

Posicionamento nas redes sociais e vendas

Dra. Amanda Moura



Autoconfiança

O maior dilema entre os profissionais da estética esta em "como eu vou me destacar" ou " qual o meu diferencial" ?

O primeiro passo é trabalhar sua autoconfiança, até porque a sua voz, e a sua postura que vai transmitir a confiança que a sua paciente busca e assim fechar a venda.

E para desenvolver essa autoconfiança, precisamos eliminar nossa auto sabotagem, comece trabalhando em seus pontos fortes (aquele procedimento que você domina) e neste momento é muito válido aumentar seu conhecimento técnico **(quanto mais você domina sobre o tema, mais confiança pra falar você terá)**

De inicio comece dominando os procedimentos que você tem maior confiança, e depois vai para o restante.

Esteja sempre atualizado das novidade do mercado da estética, e para isso você precisa estudar, investir em cursos e estar a frente das inovações.

Participe de congressos também para gerar network. Leia artigos científicos, recentes e antigos, eles agregam muito conhecimento prático e confiável.

Falar confiante, é falar a língua que seu paciente entende, sem termos técnicos demais.

Experiência

A experiência é a chave da sua venda!

As pessoas não compram procedimentos, elas compram experiências, sentimentos.

Planeje um agrado, um brinde para cada paciente, isso faz a diferença".

SEMPRE agrade os seus pacientes que mais te indicam **(presenteie com um procedimento de baixo custo por exemplo).**

Proporcione um ambiente limpo e organizado.

Cuidado com as músicas no ambiente.

Qual o seu diferencial?

Hoje o mercado busca por inovação e personalização, então nada de protocolos prontos, a sua paciente não quer ser tratada como mais uma **elas querem um protocolo individualizado.**

Deixe sempre claro para a sua paciente que você montou **algo personalizado só pra ela.** Dessa forma ela irá se sentir única.

| (escute ela com atenção, calma e a compreenda)

Explique pra ela o porque de cada procedimento escolhido. e agregue o seu valor neste momento também. Em te escolher você proporciona, segurança, transparência, acolhimento e resultado.

Percebem como ela não vai pagar apenas por resultado, como ela vai ter prazer de pagar pela sua experiencia.

Outra dica é montar seus próprios protocolos, algo que só vão encontrar com você, por exemplo : "Protocolo lipo sem corte", "protocolo pele glow".

Isso gera curiosidade e desejo. **E o principal objetivo é atrair esse possível paciente até você.**

Como se posicionar nas redes sociais

No mundo que vivemos e nos mercados em que estamos inseridos, ***precisamos estar conectados às redes sociais.***

Hoje as redes sociais não são vitrine de procedimentos. Elas são uma pré-consulta. Você não precisa ser quem você não é, mas precisa ter coerência.

Porque antes de chegar até você, o paciente já observou sua postura, julgou suas falas e formou uma opinião sobre sua autoridade.

Por isso é fundamental existir coerência entre quem você é nas redes sociais e quem você é no consultório.

Não adianta um discurso bonito no Instagram se, na prática, o paciente encontra outra postura. Assim como também ter uma excelente postura profissional, mas postar coisas que tiram sua autoridade, é um erro grande.

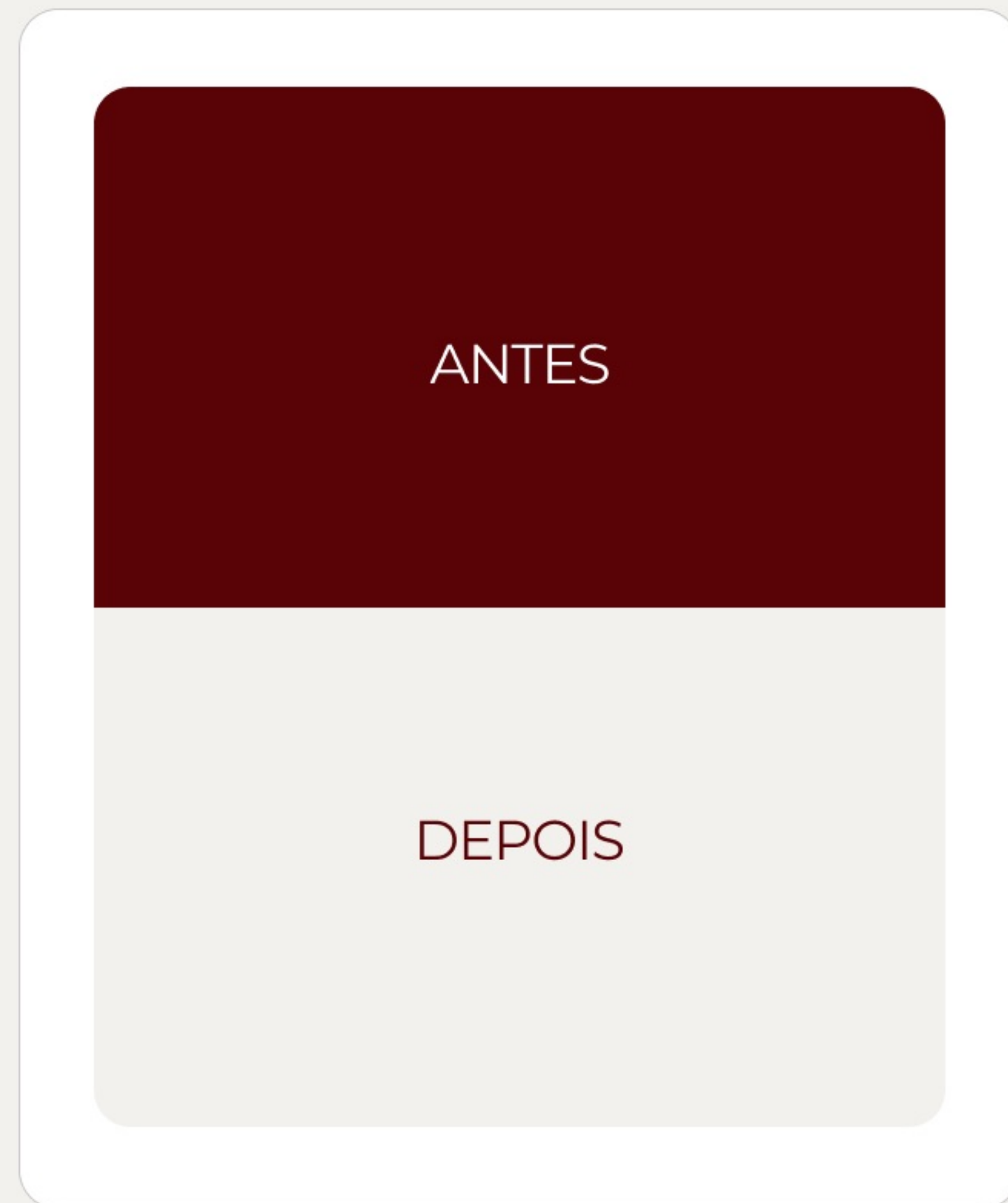
Quando existe incoerência, a confiança quebra — e acaba com a experiência. Consequentemente, sem venda.

Fotos de antes e depois

Prova social e chamariz de paciente

Vocês precisam postar todos os dias, não para viralizarem, *mas para serem lembrados.*

Quando vocês aparecem de forma consistente, constrói conexão. E conexão é o maior e melhor gatilho de venda que existe.



O que postar?

Primeiro, foque em uma especialidade — ou seja, nos procedimentos que você mais quer vender (ex: botox e preenchimento) — e fale sobre eles todos os dias.

Falar do mesmo procedimento repetidamente faz com que as pessoas lembrem de você quando quiserem realizar tal procedimento.

Técnica da repetição.

Ao fazer stories, fale sobre a "dor" — alguém vai se identificar. (ex: pés de galinha, rosto caído, bigode chinês profundo...)

Faça pelo menos uma enquete por semana. Se não tiver paciente, **finja que tem!**

As pessoas não sabem que sua agenda está vazia. Se te virem postando todos os dias, vão achar sua agenda lotada — e isso vai gerar desejo.

Cuidado ao postar sua vida social.

Prefira postar coisas relacionadas ao universo da estética:

- Uma comprinha
- Uma dica de maquiagem
- Um skincare
- Sua rotina

O que postar?

Primeiro, foque em uma especialidade — ou seja, nos procedimentos que você mais quer vender (ex: botox e preenchimento) — e fale sobre eles todos os dias.

Falar do mesmo procedimento repetidamente faz com que as pessoas lembrem de você quando quiserem realizar tal procedimento.

Técnica da repetição.

Ao fazer stories, fale sobre a "dor" — alguém vai se identificar. (ex: pés de galinha, rosto caído, bigode chinês profundo...)

Faça pelo menos uma enquete por semana. Se não tiver paciente, **finja que tem!**

As pessoas não sabem que sua agenda está vazia. Se te virem postando todos os dias, vão achar sua agenda lotada — e isso vai gerar desejo.

Cuidado ao postar sua vida social.

Prefira postar coisas relacionadas ao universo da estética:

- Uma comprinha
- Uma dica de maquiagem
- Um skincare
- Sua rotina

Dica de roteiro para postar todos os dias:

- Uma foto sua (ex: look do dia)
- Fotos de antes e depois
- Um vídeo atendendo
- Alguma novidade ou dica

**POSTE TODOS
OS DIAS!**

O segredo esta na constância

Vendas

Responder o lead entre 3 a 5 minutos

Principais Técnicas de Vendas: SPIN Selling:

Foca em fazer perguntas estratégicas de Situação, Problema, Implicação e Necessidade de solução.

S - SITUAÇÃO

No primeiro momento da conversa, colete informações para entender quem é o paciente, em qual etapa de funil ele está e como chegou até você.

P - PROBLEMA

Entender a dor, queixa do paciente, e assim buscar maneiras de solucionar os problemas.

SPIN

I - IMPLICAÇÃO

Posicione-se como um especialista de mercado e explique as consequências do problema citado.

N - NECESSIDADE

Apresente o cenário ideal, a melhor proposta de tratamento, permitindo assim que o paciente encaminhe a conversão por conta própria.

Gatilhos mentais:

Princípios psicológicos aplicados à venda ética

O uso de gatilhos como urgência, escassez, prova social e autoridade são ferramentas poderosas para persuadir o cliente — sempre de forma ética.

Encadeamento de Benefícios

Conecte uma característica do procedimento a vários benefícios, criando valor e desejo em cadeia. Não venda o produto. Venda a transformação que ele gera.

Gatilhos mentais:

Venda Consultiva:

Atuar como consultor que entende profundamente a dor do cliente e propõe a melhor solução, não apenas empurrando o produto **(Ressalte sempre a dor e como ele irá se sentir com o resultado)**.

Contorno de Objeções:

Antecipar inseguranças do cliente, mostrando que o vendedor entende suas dúvidas e tem a solução.

Cross-selling e Upselling:

Oferecer produtos adicionais cross-selling (venda cruzada) ou uma versão superior upselling (venda superior) para aumentar o ticket médio.

*Resumindo, a "melhor técnica"
de posicionamento e vendas
sempre será a constância!*

SÓ FAÇA!

Da jeito que você está, com os recursos
que tem hoje.

Faça de acordo com a realidade que você
tem hoje! Não esperem o momento ideal,
a melhor tecnologia, câmera, o ambiente
perfeito.

**Lembre-se, o paciente escolheu VOCÊ!
Honre a escolha dele.**

Amoura Academy

Dra. Amanda Moura