



Como decolar sua contabilidade em 2021

Imersão de Marketing Contábil e Vendas



ANDERSON HERNANDES

MARKETING E EMPREENDEDORISMO CONTÁBIL



Como está o seu negócio em 2021?

Como está o seu negócio em 2021?
Sente que será um ano promissor para a sua empresa?

Vou te ajudar a entender como fazer a sua contabilidade decolar em 2021.

Considerando que cada empresa contábil tem um momento, vamos mostrar nossos resultados e como as coisas mudaram de 2015 até hoje.

Venha entender o que pode construir e aonde pode chegar.

Preparado para construir um 2021 espetacular?

Tenha em mente que é essencial fazer a leitura do cenário o tempo todo!
Pensar estrategicamente quando falamos de marketing é o ponto chave para determinar o nosso plano de ação.

Planejamento de Marketing Contábil

Para um bom planejamento a primeira coisa a entender é: qual o momento da sua empresa contábil atual.

Ele é determinante, sob o ponto de vista do que você pode alcançar

O que você quer/pode alcançar?

Muitas vezes você acaba objetivando o que não faz sentido para o seu momento atual.

Olhe um pouco para o 2020 da sua empresa e a partir daí considere o que é factível.

Respeite a fase do seu negócio, tenha metas reais pois tudo depende de um processo de experiência.

Ao determinar seu planejamento deve o planejamento de marketing que é parte integrante, fazendo uma previsão do que pode alcançar de acordo com as possibilidades.

Orçamento (mensal/anual)

Considere sempre qual o orçamento que vai dedicar para sua estratégia de marketing.

Você utiliza uma estratégia para determinar seu orçamento de aquisição de clientes e crescimento?

O orçamento é importante pois baliza o quanto você está disposto a investir e quanto de retorno pode ter nesse investimento.

Você precisa validar o que consegue conquistar com seu orçamento e enxergar como o investimento se comporta, isso é muito importante.

Qual o parâmetro que você pode ter?

Ao longo do conteúdo vamos compartilhar com você nossos parâmetros para que entenda como o pensamento estratégico faz toda diferença na tomada de decisão.

Desde que temos uma rotina de seguir um orçamento isso foi ponto determinante para nós.

Tivemos resultados extraordinários e em 2020 consumimos menos que o orçamento determinado porque conseguimos diminuir o nosso CAC.
E para 2021 temos metas mais agressivas de orçamento para buscar melhores resultados.

É importante que saiba seu objetivo e qual o crescimento - alcançável que busca para a sua empresa. Tudo começa com o planejamento, fazemos isso na Tactus com muita eficiência.

Além dos sócios, o planejamento deve ser comunicado - parte das informações - para o time, para que eles entendam o que vai acontecer.
Pessoas específicas do time tem informações chave e abrimos nossas metas e conquistas para o time todo no nosso Tactus Day.
Faremos isso em 2021 com nosso time, a consolidação de 2020 e o que buscaremos em 2021.

Você não vai crescer sozinho, no seu planejamento, considere que todas as pessoas estão envolvidas.

Segregação do orçamento

Se vai trabalhar com investimento de conteúdo e compra de tráfego, o quanto vai segregar para cada ponto?

Nós sabemos, durante o ano todo, quanto será destinado para cada coisa. É claro que há oscilações, mas é preciso ter um norte.

Responsabilidades

De nada adianta projetar o que precisa fazer, mas não determinar quem são as pessoas responsáveis.

As pessoas que vão executar as tarefas e cuidar de coisas relevantes precisam saber o que cabe a elas.

Temos uma visão bem clara dos nossos processos e sabemos o que cada um pode entregar.

**Site Contábil
+
Redes Sociais**

**Produção
de Conteúdo
+
Tráfego**

**Conversão
de Leads
+
Nutrir**

Vendas

Site Contábil + Redes Sociais

Para montar a sua empresa contábil hoje, o que é essencial? Antes era preciso uma mesa e formulários - muitos formulários - hoje a pessoa precisa de um computador, sistema etc.

Quando a gente pensa no marketing é impossível fazer um marketing efetivo se não tem **site e redes sociais**.

Pode parecer básico, mas dentro da nossa imersão de marketing quando avaliamos o site dos nossos alunos, a grande maioria não tem um preparado para a conversão. Quem participa da nossa imersão tem mais essa vantagem, a análise do seu site por um perito.

Existem alguns que podem ser ajustados, mas outros precisam começar do zero. Alguns nem site tem e esse é um ponto indispensável.

Empresas que são referência no mercado digital, como a Tactus, tem sites muito bem preparados, ele traz os primeiros resultados em marketing contábil digital.

Como está o seu site?

Produção de Conteúdo + Tráfego

Nosso site é uma vitrine, como uma vitrine na loja de shopping.

Dentro do shopping temos várias ruas, algumas com mais e outras com menos movimento, isso determina muitas o sucesso de uma loja. Paralelo a isso há o perfil do shopping, uma loja física desalinhada com o perfil do público provavelmente não vai dar certo.

A nossa empresa contábil na internet é a mesma coisa, nossa vitrine é nosso site e nosso shopping é o mercado. Dentro do nosso mercado temos “os melhores espaços”. Você pode ter desde um site mais elaborado e vitrines feias.

Se o site não está preparado para o público-alvo, conseqüentemente terá problemas de conversão. E você pode ter um site bem preparado e faltar “pessoas passando”, que seria justamente tráfego.

Pense em como vai fazer isso acontecer.

Você vai gerar conteúdo para o seu site? Fará investimento em campanhas de marketing?

Produção de Conteúdo + Tráfego

Hoje é muito mais simples e acessível fazer campanhas e ter resultados, mesmo sem investir muito alto ou sem um conhecimento tão apurado. Tanto que na nossa **imersão** focamos numa orientação mais estratégica do marketing do que no operacional.

Isso porque saber mexer nos botões certos não faz ter resultado, mas entender o que deve alocar de recurso para cada botão e entender o que pode fazer sim.

Você tem que entender de forma plena antes de entender como executar, se a sua vitrine não estiver predisposta adequada isso vai atrapalhar a conversão.

Estudos comprovam que quanto mais tempo uma pessoa permanece dentro de uma loja, mais predisposta estará a consumir produtos. Além disso, numa loja por exemplo, quem já comprou uma peça está mais inclinado a comprar outra, mesmo que de menor valor.

Trazendo isso no marketing contábil é possível agregar muito mais valor quando já vendemos algo para o cliente.

Um cliente que comprou um serviço pode comprar mais e aumentar o ticket médio.

Conversão de Leads + Nutrir

Para converter leads você precisa fazer um funil e nutrir essa pessoa. Depois vai nutrindo e intensificando a levatada de mão, que é quando ela vai solicitar uma proposta.

O que muitas vezes não se entende é que esse é um processo necessário, se quer fazer sua empresa decolar precisa entender a importância desse processo contínuo.

Você precisa gerar novas oportunidades futuras para conquistar novos clientes para o seu negócio contábil.

Nós temos um negócio de recorrência, um dos grandes erros dentro desse tipo de negócio é acreditar que não temos que fazer o nosso marketing.

Porque o LTV é alto, desconsideramos que devemos fazer novas estratégias e gerar novas possibilidades de negócio.

Se quer fazer o crescimento da sua empresa contábil acontecer precisa alimentar o seu funil e gerar possibilidades de conversão.

Vendas

Para fazer acontecer você precisa fazer a venda.

O marketing contábil tem como grande objetivo final vender. A empresa que não cresce e está fadada ao fracasso, o **marketing** é tão importante quanto **vender**.

Montar seu processo de vendas

Ninguém nasce sabendo vender, é tudo um processo.

Perfil de cliente ideal

Como assim?

Você precisa ter um perfil de cliente, pois quando você sabe exatamente o tipo de cliente que quer ter na sua empresa fica mais fácil de buscar esse perfil no mercado - fazer ações de marketing para atração - e para decidir o que ele é bom para a sua empresa.

Vendas

O perfil de cliente ideal não é tão simples, mas basicamente você deve avaliar:

- O cliente vai gerar lucro?
- Além de lucro, dará menos trabalho?
- Esse cliente promove sua marca?

Desenhando esse perfil você precisa de: **critérios de qualificação.**

Quando você já sabe seu perfil de cliente começam aparecer as demandas para iniciar o processo de negociação.

Qual é o perfil de cliente que você tem que colocar dentro da sua base?

Será que todo tipo de cliente é interessante para você?

Vendas

Nesse momento entra o processo de qualificação onde vai separar os negócios que são bons dos que não são bons para você.

As pessoas têm uma dificuldade grande de falar não, e muitas vezes o não é muito melhor do que um sim que não traz benefício, e o quanto antes é menos traumático.

Qualificar o tipo de negócio para a sua empresa é fundamental.

Aprenda a avaliar se o seu cliente vai ser um problema ou solução, principalmente se está preparado para ele.

Um cliente que te seduz no valor alto do honorário pode te consumir de forma excessiva
Tenha claro quais os critérios fazem sentido para o seu tipo de negócio.

Vendas

Técnicas de negociação

Não tem saída: você tem que aprender a vender e a negociar.

Para ter bons resultados deve saber:

- Se comportar na mesa de negociação;
- Como conduzir um negócio para ter um novo cliente
- Como vender presencialmente, por telefone e até por WhatsApp.

Se não souber vender pode derrubar tudo o que o marketing construiu.

Vendas

Conversão

O cliente só é convertido depois que consegue persuadir ele.

O marketing tem o papel de convencer e mostrar para o mercado que a sua empresa é a melhor para ele, mas é na mesa de negociação que ele é persuadido e existe uma grande diferença entre convencer e persuadir.

O processo de conversão só ocorre quando o cliente de fato se sente motivado - por iniciativa própria - a se tornar um cliente.

A partir do momento que você reúne esses 4 pontos, terá sucesso na sua estratégia.

O marketing e as vendas têm que estar sempre muito bem alinhados.

Por que podemos garantir que essa metodologia traz resultados?
Porque nós já validamos isso.

Marketing não é uma ciência exata

Isso pode parecer difícil para o profissional contábil entender.

Acaba contrariando a raiz da formação do profissional contábil onde ele sabe que para cada débito existe um crédito correspondente, mas no marketing não existe isso.

Não significa que se copiar uma empresa terá os mesmos resultados, tudo pode gerar resultados diferentes em diferentes momentos.

Como ver se está tendo resultado?

Para que servem as métricas?

As métricas servem para entender o comportamento/ resultados das ações. Assim como temos que ter fatores de análise dos números financeiros dos nossos clientes e da nossa empresa, precisamos ter as métricas para validar os resultados dentro do nosso negócio contábil.

Que tipo de métricas?

- Quanto investiu;
- Quanto gerou de demanda x conversão;
- Quanto converteu;
- Quanto te custou cliente;
- Que tipo de conteúdo que produz gera mais interação;
- Que tipo de conteúdo gera mais propostas;
- Que tipo de cliente tem um ciclo de compra mais curto e qual a relação direta entre esse ciclo com a escala do seu negócio.

Para que servem as métricas?

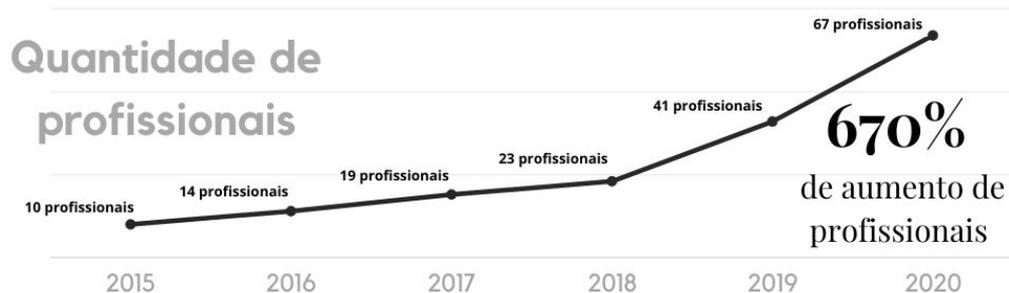
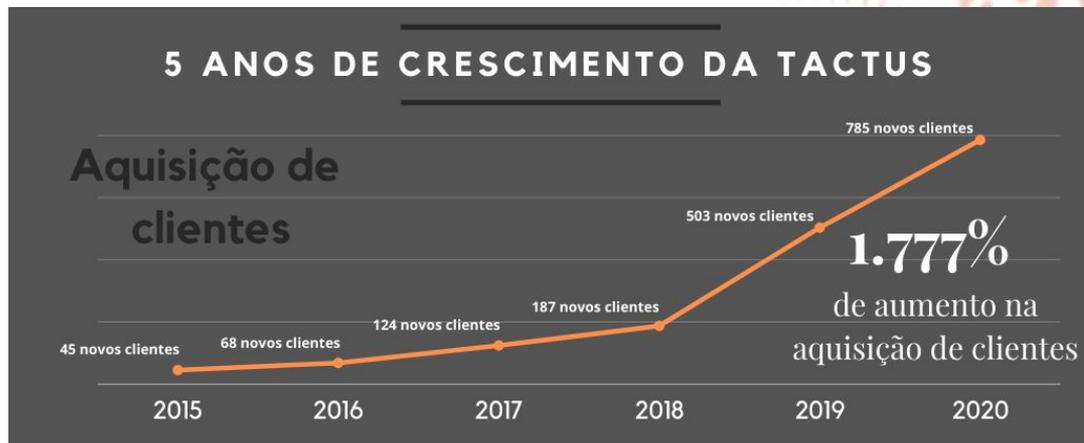
Existe uma infinidade de informações que insere nos seus controles.

E foi em 2015, quando comecei a controlar de perto tudo o que fazíamos dentro do marketing, que efetivamente reunimos informações para entender o que fazia sentido.

Conseguimos diminuir muito nosso CAC, o que normalmente num processo de escala é inverso.

Definir o que faz sentido

Priorize analisar os resultados para que possa gerar um processo de implementação de melhorias:



Podemos enxergar uma relação dos 5 anos do crescimento da Tactus.

Em 2015 fizemos uma pivotagem do nosso negócio e nesse processo trouxemos a carteira para o digital com apenas 45 clientes.

Fomos subindo nossa aquisição aos poucos.

Observe o salto que demos de 2018 para 2019! Mais que dobramos nossa aquisição.

E para 2020, no meio de tudo o que aconteceu, convertimos na mesa de vendas 785 clientes, 100% de forma online.

Observe também o comportamento do aumento de profissionais e fortalecimento do time.

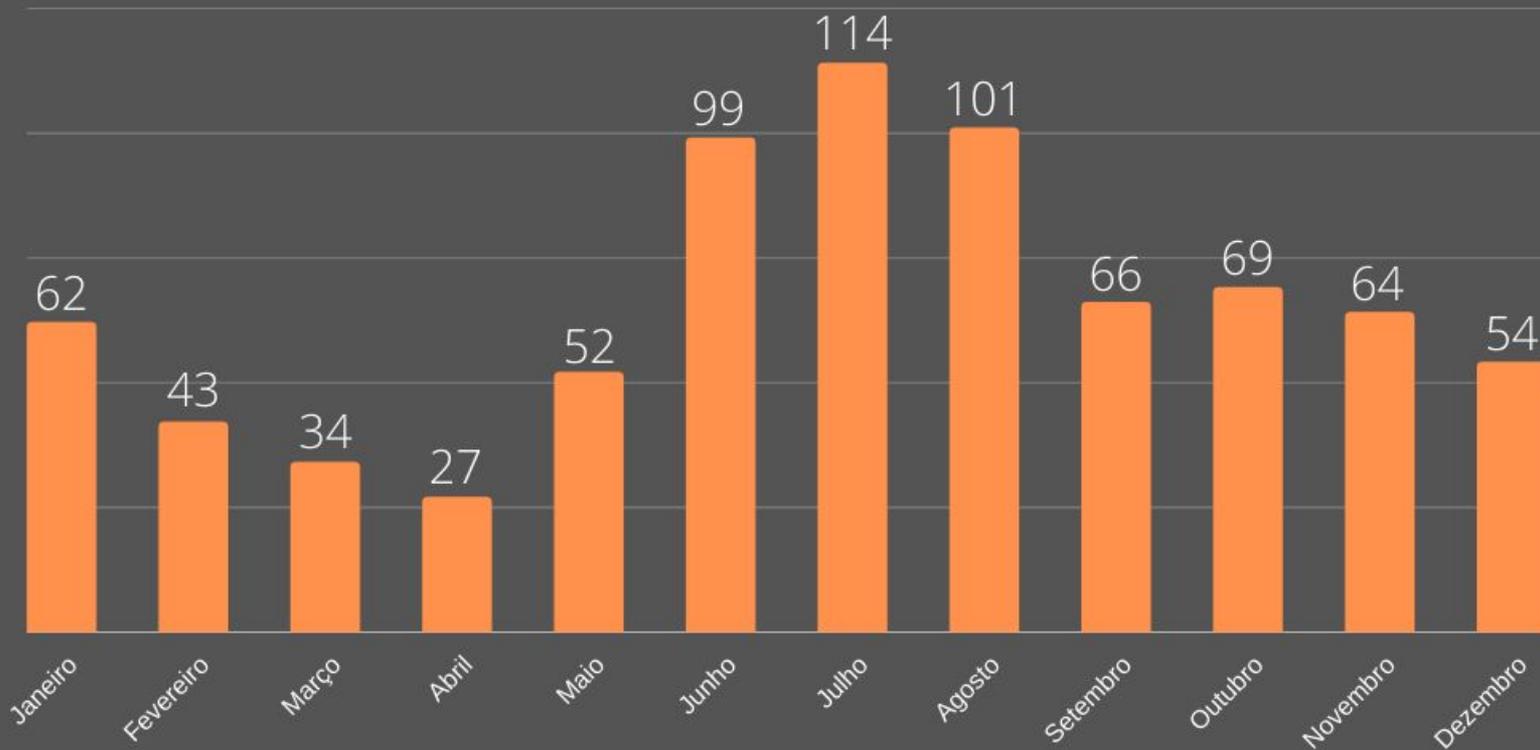
Fizemos uma aquisição, mas num processo de sinergia fizemos um aproveitamento, isso trouxe um ganho profissional com escala e já viramos o ano fortalecido.

Esse crescimento impulsionou a nossa mudança de sede, fomos para uma 4x maior do que a que tínhamos anteriormente, fora nossa unidade de BH.

E dentro desse modelo híbrido, que adotamos em 2020, algumas pessoas não virão para a sede trabalhar presencialmente, o que nos traz também uma economia de espaço.

CONVERSÃO EM 2020

Comportamento da nossa conversão durante 2020 com estratégias de marketing e vendas adaptadas aos diferentes cenários durante o ano.



Isso mostra o que é possível acontecer sob o ponto de vista de sazonalidade.
Tivemos que diminuir o nosso time em abril e em junho voltamos a crescer muito.

Fazer o onboarding de tantos clientes a cada mês é muito complexo.
Você precisa de um time operacional que entrega, tivemos uma remodelagem operacional para dar conta de tudo isso.

Além disso, o marketing efetivamente tem que trabalhar toda a jornada, o cliente tem que ter uma retenção e um LTV longo.

Quem olha nossa conversão e nossos números, vê só a ponta do iceberg.



80k inscritos no YouTube

1.712 novos clientes convertidos

5,7k curtidas no Facebook

70 profissionais

16k seguidores no Instagram

Parcerias de conteúdos

1.306 vídeos gravados para YouTube

Marketing de influencer

539 artigos postados no blog

+ de 200 vídeos no IGTV

Ferramentas de otimização

+ de 100 mil mensagens trocadas no whatsapp

Diversas iscas digitais produzidas

+ de 6 mil solicitações de propostas respondidas

Ajustes frequentes no site contábil

Anúncios no Google Ads

Anúncios no Facebook Ads

Ferramentas de automação

Anúncios no Instagram Ads

Otimização de palavras chaves

Estandes em eventos estratégicos

Stories diários no Instagram

Essa imagem mostra de forma bem clara todo o trabalho envolvido nos nossos números e resultados.

Tudo o que vocês estão vendo hoje começou com 45 conversões, 10 profissionais e numa sede bem pequena.

Esse pode ser o seu caso hoje, mas a pergunta é: como quer estar daqui 5 anos?

Nossos resultados são fruto de um longo processo de aprendizagem, e se nós aprendemos você também pode.

Fizemos tudo na Tactus com investimento próprio, através de escala.

Com capital próprio competimos com as maiores empresas contábeis do Brasil.

É você que determina o jogo que quer jogar, mas para isso precisa aprender.

Nós estudamos muito para chegar aos nossos resultados e testamos muito!

IMERSÃO MARKETING CONTÁBIL E VENDAS

VERSÃO PRESENCIAL

ou

VERSÃO ONLINE

Participe agora

A vantagem que tem hoje é que pode aprender com quem já chegou aonde quer chegar. Quando construímos o nosso negócio não tínhamos ninguém para ensinar esse caminho e hoje você tem.

Eu tive que tracionar minha empresa, gerar possibilidades, escalar, aplicar tecnologia e muito mais, sem ter uma base e o que temos na nossa imersão de marketing é a oportunidade de ter acesso a toda nossa jornada e nossos conhecimentos.

A Imersão de Marketing Contábil e Vendas acontecerá nos dias 23 e 24 de fevereiro de forma híbrida.

O limite de participantes do programa presencial é de 20 inscrições e terá além dos 2 dias de evento a visitação na nova sede da Tactus Contabilidade, no dia 25 de fevereiro na parte da manhã.

Todo o curso será gravado e o aluno que optar pela participação online poderá acompanhar e participar em tempo real em uma sala virtual no Zoom ou assistir a gravação do curso.

Quem vier no presencial terá acesso a algumas explicações específicas sobre a nossa operação na nossa nova sede,
São duas entregas diferentes, mas o conteúdo programático é o mesmo.
A experiência é diferente.

IMERSÃO MARKETING CONTÁBIL E VENDAS

PROGRAMAÇÃO

PRESENCIAL

Dia 1 - 23/02/2021 - 09 às 18hrs

Dia 2 - 24/02/2021 - 09 às 18hrs

Dia 3 - 25/02/2021 - 09 às 12hrs

(APENAS DURANTE A AULA AO VIVO)

R\$ 2.170,00 ou 12X R\$ 211,42

ONLINE (ZOOM)

Dia 1 - 23/02/2021 - 09 às 18hrs

Dia 2 - 24/02/2021 - 09 às 18hrs

(APENAS DURANTE A AULA AO VIVO)

R\$ 1.170,00 ou 12X R\$ 113,99

Nosso objetivo é atender aos dois tipos de público e garantimos que essa **imersão** vai mudar o rumo dos seus negócios em 2021.

Além disso, na nossa comunidade você tem o conteúdo de apoio para o processo de aplicação.

Chegou a sua hora de fazer a sua contabilidade decolar em 2021.

Venha aprender com quem já fez e tem resultados.

Nossa **imersão** é um programa 100% de quem faz acontecer na prática.

É importante se inspirar, mas você tem que ser o protagonista da sua própria história, construir um legado forte naquilo que faz.

Entenda o tipo de jogo que quer jogar, não seja mediano, jogue um jogo de alta performance dentro do seu objetivo.

O momento é agora para transformar a sua empresa, não deixe para depois. Isso pode custar os resultados da sua empresa.

O marketing não acontece por acaso e nós temos o caminho para que você tenha resultados.

IMERSÃO MARKETING CONTÁBIL E VENDAS

PARTICIPE AGORA

