



MASTER CLASS CONTADOR CEO

VIRADA DE JOGO CONTÁBIL

100% ONLINE E GRATUITO



Rogério Fameli

@contadorceo

CEO do Grupo ABS

Sócio e Investidor de escritórios contábeis.

Idealizador do Projeto Contador CEO.

Formado em Ciências Contábeis pela PUC/SP.

20 anos de experiência no mercado financeiro.

+750 Contadores Parceiros em todo o Brasil.

Nossa
HISTÓRIA

2014



2023



Quem vai estar com você nessa Jornada?



Marketing Digital

- +10 milhões de Page Views
- +50 mil seguidores na nossa Rede



Crescimento Escalável

- +20 mil empresas abertas pelos Parceiros
- +5 mil empresas pelo nosso Grupo



Funding Raising

- +1MM levantados pelo Abertura Simples
- +3MM levantados pelos nossos escritórios
- +2.5M pela ABS



Faturamento Anual

- +400MM na rede ABS
- +12MM no nosso Grupo



Expansão

- +400 ABS Partners
- +200 HUB Partners
- +500 Cidades



Investimentos

- +5MM em Marketing Digital, tráfego pago e orgânico
- +2MM investidos em eventos Contábeis - Conta Azul CON, Nibo Conference, We are Omie, Enecont, Conbcon, ABS, Mkt Contábil Summit, Cona Fiscal



"Nosso time vai implementar todos os processos de Marketing, Vendas e Sucesso do Cliente junto com você."

Nossos Números

Maior rede de escritórios contábeis do Brasil



+750

Escritórios
Parceiros



+3.500

Colaboradores



+15 mil

Clientes novos
por ano



+100 mil

Clientes ativos



+400 MM

Receita anual
dos ABS Partners



+10 Milhões

de visualizações
no Portal



+50 mil

Seguidores nas
Redes Sociais





MAIOR PARTNERSHIP DE ESCRITÓRIOS CONTÁBEIS DO BRASIL

+70 SÓCIOS

10 Passos para se tornar um Contador de Sucesso

- 1- Contadores de Sucesso se arriscam para vencer
- 2- Ter Sucesso deve ser um objetivo
- 3- Faça Networking com Contadores Bem-sucedidos
- 4- Sonho Grande
- 5- Não seja Vítima
- 6- Marketing Pessoal
- 7- Conhecimento como fonte de crescimento
- 8- A importância do planejamento de longo prazo
- 9- Fuja das crenças limitantes
- 10- Autodisciplina para ter Sucesso

**QUAIS FORAM OS PILARES DESSE
CRESCIMENTO ACELERADO?**





Pilares de crescimento

- Educação
- Marketing
- Vendas
- Produtos
- Networking

Educação



Diagnóstico de Competitividade



A photograph of a group of people in a meeting, overlaid with a dark green gradient. The image shows three people in the foreground: a woman on the left, a woman in the middle, and a man on the right who is smiling and gesturing with his hands. They are sitting around a table with a laptop and some papers. The background is slightly blurred, showing more people and office equipment.

Marketing

Como gerar um fluxo estável de leads

Indicações

Anúncios (ADS)

Busca orgânica (SEO) / Blogs

Mídias Sociais

Feiras e Eventos

Webnars / Lives com Blogueiros

Parceiros Comerciais / Fornecedores

Newsletter / E-mail MKT

Recursos Versões Free/ Ebook/ Planilhas, etc

Canais de Captação On-line



Canais de Captação Off-line



A background image showing a close-up of two hands shaking in a firm grip, symbolizing a business deal or agreement. The image is tinted with a greenish-yellow color and has a dark overlay on the left side where the text is located.

Programa de Aceleração em Vendas

VENDAS

Definição de Metas e Objetivos

1

Definição de ICP / Produtos / Canais de Vendas

2

Análise de Mercado

3

Estratégias para captação de clientes

4

Como estruturar uma Área Comercial

5

Playbooks de Vendas - Propostas, Scripts, Contratos, Processos

6

Estratégias de precificação

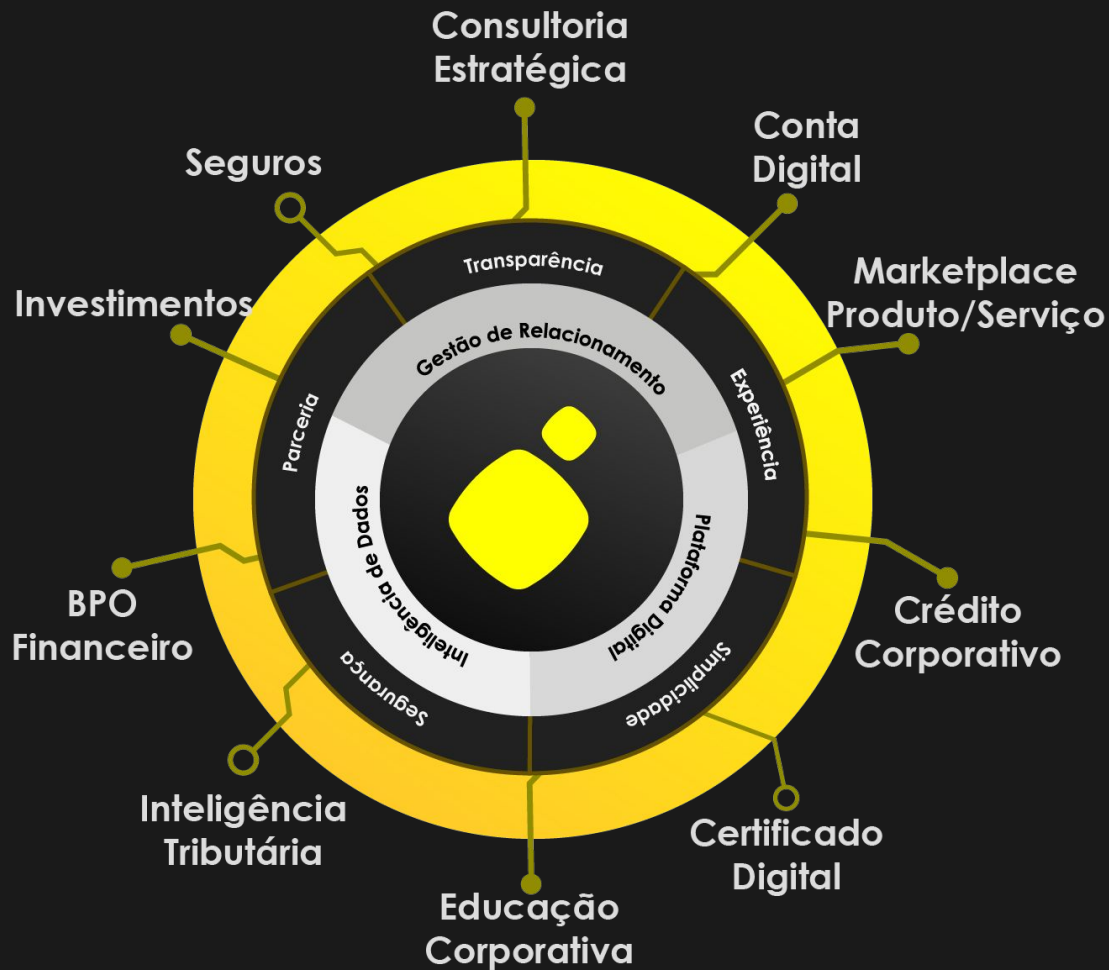
7

Programa de indicação e Experiência do cliente

8

A magnifying glass is positioned over a calculator, with a green tint overlaying the entire image. The word "Produtos" is written in large, bold, yellow letters on the right side.

Produtos



Networking









Para todos os contadores do Brasil
30 e 31 de Outubro



A casa da ABS CON em 2023:

PRO MAGNO - CENTRO DE EVENTOS **4.000m²**

de infraestrutura

Contadores do Brasil
inteiro engajados por
único objetivo: crescer!





PROFº
**MÁRIO SÉRGIO
CORTELLA**



**CESAR
CIELO**



**CARLOS
BUSCH**



**CRISS
PAIVA**



**THIAGO
REIS**



**ALTAIR
ALVES**



**ANNA
FLÁVIA**



**LUCIANO
MACARIO**



**ANDERSON
MAISSE**



**RAFAEL
MENEZES**



**GILSON
STRECHAR**



**FERNANDA
ROCHA**



**ROBERTO
DIAS**

A map of Brazil is shown on the left side of the image, filled with numerous small, dark teardrop-shaped icons, each containing the letters 'abs' in white. The map is set against a dark blue background with a subtle grid pattern.

Associe sua marca a
contadores do

BRASIL INTEIRO



**Expectativa de
Público**

1.500

Contadores

MATERIAL COMPLEMENTAR DA MASTERCLASS

ESTRATÉGIAS DE

GROWTH

- Planejamento Completo de Marketing
- Estruturação da Área de Vendas
- Sucesso do Cliente

para 2023



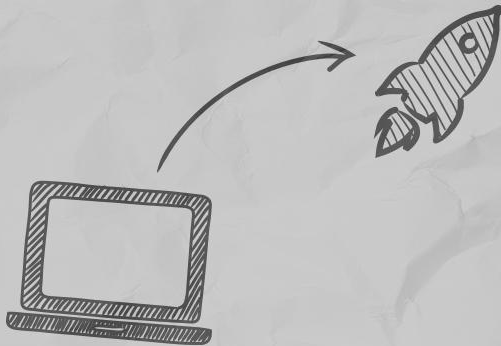
Parte 1 - Planejamento Estratégico de Marketing:

- Posicionamento + Branding
- Planejamento Marketing Digital
- Planejamento de Conteúdo
- Blog + Redes Sociais
- Estratégia para Anúncios (Ads)



Parte 2 - Estruturando a Área Comercial:

- Estruturação do Planejamento Vendas
- Apresentação de Vendas + Desenho da Proposta Comercial
- Abordagem dos Prospects (leads) + Scripts de Vendas
 - Precificação dos honorários
 - Programa de Indicações Ativas
- Scripts e Apresentações (indicações)
- Estratégia de Cross-Sell e Up-Sell





Parte 3 - Sucesso do Cliente

- Estruturação da Área de CS
- Análise na Contratação Time
- Treinamento do Time de CS
- Criação de Onboarding Personalizado
- Criação e Implantação de NPS
- Estrutura de Atendimento Centralizado
- Análise de Produtividade Operação
- Acompanhamento Mensal do CS
- Definição das Principais Métricas

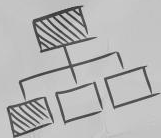




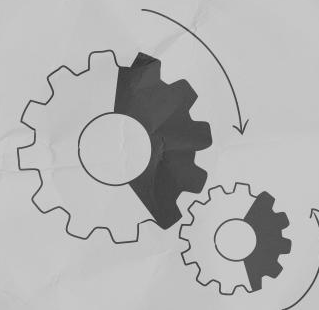
MARKETING

Aqui começa sua jornada a um mundo antes desconhecido pelos escritórios contábeis.



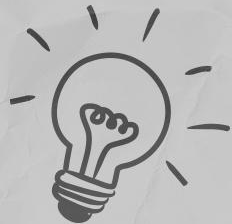


FUNIL DE CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL

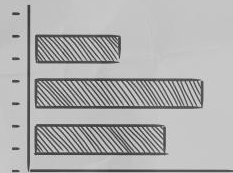


MARKETING

CONCEITOS DE BRANDING E POSICIONAMENTO



Branding é a **gestão das estratégias de marca** do seu escritório, com o objetivo de torná-la mais desejada e positiva na mente de seus clientes e do público geral. O Branding, envolve ações relacionadas ao propósito, valores, identidade e posicionamento.



BRANDING

O que é uma marca?



Uma marca não é só um logotipo, um nome ou uma identidade visual. Ela é um **conjunto de sentimentos e experiências** que o seu público teve e criou do produto ou serviço que você oferece.

Promessa de Marca

A promessa de marca funciona como um **manifesto**. É o resumo do que você se compromete a fazer na prática para que o seu propósito se torne uma realidade.

Propósito

Um propósito nada mais é do que sua **razão de existir**. Por que sua marca precisa existir? Por que ela foi criada?

Identidade forte e coerente

Ter uma identidade de marca é o que faz com que grandes empresas sejam reconhecidas com apenas uma cor ou um ícone.



POSICIONAMENTO

É buscar ocupar uma posição de **liderança e destaque** com um produto ou serviço a partir dos **diferenciais** que o público-alvo valoriza.



Quais são suas principais vantagens?

- Reforço da competitividade
- Direcionamento de estratégias
- Comunicação dos valores da marca
- Fidelização de clientes

Como fazer um mapa de posicionamento?

Faça uma pesquisa de mercado e da concorrência

Defina qual o core business do mercado

Tenha atenção ao comportamento do seu público-alvo

Fortaleça seu posicionamento com ações de marketing

TIPOS DE CONTABILIDADE

On-line

Baixo Custo
Atendimento robotizado
Foco nas obrigações legais
Faça você mesmo
Poucos canais de atendimento
Processo de constituição lento
e dependente do cliente
Planos mensais padronizados

Digital

Preço justo / intermediário
Atendimento humanizado
Assessoria e acompanhamento
mensal
+Opções canais de atendimento
Processo de constituição rápido e
simples para o cliente
Planos mensais + flexíveis

Consultiva



Preço mais elevado
Atendimento personalizado
Contador Consultor
Entrega + valor para o cliente
Atendimento ao cliente pode
ser On-line e/ou Presencial
Propostas personalizadas de
acordo com cada empresa



MARKETING DIGITAL



5 Tipos de Tráfego

- Orgânico
- Pago
- Referência
- Social
- Direto





MARKETING DIGITAL

Tráfego orgânico x tráfego pago

A **decisão de investir** em uma estratégia de marketing digital focada em tráfego orgânico ou tráfego pago deverá levar em consideração aspectos como: objetivo, **custo-benefício**, **urgência de resultados** e **recursos disponíveis**.





Estratégico

Decisão sobre Tráfego orgânico
ou tráfego pago é **ESTRATÉGICA**

Tático

Operacional

Planejamento

Essa é a palavra mais **importante** para quem quer começar do zero no Marketing digital.



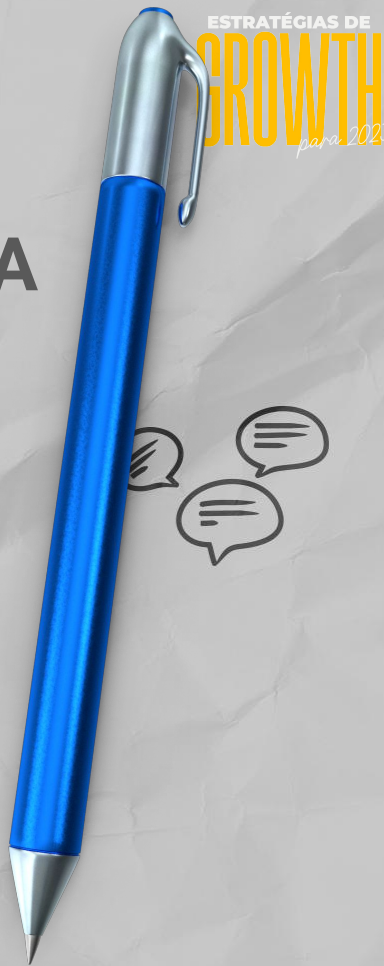
O que você realmente precisa, é de um **plano de crescimento** para aplicar nos seus projetos, pois enxergando com clareza quais são os próximos passos, ficará muito mais fácil traçar suas metas.

O objetivo dessa aula é definir o seu plano de crescimento e entender os elementos necessários para ir para o seu próximo nível de faturamento o mais rápido possível.



SUA ESTRATÉGIA DE ADS NA PRÁTICA

1. Quem é seu público comprador?
2. Como me comunicar com o meu público comprador?
3. Quem são os meus concorrentes e como superá-los?
4. Construir uma **landing page** (página de destino) de **alta conversão**.
5. Criar sua conta no Google Ads.
6. Ter instaladas no seu site as tags do Google.
7. Definir suas metas (custo por venda ou aquisição de contato).
8. Começar sua primeira campanha do zero.
9. Otimizar suas campanhas.



PÚBLICO COMPRADOR

Público comprador é um **grupo de pessoas** que têm **maior probabilidade** de comprar seu produto ou serviço. Veja os principais tipos de público:



Público Geral: Não tem interesse no que estou vendendo e não tem o perfil do meu cliente;

Público Relevante: Não sabe que precisa do meu produto, e é o perfil do meu cliente;

Público Interessado: Tem um alto interesse no meu produto e é o perfil do meu cliente;

Público Comprador: Quer o meu produto e é o meu perfil de cliente.



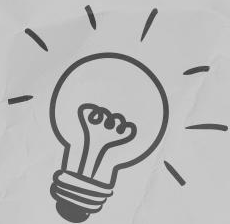
Por que **MUITOS** escritórios perdem dinheiro quando não refinam o seu target?



Muitos **CONTADORES** já perderam muito dinheiro simplesmente por investirem em pessoas que não compraram seus serviços. Definir exatamente o seu **público-alvo** é o ponto de partida de qualquer projeto de marketing de comunicação na internet.

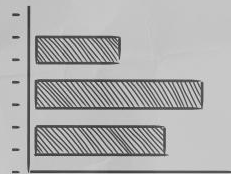


Algumas Idéias para você conhecer mais o seu público comprador



1. Crie um formulário no seu site / blog e peça para as pessoas preencherem;
2. Crie um formulário no Google Docs e envie para possíveis clientes;
3. Extraia informações no momento da compra (sem atrapalhar a compra);
4. Imprima questionários e disponibilize para seus clientes;
5. Envie um e-mail para sua lista e peça para responderem via e-mail mesmo;
6. Visite canais do YouTube com muitos vídeos e views e analise comentários;
7. Entre em grupos do Facebook e participe ativamente de conversas;
8. Analise as estatísticas dos visitantes do site no Google Analytics;
9. Faça uma entrevista pessoal com alguns clientes (Telefone ou presencial);

DICA: Ofereça uma recompensa pelas informações.

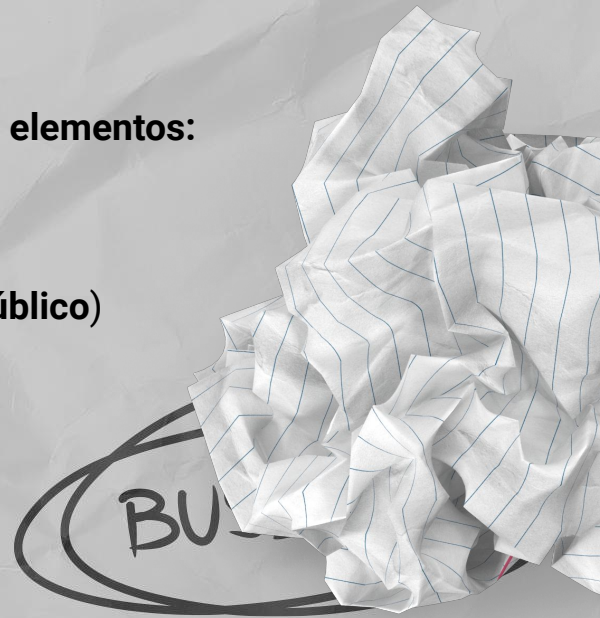




Análise das Palavras-Chave

É importante frisar que anúncios de sucesso geralmente utilizam 3 elementos:

- Testes de comparação entre si (Testes A/B);
- Palavras valiosas; (**buscar palavras que façam sentido para seu público**)
- Chamadas para ação. (Confira, Se inscreva, Clique aqui)



Mapeando as palavras-chave e analisando a concorrência

Contador online

Aproximadamente 46.800.000 resultados (0,70 segundos)

Anúncio - www.contabilizei.com.br/

Contador Online - Fácil, Rápido e Seguro

2,066,556 1,399 0

Na Contabilizei é Rápido, Fácil e **Online**. Venha Agora e deixe a Burocracia com a gente! Economize até 80% com serviço de contabilidade. Planos a partir de R\$ 89. Mais Tecnologia.

Planos e Preços

34,128,075 1,256 0

Conheça nossos Planos e Preços. Confira!

Rede Experts Contabilizei

Mais do que Contabilidade
Um Assessor Personalizado para Você

Anúncio - www.agilize.com.br/

Contador Online - 1ª Contabilidade Online do BR

16,824 1,748 0

Contabilidade para seu negócio. Economize em até 90% em seus serviços contábeis. Acesse! Troque de Contabilidade Hoje. Atendemos em todo o Brasil. Conheça a Agilize...

Solicite um orçamento - Garanta Hoje um Desconto

Anúncio - www.contabilizeaqui.com.br/ (19) 99725-7546

Contrate Contador Online - A Partir de R\$29 Por Mês

1,533 N/A N/A

Precisa de Mais Tempo Para Cuidar da Sua Empresa? Tenha um **Contador Online** Sem Burocracia. Sistema de Ponta, Pacotes Excelentes, Suporte Telefônico, Chat e Plataforma...

Anúncio - conteudo.oberle.com.br/promocao/2-mensalidades

Contabilidade Digital - 2 mensalidades gratuitas - oberle.com.br

0 328 0

50 anos oferecendo relacionamento estratégico e mensalidade sob-medida para PME. Faça...

Outsourcing contabil

Aproximadamente 198.000 resultados (0,89 segundos)

Anúncio - www.o2outsourcing.com.br/ (11) 98274-7866

BPO Financeiro - Terceirize seu backoffice

0 294 0

Alavanque seus resultados através de indicadores de performance. Reduza seu custo operacional terceirizando seu backoffice.

Anúncio - www.agilize.com.br/contador/online

Contabilidade para Empresas - Time de Contadores Experts

16,824 1,748 0

Mude de **Contabilidade** Hoje e Economize em até 90% para o seu negócio. Conheça a Agilize. Está procurando um Contador? Tenha Contadores Virtuais de Confiança. Conheça...

Solicite um orçamento - Garanta Hoje um Desconto

Anúncio - www.confirp.com.br/ (11) 5078-3000

Consultoria Contábil - Outsourcing Contábil

6,131 N/A N/A

Traga sua empresa para Confirp e tenha na sua empresa a melhor **Contabilidade Outsourcing**. Nossos profissionais estão prontos para contribuir com o crescimento de seu negócio. **Contabilidade** Serviços: Consultoria **Contábil**, **Outsourcing**, Insourcing, Contabilidade Digital - 1º Honorário Gratuito - Consultoria Tributária

Anúncio - www.vexia.com.br/

Terceirização De Processos - Soluções Para Seu Negócio

2,613 1,039 0

Com As Soluções Vexia Aplicadas Aos Processos Você Poderá Reduzir Seus Custos Em Até 50% Soluções De RPA E Inteligência Artificial Aplicadas Ao BPO Podem Reduzir O... Soluções De Governança - Nossos Cases - Materiais Gratuitos - Calculadora Vexia

Criando o seu anúncio e uma comunicação persuasiva

Abra sua Empresa Agora - Escritório credenciado ABS

Anúncio - www.contador100k.com.br

Abra sua **Empresa Agora** Sem Taxas e com o maior ecossistema de escritórios contábeis do Brasil. Abrir **Empresa** Sem Burocracia, Sem Sair de Casa e Sem Taxas. Vem pro **CONTADOR 100K** Menos Burocracia. Preço Acessível e Justo.

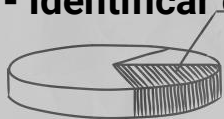


- **Urgente:** Dê uma razão para agir agora;
- **Único:** Diga algo novo ou de um jeito diferente (saia do padrão);
- **Ultra-específico:** Quanto mais específico, melhor;
- **Útil:** Dê o que o leitor está precisando.



PLANO DE AÇÃO - PERFORMANCE

- Identificar o público comprador;
- Mapeamento das palavras;
- Comunicação persuasiva (oferta);
- Criar uma LP de alta conversão;
- Enviar tráfego (iniciar as campanhas);
- Mapear a concorrência;
- Identificar objeções.





Dica muito Importante

**VOCÊ JÁ COLOCOU SEU
ESCRITÓRIO NO GOOGLE MAPS
ANTIGO MEU NEGÓCIO?**



O **Google MAPS** é uma ferramenta gratuita que permite gerenciar a forma como sua empresa local aparece nos produtos do Google, como o Google Maps e a Rede de Pesquisa. Se você tem uma empresa que atende clientes em um local específico ou se atende clientes dentro de uma área de cobertura designada, o Google Meu Negócio pode ajudar as pessoas a encontrá-lo. Empresas verificadas no Google têm o dobro de chance de serem consideradas de confiança pelos usuários.

BUSINESS



SEO

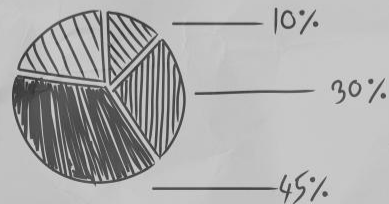
Posicionamento Orgânico no Google





Tráfego Orgânico

Tráfego orgânico é o **conjunto de visitas ao seu site** conquistadas de maneira **espontânea**, sem usar anúncios. Geralmente esse tipo de tráfego vem de mecanismos de busca, como o Google e Bing.



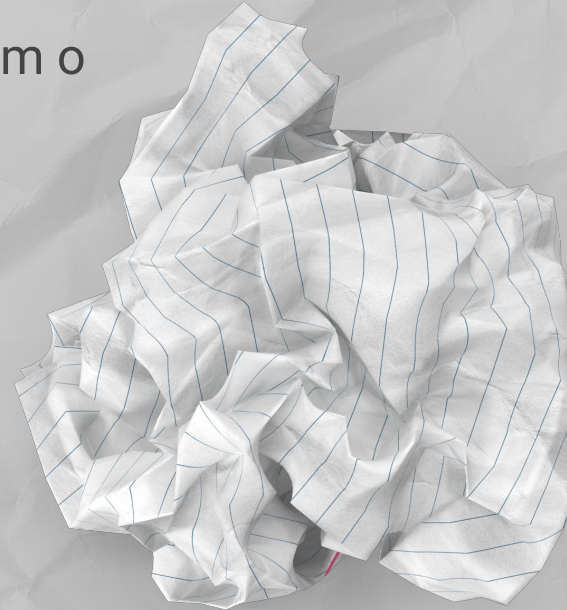
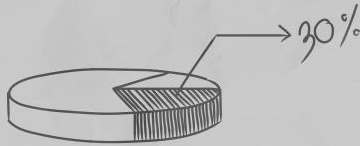
SEARCH ENGINE OPTIMIZATION



Traduzindo: ***Otimização para Mecanismos de Busca.***

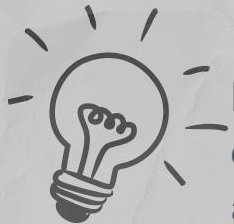
É um conjunto de ações que quando **BEM** feitas facilitam o aumento da popularidade e autoridade do seu site.

- **Autoridade:** Como o seu site trata o conteúdo?
- **Popularidade:** Seu site é famoso?



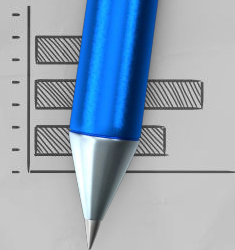
Vantagens de ter um tráfego orgânico

1.Custo- benefício



Em primeiro lugar, o tráfego orgânico contribui com a redução de custos da sua estratégia de marketing, se comparado ao uso de anúncios.

Por consequência, a margem de lucro sobre as vendas é maior. Com isso, dá para dizer que a relação custo-benefício do tráfego orgânico é imbatível.



Vantagens de ter um tráfego orgânico

2. Escalabilidade



Anúncios não são escaláveis. A partir do momento em que você parar de gastar com eles, seu tráfego vai diminuir.

Além disso, o custo para atrair um grande número de visitantes qualificados pode ser inviável. Com o tráfego orgânico, acontece o contrário: quanto MAIS VISITAS, menor seu custo.



Vantagens de ter um tráfego orgânico

3. Relevância

O Google mostra quando um resultado é anúncio pago. Assim, os usuários já sabem que a página em questão está tentando vender algo para eles, o que diminui a confiança nas informações apresentadas.

O resultado orgânico, por sua vez, é tido como genuíno e ganha uma credibilidade maior logo de início.



Vantagens de ter um tráfego orgânico

4. Duração

A duração dos resultados de uma estratégia orgânica não tem prazo de validade.

Um único blog post pode gerar milhões em vendas durante um período longo, algo que beira o impossível se for comparado com o custo de manter uma campanha de tráfego pago rodando continuamente.



Vantagens de ter um tráfego orgânico

5. Construção de relacionamento



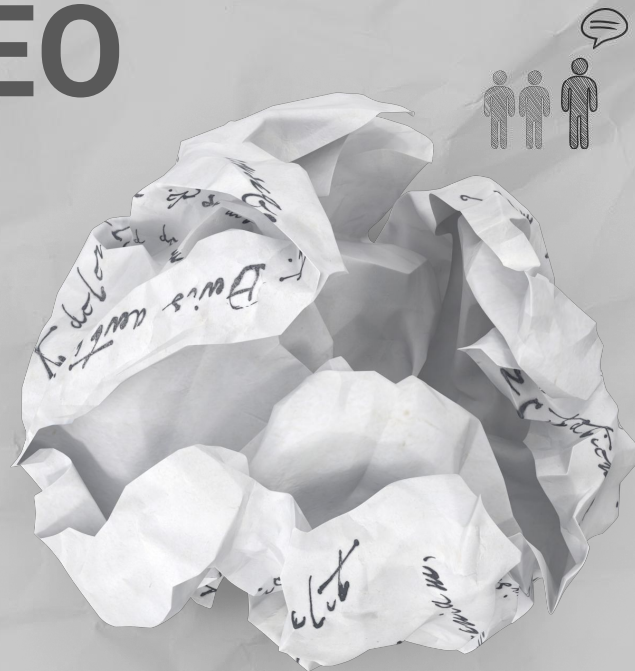
O tráfego pago tem seu valor, mas é mais indicado para quem deseja fazer uma venda imediata. Para construir relacionamentos próximos e acompanhar os clientes por toda a jornada de compra o tráfego orgânico é a melhor escolha.



Só considerar o que falamos sobre o custo, a confiança dos usuários e a possibilidade de escalar os esforços.

Os 3 Pilares do SEO

- **AUTORIDADE**
- **RELEVÂNCIA**
- **CONTEÚDO**





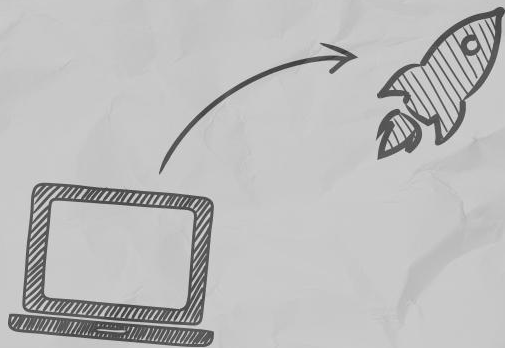
PLANO DE CRESCIMENTO

COMEÇANDO DO ZERO O SEU SEO



Quanto Custa um Projeto de SEO?

1. Planejamento Estratégico de SEO
2. Construção de Site Otimizado
3. Planejamento de Conteúdo
4. Conteúdo de Qualidade
5. Distribuição do Conteúdo (impulsionamento ou não)
6. Análise Mensal de Resultados de SEO
7. Negociação de Backlinks com Autoridade
8. Plano de Estudo Mensal sobre Assunto





Montar um Plano de SEO

Arquitetura

Objetivos

Indicadores

Palavra-chave

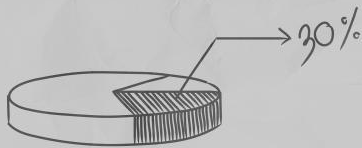
Conteúdo





Wordpress

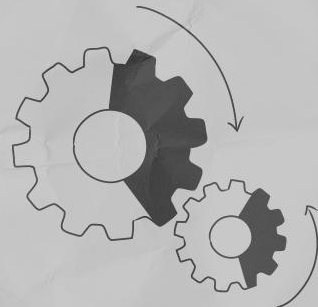
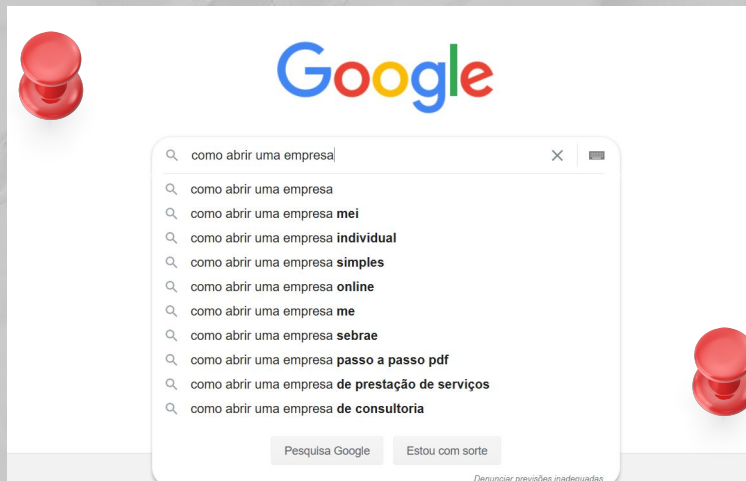
Essa é uma recomendação para quem não possui um projeto ativo e portanto você poderá utilizar seu projeto atual. Qualquer conteúdo publicado na internet é possível ser otimizado!





PALAVRA-CHAVE

Palavra-chave (keyword) é o principal instrumento de uma pesquisa. São termos compostos por uma ou mais palavras. Elas são a forma como um usuário escreve a sua dúvida nos buscadores com o intuito de obter respostas e solucionar seus problemas.



COMO FUNCIONA A BUSCA



- Q como abrir uma empresa
- Q como abrir uma empresa
 - Q como abrir uma empresa **mei**
 - Q como abrir uma empresa **individual**
 - Q como abrir uma empresa **simples**
 - Q como abrir uma empresa **online**
 - Q como abrir uma empresa **me**
 - Q como abrir uma empresa **sebrae**
 - Q como abrir uma empresa **passo a passo pdf**
 - Q como abrir uma empresa **de prestação de serviços**
 - Q como abrir uma empresa **de consultoria**

Pesquisa Google

Estou com sorte



Despejar pesquisas inadequadas

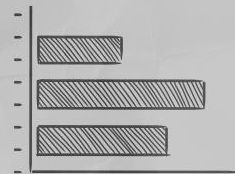


Análise de Palavra-Chave x Níveis de dificuldade de posicionamento

Cauda curta: Ex: Abrir empresa, escritório de contabilidade

Cauda Longa: Ex: Abrir empresa em Campinas, escritório de contabilidade em Campinas.

Dica: Google Suggest





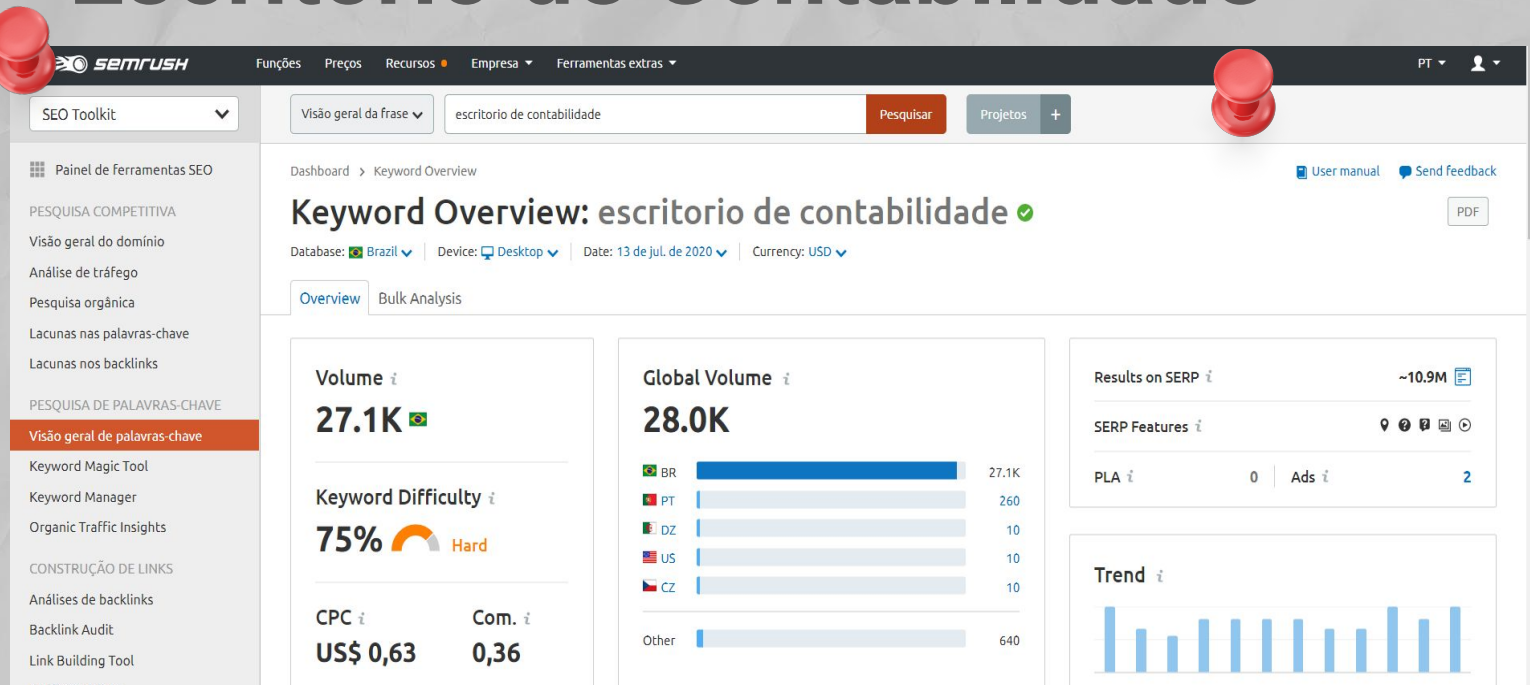
Cauda curta: Ex: abrir empresa, contabilidade

Cauda Longa: Ex: Abrir empresa Eireli,
contabilidade para médicos.

Dica: Google Suggest



Palavra Chave: “Escritório de Contabilidade”

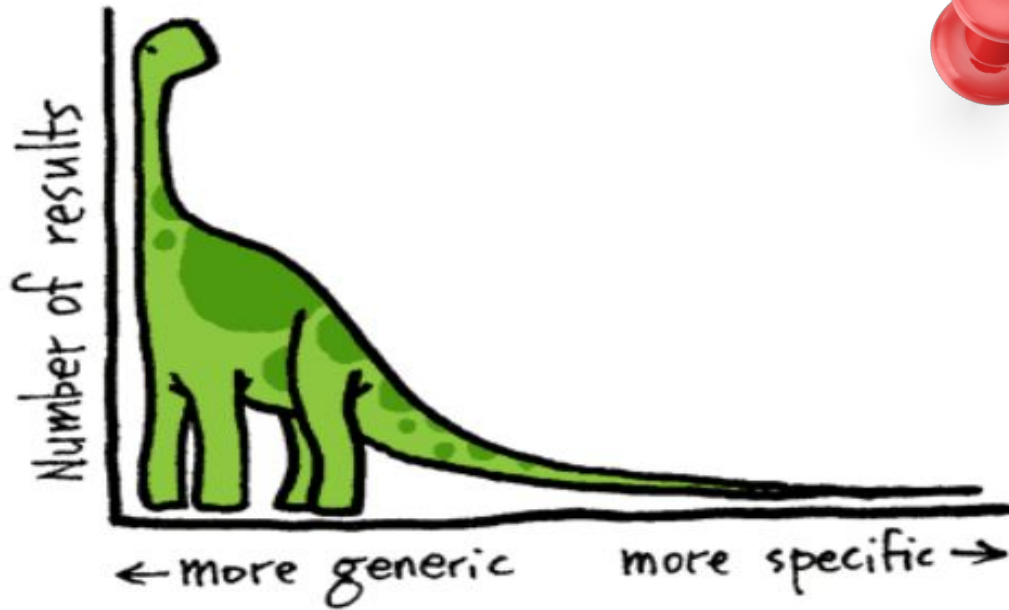


Palavra Chave: “Como abrir uma empresa”

ESTRATÉGIAS DE
GROWTH
para 2023



Efeito da Cauda





Escritório de Contabilidade em Curitiba

The screenshot shows the SEMrush interface with the keyword 'escritorio de contabilidade em curitiba' selected. The page displays various metrics and charts for this keyword.

Navigation and Search:

- Top bar: Funções, Preços, Recursos, Empresa, Ferramentas extras
- Search bar: SEO Toolkit, Visão geral da frase, escritorio de contabilidade em curitiba, Pesquisar, Projetos

Left Sidebar (Painel de ferramentas SEO):

- PESQUISA COMPETITIVA
 - Visão geral do domínio
 - Análise de tráfego
 - Pesquisa orgânica
 - Lacunas nas palavras-chave
 - Lacunas nos backlinks
- PESQUISA DE PALAVRAS-CHAVE
 - Visão geral de palavras-chave**
 - Keyword Magic Tool
 - Keyword Manager
 - Organic Traffic Insights
- CONSTRUÇÃO DE LINKS
 - Análises de backlinks
 - Backlink Audit
 - Link Building Tool
 - Análise em lote

Main Content Area:

Dashboard > Keyword Overview

Keyword Overview: escritorio de contabilidade em curitiba

Database: Brazil | Device: Desktop | Date: 13 de jul. de 2020 | Currency: USD

Overview | Bulk Analysis

Volume: 320

Keyword Difficulty: 56% Possible

CPC: US\$ 0,46 | **Com.:** 0,38

Global Volume: 420

Country	Volume
BR	320
RU	10
TW	10
BY	10
JP	10
Other	60

Results on SERP: ~3.2M

SERP Features: PLA: 0 | Ads: 0

Trend: [Bar chart showing search volume trend over time]

Como abrir uma creche



BUSINESS

Volume x Conversão

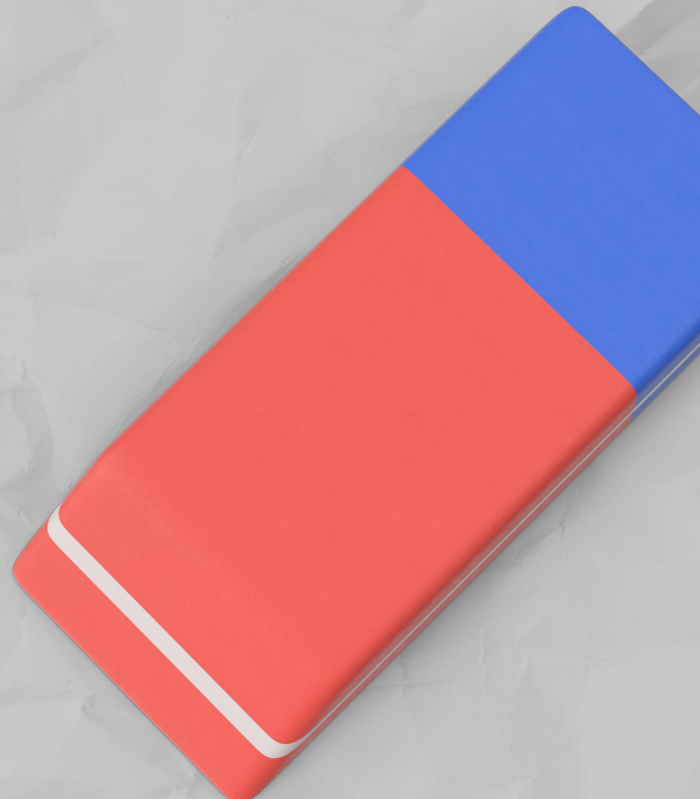
- Utilizar caudas longas pode te trazer mais conversões

Tabela Simples Nacional (cauda curta) para:

Advogados / Médicos / Corretores

Desenvolvedores Software

Ex: Tabela Simples Nacional para Advogados





Link de Texto

Texto Âncora

Texto âncora é um conteúdo clicável que redireciona o leitor para outra página. **São as letras em geral azuis e sublinhadas** que aparecem quando você insere um link em alguma palavra ou frase.

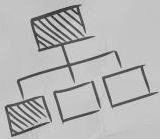
Ele é importante para os mecanismos de busca, pois indica um conteúdo relevante sobre determinado assunto.





5 dicas de como usar o texto âncora a favor do SEO

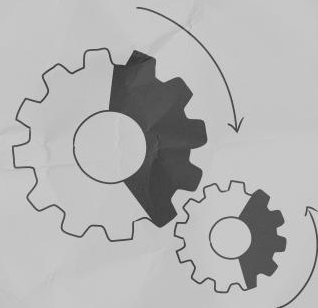
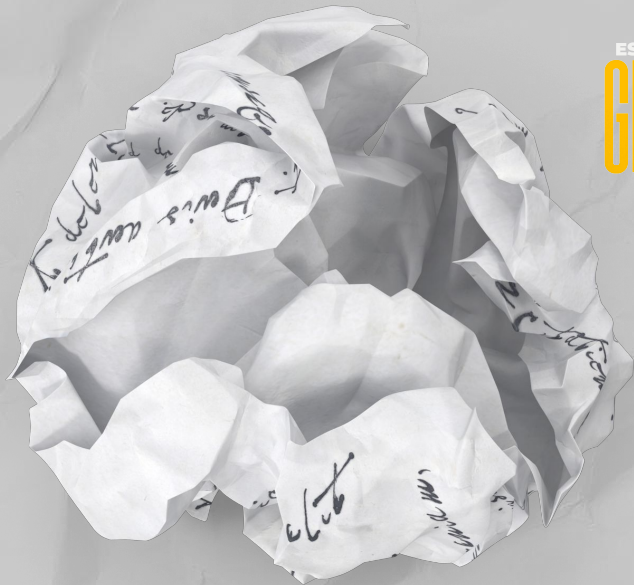
1. Faça textos âncora concisos
2. Evite repetições
3. Fuja de links que levam a sites de baixa qualidade
4. Inclua páginas relevantes e diversifique os tipos de texto âncora
5. Google Penguin



Conteúdo de Qualidade

O que é um conteúdo de qualidade?

“Conteúdo de qualidade é aquele que tira a dúvida da persona e consegue explicar um determinado assunto de forma completa.”



Off-page

SEO off page é o **conjunto de estratégias** aplicadas **fora** das suas páginas para demonstrar a sua relevância no mercado e, assim, melhorar seu posicionamento nos mecanismos de busca.

Para o Google, não interessa apenas encontrar os seus conteúdos, entender sobre o que eles falam e perceber como as páginas são estruturadas. Além disso, o buscador também quer saber como o site se **relaciona com o restante da web**.

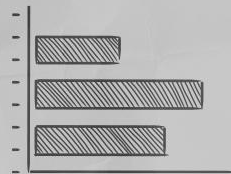
Se o site receber **links e menções** de diversas páginas, e se elas forem **relevantes e confiáveis**, mais pontos ele vai ganhar com o Google. Afinal, as pessoas só compartilham e referenciam aquilo que realmente tem **qualidade** e oferece algum **valor** para elas.





Backlinks são links posicionados **estrategicamente** em um texto para guiar o leitor até a sua página do blog ou site que tenha um conteúdo relevante ao que está lendo. O intuito é expandir o conhecimento do leitor e, ao mesmo tempo, gerar tráfego de qualidade para o blog.

Os backlinks podem ser **internos**, ligando suas próprias páginas com conteúdos relevantes para aumentar o tempo de permanência do usuário no blog, ou **externos**, trazendo o leitor de uma página de outro site ou blog.



A importância dos Backlinks



Os Backlinks são importantes para SEO porque alguns motores de busca, especialmente o Google, darão **mais crédito** a sites que têm um bom número de backlinks de qualidade (**com alto grau de relevância**), considerando o seu blog mais importante do que outros nas páginas de resultados.



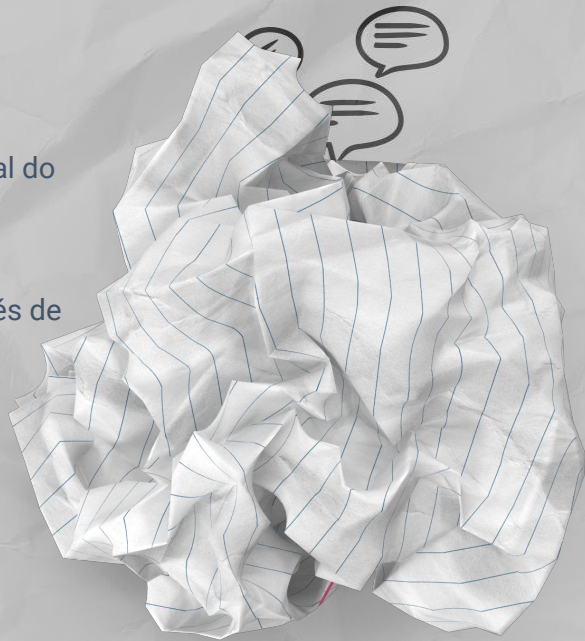
Estratégias para conseguir Backlinks

Escreva artigos impressionantes

Esta é a melhor e mais simples maneira de obter backlinks para o seu blog.

Tutoriais, dicas e cursos são bons exemplos de conteúdos que aumentam o potencial do blog em obter backlinks de outros sites como referência.

Mas lembre-se, os conteúdos devem ser realmente úteis, agregando valor para o usuário através de exemplos práticos.



Gestão Mensal do Time

- Analisar o mercado do cliente e entender os concorrentes diretos e indiretos;
- Selecionar palavras chaves (usando SEMRush e outras ferramentas);
- Montar uma planilha de Excel com as principais palavras chaves encontradas;
- Apresentar resultados mensais através de Dashboards, KPIs, etc;
- Relacionamento interno com redatores e outros membros do time para que todas as demandas sejam entregues no prazo e com qualidade.



DESAFIO da Mentoria:

Criar o Google Meu Negócio



Montar o seu Plano de Ação - Implementar SEO para o site do Escritório



VENDAS



O sucesso nas vendas é fruto de planejamento, execução e dedicação.





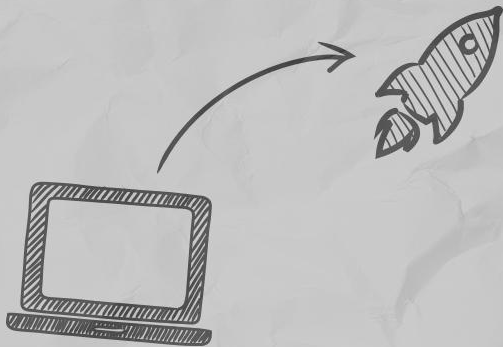
ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

- Quem são os seus concorrentes e o tipo de contabilidade
- Entre em contato, solicite uma proposta, entenda como eles operam no mercado
- Avalie o seu atendimento em relação a concorrência
- Faça uma SWOT - Encontre os pontos fracos e saiba como utilizá-los ao seu favor
- Verifique quais são os valores ofertados e as formas de pagamentos disponíveis
- Saiba quais são os prazos estabelecidos



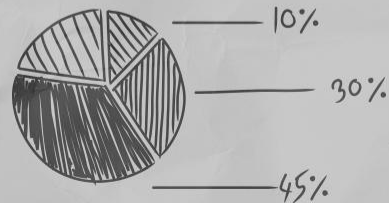


9 Atitudes que Impactam **NEGATIVAMENTE** suas vendas de serviços contábeis





- 1. Demora para entrar em contato com o cliente**
- 2. Falta de entusiasmo, empatia ao telefone**
- 3. Insegurança ao transmitir as informações**
- 4. Proposta burocrática ou demorar p/ encaminhar as informações**
- 5. Não conhecer os serviços da concorrência**
- 6. Utilização exagerada de Termos Técnicos**
- 7. Dificuldade para quebrar as objeções**
- 8. Insistir em vender algo que o seu cliente não precisa**
- 9. Oferecer as características do produto ao invés dos benefícios**

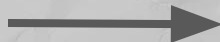




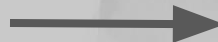
Melhor estratégia para abordar o Lead



1º
opção

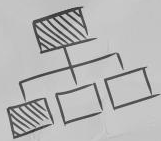


2º
opção

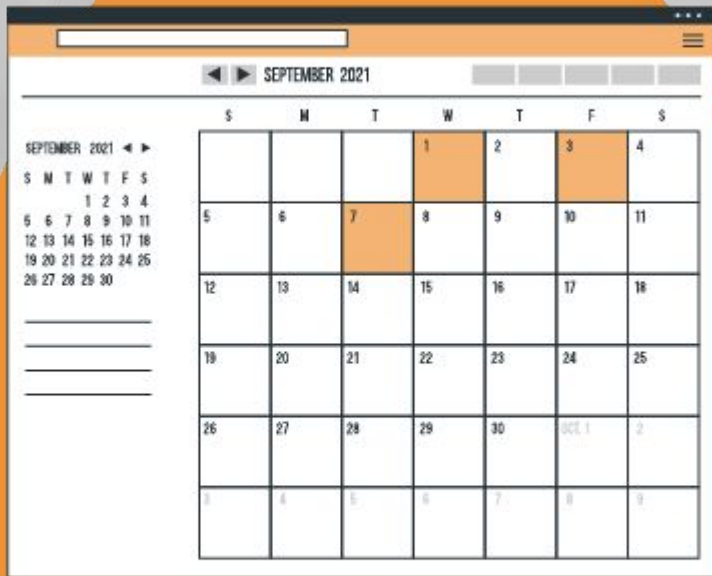


3º
opção





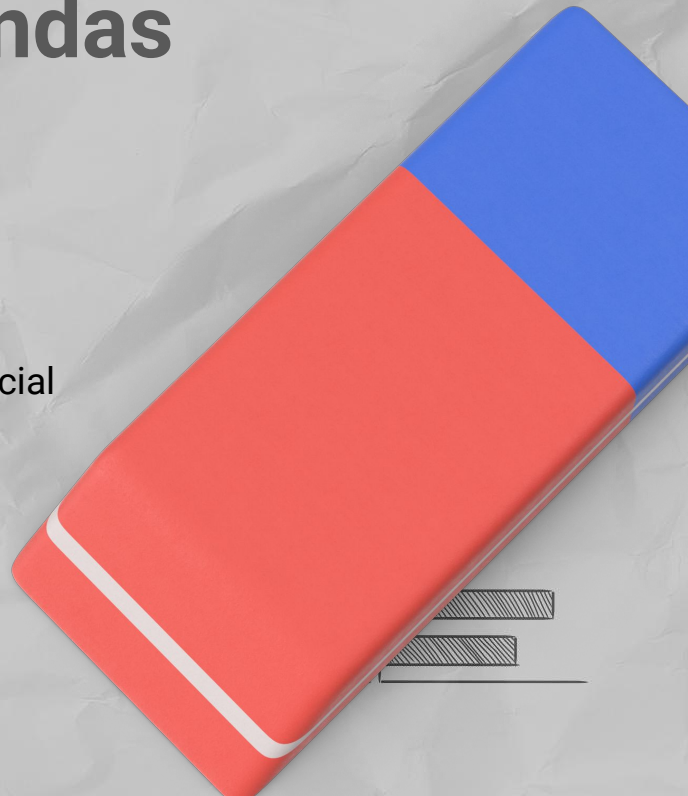
Follow-up



Criando o Playbook de Vendas



1. Propostas Comerciais de Alta Conversão
2. Scripts de Abordagem Comercial
3. Definir a precificação correta dos seus honorários
4. Crie campanhas de incentivo para clientes e área comercial
5. Definição do Perfil do Time de Vendas
6. Remuneração Atrativa / Comissionamento



1. Propostas Comerciais de Alta Conversão

- Mostre todos os diferenciais do seu escritório
- Defina uma oferta irresistível para o cliente
- Mostre como poderá ajudá-lo com o melhor enquadramento fiscal
- Alinhe sua proposta ao modelo de negócio contábil e seu público-alvo
- Apresente todos os valores dos serviços e taxas adicionais (se houver)
- Mostre todos os procedimentos para os serviços
- Defina os prazos de entrega e a documentação necessária
- Apresente todos os serviços inclusos na oferta
- Coloque todas as informações adicionais necessárias



2. Scripts de Abordagem Comercial

- Apresentação do Vendedor
- Sondagem do cliente
- Apresentação do Escritório - mostre todos os diferenciais
- Explique o processo e suas vantagens competitivas
- Fale sobre o atendimento e explique sobre cada área
- Questione se ele ficou satisfeito
- Mande a sua proposta para o fechamento da venda



3. Definir a precificação correta dos seus honorários

- Defina qual será o seu modelo de negócio contábil
- Análise a concorrência e sua proposta de honorário
- Busque informações nos Sindicatos da Classe Ex: Sescon
- Analise seus custos operacionais e calcule a rentabilidade que deseja
- Coloque sempre um fator de risco em seus honorários
- Se possível ancore os honorários no faturamento do cliente



4. Crie campanhas de incentivo para clientes e área comercial



- Crie campanhas de incentivos mensais para sua área de vendas
- Coloque desafios nas metas mensais atrelado a algum ganho/benefício
- Crie um oferta irresistível para os clientes e gere escassez na venda
- Campanhas de incentivo tem prazo de duração



Desafios na Gestão de Vendas - Escritórios Contábeis

1. Contratação de profissionais Marketing & Vendas
2. Remuneração do Time de Marketing e Vendas (desenho, cálculo e apuração)
3. Definir as Metas e Principais Métricas
4. Acompanhamento Diário das Metas e Métricas
5. Criar todos os processos, Scripts e Propostas para área de Vendas
6. Definição Budget de Marketing
7. Criar um plano de treinamento para o time de vendas (coaching)
8. Análise contínua do mercado e da concorrência
9. Autogerenciamento / Sistema Simples e Replicável
10. Precificação

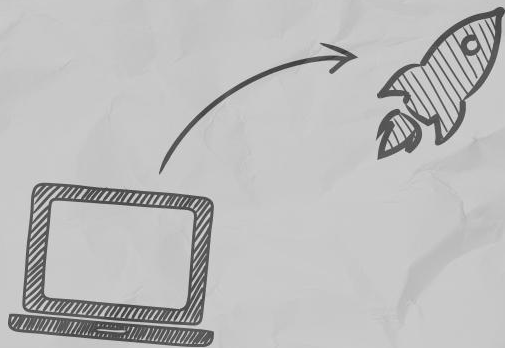




Crescimento Orgânico através de Indicação



Como estruturar um processo de vendas de maneira orgânica e sem disponibilizar caixa





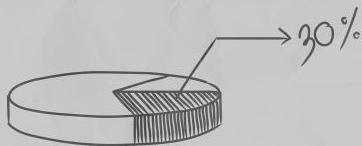
Qual é o seu maior ATIVO?

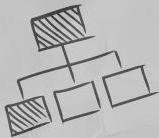




Desenvolvendo um programa de indicação

Um Programa de Indicações bem-feito tem um potencial gigantesco e pode mudar a história do seu escritório de contabilidade trazendo resultados consistentes por vários anos a fio.

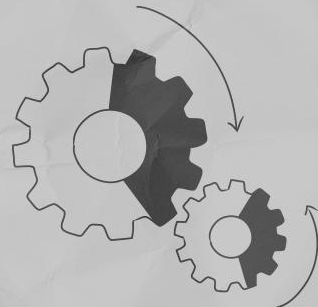




O que é o Marketing Contábil de Indicação

Marketing Contábil de Indicação é a estrutura desenvolvida pelos escritórios de contabilidade para gerar novas vendas utilizando os seus ***clientes atuais, colaboradores, fornecedores, parceiros de negócios, familiares e amigos.***

No mercado contábil esse mecanismo é utilizado muitas vezes de maneira passiva sem nenhuma estratégia.

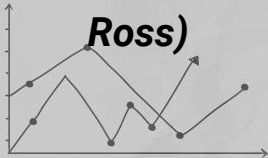




Rogério por que você está falando de indicação de clientes se você traz muitos clientes através do marketing digital?

Porque hoje o Marketing Digital está 10x mais caro do que era há 6 anos. Com a chegada das empresas de contabilidade de baixo preço o custo de marketing aumentou e os honorários cobrados diminuíram. Isso achatou as nossas margens de contribuição aumentando muito o CAC (Custo de Aquisição de Clientes).

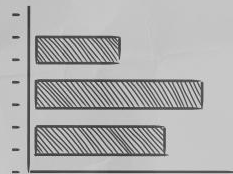
"Hoje é necessário 10 leads do marketing digital para um do boca a boca" (Aaron Ross)



CRESCIMENTO ORGÂNICO



*A satisfação dos seus clientes atuais é a
pedra fundamental das indicações.*



Por que utilizar o Marketing de Indicação

- **92%** das pessoas confiam na indicação de um amigo
- A indicação boca a boca ocupa o primeiro lugar no ranking de influência de compra
- **54%** de todas as compras começam com um processo de indicação
- O boca a boca/indicação é responsável por **6 trilhões** de dólares em consumo todo ano ao redor do mundo
- **84%** dos consumidores acreditam que a indicação e recomendação de amigos e familiares é a melhor e mais confiável fonte de informações quando se trata de um produto ou serviço
- **77%** dos consumidores se sentem impulsionados a comprar um novo produto quando os descobrem através de indicações.



Por onde iniciar o processo de indicação

Nós só indicamos quando estamos satisfeitos. Quando estamos descontentes com alguma empresa, inclusive, fazemos o oposto.

Você não precisa ser o escritório de contabilidade que tem os clientes mais satisfeitos do Brasil para o seu programa de indicações funcionar. Basta saber segmentar quem são aqueles que estão **mais felizes** no momento. Esses são os que têm **mais propensão** a enviar uma indicação a você. E uma das maneiras mais precisas de descobrir quem são essas pessoas é utilizando a métrica global de medição de satisfação, o **NPS (Net Promoter Score)**.



Você já viu a famosa pergunta? “De 0 a 10, qual a probabilidade de você indicar nossa empresa a seus amigos?”. Essa é a pergunta que mede o NPS.

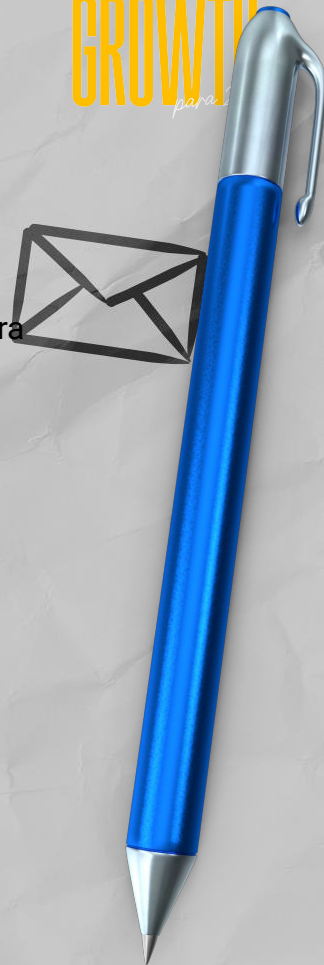
O que é NPS (Net Promoter Score)?

O Net Promoter Score é uma **metodologia de satisfação** de clientes desenvolvida para avaliar o grau de fidelidade dos clientes de qualquer perfil de empresa.

O Net promoter Score se destacou rapidamente, sendo mais eficaz ao apresentar diversos benefícios quando comparado com as demais pesquisas de satisfação.

As notas médias podem variar de acordo com o ramo de atuação de empresa, mas podemos estabelecer, de modo geral, a seguinte escala de classificação:

- **Excelente** – NPS entre 75 e 100
- **Muito bom** – NPS entre 50 e 74
- **Razoável** – NPS entre 0 e 49
- **Ruim** – NPS entre -100 e -1



Criando um programa de indicação

Formato do Programa

O primeiro elemento que você tem que acertar a mão é formato, ou seja, quais serão as regras? Quando o cliente vai ganhar algo? Somente ao indicar? Ou somente quando o indicado comprar?



Recompensa

Esse é o segundo fator chave. Muitos contadores inexperientes no assunto, ao pensar em Marketing Contábil de Indicação, pensam que é só colocar um prêmio bom e tudo vai acontecer. E, na verdade, não é bem assim.



O prêmio deve se encaixar no seu CAC (Custo de Aquisição de Clientes). Aliás, qual é o seu CAC atual e o LTV do seu escritório? Se você ainda não calcula, comece ainda hoje.

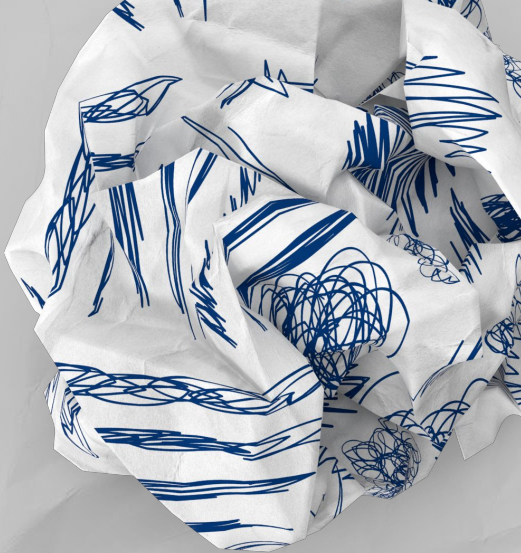


Fatores chave do programa de indicação

Prepare uma **apresentação resumida** com os principais pontos do escritório

Script 1 - SOLICITANDO INDICAÇÕES PARA OS SEUS CLIENTES ATUAIS

Script 2 - ENVIANDO APRESENTAÇÃO PARA OS AMIGOS INDICADOS



ESTRATÉGIAS PARA PEDIR INDICAÇÃO

Você e seus colaboradores devem estar treinados e alertas para sempre conseguirem solicitar a indicação do cliente na hora certa.





#1 Como pedir indicações? Apenas peça!

Torne o pedido parte da negociação de venda; peça logo após o **momento WOW** do seu cliente; peça após um atendimento de suporte, um planejamento financeiro ou tributário onde tenha gerado economia fiscal. Ou então, quando você resolveu uma pendência que ninguém conseguia resolver.

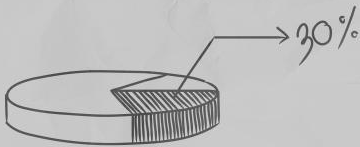


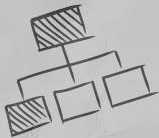


#2 Timing

Saber o **momento certo** para realizar algo, é essencial em todas as áreas.

Isso porque se não souber qual o momento certo para pedir uma recomendação, você pode assustar, constranger ou até irritar seu cliente. A indicação está diretamente ligada ao emocional; este, por sua vez, ao momento.

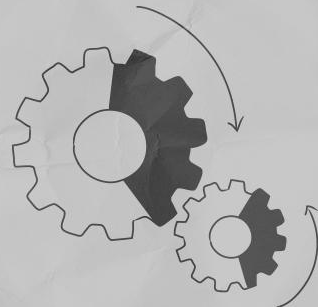




#3 Estratégia para promotores

Faça uma parceria com seus melhores promotores e recompense-os de maneira diferenciada.

Todos gostam de ser tratados com exclusividade. Ao fazer seu promotor se sentir especial, o mesmo continuará o ótimo trabalho em te indicar e será mais fiel à sua marca.





#4 Parcerias

Mais uma forma de pedir indicações é através de parcerias.

Seja com instituições, sindicatos, influenciadores, associações, colaboradores ou até mesmo com os clientes; formar um relacionamento de colaboração entre estes públicos e seu escritório de contabilidade poderá potencializar ainda mais suas indicações.

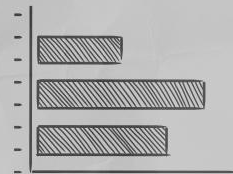




#5 Entregue valor

Use a lei da reciprocidade a seu favor.

Dê algo que realmente tenha valor para o seu cliente e assim o mesmo ficará mais do que satisfeito em te indicar para outras pessoas. Então mostre o valor do seu escritório contábil!



#6 Incentivos atrativos



Ofereça incentivos tão poderosos que seu cliente ficará louco para te indicar.

Quem não gosta de ganhar presentes?

Incentivos fortalecem o vínculo com o cliente e ainda os estimula a te indicar.



#7 Conexão com os clientes

Seu escritório contábil pode perder indicações simplesmente pelo esquecimento do clientes.

Portanto mantenha contato: faça lembretes, notificações pelo sistema, banners no site, e-mails marketing, postagens nas redes sociais, landing pages, pop-ups, avisos no Whatsapp, etc.



#8 Redes Sociais



Aproveite da praticidade deste canal e da visibilidade dos perfis da sua empresa.

Através das redes sociais você se conecta e se comunica instantaneamente com as pessoas.

Então por que não utilizá-las como estratégia para pedir indicações? É fácil, prático e barato.



Criando o Playbook de Indicação

1. Definir o formato do programa de indicação
2. Criar as recompensas de acordo com o programa
3. Elaborar uma Apresentação Resumida do escritório
4. Escrever um Script para solicitar indicação
5. Escrever um Script para apresentar o escritório
6. Identificar potenciais indicadores de clientes
7. Definir METAS para o programa de indicação
8. Planejar as Estratégias para o programa



EXPERIÊNCIA DO SUCESSO DO CLIENTE



***O sucesso do cliente é uma jornada que
começa no atendimento.***

Rogério Fameli





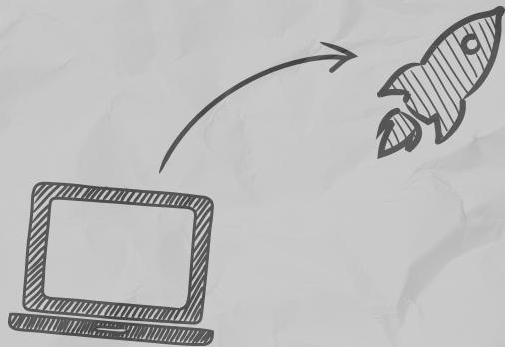
Jornada da Experiência do Cliente



BUSINESS

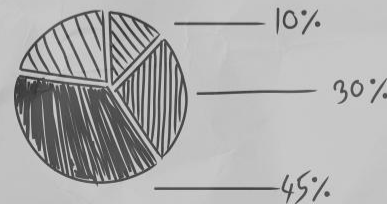
Onboarding

O **onboarding** de clientes é um processo que envolve os **estágios iniciais** do contato de um **novo cliente** com o seu escritório. Nessa fase serão alinhados e estruturados os detalhes dos serviços prestados para garantir o **sucesso da parceria** a longo prazo.





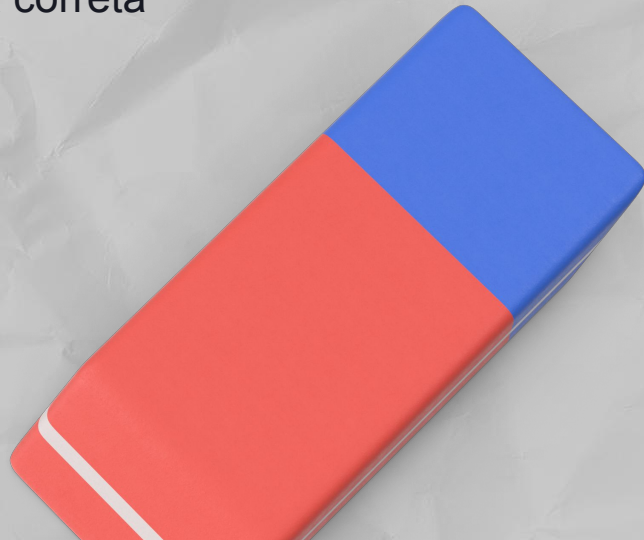
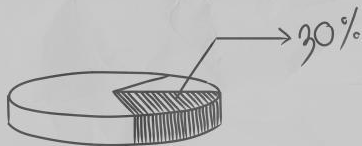
**Como o seu Escritório trata os clientes
depois que eles assinam contrato?**

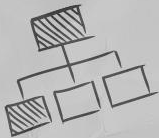




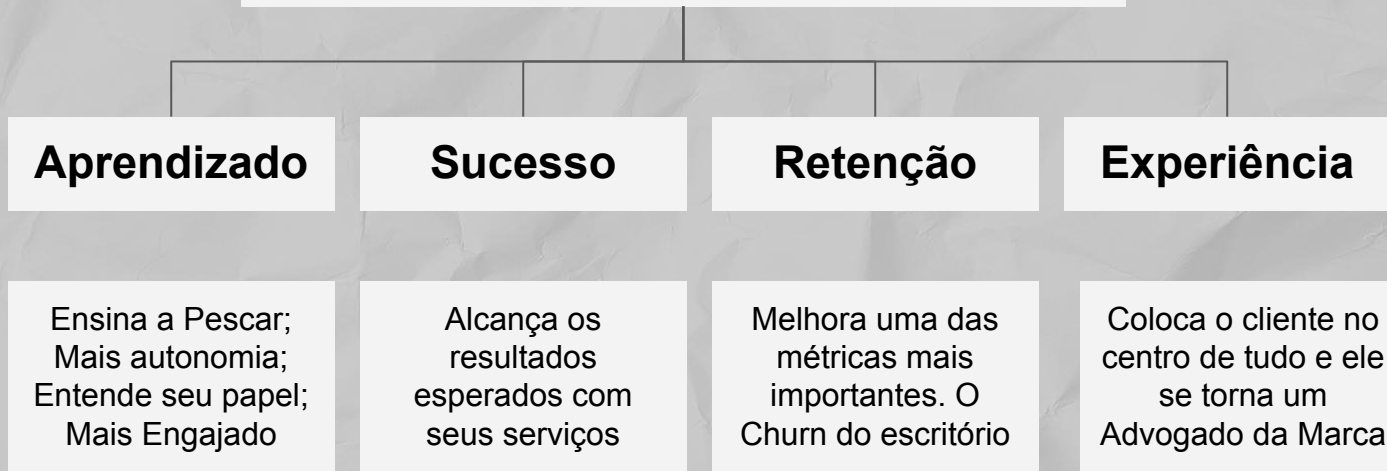
Por que ter um onboarding?

O **onboarding** precisa ser bem estruturado, preferencialmente com um time **exclusivo** e processos bem definidos e uma correta mensuração de resultados.

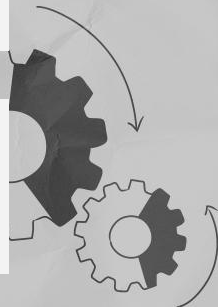




Vantagens do Onboarding



O cliente que tem um acompanhamento mais de perto no começo será inevitavelmente melhor atendido, terá uma **percepção mais positiva** do seu escritório e, provavelmente será um ótimo veículo de propaganda **boca a boca.**



Como fazer um bom onboarding para o seu escritório Contábil?



Estruturando o time

O perfil do profissional de onboarding

Minerador de
dados

Atendimento
Dinâmico

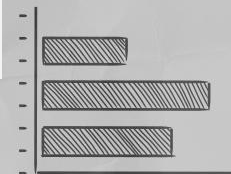
Conhecimento
dos Serviços

Conhecimento
do Escritório

Responsável por toda a gestão do atendimento, gerando simpatia e confiança, com foco centrado na resolução de problemas ou dúvidas através de comunicação clara e objetiva com os clientes.



Jornada da experiência do cliente



Tecnologia x Atendimento x Excelência



Excelência no atendimento é se relacionar com o cliente de forma eficiente, ajudando-o a alcançar seu objetivo e a resolver o problema que ele apresenta ao entrar em contato com o escritório.

Trata-se de entregar satisfação, encantar o cliente a partir do atendimento e fazê-lo se sentir especial.



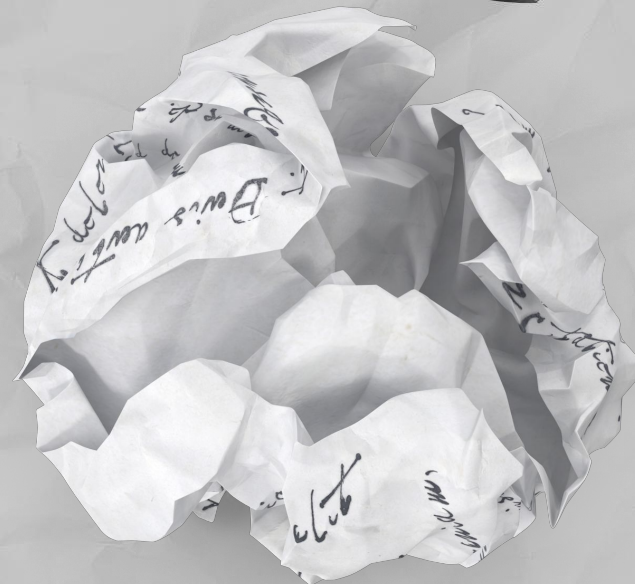
Centralizamos todo o relacionamento com o cliente em um único ambiente, o que facilita o controle e gestão dos atendimentos feitos pelo escritório.



- Vários colaboradores atendendo **simultaneamente**, de computadores diferentes, através do mesmo número;
- Abrimos uma tarefa ou uma ordem de serviço, diretamente de uma mensagem no **WhatsApp**;
- Separamos nossos clientes por **responsável**, mantendo assim a organização das conversas e evitando que um cliente fique sem atendimento;
- Enviamos e receber áudios, imagens e arquivos por um **único canal**

Métricas de Atendimento

- 1- Tempo de resposta
- 2- Tempo médio de atendimento
- 3- Desempenho Individual
- 4- Ranking de clientes que mais demandam atendimento
- 5- Dashboard - Indicador Geral



NPS - Net Promoter Score



NPS nada mais é do que uma **métrica** criada por Fred Reichheld e Bain & Company, em 2003, que analisa a **experiência do cliente** e prevê o seu impacto na organização. Para isso, se baseia em dados quantitativos e qualitativos que avaliam as percepções e sentimentos do cliente.



NPS - Pra que serve?



O NPS serve para **avaliar a satisfação e a lealdade dos clientes** em relação a uma companhia, independentemente de seu porte.

Considerando que, segundo pesquisa da Opinion Box, cerca de **70%** dos consumidores brasileiros **recomendam** uma marca em suas redes de amigos e família quando se sentem **satisfeitos**, é possível concluir que a reputação de uma marca está atrelada à experiência do consumidor e que vale a pena medir esse índice de satisfação, certo?



Classificação da Pesquisa NPS

Promotores (notas entre 9 e 10)

Neutros (notas entre 7 e 8)

Detratores (notas entre 0 e 6)



3 Vantagens de usar o NPS

Melhora a
Experiência do
Cliente

Otimiza a
Performance do
Escritório

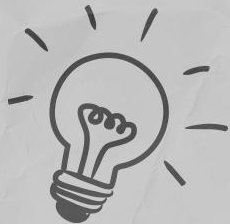
Impulsiona o
Crescimento
Orgânico



NPS x ROI Retorno sobre Investimento

1- META DE INDICAÇÃO DE CLIENTES

2- META DE RETENÇÃO DE CLIENTES - CHURN



Lembre-se que manter um cliente é muito mais barato do que conquistar um novo!



PLANEJAMENTO PARA SUCESSO DO CLIENTE



Desenvolver um Onboarding para novos Clientes

Elaborar Pesquisa de NPS e realizar periodicamente

Analisar o ROI do departamento de Sucesso do Cliente

Definir as Metas de Indicação e Churn

Utilizar as Métricas da Planilha de Métricas para CS



COMO A ABS CONSEGUE AJUDAR NO SEU CRESCIMENTO



Força de uma Rede



Economia “**Marketing Compartilhado**”



Ganho de **reputação** e **credibilidade**



Compartilhamento de conteúdo em **massa**



Relevância nos **motores de busca**



Possibilidade de **venda** de **novos produtos**



Eficiência
operacional



Negociação com **fornecedores**



Maior **alcance** em
outras **mídias**

Conheça a ABS HUB!

O maior ecossistema de crescimento para escritórios de contabilidade.



Uma **marca forte** desenvolve relacionamentos fortes. Por isso, um HUB de soluções agrega mais valor para a sua contabilidade.

Desenvolva um HUB de soluções para o seu escritório de contabilidade e:



Leve as principais inovações do mercado para os seus clientes;



Se destaque da concorrência;



Aumente o faturamento com os clientes atuais;



Conquiste novos clientes!



Leve o seu escritório contábil ao próximo nível com a ABS HUB!

Ganhe mais tempo, performe melhor e se torne cada vez mais forte.

- Hub de soluções para aumentar o faturamento;
- Apoio de um time de sucesso do cliente;
- Acesso limitado a ABS Academy;
- Rede exclusiva de networking;
- Time de vendas exclusivo.
- **25% desconto e/ou comissão nos produtos**



Quer fazer parte do mercado que mais cresce no país?
Amplie seu portfólio e eleve a sua receita, sem precisar
aumentar a sua estrutura e fazer altos investimentos!

Escolha o que faz mais sentido para o seu escritório:

- Adquira **certificados digitais** com valores diferenciados e se torne um revendedor, elevando a receita e portfólio do seu negócio;
- Se torne um **agente de registro**, amplie a gama de produtos oferecidos, aumente a lucratividade e gere autonomia para o escritório.

Benefícios ao ser parceiro da ABS Cert:



Atendimento
personalizado



Agilidade nas
emissões



Suporte técnico
e muita
comodidade



Serviço ágil e
inovador de
videoconferência



Oportunidade
de ampliar o
portfólio



Aumento da
rentabilidade.

Benefícios



Ganhe mais sem precisar trabalhar mais!

A **ABS Brands** é responsável por disponibilizar ao contador a possibilidade de oferecer aos clientes o serviço de **registro de marcas e patentes**.

Quer **eleva a rentabilidade** do seu escritório e ganhar maior autoridade no mercado? Com a ABS Brands você pode!

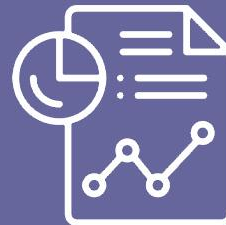
Tudo isso com um:



**Suporte para
vendas**



**Acompanhamento
técnico
personalizado;**



**Relatórios
periódicos do
andamento do
processo.**

Capacidade



**Atraia de forma estratégica e assertiva os
melhores talentos do mercado e trilhe o caminho
rumo ao sucesso!**

A **ABS Talents** auxilia as contabilidades a atraírem e reterem
os **melhores talentos do mercado**, por meio de fit cultural.

Além disso, a ABS Talents garante:



**Hunting
assertivo**



**Talentos que vão
agregar no seu
negócio;**



**Profissional
qualificado.**

Recrutamento



*Não consegue focar no estratégico do seu escritório?
Que tal terceirizar as rotinas de Legalização e
Societário com a ABS Pro?*

A **ABS Pro** garante que você não terá mais preocupações com os **processos operacionais** da sua área societária.



**A solução definitiva para o crescimento do seu
escritório de contabilidade!**

Com base nos quatro pilares da **ABS Growth**, te auxiliamos a
construir um escritório de **contabilidade de sucesso!**



Marketing: Conheça as principais estratégias de marketing do mercado e atinja mais clientes da sua região!



Vendas: Torne seu escritório uma verdadeira máquina de vendas! Aprenda as melhores técnicas para vender mais e melhor, e conte com ferramentas reais para economizar tempo e dinheiro.



Produtos: Agregue mais valor ao seu escritório, economize tempo e dinheiro e fortaleça a sua carteira de clientes.



Educação: Aprenda tudo sobre Vendas, Marketing Digital e Crescimento! Mais de 200 horas de treinamentos e mentorias exclusivas para evolução e crescimento pessoal e profissional!

SUCESSO



IMERSÃO PRESENCIAL

Networking. Conteúdo. Crescimento.



Deixe para trás os **processos manuais e repetitivos**. Com o **Monitor Contábil**, você tem em suas mãos um **sistema de monitoramento** em tempo real para simplificar e organizar a busca de informações!

Se você quer:

- Mais praticidade
- Mais agilidade e tranquilidade
- Simplificar e otimizar a operação;
- Centralizar as informações;
- Aumentar a produtividade;
- Reduzir os erros;
- Melhorar o relacionamento com o cliente.

PERGUNTAS & RESPOSTAS

