lobato - © 2008-2008. Todos os direitos reservados.
Rua Continental, 155 - São Bernardo do Campo - SP - 09750-960
Tel.: 11 4330-2255 Fax: 11 4330-2255

CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA

Empresa com 58 anos de atuação e localizada no mesmo endereço comercial. Investe muito no marketing especialmente de lista telefônica. Possui 28 colaboradores e algo grau de organização interna conforme relatório de visita [realizada](#).

PREÇOS PRATICADOS

Abertura – 550,00
Honorários – 330,00 s/ contabilidade e 1 salário com contabilidade
Folha – 66,00 (Primeiro) e 36,33 Demais

E como as coisas funcionam atualmente?
Se você pensa que não fazemos mais esse estudo, está enganado(a)! Até hoje realizamos **análise de mercado** para definir nossas estratégias, conhecer melhor nossos clientes, os nichos que atendemos e como podemos definir **campanhas de marketing**.

Ao vivenciar o que está acontecendo no mercado, você passa a entender de forma estratégica o que está acontecendo em outras cidades, outros segmentos e pode aplicar para o seu negócio.



@andersonhernandesoficial

JORNADA DOS **30** CLIENTES

Quais são os **dados estratégicos** que você registra?

- Fontes diferentes de informações (plataformas);
- Informações da área comercial;
- Networking;
- Palestras e Eventos;
- Cursos ;
- Mapas Mentais (Mindmeister).



#2 Seja estrategista do seu negócio contábil

“Se você quer ter resultados, precisa ter uma visão estratégica”

Muitos empreendedores contábeis não tem resultados porque não tem uma visão estratégica sobre as informações que tem acesso.

Como desenvolver um pensamento estratégico? Conheça o meu plano de desenvolvimento e como ele me ajuda a ser estratégico. (aula 2)

Dados sem estratégia são apenas dados sem valor. Não adianta dedicar tempo buscando conhecimento, informações e não fazer nada com isso.

Nem mesmo ter acesso a informações sobre o mercado que atua e se você tem pensamento estratégico.



Há cerca de 10 anos encontrei uma oportunidade em publicar um livro para o meu público-alvo, desta forma, conquistei visibilidade para começar a receber convites e fazer palestras, além de matérias em jornais e revistas.

Passei a organizar seminários de Gestão Empresarial e conectava com o contexto do livro publicado, inclusive, temos clientes até hoje oriundos dessa época.

É preciso usar a criatividade!

10 anos depois a estratégia de lançamento do 2º livro (Empresas Digitais) foi replicada, criei uma palestra que foi reproduzida em grandes eventos como Afiliados Brasil e tivemos grandes resultados. É preciso ser estratégico para ter resultados diferenciados.



*MANUAL PRÁTICO DE
SOBREVIVÊNCIA DA
PEQUENA EMPRESA*

Um guia prático, destinado exclusivamente a pequenos empresários de como obter maior sucesso em seus negócios

Anderson Hernandez



@andersonhernandesoficial

JORNADA DOS **30** CLIENTES

#3 Torne o seu serviço desejado

Clientes contratam serviços contábeis que atendem as necessidades e desejos deles com o valor percebido que estão dispostos a pagar.

Ao entregar um serviço, o seu cliente vai identificar se os serviços prestados irá atender as expectativas, estar abaixo das expectativas ou até mesmo superá-las. É preciso construir um valor percebido, de forma que o cliente possa valorizar o que você entrega e entenda o limite para saber até aonde o cliente vai.

Na prática, com o marketing contábil você pode criar desejos no seu cliente que sequer ele sabia que existiam.

- 1 - Identificação do problema
- 2 - Busca de alternativas
- 3 - Análise das opções e compra
- 4 - Experiência



Em determinado momento, o prospectivo cliente se dá conta que existe um problema, por exemplo, abrir um CNPJ.

Ele vai buscar alternativas, buscando no Google “Imposto PJ médico” vamos imaginar que você se posicionou no buscador com conteúdos sobre esse assunto.



Mas ainda não satisfeito, o mesmo profissional digita no Google “Contabilidade para médico” e aparece novamente sua página, ou um artigo que fala sobre a especialização sobre o assunto.

Então mais uma vez, ele foi direcionado com conteúdo seu e vamos supor que neste caso ele entre em contato com a sua empresa e outras para a tomada de decisão.



Nesse momento, ele passa a fazer a análise das opções e define com quem vai fechar a contratação para esse serviço.

E neste momento começa a **experiência**.

Essa etapa é tão importante quanto a inicial, pois neste momento a expectativa do cliente irá determinar se irá te indicar (no caso de estar satisfeito) e até mesmo ficando retido na sua base, ou estando insatisfeito ele não irá indicar seu serviço para colegas de profissão.

Você precisa se tornar especialista em criar um desejo pelo seu serviço contábil.



@andersonhernandesoficial

JORNADA DOS **+30** CLIENTES

#4 Crie potencializadores de venda

Com base em uma estratégia eu consigo vender um serviço que atenda as necessidades do meu cliente, potencializando a venda do serviço e a contratação de um serviço recorrente.

Todos temos oportunidades, e a diferença está na forma como extrair informações e identificar as oportunidades no mercado.

Saiba como sair do ponto A e chegar no ponto B e evoluir o seu negócio.



@andersonhernandesoficial

JORNADA DOS +30 CLIENTES

Potencialize a sua presença de marca

Anúncio · <https://www.tactus.com.br/> ▾

Contabilidade de Infoprodutos - Especializados no Digital

Solicite o apoio de um especialista e regularize seu negócio. Solicite agora uma proposta para a Tactus **Contabilidade**. Sede gratuita. Atendimento Digital. Orientação Especializada.

Sede Virtual Gratuita

Use nossa sede virtual
Sem custo para clientes

Atendimento por Pessoas

Sem tickets chatos
Atendimento diferenciado

<https://www.tactus.com.br/> ▸ Início ▸ Mercado Digital ▾

Contabilidade para Infoprodutor e Afiliado | Contabilidade ...

Contabilidade para Infoprodutor e Afiliado. Mantenha seu negócio digital legalizado e evite problemas com o fisco. Atendemos todas as plataformas digitais do ...

Você visitou esta página 2 vezes. Última visita: 06/04/21

contabilidade para infoprodutos

Contabilidade para Negócios Online, Afiliados e Produtores (Guia...
26 mil visualizações · há 11 meses · 99%

Joba · 758 mil assinantes

✓ Perguntas respondidas neste vídeo: 00:00 Quem é o Anderson Fernandes? 03:28 Dá para começar como Pessoa

IMPOSTO P/ AFILIADO
Valor Total do Documento
73.240,02
53:28
2.8K 10 %TE

TRIBUTAÇÃO
Produto Digital
5:51
467 6 %TE

COMO FUNCIONA A TRIBUTAÇÃO DO PRODUTO DIGITAL
7,3 mil visualizações · há 1 ano · 99%

TACTUS - CANAL DO 84,6 mil

Como funciona a tributação nos produtos digitais? Descubra se há bitributação e como funciona. Em quais

TUDO SOBRE IMPOSTO DE INFOPRODUTOS - #1 PODCAST...
2,2 mil visualizações · há 8 meses · 98%

TACTUS - CANAL DO 84,6 mil

Está no ar a primeira edição do podcast da Tactus! Juntamente com a Fernanda Guscinskis nossa Gestora



@andersonhernandesoficial

JORNADA DOS **30** CLIENTES

#5 Acompanhe a evolução

O marketing contábil evoluiu, durante a aula, compartilhamos como nossa empresa evoluiu (tanto na questão do site, quanto no nosso logotipo) ao longo dos anos.

Quando você olha para sua empresa contábil consegue enxergar que ela evolui a cada dia?

Se você olha para sua empresa contábil e nota que ela mudou pouco ou nada nos quesitos de estratégias de marketing, não conseguindo evoluir no processo de captação de clientes, significa que sua empresa não está com uma estratégia bem definida.

Confira a seguir o comparativo entre o **velho** e o **novo marketing contábil**:



@andersonhernandesoficial

JORNADA DOS **+30** CLIENTES

VELHO MARKETING

Impresso
Lista telefônica
Custo de Marketing
Indicação
Decisão intuitiva
Vídeo institucional
Crescimento orgânico
Placas
Site Institucional
Chat

NOVO MARKETING

Online
Google Ads
CAC (Custo de Aquisição de Cliente)
Influenciadores
Decisão baseada em dados
Vídeos que geram valor
Crescimento acelerado
Campanhas
Site para conversão
WhatsApp



VELHO MARKETING

Cliente procura
Proposta resumo do contrato
Poucos canais de aquisição
Métricas pra que?
Conteúdo escrito
Negociação presencial
Ações manuais
Planejamento anual
Área de Marketing

NOVO MARKETING

Cliente é atraído
Proposta visual
Múltiplos canais de aquisição
Métricas para tudo!
Escrito, vídeo, áudio e visual
Negociação online
Automação baseada em ações
Planejamento mensal
Área de Growth



É notável a diferença entre o velho e o novo marketing.

Assim como houveram diversas transformações no marketing contábil, sua empresa precisa ser transformada também.

Nossos anúncios demonstram exatamente um contraste muito grande, a forma como nos comunicamos, veículos e até mesmo o design criativo, tudo mudou...e nós também!

Mas afinal, qual é o marketing que a sua empresa contábil faz?

Refleta....



PROGRAME-SE

Terça acontecerá uma Live no Instagram com o tema: “**Marketing Contábil na Prática**” - você não pode perder!

Além disso, nosso próximo encontro acontecerá na quarta-feira às 19h00 para a aula 2 da **Jornada dos +30 clientes** em que abordaremos sobre:

- O que precisa fazer para começar a ter resultados
- Meu plano de estudos: qual é a minha rotina para crescimento profissional e pessoal
- Tempo para resultados
- Elementos essenciais

Você não vai ficar de fora, né? Deixe esse horário reservado e invista no conhecimento!



@andersonhernandesoficial

JORNADA DOS **+30** CLIENTES