

A smiling man with short brown hair and a light beard, wearing a blue denim shirt over a white t-shirt, stands with his arms crossed in a modern office. The background features wooden shelves with books, a small potted plant, and a vintage-style radio. Three white pendant lights hang from the ceiling.

COMO **CONQUISTAR MAIS CLIENTES**
PARA O MEU ESCRITÓRIO DE CONTABILIDADE?





SUMÁRIO

3. INTRODUÇÃO

6. SAIBA QUEM É DE
FATO O SEU PÚBLICO

10. DEFINA UM POSICIONAMENTO DE MERCADO

13. INVISTA EM UMA BOA IDENTIDADE
VISUAL E EM UM ESPAÇO FÍSICO ADEQUADO

17. OTIMIZE O SEU MARKETING DIGITAL

20. NÃO DEIXE DE LADO O MARKETING TRADICIONAL

24. CONCLUSÃO

INTRODUÇÃO



Ter um escritório de contabilidade pode ser extremamente lucrativo se você conseguir atrair uma boa quantidade de clientes. No Brasil, cada vez mais pessoas tem optado por atuar nesse mercado. Em dezembro de 2016, por exemplo, o Brasil possuía mais de 80 mil escritórios de contabilidade, o que representou um aumento de 3% em relação ao ano anterior.

O fato de muitas empresas necessitarem dos serviços de um contador e também a possibilidade de adquirir um bom retorno financeiro são alguns dos principais motivos que levam novos empreendedores a ingressar neste ramo.

Entretanto, apesar do potencial lucrativo, muitos escritórios acabam não sendo bem administrados, entrando em períodos de grave crise econômica e acabam tendo que encerrar as suas atividades.

Com a grande concorrência existente neste segmento de mercado, muitas empresas possuem dificuldades em fidelizar os seus clientes, que acabam optando por migrar para outro escritório em busca de preços mais acessíveis e melhores condições de serviço. Outro fator que leva muitos escritórios à crise financeira é a dificuldade em atrair uma nova clientela, por se tratar de um serviço que exige muita confiança por parte dos clientes, que disponibilizam aos escritórios dados e informações

relevantes referentes às suas finanças.

Sendo assim, é de suma importância dedicar máxima atenção aos processos de fidelização e captação de novos clientes para a sobrevivência de seu escritório de contabilidade.

Neste e-book, você verá algumas dicas para realizar estas estratégias com eficiência e garantir a estabilidade de seu escritório no mercado!

BOA LEITURA!

**SAIBA QUEM É DE
FATO O SEU PÚBLICO**



Seu escritório é voltado para empresas ou também para pessoas físicas? Em caso de atender somente pessoas jurídicas, qual o perfil das empresas as quais o seu escritório de contabilidade presta serviços? Elas são empresas de pequeno, médio ou grande porte? Respondendo a estas questões, fica muito mais fácil pensar em estratégias que sejam de fato eficazes para atrair a sua clientela.

Será que o espaço físico do seu escritório é suficiente? Em relação a localização geográfica, é preciso se certificar se o local está ou não acessível para os seus clientes.

Todos estes fatores podem fazer uma grande diferença para os clientes na hora de optarem por qual escritório de contabilidade contratar.

Para facilitar o processo de definição do seu público, crie uma persona, recurso muito utilizado pelas empresas ao elaborarem suas campanhas de marketing. Neste caso, vamos supor que seu escritório atenda somente a empresas. Ao analisar as empresas clientes, você poderá traçar a sua persona, como por exemplo:

Comerciantes de produtos, com faturamento anual de R\$ 90 mil, e que sejam optantes do regime tributário do Simples Nacional.



Ou seja, este é o perfil do seu cliente real, a sua persona. Outra vantagem da delimitação e definição de seu verdadeiro público, é que você terá uma concorrência menor.

Empresas que se encaixem no perfil de clientes estabelecidos por seu escritório de contabilidade certamente vão optar pelo seu serviço em detrimento de um escritório que possui um público mais generalizado, já que o seu escritório é especializado para atender aquele tipo de empresa especificamente.

Outro fator que deve ser levado em conta na hora de segmentar o seu público é a realidade do ambiente em que o seu escritório atua.

Se você possui um escritório de contabilidade em uma região marcada pelo grande número de indústrias, pense em estratégias para atingir esse tipo de público, pois a demanda certamente é garantida. **Aproveite as oportunidades!**

A high-angle, slightly blurred photograph of a business meeting. In the foreground, a person's hand holds a tablet displaying a complex dashboard with various charts and tables. To the right, a man in a light blue button-down shirt sits at a desk, resting his chin on his hand in a thoughtful pose. In the background, another person is partially visible, holding a document with a blue circular graphic. The scene is lit with soft, natural light, creating a professional and collaborative atmosphere.

DEFINA UM POSICIONAMENTO DE MERCADO



s escritórios de contabilidade podem executar os mais variados serviços, mas assim como falamos anteriormente, **a definição de um público mais específico pode diminuir a concorrência com outros escritórios.** Estabelecer um serviço específico que o seu escritório executará, também pode ser um diferencial.

Por exemplo, vamos supor que o seu escritório é especializado na área de Departamento Fiscal, que é responsável por calcular o valor dos impostos e contribuições sociais através do faturamento, além de transmitir todas as

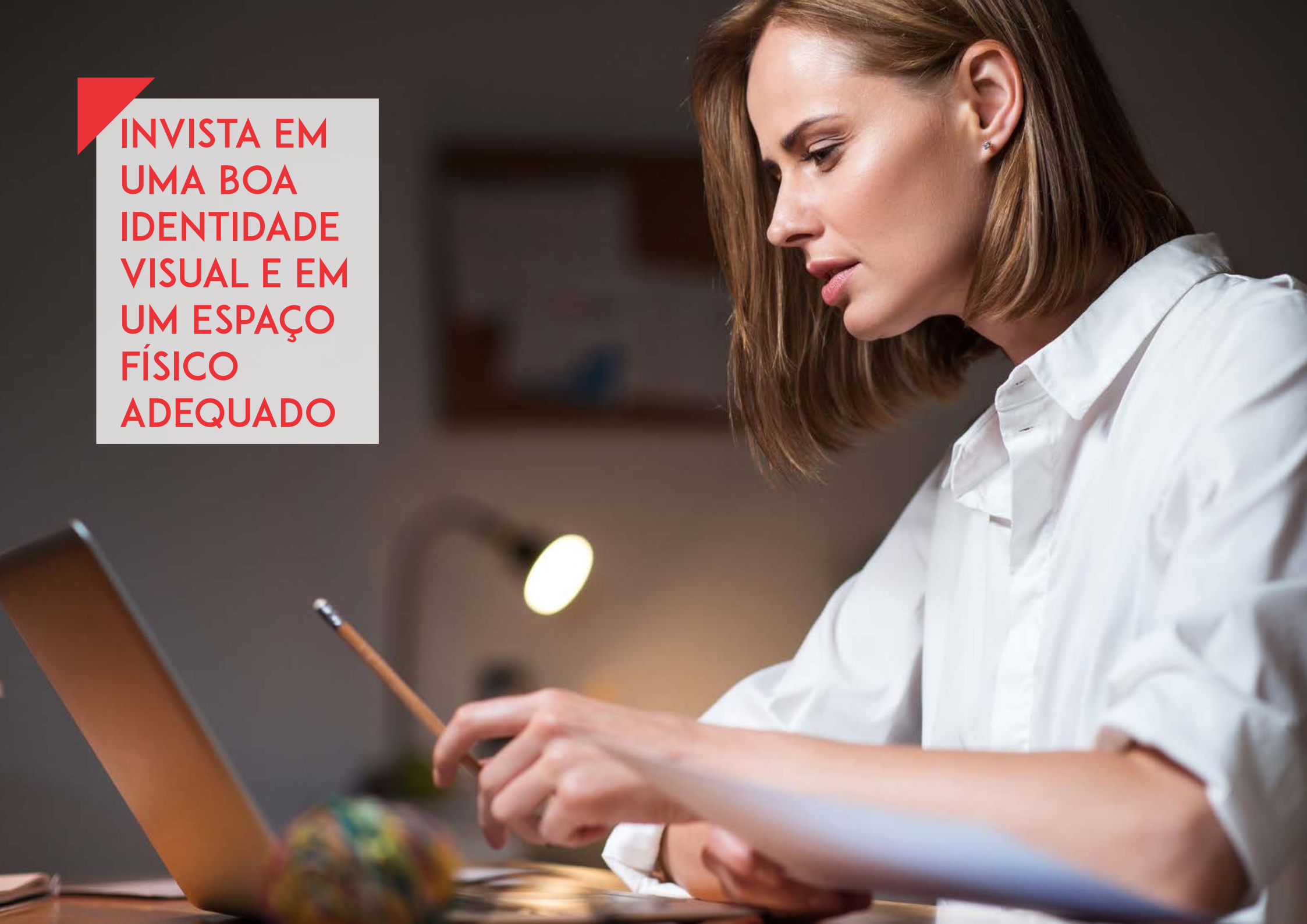
informações fiscais que são exigidas pelos órgãos públicos para as empresas.

Neste caso, este seria o seu posicionamento de mercado, o serviço de departamento fiscal. Você definindo este posicionamento, a procura dos clientes que buscam esse tipo de serviço fica mais facilitada. Para estabelecer qual serviço será prioridade de seu escritório, faça um estudo aprofundado dos escritórios concorrentes e identifique o tipo de serviço que não há uma especialização por parte deles. Assim você terá um diferencial competitivo para se destacar perante a concorrência e atrair um maior número de clientes.

Além da especialização em um serviço específico, não se esqueça de implementar um atendimento diferenciado, com extrema agilidade no processo de envio de documentos, uso de softwares personalizados e especializados em armazenamento de dados.

Estes fatores são indispensáveis para aumentar a confiança do público em seu escritório e deixar o seu empreendimento com uma boa imagem no mercado.

Como falamos anteriormente, o número de escritórios de contabilidade no Brasil é muito expressivo e tem aumentado cada vez mais, o que torna a concorrência extremamente acirrada. Diante desta situação, mais do que conquistar novos clientes, é fundamental investir nestes diferenciais de forma a criar uma fidelização com os clientes que já solicitaram o seu serviço.



INVISTA EM
UMA BOA
IDENTIDADE
VISUAL E EM
UM ESPAÇO
FÍSICO
ADEQUADO



logotipo de seu escritório será o que vai causar a impressão inicial de um potencial cliente sobre seu estabelecimento. **Por isso, é imprescindível cuidar da aparência de seu escritório de contabilidade de forma a causar um impacto positivo.**

Contrate um profissional de designer qualificado para produzir este tipo de serviço ou então invista em agências especializadas. Lembre-se que seu logotipo deve ter como principal objetivo a fácil identificação de seu escritório.

Você deve pensar a identidade visual a partir de qual visão você quer passar para as pessoas em relação ao seu estabelecimento.

Supomos que você atende a escritórios de advocacia, que possuem uma característica mais padronizada e formal. O ideal é que você use cores neutras como preto, branco ou cinza, por exemplo.

Por outro lado, seu escritório de contabilidade pode atender a agências de publicidade ou de marketing, que são mais inovadoras e possuem uma linha de pensamento mais "fora da caixa", no bom sentido. Neste caso, seria interessante adotar cores mais vivas e com uma fonte um pouco diferenciada em seu logotipo.

Mas não se esqueça: ao solicitar a produção de seu logotipo, não pense em utilizar mais de duas cores. Isso tornará a sua marca um tanto confusa e não será de fácil identificação para o público.

Mas quando falamos em aparência, não estamos falando somente de um bom logotipo. **Um bom ambiente interno de seu escritório também é fundamental, por isso mantenha-o sempre limpo e organizado, de forma que se torne um local agradável para receber seus clientes.**



Além disso, lembre-se de manter limpo também o acesso ao seu escritório, principalmente se ele estiver situado dentro de um prédio que abrange diversas empresas. Além de um local limpo e organizado, os clientes também precisam de uma recepção adequada.

Por isso, é fundamental que você possua em sua recepção um profissional comunicativo e que seja solícito com os clientes, de forma a deixá-los à vontade ao chegar no local.

Equipe sua sala com bons móveis, de forma que os clientes sintam-se confortáveis para conversar e solicitar os seus serviços.

A person with a beard is sitting at a desk, working on a laptop. The image is overlaid with various digital data visualizations, including bar charts, line graphs, and a grid of small icons. A red triangle is in the top left corner, and a bright light flare is in the top center.

**OTIMIZE
O SEU
MARKETING
DIGITAL**



internet pode ser uma ferramenta extremamente poderosa na busca por novos clientes. **É de fundamental importância que você possua um bom website com informações relevantes e atualizadas sobre os serviços desenvolvidos por seu escritório de contabilidade.** E é impossível falar em prospecção de clientes através do marketing digital sem um uso adequado das redes sociais, especialmente o Facebook e o LinkedIn, que são plataformas bastante utilizadas pelos usuários da rede para procurar empresas e serviços.

Lembre-se de manter sua página e seu perfil sempre com atualizações e informações completas de localização e meios para contato. As redes sociais estão cada vez mais presente na vida das pessoas em meio a era digital, por isso apostar na otimização destas ferramentas é sem dúvidas uma ótima alternativa para alavancar o número de clientes de seu escritório.

Outro aspecto de extrema importância no marketing digital é a sigla SEO, (Search Engine Optimization), que em português significa otimização dos motores de busca.

Conhecendo e se aprofundando em técnicas de SEO, você pode aplicá-las em seu site, blog e redes sociais, elevando o seu escritório de contabilidade para as primeiras posições dos sites de mecanismos de busca. Ter um blog com o nome de seu escritório de contabilidade tratando de temas importantes do mundo empresarial, que sejam de interesse de seus clientes, também é uma ótima maneira de criar maior engajamento com o seu público e passar uma imagem positiva, com conteúdo relevante e que agregue valor aos leitores.

Ao produzir conteúdos para o seu blog, não esqueça de criar chamadas de ação, incentivando o leitor a conhecer os serviços de seu escritório de contabilidade, encaminhando-o para o seu website através de links.

Trabalhar com a produção de e-books que possuam conteúdos semelhantes aos publicados em seu blog também pode ser uma boa alternativa.

Visto que, para ter acesso aos e-books na íntegra, os usuários terão que deixar seu endereço de e-mail, mostrando que estão de fato interessados em seu conteúdo e apresentam um grande potencial para se tornar futuros clientes.

Para realizar estas atividades, o ideal é que você contrate um profissional de marketing para a sua empresa ou então terceirizar o serviço para agências especializadas.

A group of four business professionals are gathered around a dark conference table in a modern office setting with large windows in the background. A man in a light blue suit on the left is shaking hands with a man in a dark grey suit with a beard in the center. A woman with long brown hair is smiling and looking towards the handshake. Another man in a dark suit is partially visible on the right, holding a green folder. A tablet is on the table.

**NÃO DEIXE DE LADO O
MARKETING TRADICIONAL**



postar no marketing digital é indispensável para atrair novos clientes, mas esta não é a única estratégia de

marketing que você deve utilizar. **Existem outras alternativas mais tradicionais, que se bem executadas também podem trazer resultados.**

Realizar cursos e palestras presenciais, educando e oferecendo conteúdo relevante para o seu potencial público, é uma forma de instigar o interesse nos serviços de seu escritório de contabilidade.

Participe de eventos ligados ao empreendedorismo, de forma a aumentar a sua rede de contatos e explorar as oportunidades que elas oferecem, não só atraindo novos clientes com a divulgação de seu negócio, mas também estudando a formação possíveis parcerias empresariais. Produzir e distribuir folderes falando sobre os serviços prestados por seu escritório, e contando um pouco da história do mesmo também é uma estratégia interessante.

Assim você possibilita com que as pessoas possam conhecer e saber mais a respeito de seu escritório de contabilidade antes de se tornarem clientes. Divulgar no seu folder o currículo dos profissionais que trabalham em seu escritório também pode ser positivo. **Além de dar reconhecimento a estes profissionais, também passa confiança ao seu público, trazendo credibilidade ao seu escritório.**

Outra forma de atrair o público é listar depoimentos de alguns clientes que já estão fidelizados com o seu negócio.

Ao procurar qualquer tipo de serviço, as pessoas se sentem mais seguras ao perceber o quanto aquele serviço foi importante e supriu as necessidades de outras pessoas ou empresas.

E no caso de um escritório de contabilidade, a estratégia de mostrar casos de sucesso com clientes pode ser **ainda mais efetiva**. Isto porque conforme falamos no começo deste e-book, os serviços dos escritórios de contabilidade precisam ser de extrema confiança para os clientes, pelo fato de ter acesso a dados importantes em relação às finanças, o fato de alguém recomendar o serviço sem dúvidas passa uma maior confiabilidade.

Outra dica importante é: não tenha receio de pedir feedback para seus clientes.

Pergunte qual a visão deles sobre o seu escritório. Quais os pontos positivos? O que deixa a desejar e que ainda pode ser corrigido? Somente a partir deste diagnóstico é que você poderá de fato saber como solucionar os problemas e então tornar o seu escritório de contabilidade mais qualificado!

CONCLUSÃO



Portanto, podemos perceber que conquistar mais clientes para um escritório de contabilidade não é uma tarefa fácil. Isso porque a concorrência é alta, e também porque é muito difícil fazer com que os consumidores deste serviço migrem de um escritório de contabilidade para outro, pelo fato de possuírem confiança a fornecer dados e informações financeiras bastante sigilosas. **Por isso, é preciso oferecer diferenciais para se destacar da concorrência e de fato atrair o interesse do público.**

Escritórios de contabilidade geralmente são muito diversificados em sua atividade, oferecendo uma série de serviços, atendendo a diferentes perfis de empresas.

Devido a isso, uma dica é especializar-se em uma área específica da contabilidade, e estudar a realidade local do mercado em que seu escritório atua, de forma a suprir alguma carência de seus concorrentes e satisfazer as necessidades que os clientes estão procurando.

Também é importante delimitar o seu público. Estabeleça se seu escritório é voltado especificamente para pessoas físicas ou jurídicas. Em caso de atender a pessoas jurídicas: qual o perfil destas empresas? São empresas de pequeno, médio ou grande porte? Conhecer e definir o seu público torna muito mais fácil a elaboração de estratégias e o processo de chegar até ele, além de diminuir a concorrência, já que os clientes de contabilidade geralmente estão em busca de serviços muito específicos!





A ZIPLINE é uma empresa que desenvolve sistemas online para micro e pequenas empresas. No mercado desde 2001, busca sempre aperfeiçoar seus serviços para oferecer soluções que auxiliem e otimizem os negócios de seus parceiros.

Com esse objetivo, foi criado o eGestor, uma plataforma completa para gestão de micro e pequenas empresas, com recursos de controle financeiro, de estoque, de vendas e de fluxo de caixa, entre outras ferramentas que tornam a sua gestão mais eficiente e otimizada. Conte com o eGestor para ganhar tempo e focar no que realmente é uma prioridade: o seu negócio.