



AULA 3

1. Introdução

2. Um pra um X um para milhares

a. Não existe a “melhor rede social”

- i. A melhor rede social é a que você tem mais familiaridade

b. Nível de consciência do Cliente

- i. Cálculo do Valor de Hora trabalhada

c. A maior parte do mercado é de empresas pequenas

- i. Valor mínimo a ser cobrado
- ii. Middleware
- iii. Orçamento

d. A vida do freelancer é pensar sempre no depois do agora

- i. Mapa Mental

e. As regras do jogo mudam constantemente

- i. Projeto Longo X Projeto Curto

f. Mercados

- i. Mercado de Games
- ii. Mercado de Cinema
- iii. Mercado de Publicidade

3. Métodos de criação de relacionamentos com clientes

a. Cold Call

- i. Como Funciona
 1. Você se apresenta e oferece o seu serviço
 - a. Fuja do genérico e da mensagem do coitado
- ii. Prós



1. Saber imediatamente quem tem interesse ou não
2. Tem uma resposta mais rápida

iii. Contras

1. Não cria relacionamento
2. Mata futuras indicações
3. É uma estratégia preguiçosa
4. Tem pouca eficácia

b. Venda com permissão e relacionamento

i. Como funciona

1. Fazer o primeiro contato
 - a. Fazer uma pergunta que seja impossível de ser ignorada
 - i. Pesquise o máximo sobre o prospecto
 1. Demonstre interesse
 2. Demonstre conhecimento
 3. Criar uma identificação
2. Responder a resposta com mais detalhes
3. Caso afirmativo chamar no inbox
 - a. Criar um relacionamento baseado em interesses mútuos
 - b. Pensando sempre primeiro no outro
4. O objetivo será dar feedbacks e criar consciência da importância áudio
5. Perceber os sinais para fazer a oferta
 - a. Ocorre o interesse no seu trabalho
 - b. O prospecto está fazendo um projeto comercial
 - c. Não existe ninguém de áudio na equipe
 - i. Pergunte durante a conversa sobre o projeto
6. Follow Up
 - a. Mensagem depois de alguns dias ou depois de um mês caso a conversa morra

ii. Prós

1. Gera uma lista de contatos frutífera
2. Gera mais indicações
3. Gera um Karma positivo na indústria
4. A taxa de conversão tende a ser maior

iii. Contras



1. Leva tempo para ser executada
2. Requer Paciência
3. Se a oferta não for feita pode atrapalhar a obtenção de clientes
4. O timing da oferta pode ser complicado

c. Reel do estudante

i. Como funciona

1. Aborda o projeto nas redes sociais
 - a. Buscar através das hashtags
2. O jogo precisa ter vídeo
 - a. O vídeo precisa ser bonito e bem feito
3. Pedir permissão para criar um estudo de música ou de SFX para o jogo, com finalidade acadêmica
4. Caso positivo, fazer o trabalho e mandar para o desenvolvedor e perguntar o que ele achou
 - a. Se ele demonstrar que gostou do que viu você pode fazer uma pré-oferta de trabalho
 - i. Caso positivo você dá prosseguimento aos procedimentos
 - ii. Caso negativo você ganhou um portfólio

ii. Prós

1. Ajuda a converter clientes que nem tinham consciência da necessidade do áudio para o jogo naquele momento
2. Mesmo que não role você cria um excelente portfólio
3. Você demonstra a sua qualidade técnica

iii. Contras

1. Leva um tempo absurdo
2. Não é recomendado para quem já tem um Reel de portfólio muito bom
3. Passa para algumas pessoas um certo amadorismo

d. Eventos Físicos

i. Como funciona

1. Antes do evento marcar uma reunião com o prospecto dentro do evento
2. Leve o seu Reel pronto no celular
 - a. Leve um fone (fechado) de qualidade



3. Converse com o prospecto e saque se ele necessita de alguém de áudio e mostre o seu trabalho
 4. Troque cartões
 5. De uma ou duas semanas faça o follow up
- ii. Prós
 1. O prospecto te conhece pessoalmente
 - iii. Contras
 1. Ocupa muito tempo
 2. Tem um custo para ir aos eventos que pode ser alto

e. Criar as oportunidades

- i. Todas as estratégias são válidas
- ii. Atalhos podem ser muito pouco efetivos
- iii. Nunca é cedo demais para começar a fazer contatos

4. Tira dúvidas

5. Encerramento

