



Cliente Certo

Roteiro de Mapeamento

Prof. Marcio Carvalho de Sá

Roteiro de Mapeamento

Cliente Certo



faça
de sua
advocacia
um
negócio

SUMÁRIO

1. O QUE É CLIENTE CERTO? —	3
2. OS INEGOCIÁVEIS —	4
3. CLIENTE FÃ —	5
4. MAPA DO CLIENTE CERTO —	9
5. BÔNUS —	11



Prof. Marcio Carvalho de Sá



O que é o CLIENTE CERTO?

Cliente Certo \neq Público Alvo ou
Cliente Ideal (Avatar ou Persona)

Cliente Certo \neq Avatar

Público alvo é um grupo específico de consumidores ou organizações mais propensos a comprar seu produto ou serviço, baseando-se em características como idade, gênero, renda, educação, profissão, interesses, localização geográfica, entre outros critérios.

Cliente ideal vai além do grupo e é mais específico.

É uma representação semi-fictícia do seu cliente perfeito, baseada em pesquisas reais e dados demográficos, bem como em suposições educadas sobre suas histórias pessoais, motivações, desafios, pontos de dor e comportamentos de compra.



Mas qual é a diferença de Cliente Ideal para Cliente Certo?

O Cliente Certo é ainda mais específico. Além de reunir todas as características do Cliente Ideal, ele ainda atende a dois critérios: *meus "Inegociáveis"*; e *como ele se torna um "Cliente Fã"*



Os meus INEGOCIÁVEIS

Na sua advocacia, é essencial estabelecer limites claros que vão além do cumprimento da lei. Refiro-me à importância de reconhecer e respeitar certas condições e princípios.

Em algumas situações, essas condições refletem valores morais; em outras, dizem respeito a aspectos específicos do seu negócio.

POR EXEMPLO..

No meu trabalho com Holding Familiar, apenas atendo online. Eu transformei minha advocacia em um serviço 100% digital.

Eventualmente, há clientes que fazem questão de serem atendidos presencialmente. Por mais que eu tenha um escritório devidamente constituído, bem decorado, mobiliado e num bairro nobre no Rio de Janeiro, ele funciona apenas como sede operacional. Eu mesmo sequer estou no Brasil. Eu moro nos Estados Unidos e, por conseguinte, eu só atendo clientes online. Portanto, ***este é um inegociável meu. Quando me deparo com um cliente que se recusa a ser atendido online, decididamente, eu não estou diante de um Cliente Certo, pois ele ofende um dos meus inegociáveis.***

Aqui está seu primeiro passo: defina quais são os seus inegociáveis para que você busque clientes que não tenham expectativas que os confronte.

 **Liste, pelo menos, 3 inegociáveis!**

3

cliente
FÃ



Comportamentos do Cliente Fã

1 RESOLVE

Adota as medidas necessárias para que o caso aconteça, da sua contratação aos documentos.

2 RECRUTA

Ele é tão apaixonado pela decisão que tomou que influencia outras pessoas para contratar você.

3 RECONTRATA

Traz outros casos para o seu escritório, volta a contratar seus serviços, incluindo outras áreas.



RESOLVE



Isso significa que ele está sempre ao seu lado, sempre um passo à frente. Ele se antecipa, tomando decisões e resolvendo as questões necessárias para que seu caso progrida.

Ele não apenas escolhe contratar nossos serviços, mas também se encarrega do pagamento, organiza todos os documentos necessários, fornece as informações requeridas e engaja outras pessoas importantes no processo. No meu campo, que é o de Holding Familiar, a participação do cônjuge e dos filhos é fundamental.

Eu me refiro aos meus clientes como "Resolvedores", pois eles exemplificam essa proatividade. Desejo que todos os Potenciais clientes adotem essa postura, transformando-se nos Clientes Ideais. Para incentivá-los a adotar essa atitude, eu os recompenso de todas as formas possíveis, incluindo benefícios financeiros, oferecendo incentivos sobre os pagamentos que fazem.

E aqui vai outra tarefa: em sua principal atuação, via de regra, quais são as ações que seus clientes precisam tomar, ou seja, o que seu cliente precisa resolver? **LISTE ESSAS AÇÕES**



RECRUTA



O cliente fã recruta novos clientes para você.

Diferentemente da pessoa que toma uma decisão incerta, o Cliente Fã é aquele que se orgulha da sua decisão e, por conseguinte, adota o comportamento de contar para os seus pares a respeito daquela decisão.

Mais do que isso, ele não só dá depoimentos a respeito da qualidade do que você faz, mas, de forma ativa, aborda os seus pares para conquistá-los a adotarem a mesma solução que ele, ou seja, adotarem você como solução para aquele problema, contratarem os seus serviços.



RECONTRATA

O Cliente Fã percebe a sua autoridade e sua sofisticação, de maneira que em outras demandas que tenha ou venha a ter, ele volta a contratar seus serviços.

Por exemplo, mais uma vez me referindo ao meu trabalho com um Holding Familiar no meu escritório de advocacia (o que parece óbvio, já que esta é a ferramenta mór que utilizo no serviço que presto, o planejamento patrimonial), quando alguns clientes necessitam fazer um divórcio, seu ou de um filho, e ele nos contrata para resolver este segundo problema.

Eventualmente o cliente de Holding Familiar precisa finalizar o inventário de um ascendente, ou ainda realizar a partilha de um divórcio que já se encerrou... são mais exemplos em que ele volta a nos contratar por conta da autoridade e sofisticação que foram percebidas no primeiro serviço a Holding Familiar.

Agora temos mais uma tarefa: enumere os serviços adjacentes que você pode prestar aos seus Clientes Fãs para que eles voltem a contratar o seu escritório.

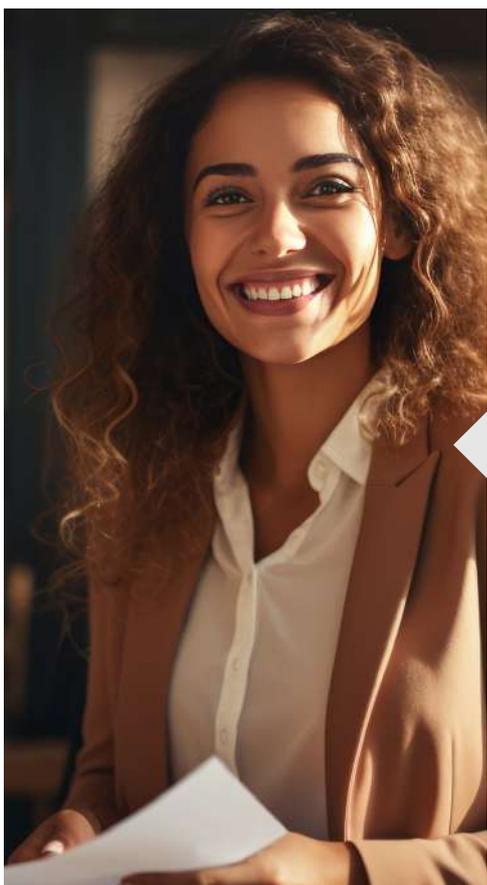
4



Mapa do CLIENTE CERTO?

Dadas as balizas acima, temos que o Cliente Certo é uma reprodução quase fidedigna de personalidade, características e grupo social de um Cliente que você já tenha tido e que vivenciou os critérios acima, ou seja, ele não atravessa a sua barreira de inegociáveis e ele é um Cliente Fã, de maneira que ele Resolveu tudo o que precisava, Recrutou novos clientes e Recontratou outros serviços seus.

Esta pessoa é muito mais do que um cliente ideal, ele é o Cliente Certo e você deseja atrair outros clientes como ele. Note que, além de contratar o seu serviço (o que o cliente ideal faz), o Cliente Certo não te atrapalha naquilo que você não pretende fazer, ele acelera o processo de contratação, pagamento e realização do serviço, ele traz novos clientes e ele contrata outros serviços do seu escritório.



Em outras palavras, o Cliente Certo é o que tem a maior eficiência para o seu escritório enquanto negócio, é o que faz com o que o seu escritório gere mais renda com apenas um cliente.

Essa eficiência fica ainda maior quando você gira seus esforços a buscar o cliente certo de um serviço mais sofisticado que você seja capaz de entregar, como eu faço em meu escritório com a Holding Familiar, que me remunera sempre acima de R\$ 35 Mil (na maioria dos casos em torno dos R\$ 50 Mil e há casos que se paga bem mais).

Cliente Certo

Esse é o Marketing de Apito Canino!



Com o esforço de um cliente que me pagaria de

R\$ 5.000 a R\$ 20.000 em causas mais quotidianas, eu me organizo para ter clientes que me pagam múltiplas vezes esses valores.

Minha missão agora é mapear o que eu devo saber sobre meu cliente certo para começar a estabelecer um diálogo em que eu fale exatamente a mesma língua dele, que eu atenda exatamente às necessidades dele, que seja tão específico sobre o que eles vivem que outras pessoas não conseguem nem entender do que eu estou falando, mas que o meu Cliente Certo me veja com os olhos de um "igual", um profissional que sabe das condições dele como nenhum outro.

Responda às perguntas para conhecer as especificidades do seu Cliente Certo:

- 1) Qual a Idade?
- 2) E o gênero?
- 3) Quantos filhos?
- 4) Tem netos? Quantos?
- 5) Qual o estado civil?
- 6) Qual a profissão dele?
- 7) Como é formado o patrimônio dele?
- 8) De quanto é o patrimônio dele?
- 9) Quanto ele ganha?
- 10) Que tipo de carro ele dirige?
- 11) Onde ele passeia?
- 12) Onde ele costuma passar os finais de semana?
- 13) Quantas vezes ele sai de férias por ano?
- 14) Para onde ele vai de férias?
- 15) O que o move?
- 16) O que o faz perder o sono?
- 17) O que o deixa nervoso?
- 18) O que o empolga?
- 19) Que problemas ele está tentando resolver hoje?
- 20) O que ele já tentou fazer para resolver esse problema?



Um bônus

que você vai
agradecer
para o resto
da vida!

Você me viu diversas vezes falando aqui sobre Holding Familiar. Isso porque esta é a minha especialidade, é no que eu eu me dedico todos os dias da vida a entregar aos meus clientes. E se trata de algo incrível porque não depende do poder judiciário, não tem concorrência (nenhum advogado aprendeu a fazer uma Holding Familiar na faculdade), os casos começam e terminam muito rápido, remuneram incrivelmente bem e não se limitam a clientes que tenham alguma contenda a ser resolvida.

Você quer saber mais sobre o tema? Aliás, você quer saber exatamente tudo o que é preciso para começar a trabalhar com isso? E o que é melhor, praticamente a custo zero?

Se você respondeu SIM às perguntas acima, quero te convidar a se juntar a um grupo de colegas que eu vou dar uma mentoria intensiva nas próximas semanas. Em uma sexta, um sábado e um domingo, durante quase 10 horas em cada um desses dias (isso mesmo, são quase 30 horas de duração) eu vou te ensinar tudo o que é preciso saber para começar neste trabalho.

Para receber todas as informações sobre esta mentoria, **clique no botão abaixo** e se inscreva agora mesmo. Essa é a minha dica que vai mudar a sua vida (se você agir!).



H HOLDING
TOTAL