

# COMO CRIAR UMA LISTA DE EMAILS **GASTANDO** **MUITO POUCO**



# COMO CRIAR UMA LISTA DE EMAILS GASTANDO MUITO POUCO



***O dinheiro está na lista... Junte emails e você estará mais perto da lista dos homens mais ricos do mundo.***

Essa é uma frase repleta de exageros, mas foi uma forma de chamar sua atenção para algo muito irônico que tem acontecido não somente no Brasil, mas em todo o mundo, quando o assunto é gerar vendas online. Você vai entender tudo isso até o final do artigo.

Hoje, um dos grandes problemas da maioria das empresas de todo o mundo é o mesmo... Gerar audiência, construir lista de emails sem acumular dívidas e colocar a empresa em risco.

Por um lado existe um ensinamento muito forte que o mais importante para que um negócio seja rentável utilizando a internet é através da construção constante de uma lista de emails. Porém, do outro lado temos muitas pessoas perdendo milhares de reais todos os dias na tentativa frustrada de construir uma audiência e uma base de emails qualificados.

Temos também as empresas e/ou profissionais que estão pagando um valor muito acima por cada email capturado, tudo isso porque estão cometendo um erro que, na minha opinião, é o que tem feito muitos negócios que deveriam ser lucrativos chegarem no final do mês com um saldo negativo desnecessário.



---

# POR QUE É TÃO DIFÍCIL CONSTRUIR UMA LISTA DE EMAILS GASTANDO POUCO?

O maior problema está na estratégia que a grande maioria dos profissionais está seguindo... A ideia de criar lista simplesmente por criar é um erro que gera muitos riscos para qualquer negócio. Muitas pessoas colocam toda a atenção naquilo que deveria ser secundário, que são as métricas.

**Sim! As métricas ficam em segundo lugar e eu posso provar para você. Se segura na cadeira, fica calmo.**

Muitas pessoas ficam tão fanáticas em ficar acompanhando: Custo por clique, custo por lead, custo por mil, etc... Que acabam esquecendo de pensar no item mais importante de todos na hora de construir uma lista de emails que é....

***Isso mesmo. O Ímã digital.***

O que você está oferecendo para as pessoas é algo realmente de valor? É algo realmente específico e que resolve um problema específico de um público específico?

As pessoas deveriam se arrepender de não ter acesso ao que você está oferecendo gratuitamente? O que você está entregando é algo que as pessoas ficarão extremamente gratas a você? O que você está oferecendo fará com que as pessoas tenham vontade de avisar para os seus amigos?



---

Se você disse não para alguma das perguntas acima, os seus números são completamente inúteis. Sabe por que?

Você até pode ficar bom em criar anúncios no Facebook, Adwords, comprar leads em sites de terceiros, Youtube, enfim.

Mas se o que você estiver oferecendo não for incrivelmente ótimo, você vai perder dinheiro, ok?

**A minha lógica é:** Se você poderia pagar R\$1,00 por cada email, entregando um conteúdo de maior valor e hoje você paga R\$2,00 por um conteúdo que não é tão bom... Na minha opinião você está perdendo dinheiro.

## *Como criar uma lista de Emails gastando muito pouco?*

Ok Natanael... Você me convenceu que o mais importante é ter um ímã digital incrível que faça com que as pessoas sintam o real desejo de realizar um simples cadastro para ter direito a esse conteúdo maravilhoso... Mas como fazer isso?

Que bom que você perguntou.

Vou te dar um exemplo prático de como tudo isso funciona, ok?

***Então vamos lá...***



## Exemplo número 01: E-book SEO na Prática



cadastro-seo

62%

9081

14535

Analytics

Edit

Acima eu tenho o relatório da ferramenta Leadpages (Uma das que nós utilizamos para criação de páginas de captura)

A métrica é de uma taxa de conversão de 62% (que é uma ótima taxa de conversão). 14.535 pessoas chegaram até essa página, e 9081 pessoas no período de aproximadamente 35 dias. A fonte de tráfego utilizada nessa campanha foi somente o Facebook Ads.

Existem 3 fatores extremamente importantes que você precisa levar em consideração caso queira construir uma lista responsiva pagando um valor baixo por lead.

### **O primeiro e mais importante de todos: O Conteúdo e o Formato**

Nessa campanha eu ofereço um E-book Gratuito, que eu chamo nos anúncios e na própria página de captura de Livro Online (Tem convertido mais, porém, é preciso realizar mais testes para ter certeza disso)

O formato é extremamente importante e nos testes que temos realizado o PDF tem se destacado como algo que chama muita atenção, faz com que as pessoas tomem uma ação de Download imediata.



Antes que apareça algum comentário do tipo: “É, mais ninguém vai ler o PDF...” Vou apresentar alguns caminhos para reverter essa possibilidade, que é real. De fato, muitas pessoas baixam vários arquivos e acabam nunca lendo.

Porém, não podemos desconsiderar que existe um número considerável que também lê. Mas vamos imaginar que exista um cenário de 50/50. Onde 50% das pessoas jamais irão ler o PDF e 50% das pessoas irão ler.

O que fazer com as pessoas que não irão ler? Eu vou já dar uma sugestão, mas antes vamos tratar dos outros dois pontos que são extremamente importantes.

## ***SEGUNDO PONTO: PÁGINA DE CAPTURA***

Algumas pessoas dizem que a página de captura chega a ser mais importante que o Ímã Digital. Eu não concordo.

Um ótimo conteúdo salva uma página de captura ruim...

Porém, um conteúdo sem graça não será salvo por uma excelente página de captura.

Mas se você tem um ótimo conteúdo e constrói uma página de captura que seja realmente atraente, suas chances irão crescer consideravelmente. Vou mostrar para você a página de captura que nós conseguimos manter a taxa de 62%.



# Livro Online Gratuito



Mais de 100 páginas com o Passo a passo de como posicionar o seu Site na primeira página do Google

## Quer Aprender Como Gerar Negócios através do Google?

- ✓ Aprenda o passo a passo de Como o Google funciona de maneira simples e objetiva.
- ✓ Descubra como escrever conteúdos que o seu público ama e o Google adora.
- ✓ Aprenda como evitar os principais erros que impedem seu site ou Blog de ficar na primeira página do Google

[FAÇA O SEU DOWNLOAD AGORA](#)

Existem alguns elementos que são extremamente importantes em QUALQUER página de captura que precisam valorizar o seu conteúdo em todos os detalhes.

A experiência do usuário pós-clique no anúncio é algo que precisa ser muito bem planejado. Muitas pessoas criam anúncios com títulos completamente diferentes daquilo que os usuários irão encontrar na página de captura. Essa mudança brusca impacta diretamente na taxa de conversão e conseqüentemente no custo por cada email.

## 01 - Botão aparecendo Sem rolagem

Tão logo que o usuário chega na página ele precisa ver em menos de 2 segundos onde ele deve clicar e o que ele precisa fazer.



Exigir que o usuário faça uma rolagem para achar o botão de download ou cadastro pode impactar diretamente na sua taxa de conversão.

Mantenha as coisas simples e pense exageradamente na experiência do usuário.

## 02 - Cadastro em 2 passos

Nos últimos meses temos realizado milhares de testes com diversas páginas de capturas, mas um detalhe que mostrou que realmente aumenta a taxa de conversão é o cadastro em 2 passos. Se você me perguntar o motivo, confesso que não sei responder com absoluta certeza... Porém, tudo leva a crer que ao clicar no botão o usuário assume um comprometimento que tende a ser concluído na maioria das vezes.

50% Complete

Almost there: please complete this form and click the button below to gain instant access.

**Digite o seu email no campo abaixo para receber o seu Livro Online por email**

Email

**RECEBER LIVRO ONLINE POR EMAIL**

Você não irá receber mensagens indesejadas.



Se você observar, esquecemos de traduzir e alterar uma parte do texto no topo que está em Inglês... Fiz questão de deixar assim no print para que você possa ver que SEMPRE tem algo que pode ser melhorado, otimizado ou corrigido em suas páginas. rs

Ou seja, se o usuário clicar no botão, as chances dele preencher são muito maiores. Isso nos leva ao detalhe número 03.

### **03 - Contraste é muito importante**

Toda a página precisa ter um contraste harmônico entre as cores e partes mais importantes de informações. Essa é uma regra básica que geralmente é esquecida. Algumas regras surgem e as pessoas simplesmente seguem sem testar.

**Botão verde converte mais... Será? Você já testou na sua página, no seu layout? Então testa e tire a prova.**

Na página de captura o contraste do azul com o laranja é muito forte e o botão salta aos olhos. O botão é o elemento de maior destaque dentro da página. Consegue perceber isso?

### **04 - O texto é muito importante**

Algumas pessoas entram e simplesmente clicam sem ler absolutamente nada. Verdade.

Porém, outras irão LER antes de clicar. Você não pode esquecer isso.



---

O Texto tem um papel de chamar atenção, despertar o interesse, criar um desejo e chamar para uma ação.

Vamos ver como isso acontece nessa página?

### **Texto para chamar atenção:**

Quer aprender Como gerar negócios através do Google?

Perguntas sempre chamam atenção. (Grave essa dica)

### **Texto para despertar o interesse:**

Aprenda o Passo a Passo de Como o Google Funciona, de um jeito simples e objetivo.

Descubra como escrever conteúdos que o seu público ama e o Google adora.

Aprenda, Descubra (São palavras que despertam o interesse)

### **Texto para criar o Desejo:**

Aprenda como evitar os principais erros que impedem o seu site de ficar na primeira página do Google

Ninguém quer cometer erros que irão impedir que suas metas sejam alcançadas. Logo, o desejo de acertar é ativado com esse tipo de texto.



## ***Texto para ação:***

Faça o seu Download Agora

O imperativo diz o que precisa ser feito. É uma ordem. Faça!

Então já sabe...

Capriche nos seus títulos e siga essa ordem, blz?

## ***Então vamos para o terceiro ponto...***

# **TERCEIRO PONTO: O ANÚNCIO BEM FEITO**

Se o seu conteúdo é muito bom, porém, o seu anúncio é muito ruim... Isso não vai dar muito certo.

Quando começa pelo mais importante, ou seja, pela qualidade do conteúdo, fica mais fácil criar um anúncio bem feito.

Exemplo: No anúncio a palavra em destaque no título era: Livro Online Gratuito

Quando o usuário chega na página de captura a informação é a mesma.

A mesma lógica segue o corpo do anúncio com o texto descritivo da página de captura.

Vamos dar uma olhada no anúncio....



buscaimarketing.leadpages.net/cadastro-seo/ - Conversões no site ● Ativo

2.772 Conversões RS 0,83 Por Conversão RS 27,72 314.409 1,73 5.790 1,061%

---

**Criativo** [Editar](#)

 **Natanael Oliveira**  
Patrocinado · 

Livro Online Revela o Passo a Passo de Como Posicionar o seu Site no Google. Baixe Agora!



Livro Online Gratuito!

**Otimização e definição de preço** [Editar](#)

**i** Este anúncio não foi atualizado para as novas configurações de otimização e definição de preço. **Mova a otimização e a definição de preço para o conjunto de anúncios.**

**Lances**  
Lance por conversões no site

**Definição de preço**  
O seu lance será otimizado para obter mais conversões para seu site. Haverá cobrança toda vez que seu anúncio for exibido.

---

**Direcionamento** [Editar](#)

**i** Este anúncio não foi atualizado para as novas configurações de direcionamento e posicionamento. **Mova o direcionamento e o posicionamento para este conjunto de anúncios.**

Tamanho: 800.000 pessoas  
 Categoria: Lookalike (BR, 1%) - Novo lead funil  
 Local - morando em: Brasil  
 Idade: 26 a 65+  
 Posicionamentos: em Feed de notícias em desktops

Repare que nesse anúncio estamos utilizando o conceito de “publicidade natural” ou seja, não parece necessariamente um anúncio. Essa é uma foto minha palestrando, o que não tem em sua origem um papel de “anúncio” e a característica de foto foge do filtro dos usuários de “Ei, isso aqui é uma propaganda”. A taxa de cliques de 1.061% é o reflexo.

Outro detalhe nesse anúncio é que ele já está segmentado pelo Lookalike, ou seja, a partir de conversões anteriores nós criamos uma segmentação com maiores chances para fazer o Download do E-book (Em outro artigo irei aprofundar um pouco mais sobre esse tipo de estratégia para anúncios, ok?)

Essa sequência de descrição sempre funciona muito bem.

## O que é + O que irá ensinar + O que a pessoa precisa fazer

Livro Online Revela o Passo a Passo de Como posicionar o seu Site no Google. Baixe Agora!  
 outro exemplo.



Vídeo Gratuito Ensina 5 Dicas Para Dobrar seu Vocabulários em Inglês. Assista!

## O que é + O que irá ensinar + O que a pessoa precisa fazer. Simples e poderoso.

Um detalhe importante. A medida que você busca potencializar a escala dos seus anúncios, a tendência é que você comece a ter um valor maior de custo por lead. Quando eu gero 100 leads por dia, eu tenho um investimento X. Porém, quando eu busco ter um volume maior de leads, a tendência é que o valor aumente.

Isso acontece por uma série de fatores, mas dentre eles é que a verba diária precisa ser usada pelo Facebook, e quando o dia vai chegando ao fim, ele começa a distribuir seus anúncios de maneira “menos seletiva” digamos assim, afinal, ele precisa utilizar toda a verba. Mesmo que ele em alguns casos não use toda a verba, geralmente ele consegue. rrsr

Aqui abaixo está o consolidado da campanha, com o custo por lead médio final.

Página inicial		Campanha				<a href="#">Criar anúncio na campanha</a>	
Todas as campanhas ▶		[Ima Digital] E-book SEO					
STATUS	VEICULAÇÃO	OBJETIVO	PROGRAMAÇÃO	GASTO HOJE	GASTO DO ORÇAMENTO VITALÍCIO		
	● Ativo	Conversões	25 de agosto de 2014 – Contínuo 18:16	R\$ 21,06 de R\$ 50,00	R\$ 10.728,54		
CONVERSÕES ?	ALCANCE ?	FREQUÊNCIA ?	TOTAL GASTO ?	CUSTO MÉDIO POR CONVERSÃO ?	25 de agosto de 2014 - 27 de novembro de 2014 ▼		
8.506	721.023	2,61	R\$ 10.728,54	R\$ 1,26			
— Conversões no site							



---

## ***Entregue mais e Pague Menos***

A lógica é muito simples. Quanto maior o valor do seu conteúdo, menor será o seu investimento para a construção da sua lista de Email.

Algumas pessoas ficam pensando: Mas eu não posso dar informações TÃO valiosas assim de graça... Ok, então fica pagando mais caro como preço por querer esconder informação...

Nós estamos vivendo uma era onde o conhecimento está em abundância e ficar simplesmente criando títulos com frases “Dica Matadora, Reveladora, Ultra, Mega, Imperdível e Que ninguém, Nunca Jamais Viu algo assim”, pode funcionar, mas só até um certo ponto.

### **Seja interessante. Seja verdadeiro.**

Diga o que você tem para entregar e entregue algo de valor. Simples.

Muitas pessoas ficam tão concentradas em usar palavras de efeito que esquecem de criar um conteúdo decente. Outras sequer entregam algum conteúdo e partem direto para uma tentativa de vendas. Se funciona? Em alguns casos pode até funcionar. Mas a pergunta que eu faço é: Essa é a melhor estratégia?

O Conteúdo de valor sempre será a melhor estratégia para construir lista gastando pouco... Eu tenho conteúdos indexados no Google que me geram novas pessoas cadastradas na minha lista de maneira orgânica. Porém, isso não foi gratuito, afinal, eu dediquei tempo na produção de conteúdo.



---

Se você está aqui lendo este artigo, deve imaginar que eu demorei um tempo considerável para planejar, organizar e produzir esse texto. Porém, a partir do momento em que eu entrego informações que lhe ajudaram, nós estamos construindo um relacionamento.

## **E esse é o verdadeiro ponto. Relacionamento.**

Se você constrói uma relação onde você cria valor para as pessoas através de conteúdos incrivelmente relevantes, essa é uma relação que irá seguir funcionando, independente de qual seja sua fonte de tráfego.

## ***O Dinheiro não está na lista e ponto final***

Nos últimos anos eu participei de centenas de projetos, e já tive acesso a lista não com milhares, mas milhões de pessoas. Eu posso afirmar com todas as letras que o dinheiro NÃO está na lista. Muitas dessas empresas não conseguiam gerar nenhum tipo de receita com essas listas, pois a forma como ela foi construída não gerou nenhum tipo de relacionamento duradouro.

## ***O que fazer com a entrega de E-books para as pessoas que não estão lendo?***

Bom. Como prometido vou dizer o que nós, do Portal Marketing Com Digital, estamos fazendo para reverter essa situação.

**Dica extra: Entregue o E-book Juntamente com Vídeo Aula**



## Os Segredos para Vender com a Ajuda do Google



CLIQUE AQUI PARA FAZER O DOWNLOAD GRATUITO

Depois que o usuário faz o cadastro para receber o E-book, ou Livro Online, a página de entrega tem uma palestra, onde eu falo o mesmo assunto que está no Ebook, no caso, SEO.

A Palestra trata de pontos que estão no E-book e vice-versa. Dobro de conteúdo para os leitores e uma dose extra de surpresa.

## VOCÊ NÃO PRECISA FICAR SOFREDO COM ANÚNCIOS PARA CONSTRUIR LISTA

Agora que você descobriu que mais do que ser um NINJA faixa preta em anúncios, você precisa criar conteúdos que sejam realmente atrativos para o seu público. Essa é sem dúvida a melhor estratégia para que você possa alcançar bons resultados.



---

Não fique “sofrendo” gastando mais do que você precisa investir para construir uma lista de emails qualificadas e que seja capaz de gerar relacionamento com o seu público já no primeiro momento. Uma coisa que eu aprendi com o Google e com a Amazon é: Concentre na experiência dos usuários.

***O Google diz: Concentre-se no usuário e tudo mais virá...***

***A Amazon fala:***

***Queremos ser a empresa mais centrada no cliente do planeta...***

**Acho que elas tem algo para nos ensinar.**

As pessoas não querem cadastrar seus emails para receber um conteúdo lixo, incompleto ou meia boca. As pessoas estão com problemas que precisam ser resolvidos.

Se você tem algo útil para compartilhar, faça isso do jeito certo.

**Isso é bom para o seu bolso e ainda melhor para o seu público.**

***NATANAEL OLIVEIRA***

