

PROGRAMA DE MENTORIA

Do Talento ao Negócio de 100K

O sistema completo para alavancar um negócio de fotografia e vídeo de casamento, da forma como chegas ao cliente até à entrega que o transforma em fã.

Formato

Diagnóstico + 8 sessões

Duração

2 meses · 1 sessão/semana

Meta

100.000€ / ano

100K

Uma jornada, não uma aula avulsa

Este programa segue a ordem natural do funil de um negócio de casamentos. Cada sessão constrói sobre a anterior, e cada uma fecha com trabalho prático e um entregável concreto. No fim dos dois meses, o mentorado não sai com apontamentos, sai com um sistema a funcionar.

1. Primeiro o diagnóstico, depois o compromisso

Tudo começa com uma reunião de diagnóstico. O objetivo é mapear o ponto de partida do mentorado, mostrar-lhe lacunas que ele ainda não viu e provar, antes de qualquer venda, que há valor real a entregar acima do que já tem.

2. Oito sessões que seguem o cliente

Da atração ao fecho, da experiência à entrega e à escala. A sequência não é aleatória: é o percurso que o próprio cliente faz, do primeiro contacto até voltar a recomendar-te. Dominar esse percurso é o que separa quem sobrevive de quem fatura 100k.

3. Cada semana termina em ação

Cada sessão traz um bloco de trabalho da semana e um entregável. A teoria sem implementação não muda faturação. O acompanhamento semanal existe precisamente para garantir que o que se discute na sessão acontece na prática até à seguinte.

A Reunião de Diagnóstico

Antes de vender a mentoria, validas que consegues entregar algo acima do que o mentorado já tem. Esta reunião (45–60 min) não é uma apresentação de serviços, é um diagnóstico que termina com o próprio mentorado a reconhecer o que precisa de resolver.

01 Onde está hoje

Faturação atual, casamentos por ano, ticket médio, taxa de fecho das reuniões e origem dos leads. Os números revelam a verdade que a perceção esconde.

02 Onde quer chegar, e porquê

Meta de faturação, estilo de vida desejado e o que o trava (tempo, preço, posicionamento, captação). O 'porquê' é o que sustenta o compromisso.

03 Diagnóstico do funil

Pedir para descrever os últimos 3 leads do início ao fim. É aqui que aparecem as fugas reais: resposta lenta, proposta fraca, ausência de follow-up.

04 O momento de verdade

Mostrar 1 ou 2 lacunas concretas que ele não tinha visto. É esta prova de valor, e não o discurso, que justifica avançar para a mentoria.

Fecho da reunião

A proposta da mentoria entra enquadrada nos problemas que o próprio mentorado acabou de admitir. Não vendes um programa genérico, apresentas a solução exata para as lacunas que ele viu em primeira mão.

As 8 Sessões

Dois meses, uma sessão por semana, a seguir o cliente do primeiro toque à recomendação final. Cada fase resolve uma parte do funil.

01

FUNDAÇÃO

Posicionamento e a Matemática dos 100K

02

ATRAÇÃO

Como Chegar ao Cliente

03

CAPTAÇÃO

Captação e Qualificação do Lead

04

CONVERSÃO

A Reunião de Venda

05

CONVERSÃO

Proposta e Pricing

06

EXPERIÊNCIA

Experiência do Cliente e Portal Diferenciado

07

ENTREGA

Produção e Entrega

08

ESCALA

Pós-venda, Escala e Sistemas

01

Posicionamento e a Matemática dos 100K

Objetivo

Definir o número exato a atingir, o casal ideal a servir e a frase de posicionamento que te separa de todos os outros fotógrafos da zona.

A conta ao contrário

Antes de falar de estratégia, fazemos a matemática. 100.000€ não é um sonho abstrato, é uma equação com duas variáveis: nº de casamentos × ticket médio. O objetivo desta primeira sessão é escolher conscientemente em que ponto desta tabela queres viver, porque cada linha implica um estilo de vida e uma estratégia diferente.

Os quatro caminhos para o mesmo destino

33 casamentos × 3.000€ · 25 × 4.000€ · 20 × 5.000€ · 14 × 7.000€. Todos dão ~100k. A diferença está no tempo, na energia e no risco de burnout. Mais volume significa mais edição, mais fins de semana ocupados, menos margem para erro. Mais preço exige posicionamento mais forte, mas liberta tempo e protege a qualidade.

Volume vs. Preço, porque o preço quase sempre vence

O tempo é o único recurso verdadeiramente limitado num negócio de casamentos. Subir o ticket médio em 1.000€ vale, em esforço, muito menos do que apanhar 8 casamentos adicionais. O caminho dos 100k sustentáveis passa quase sempre por posicionamento premium + menos casamentos bem pagos, não por encher a agenda.

Definir o casal ideal

Não vendes para 'casais'. Vendes para um casal específico: que valoriza o quê, que vive onde, que sente o quê quando vê o teu trabalho. Quanto mais nítido o retrato, mais fácil é toda a comunicação a jusante, conteúdo, proposta, reunião. Um posicionamento para todos é um posicionamento para ninguém.

A frase de posicionamento

Uma frase que responde a: para quem és, o que entregas de diferente, e que transformação/sentimento garantes. É a espinha dorsal de toda a marca. Sem ela, competes por preço. Com ela, competes por significado.

Trabalho desta semana

- Escolhe a tua linha da tabela: define o teu ticket médio-alvo e o número de casamentos/ano que isso implica.
- Escreve o retrato do teu casal ideal (idade, valores, o que procura, o que o assusta na escolha).
- Redige a tua frase de posicionamento em 1 linha, testá-la-emos na sessão seguinte.

Entregável

Documento de posicionamento: número-alvo + retrato do casal ideal + frase de posicionamento.

Como Chegar ao Cliente

Objetivo

Construir um motor previsível de leads assente em três pilares, para deixares de depender da sorte e do passa-palavra ocasional.

Os três pilares de um motor de leads

Conteúdo orgânico, parcerias estratégicas e referências de clientes antigos. Um negócio que depende só de um pilar é frágil. Quando os três funcionam em conjunto, o fluxo de pedidos deixa de ser uma montanha-russa e torna-se previsível, o que é exatamente o que permite planear os 100k.

Conteúdo que vende emoção, não serviços

O casal não compra fotografias, compra a forma como se vai sentir no dia e a memória que vai guardar. O conteúdo deve mostrar trabalho, sim, mas sobretudo emoção, bastidores e a tua visão. Reels que contam a história de um casamento valem mais do que dezenas de fotos soltas. Mostra o porquê, não só o quê.

SEO local e Google, ser encontrado por quem já procura

Há casais a pesquisar 'fotógrafo de casamento Setúbal' ou 'vídeo casamento Lisboa' neste momento. O perfil de Google Business otimizado, fotografias geolocalizadas e palavras-chave certas no site colocam-te à frente deles sem gastares um euro em anúncios. É o pilar mais subestimado e o de maior retorno a longo prazo.

Parcerias estratégicas, o atalho mais rápido

Wedding planners, quintas, espaços de eventos e outros fornecedores (florista, catering, DJ) falam com os teus clientes ideais antes de ti. Uma parceria sólida com 3 ou 4 espaços certos pode encher metade da agenda. A lógica é dar primeiro: entregar-lhes conteúdo, fotos do espaço, recomendações, para que recomendar-te seja natural.

Referências, transformar clientes em embaixadores

Um casal feliz vale mais do que qualquer anúncio. Mas a referência espontânea é rara; tem de ser pedida e facilitada no momento certo (logo após a entrega, no pico da emoção). Um sistema simples de pedido de referência multiplica o pilar mais barato e de maior conversão que tens.

Trabalho desta semana

- Mapeia 10 parcerias potenciais (espaços e fornecedores) e define a tua abordagem de 'dar primeiro' para cada.
- Define um plano de conteúdo semanal realista (quantos posts/reels e que tipos).
- Otimiza o perfil de Google Business: categoria, descrição, palavras-chave locais e fotos.

Entregável

Plano de aquisição de 90 dias com os três pilares ativados.

Captação e Qualificação do Lead

Objetivo

Garantir que nenhum lead se perde por lentidão e que chegas à reunião apenas com casais que têm real potencial de fechar.

A velocidade fecha negócios

O lead está mais quente nos primeiros minutos. Estudos e experiência apontam o mesmo: quem responde primeiro fecha mais. Um casal que envia pedido a 5 fotógrafos vai avançar com quem responde melhor e mais depressa. A diferença entre responder em 10 minutos ou em 2 dias é a diferença entre fechar e perder.

O formulário de intake, qualificar logo à entrada

Um bom formulário recolhe o essencial (data, local, tipo de serviço, como te conheceram) e começa a qualificar sem fricção. Filtra automaticamente quem não tem data ou orçamento compatível e dá-te contexto para personalizar a resposta. Menos perguntas, mas as certas.

A resposta que aquece

A primeira mensagem não é um orçamento, é o início de uma relação. Confirma a disponibilidade, demonstra entusiasmo genuíno pela história do casal e conduz para o passo seguinte (a reunião). Nunca enviar preço por escrito antes de criar valor: o preço sem contexto só serve para ser comparado.

Qualificar para não perder tempo

Nem todos os leads merecem uma reunião. Qualificar por data, orçamento aproximado e fit com o teu posicionamento protege a tua energia para os casais certos. Dizer 'não' aos errados é o que liberta espaço para os 100k virem dos certos.

Acompanhamento sem desistir

A maioria dos negócios perde-se no silêncio, não no 'não'. Um sistema simples de follow-up (2 a 3 toques bem espaçados) recupera uma fatia enorme de leads que apenas estavam ocupados ou indecisos. Persistência educada não é insistência, é profissionalismo.

Trabalho desta semana

- Cria/afina o teu formulário de intake com as perguntas de qualificação certas.
- Escreve a mensagem-modelo de resposta rápida (a que aquece e conduz à reunião).
- Define a tua sequência de follow-up (quantos toques, quando, com que mensagem).

Entregável

Sistema de captação: formulário + mensagem de resposta + sequência de follow-up.

04

SESSÃO 4 · CONVERSÃO

A Reunião de Venda

Objetivo

Dominar a conversa que transforma um interessado num cliente, vendendo experiência e emoção, não uma lista de entregáveis.

A estrutura da conversa

Uma reunião que fecha tem ritmo: ligação (rapport), descoberta (perguntas), apresentação (ligar o teu serviço às dores e desejos que ouviste) e fecho. Quem improvisa vende por sorte; quem tem estrutura vende por método, e consegue repetir o resultado.

Descoberta, quem pergunta, comanda

A parte mais importante da reunião é ouvir. Perguntas como 'o que é mais importante para vocês neste dia?' ou 'o que vos faria sentir que valeu cada centímo?' revelam exatamente o que precisas de vender. O casal diz-te como o queres conquistar, basta perguntar e calar-te.

Vender a emoção, não os entregáveis

Ninguém se apaixona por '8 horas de cobertura e 600 fotos editadas'. Apaixonam-se por 'voltar a sentir o nervoso miudinho antes de entrar' ou 'os teus pais a ver o vídeo daqui a 20 anos'. Traduz cada entregável técnico na emoção e na memória que ele protege.

Apresentar ligado às dores

Depois de ouvir, apresentas, mas só o que é relevante para aquele casal. Se valorizam o vídeo, o vídeo é o herói. Se temem o dia caótico, vendes a tranquilidade da tua presença. A proposta genérica perde para a proposta que parece feita à medida (porque foi).

Conduzir ao sim

Fechar não é pressionar, é remover o atrito do próximo passo. Assumir a próxima ação ('reservo a vossa data?'), criar segurança (processo claro, contrato, garantias) e dar um motivo para decidir agora (datas limitadas, reserva por sinal). O fecho é o serviço de tornar fácil dizer sim.

Trabalho desta semana

- Constrói o teu guião de reunião com as 4 fases (ligação, descoberta, apresentação, fecho).
- Lista as 8-10 perguntas de descoberta que vais fazer sempre.
- Reescreve 3 entregáveis técnicos como emoções/memórias.

Entregável

Guião de reunião de venda + banco de perguntas de descoberta.

Proposta e Pricing

Objetivo

Estruturar packs e apresentar a proposta de forma premium, para fechar a preço cheio e lidar com objeções sem nunca recorrer ao desconto.

A arquitetura dos packs, ancoragem

Três níveis funcionam melhor do que um preço único. O pack mais caro ancora a percepção de valor e faz o pack do meio (o que queres vender) parecer a escolha sensata. Um pack único deixa o casal sem referência; três packs dão-lhe controlo e empurram-no para o meio.

Desenhar o pack do meio para vencer

O objetivo é que a maioria escolha o nível intermédio. Ele deve conter aquilo que mais valorizam (ex.: vídeo + same day edit) a um preço que pareça generoso face ao topo. O topo existe sobretudo para tornar o meio óbvio.

Apresentação premium da proposta

Uma proposta em PDF cuidado, com a história do casal, mockups, depoimentos e o teu processo, vende a um nível completamente diferente de um preço por email. A apresentação comunica o cuidado que vão ter no dia. Se a proposta é premium, o serviço parece premium.

Comunicar valor antes do preço

O preço só assusta quando aparece antes do valor. Quando o casal já viu o processo, a qualidade, os depoimentos e a transformação, o preço passa a fazer sentido. A ordem importa: valor primeiro, preço depois, sempre.

Objeções de preço sem descontar

'É um pouco acima do nosso orçamento' não é um 'não', é um pedido de justificação de valor. Responder com mais valor, com opções (reorganizar o pack, não baixar o preço) e com segurança preserva a tua margem e o teu posicionamento. Descontar uma vez ensina o mercado a pedir desconto sempre.

Trabalho desta semana

- Redesenha os teus packs em 3 níveis com ancoragem e um pack do meio pensado para vencer.
- Monta o template de proposta premium (estrutura e secções).
- Prepara respostas escritas para as 5 objeções de preço mais comuns.

Entregável

Estrutura de packs com ancoragem + template de proposta + guião de objeções.

06

Experiência do Cliente e Portal Diferenciado

Objetivo

Desenhar uma experiência pós-fecho tão cuidada que o casal se torna fã e embaixador, usando um portal de cliente como elemento diferenciador.

A venda não acaba no sim, começa

O período entre a reserva e o casamento é onde se constrói (ou perde) o fã. Um casal que se sente acompanhado e seguro recomenda, compra extras e deixa-te trabalhar melhor no dia. O silêncio entre o sinal e o evento é uma oportunidade desperdiçada por quase toda a concorrência.

O onboarding que tranquiliza

Logo após o sim: mensagem de boas-vindas, próximos passos claros, o que esperar e quando. O casal acabou de gastar muito dinheiro, a melhor coisa que podes dar-lhe é a certeza de que escolheu bem. O onboarding é a primeira prova de que o premium se justifica.

O portal de cliente como diferenciador

Um portal próprio, com a proposta, contrato, revista de pré-reunião, cronograma, galeria e lembretes, eleva-te imediatamente acima de quem comunica por WhatsApp solto. Centraliza tudo, projeta organização e dá ao casal um sítio só seu. É um daqueles detalhes que fazem o casal pensar 'estes são diferentes'.

A revista de pré-reunião

Um guia digital que prepara o casal (serviços, pré-wedding, álbum, drone, same day edit, Relive Wedding) educa, eleva o ticket e antecipa upsells de forma natural. Quando o casal entende o valor de cada serviço antes de o ofereceres, vender deixa de ser vender.

Momentos 'uau' planeados

A experiência premium não acontece por acaso, desenha-se. Touchpoints surpresa (uma mensagem na véspera, uma primeira foto enviada no próprio dia, um pequeno presente) criam histórias que o casal conta aos amigos. Cada 'uau' é marketing que não se compra.

Trabalho desta semana

- Desenha a jornada completa do cliente, do 'sim' à entrega, com cada touchpoint marcado.
- Estrutura o teu portal de cliente (que secções e conteúdos vai ter).
- Define 3 momentos 'uau' surpresa para inserir no processo.

Entregável

Mapa da jornada do cliente + estrutura do portal + lista de momentos 'uau'.

Produção e Entrega

Objetivo

Montar um workflow de edição e entrega que respeite prazos, escale sem te afogar e culmine num momento de revelação memorável.

Workflow que escala

Aos 25 casamentos/ano, a edição artesanal e desorganizada é o que te impede de crescer. Um workflow definido, importação, seleção, edição, revisão, entrega, com etapas e prazos claros liberta tempo e mantém a qualidade constante. Sistema é o que separa quem fatura 100k de quem trabalha 100h.

Gestão de prazos e expectativas

Prometer prazos realistas e cumpri-los gera mais confiança do que prometer rápido e falhar. Definir prazos-padrão de entrega (e comunicá-los no onboarding) elimina a ansiedade do casal e a pressão constante sobre ti. O segredo é gerir a expectativa, não correr atrás dela.

Same Day Edit e Relive Wedding

Entregáveis de alto impacto que justificam preço premium e geram partilha imediata. O same day edit cria um momento mágico na própria festa; o Relive Wedding mantém a emoção viva muito depois. Mais do que serviços, são geradores de conteúdo e de referências.

O momento de revelação

Como entregas é tão importante como o que entregas. Uma entrega encenada, uma sessão de visualização, uma caixa premium, uma apresentação no portal, transforma um download de ficheiros num momento emocional que o casal nunca esquece. É a última impressão, e a que mais marca.

Organização que protege a qualidade

Nomenclatura de ficheiros, backups, numeração e marca de água sistematizados evitam o caos quando o volume sobe. A organização nos bastidores é invisível para o cliente, mas é o que garante que o resultado visível nunca falha.

Trabalho desta semana

- Mapeia o teu workflow de edição em etapas com responsável e prazo de cada uma.
- Define os teus prazos-padrão de entrega por tipo de serviço.
- Desenha o teu momento de revelação/entrega.

Entregável

Workflow de produção documentado
+ ritual de entrega definido.

Pós-venda, Escala e Sistemas

Objetivo

Instalar os sistemas que tornam os 100k repetíveis ano após ano, através de pós-venda, upsells, reservas antecipadas e métricas.

Pós-venda, colher no pico da emoção

O momento logo após a entrega é o de maior abertura do casal. É aqui que se pedem testemunhos, se pede a referência e se planta a semente de serviços futuros (aniversários, batizados, sessões de família). Um pós-venda intencional transforma cada casamento em vários negócios futuros.

Testemunhos e prova social

Testemunhos em vídeo e por escrito, capturados no momento certo, alimentam o pilar de atração e fecham as próximas vendas por ti. A prova social é o argumento que não soa a venda, porque vem de outro casal, não de ti.

Upsells e aumento do ticket médio

Álbuns premium, vídeos adicionais, sessões de aniversário e impressões em parede sobem o valor por cliente sem aumentar o número de casamentos. Subir o ticket médio é o caminho mais eficiente para os 100k, e os upsells certos fazem-no sem fricção.

Reservas antecipadas e previsibilidade

Vender datas com 1-2 anos de antecedência (e tens já 2027 esgotado, prova de que funciona) dá previsibilidade financeira e poder de pricing. Uma agenda cheia com antecedência permite subir preços com confiança e escolher os clientes certos.

Os sistemas e as métricas dos 100k

O que não se mede não se melhora. Acompanhar leads, taxa de fecho, ticket médio e origem dos clientes mostra-te onde está o próximo euro. Automatizar o repetível (respostas, lembretes, contratos) liberta-te para o que só tu podes fazer. É a soma destes sistemas que torna os 100k não um pico de sorte, mas um patamar.

Trabalho desta semana

- Define o teu processo de pedido de testemunho e referência pós-entrega.
- Desenha 2 upsells concretos para subir o teu ticket médio.
- Monta um dashboard simples com as 4 métricas-chave (leads, fecho, ticket médio, origem).

Entregável

Sistema de pós-venda + plano de upsells + dashboard de métricas.

O DESTINO

No fim, o mentorado não tem apontamentos. Tem um sistema a faturar.

Posicionamento definido, motor de leads a funcionar, reuniões que fecham, propostas premium, uma experiência de cliente memorável e os sistemas que tornam os 100k repetíveis. Não um pico de sorte, um patamar.

Mentoria por

Rui Lopes • RL