

COMO GERAR LEADS (COM LUCRO) TODOS OS DIAS.

O QUE EU DESCOBRI SOBRE A ESTRATÉGIA DE
INVESTIMENTO PARA GERAR LUCRO DE VERDADE PARA A
SUA EMPRESA, TODOS OS DIAS NO BRASIL



MARKETINGCOMDIGITAL

Capítulo#1 de 3:

O que eu descobri sobre a Estratégia de Investimento Para Gerar LUCRO de Verdade Para a Sua Empresa, Todos os Dias no Brasil

De: Natanael Oliveira
São Caetano do Sul: São Paulo

“Confissões de um Ex profissional de SEO”

Caro leitor,

Você está prestes a conhecer a estratégia de investimento mais segura para o seu negócio. É pouco provável que exista algo mais conservador e que valorize tanto o seu dinheiro como essa estratégia.

Em outras palavras, esse é um investimento para empreendedores que desejam uma estratégia de investimento segura, que não fique mudando o tempo todo e principalmente que não “torre”o seu suado dinheiro.

O que eu vou te apresentar provavelmente irá se tornar a sua estratégia oficial de investimento em publicidade e construção de lista de emails.

Não é nenhum segredo você precisa de tráfego e lista.

Mas ao mesmo tempo que a maioria dos empresários e consultores reconhecem que precisam entender como investir em tráfego, boa parte reconhece não faz ideia do que está fazendo.

Em 2011 eu andava com o Livro “A Arte de SEO” dentro da minha

mochila, em meio aos meus papéis com contratos de planos telefônicos. Na época eu trabalhava na Oi, e era vendedor de porta em porta.

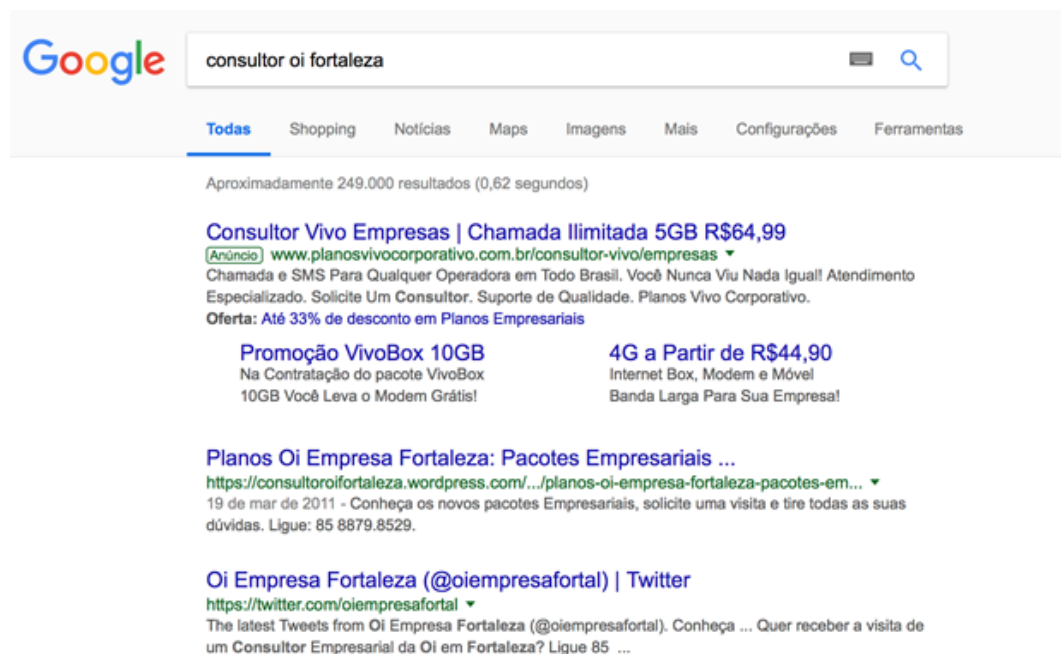
Eu era péssimo na prospecção. Tinha outra fator que estragava as minhas vendas de porta em porta. Em 2011 eu estava me formando em publicidade e propaganda, mas eu ainda não tinha conseguido um emprego na área.

A maioria dos meus amigos de faculdade já estavam trabalhando em grandes agências na cidade. Eu sei que isso pode parecer infantil, mas eu preciso ser sincero com você. Eu me sentia envergonhado em andar com a farda da Oi.

Parece bobagem, mas quando eu encontrava os meus amigos da faculdade, e eu estava fardado como um vendedor de porta em porta, eu ficava constrangido. A Oi tinha algumas fardas da cor LARANJA e VERDE. Pois é.

E olha que no meu caso, a farda do Oi Empresarial era bem mais discreta. Enfim. Voltando para o livro de SEO.

Eu consegui posicionar duas contas no Twitter e dois Blogs na primeira página do Google. Até hoje está na primeira página para a busca “Consultor Oi Fortaleza”



The image shows a Google search interface with the search term "consultor oi fortaleza". The search results are displayed below the search bar, showing approximately 249,000 results in 0.62 seconds. The top result is an advertisement for "Consultor Vivo Empresas | Chamada Ilimitada 5GB R\$64,99" from the website www.planosvivocorporativo.com.br. Below the ad, there are two promotional boxes: "Promoção VivoBox 10GB" and "4G a Partir de R\$44,90". The second organic result is "Planos Oi Empresa Fortaleza: Pacotes Empresariais ..." from a WordPress blog. The third result is "Oi Empresa Fortaleza (@oiempresafortal) | Twitter" showing the latest tweets from the account.

90% do Seu Dinheiro em Tráfego Vai Parar na Lata do LIXO, Quando Você Não Usa essa Estratégia de Investimento

Quando eu consegui posicionar o site no Google, quase que do dia para a noite o meu celular começou a tocar freneticamente.

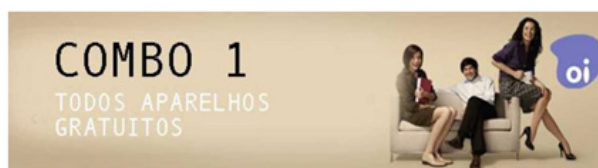
MAS 90% das ligações não tinha absolutamente nenhuma relação com clientes querendo comprar. Muito pelo contrário. Eram clientes querendo RECLAMAR.

Eu virei um reclame aqui ambulante. Comecei a ser xingado de nomes que eu sequer sabia que existiam. Uma vez eu recebi a ligação de um empresário, que “fingiu” estar interessado em mudar o seu plano.

Quando eu cheguei na empresa dele, ele fechou a porta da sala e disse: Você só sai daqui quando resolver o problema da minha conta. Eu não fazia IDEIA de quem tinha feito a venda para ele. Foi um dos dias mais tensos da minha vida.

Mas, graças ao meu bom Deus, eu consegui identificar o problema na conta dele, abri uma contestação na central e ele me liberou.

Depois desse “cárcere privado” eu comecei a mudar a minha estratégia. Eu vi que ter muito tráfego, não necessariamente iria gerar mais vendas. Foi então que eu fiz uma simples mudança.



Vantagens:

- Intra-Grupo para todas linhas móveis;
- 3.000 min. de ligações Oi-Fixo (VC1) no plano Equipe;
- Todos aparelhos gratuitos e desbloqueados inclusive o modem 3G;
- Pacote de Dados para acessar a internet do celular;
- Internet Móvel 3G;
- Internet Fixa ilimitada na Velocidade de 2 Mbps;

R\$ 354,51

Fixo	Oi Velox	Equipe	Controle	3G	Pacote Dados	Total
até 230 c/50% R\$ 41,95 230 Min.	2 Mbps R\$ 64,90 Ilimitado	3 (lins) Equipe 100 R\$ 144,64 Intra-Grupo	1 (lins) Controle 0 R\$ 24,70 Intra-Grupo	1 (lins) 3G 600 Kbps R\$ 69,90 5 GB	3G - 30 Mbps R\$ 16,92 30 Mbps	R\$ 354,51

Para maiores informações ligue para: (85) 3499-9100 ou 8879.8529

Falar com: **Natanael Oliveira**

E-mail: natanaeloliveira.martnews@gmail.com



Quer Afastar os Curiosos? Crie Ofertas em Formato de Conteúdo e **ESQUEÇA** os conteúdos genéricos e gratuitos

Quando eu fiz essa mudança e deixei claro que eu estava ali para vender um pacote de planos telefônicos para empresa, tudo mudou.

Depois de um tempo eu criei um outro site, e criei formulários para a solicitação dos pedidos. Foi ali que eu comecei a vender **MUITO**, todos os dias.

Até que a OI me enviou uma notificação que eu deveria remover aquele site ou eu teria problemas. Eu fiquei com tanto medo que deletei o site na hora. O site em Wordpress que está no ar até hoje, eu não lembro mais a senha. Por isso ficou.

Aquela experiência foi o pontapé inicial para a minha jornada como consultor. Mas chegou o momento que **SOMENTE o SEO já não era o suficiente e eu precisei entrar no mundo do tráfego pago.**

Quando eu comecei a ajudar os meus clientes em estratégias de construção de listas, eu vi acontecer a **MESMA** coisa que acontecia comigo vendendo planos telefônicos.

Taxas de conversão muito pequenas, e um público absurdamente desqualificado. Pessoas que entravam na lista para receber materiais gratuitos e que quando algo era oferecido, se sentiam até “ofendidas”.

Quando eu comecei a investir o meu dinheiro nas minhas campanhas, eu também vi isso acontecendo.

Até que eu comecei a entender que a solução seria a mesma. Eu precisava **MUDAR** a minha abordagem e a minha estratégia para

atração de novos clientes.

E o grande segredo estava em entender não somente qual o PERFIL do cliente você quer atrair mas a INTENÇÃO da pessoa naquele determinado momento. Ou como eu gosto de dizer, qual a SITUAÇÃO do público.

Promova uma Solução Rápida Para um Problema URGENTE

No Mundo do SEO existe uma “disciplina” chamada Psicologia do SEO, que analisa a intenção de uma pessoa com base nas palavras que ela usa durante uma busca.

Com base na quantidade de palavras e nos tipos de palavras, nós conseguimos identificar qual o momento da pessoa, ou seja, qual a sua situação.

Será que ela está procurando algo para comprar? Está decidindo? Já decidiu?

Eu comecei a fazer um estudo para tentar usar isso no tráfego pago. No mundo da busca orgânica as pessoas estão digitando e te dando informações em tempo real, porém, no tráfego pago através de anúncios no Facebook e Instagram, você simplesmente aparece na frente das pessoas.

São cenários completamente diferentes. Mas se você olhar de perto, extremamente parecido. Foi aqui que o jogo começou a mudar e a minha estratégia de investimento foi sendo completamente renovada.

Vou tentar explicar isso da maneira mais simples possível.

Eu comecei a construir lista para o meu curso de formação de

consultores de marketing digital com o seguinte e-book: *Como se tornar um Consultor de Marketing Digital*.

Era isso que eu promovia e colocava na frente das pessoas.

Ei, que tal, você se tornar um consultor de marketing digital? Nesse livro gratuito eu falo como começar.

Esse e-book me gerava cerca de 300 leads por dia, com um custo de aproximadamente R\$1,50 cada. Depois eu vendia o meu programa de formação.

Estava funcionando, apesar de uma taxa de conversão pequena. O outro problema é que eu tinha muitas pessoas completamente leigas, um nível bem baixo.

Foi quando eu lembrei das minhas estratégias da Oi e eu comecei a lembrar que talvez, eu pudesse fazer algo mais direto e que encontrasse um público em uma fase diferente.

Eu estava atraindo muitos empregados, que olhavam para aquela oportunidade, e pensavam: Pode ser uma boa ideia.

Mas definitivamente, essa não era a melhor estratégia.

Foi quando eu comecei a pensar sobre: Solução Rápida para um Problema Urgente. Quando eu vendia planos telefônicos e eu apresentava o pacote de opções era uma solução rápida para um problema urgente.

A maioria dos empresários recebiam milhares de pacotes soltos. O que eu fiz foi montar um COMBO. Facilitei o processo de escolha. Guarde essa informação. Vamos falar disso na próxima lição.

Mas aqui vem o que eu finalmente descobri.

O tema do seu e-book pode definir a QUALIDADE e o PERFIL do seu público. E garantir que o seu Dinheiro Retorne Com LUCRO

Eu decidi que iria fazer uma mudança no público que eu queria atingir. Estava muito caro e cansativo vender para os empregados que queriam se tornar consultores.

Eu queria vender para quem já era consultor e quem já tinha agência ou qualquer pessoa que já estivesse olhando para o mercado de consultoria com outros olhos. Eu não queria convencer as pessoas a se tornarem consultores.

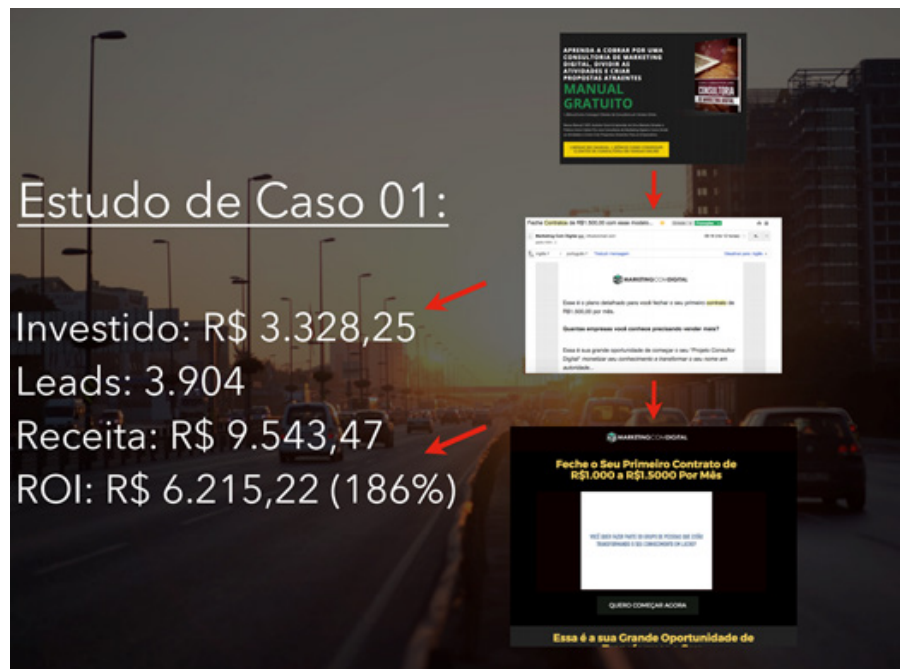
Percebe a diferença? Eu decidi que queria um público diferente e eu fazia isso mudando a minha estratégia de investimento em publicidade.

Aqui está o que eu fiz.

Eu analisei o cenário e identifiquei que naquele contexto, um PROBLEMA urgente para muitos consultores e donos de agência era a precipitação. Eles não sabiam cobrar.

Foi então que eu escrevi um outro e-book chamado “Como COBRAR por uma Consultoria”. Preste atenção na mudança.

Eu tinha um e-book chamado: Como se tornar um Consultor e



agora eu tinha criado um E-book chamado Como Cobrar por uma Consultoria.

Eu mudei também a minha estratégia de segmentação. Antes eu usava páginas de empreendedorismo para tentar achar pessoas nesse perfil, querendo começar um novo negócio, etc...

Agora eu estava segmentando páginas de ferramentas de marketing, algo mais relacionado a agências, mídias sociais, etc. (Não vou falar as páginas, mas eu escolhi algumas que atendem o mesmo público de agências). rs.

Bem, eu consegui reduzir o custo por lead para R\$0,80, o que aumentou absurdamente o meu volume de novos leads e consegui ter uma taxa de conversão final, cerca de 20% maior.

Antes eu tinha pessoas pedindo para parcelar em 12x no boleto. Agora eu tinha pessoas pagando o meu curso de R\$5.000 de uma só vez.

Eu mal podia acreditar naquilo. Eu finalmente tinha encontrado uma estratégia de investimento que me ajudava a atrair bons clientes. Em 3 anos eu fiz 4 Milhões em vendas, investindo cerca de R\$360.000.

Essas vendas foram realizadas utilizando várias e várias campanhas de monetização para essa lista, que foi construída diariamente. Ou seja, com a lista qualificada, vale a pena continuar criando novas e novas campanhas.

Mas o melhor de tudo isso, foi que esses R\$360.000 em publicidade foram pagos com um outro produto, que foi criado simplesmente para gerar um LUCRO imediato. Eu não estou falando de um produto de R\$7

Capítulo #2

As Duas Regras de Investimento Para Transformar os Seus Anúncios em Novos Leads (Com Lucro) Todos os Dias

De: Natanael Oliveira
São Caetano do Sul: São Paulo

Caro leitor,

Nós precisamos conversar. Existem sérias mudanças que estão afetando os resultados com os investimento em publicidade no Facebook e Instagram.

A maioria deles você já sabe mas outros são completamente desconhecidos.

O resumo é que em alguns meses, muitas empresas irão enfrentar períodos de completa seca nas suas vendas. Em alguns casos, esse momento será fatal.

Sem alguns cuidados necessários, suas vendas podem ser brutalmente afetadas.

Pense um pouco sobre isso:

Como a sua empresa conseguiria sobreviver se você não pudesse investir em publicidade por seis meses? O que aconteceria com o seu negócio se você gerar um novo lead nesse período?

Bem, a verdade é que esse não é o grande risco. Acredite em mim.

Se for para comprar uma Lista Desqualificada, Seria melhor não criar lista de jeito nenhum

É muito frustrante quando você percebe que o seu investimento de tempo e dinheiro não lhe deu nenhum retorno. Ou quando o resultado é muito abaixo do esperado.

Esse sentimento é ainda pior, quando a sua família começa a questionar seu potencial de cuidar da sua empresa e das finanças da sua casa (mesmo que eles nunca cheguem a falar isso)

Mesmo sabendo que muitos empresários estão trilhando esse caminho, eu espero que isso não aconteça com você, por isso eu decidi compartilhar os princípios de uma estratégia conservadora e lucrativa.

Preste bastante atenção nisso.

As pessoas estão com “medo” de serem bloqueadas no Facebook: **Esse é o MENOR dos perigos.**

Você deveria temer construir uma lista de emails com pessoas completamente desqualificadas, que JAMAIS irão comprar o seu produto. Pior do que isso, elas irão te induzir ao erro.

Existe um pensamento de “pergunte o que o público quer” e depois crie soluções com base nisso. Eu não sou contra você realizar pesquisas, eu mesmo faço isso em ocasiões específicas.

Porém, existe inúmeros casos que as pessoas NÃO fazem a mínima ideia do que elas querem ou do que elas realmente precisam.

Não faz nenhum sentido perguntar. E é aqui que mora um grande perigo.

Empresas que estão atraindo o público errado (que nunca vai comprar nada), e ainda estão perguntando para esse público errado, o que eles querem. Percebe o tamanho da tragédia anunciada?

O momento de criar uma lista de emails precisa ser levado mais a sério. **A maioria ainda acha que se trata apenas de “criar um e-book” e uma página de captura.**

A maneira como você planeja a sua abordagem de conteúdo para atrair potenciais clientes, precisa ser um dos momentos mais SÉRIOS da sua estratégia.

Um Imã Digital errado, pode ser devastador para a sua empresa. Reduzir sua taxa de conversão, aumentar o seu custo por venda, atrair um público desqualificado, aumentar sua taxa de reembolso e prejudicar o seu posicionamento de mercado.

Alguns podem achar que nós somos “medrosos” mas eu prefiro ser um medroso com dinheiro no bolso do que um corajoso quebrado

Eu não espero que você concorde 100% comigo. Mas eu preciso tentar mudar mesmo que minimamente a sua maneira de pensar sobre investimento em publicidade online.

Colocar dinheiro no Facebook, Instagram, Google ou Youtube, DEVERIA ser uma estratégia conservadora. Em outras palavras, trabalhar no baixo risco.

Todas as plataformas permitem seguir uma estratégia conservadora, com uma série de recursos para validar suas decisões.

Limite de verba diária, custo máximo por clique, frequência e uma série de outros números. Mas o pensamento de muitos é: Quero escalar até as alturas.

Eu não vou entrar nos detalhes ou fazer contas. Eu até poderia fazer, mas não vou seguir por essa linha. O meu objetivo é discutir a estratégia de investimento.

O foco de muitos está no volume de leads. O pensamento é bem simples: Se eu tenho uma taxa de conversão de 1% eu preciso de cada vez mais leads, para conseguir mais vendas.

É uma pura relação de causa-efeito.

Mais leads convertendo entre 0,5% e 1%, vai gerar mais vendas.

O ponto que quase ninguém se questiona é: Será que não é possível converter mais de 1%? Por que não tentar converter 10% das pessoas?

E foi nesse foco que eu comecei a prestar atenção.

Se eu criei uma lista de emails com 10.000 leads. Ao invés de esperar somente por 1% de conversão, isto é, 100 pessoas. Eu vou tentar 5%, que representaria 500 pessoas.

Ou eu vou tentar fazer 200 vendas com 5.000 leads. Por que não?

Como isso é possível?

Vamos entender o cenário.

A maioria das pessoas compra novos Leads e tentam vender uma ÚNICA vez, geralmente com sequências automáticas. Após essa sequência, aquele lead fica esquecido. (Aqui já tem uma oportunidade enorme).

Por que não tentar vender várias vezes?

Mas aqui tem um ponto-chave: Se você construiu uma lista de emails DESQUALIFICADA, você pode tentar fazer 50 campanhas que NÃO vai funcionar.

Percebe como a construção da lista é a base?

Naturalmente, se você criar a lista de emails de uma maneira planejada, suas taxas serão melhores, e se você continuar vendendo para a mesma lista.

Eu espero que eu tenha conseguido te fazer refletir que existem TANTOS detalhes que podem aumentar ou diminuir o seu retorno sobre o investimento, que não dá pra chegar e agir loucamente.

O perfil conservador, que lentamente vai ajustando os seus investimentos, vai vencer.

Se você for muito apressado, vai comer CRU e Quente... e ainda vai ficar no prejuízo, cedo ou tarde.

Alguns irão defender: “Mas NATANAEL, eu tenho pressa para começar a vender ou para escalar as minhas vendas, por isso eu preciso investir pesado no Facebook no curto prazo.”

Eu não estou dizendo que isso seja impossível funcionar mas os riscos são bem altos. É a mesma lógica do investimento em ações. Existe um risco maior do que o investimento em renda fixa.

O investimento em renda fixa tem taxas de retornos menores? Sim. Mas com o risco menor.

Por isso eu prefiro aplicar a regra 80/20.

80% da sua estratégia de investimento é conservadora

20% da sua estratégia de investimento é mais agressiva.

Arrisque de 10-20% da sua verba mas NÃO arrisque 100%.

Agora um detalhe importante: SE você estiver usando o imã digital errado, a verdade é que o seu investimento é 100% de risco. Afinal, você está atraindo o público errado.

Gere Leads Falando da CAUSA e Não dos Sintomas do Problema... e valide o lead nas Campanhas e não na taxa de conversão de curto prazo

Estudo de Caso 01:

Investido: R\$ 3.328,25
Leads: 3.904
Receita: R\$ 9.543,47
ROI: R\$ 6.215,22 (186%)

The image is a composite of a street scene at night and several screenshots of digital marketing ads. On the left, there is a list of statistics for 'Estudo de Caso 01': Investido: R\$ 3.328,25; Leads: 3.904; Receita: R\$ 9.543,47; ROI: R\$ 6.215,22 (186%). On the right, there are three screenshots of ads. The top one is a 'MANUAL GRATUITO' offer. The middle one is a landing page for 'Marketing Digital' with a form. The bottom one is a 'Feche o Seu Primeiro Contrato' offer. Red arrows point from the statistics to the corresponding elements in the ads.

A maioria dos anúncios que promovem conteúdos gratuito, cometem o erro de falar de sintomas ao invés de causas.

Eu vou tentar explicar isso de uma maneira simples.

Quando eu prometia: **Aprenda Como Fechar Contratos de Marketing Digital**. A ideia era apresentar uma solução para um problema que era: *Eu não sei fechar contratos*.

Mas na prática, uma pessoa que não está conseguindo fechar contratos (sintoma), já identificou possíveis causas, como por exemplo: Eu não estou fechando contratos, porque eu não tenho autoridade e não sou conhecido, não tenho presença online.

E é aqui que você vira o jogo.

Eu comecei a oferecer um imã com a seguinte promessa: Modelo de Palestra Para Fechar Contratos, Mesmo Que Você Não Seja Conhecido.

Quando eu crio esse E-book eu estou atacando a CAUSA que já está na mente do público. “Poxa, eu preciso aprender como gravar vídeos, criar autoridade e me tornar mais conhecido... é aí que eu vou fechar contratos”.

E aqui está um grande segredo. Eu NÃO concordo que obrigatoriamente a pessoa precise de vídeos para fechar contratos. MAS se isso já está na mente do público com o perfil que eu quero atrair, eu uso isso para chamar a sua atenção.

Mesmo que dentro do conteúdo eu diga: Eu vou te apresentar o modelo de palestras para você fechar contrato, MAS eu vou te mostrar também uma outra opção que não precisa de palestra.

Atraia as pessoas pelo que elas querem e depois entregue o que elas precisam

A maneira mais fácil para você começar a pensar em um imã digital é seguir essa linha de perguntas:

- 01 - Qual o problema do seu público?
- 02 - Quais os sintomas desse problema?
- 03 - Quais as CAUSAS desse problema?

Essa é a visão do seu público. Todas as pessoas que reconhecem que

tem algum problema, sabem descrever os sintomas e as possíveis causas.

Quando eu pergunto para um empresário: Por que você não está batendo as suas metas?

Ele fala: *Porque eu ainda não consegui colocar em prática boa parte das estratégias que eu aprendi. Eu sei o que fazer mas NÃO consigo fazer.*

Ou seja, eu tenho que me concentrar em ajudar ele a FAZER e não ficar mostrando algo que ele já sabe. É esse nível de compreensão que você precisa ter sobre a sua audiência.

Existem três 4 elementos que você precisa acertar na hora de criar uma lista usando anúncios no Facebook, Instagram, Youtube e Google.

São eles:

- 01 - Segmentação
- 02 - Promessa
- 03 - Oferta Imediata
- 04 - Follow UP

O problema é que a MAIORIA erra drasticamente na hora de segmentar, isso porque eles não pensam na estratégia como um todo. A melhor maneira de entender qual o melhor público para segmentar, está exatamente em INVERTER a ordem.

- 01 - FOLLOW UP
- 02 - Oferta Imediata
- 03 - Promessa
- 04 - Segmentação

Mas esse é um assunto para a nossa próximo capítulo.

Capítulo #3

A Sua Chance de Transformar Leads em Clientes Todos os Dias, Com Lucro e usando uma estratégia de baixo risco

De: Natanael Oliveira
São Caetano do Sul: São Paulo

“O Risco vem de não saber o que está fazendo - Warren Buffet”

Caro leitor,

Se você não definir a sua estratégia de investimento, cedo ou tarde você terá problemas nas suas vendas ou margem de lucro. (Ou as duas coisas).

Erra na sua estratégia de geração de leads pode ser uma das coisas mais devastadoras em uma empresa.

Pense sobre isso. Você fez um investimento massivo, esperando um retorno que nunca irá chegar.
Além de dinheiro, você perdeu um tempo precioso.

O começar tudo de novo é o grande problema da maioria dos empresários e consultores. Primeiro eles fazem, depois eles torcem para que dê certo.

Será que não existe algo mais conservador e seguro?

Eu tenho batido nessa teclada do conservador, pois na minha visão é a decisão mais importante que você precisa tomar com o seu investimento em publicidade online.

Eu tenho acesso aos bastidores de centenas de empresas e posso dizer com muita segurança que até hoje, eu nunca vi uma empresa conseguir passar mais de seis meses, investindo mais de R\$10.000 por dia com lucro (Usando uma estratégia de vendas direta ou com um imã digital único).

Eu conheço desde empresas que passaram meses investindo R\$60.000 POR DIA, basicamente enviando tráfego para uma página de vendas. Como também, empresas que passaram meses investindo de R\$3.000 até R\$5.000 por dia enviando para uma página de captura.

As duas tiveram bons momentos mas que no médio-longo prazo não se sustentam. Eu poderia listar uma série de pelo menos cinco bons motivos do porquê não dá para manter essa abordagem por muito tempo.

Mas eu vou me limitar a dizer que nos dois casos a solução foi a mesma. Quando esses empresários me procuraram, eu comecei a fazer uma demonstração prática de todos os números, fiz o que eu chamo de **“A Rota do LUCRO”**.

Depois desse relatório, consegui convencer a mudar drasticamente a estratégia de investimento. É exatamente isso que eu quero te ajudar (de preferência antes de você tomar algum prejuízo).

Como Transformar uma Lista de Emails em Dinheiro de Verdade

Eu preciso que você preste atenção nas próximas linhas. Pare um pouco e reflita sobre o seguinte cenário, mesmo que seja desconfortável por alguns instantes.

Eu já vi pessoalmente empresas que investiram R\$300.000 na geração de novos leads. Como fizeram isso com muita pressa, o

custo por lead ficou na casa dos R\$3, R\$4. Vou colocar uma média de 84.000 leads sendo gerados.

A expectativa da empresa era de gerar um volume de vendas de 2 Milhões. Mas isso não aconteceu. No momento da campanha, a empresa gerou ironicamente R\$301.000 em vendas.

Você pode pensar que a empresa “empatou”, certo?

Mas o que faltou nessa história é que a empresa tem uma folha de pagamento de mais de R\$60.000 por mês. Faltou dizer também que depois dos 30 dias, aconteceram cerca de R\$50.000 em devoluções.

Coloque também o valor de cerca de 15-17% de imposto. Coloque também o valor das ferramentas que foram utilizadas, o valor da edição dos vídeos que ele usou. O cenário começou a ficar digno de um filme de terror, daqueles que te deixa com medo de ir dormir.

Infelizmente, essa tem sido a realidade de muitos empresários. Eles colocam o dinheiro na construção da lista e DEPOIS vão ver o que acontece.

Eu chamo de DINHEIRO DE VERDADE, aquele que realmente fica no seu bolso depois de tirar todos os custos. Chamamos isso também de LUCRO. Infelizmente, esquecido na roda de conversa de muitas empresas.

E aí vem a pergunta: Como seguir uma estratégia conservadora e lucrativa?

Os 3 Elementos Ignorados que podem colocar ou tirar o dinheiro do seu bolso

Eu não espero que você concorde 100% comigo mas peço para você refletir no que eu vou te apresentar agora. Ou que você pelo menos

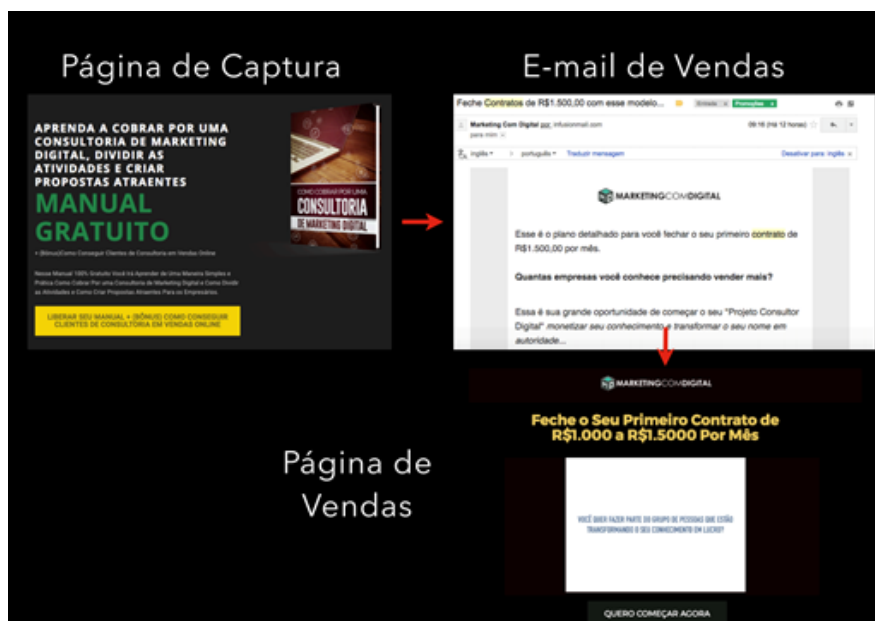
faça o teste e veja com os seus próprios olhos.

Infelizmente, a maioria dos empresários acham que estratégias de tráfego, envolvem apenas a tela de gerenciamento de anúncios. Seja no Facebook ou Google.

A verdade é que o que acontece DEPOIS do clique que faz a grande diferença. Eu vejo profissionais de marketing e consultores que estão se especializando em conseguir um custo por clique menor, ou buscar uma taxa de cliques alta, quando TODOS (sem exceções, deveriam olhar para as vendas).

Eu não estou dizendo que cuidar da qualidade dos anúncios não seja importante. Seria estúpido da minha parte. MAS eu posso afirmar com base em número, que olhar para o PÓS-CLIQUE é a coisa mais inteligente a se fazer.

O que é o pós-clique?



Eu recomendo que você dedique 90% do tempo na importante decisão de qual o melhor imã digital para a sua campanha de aquisição.

Essa é uma parte ignorada que pode destruir sua campanha.

Algumas pessoas conseguem bons números, como um custo por lead pequeno e até conseguem gerar as vendas do produto de menor valor, MAS estão atraindo leads que JAMAIS irão comprar o produto principal.

Você precisa prestar MUITA, MUITA atenção na abordagem que você usa para atrair o seu público. Essa é a verdadeira segmentação. Saber qual a situação do seu lead e como criar um imã digital que consiga falar diretamente com o seu público com o maior potencial de compra no curto prazo.

É muito mais caro e desgastante, ficar tentando convencer um público. Eu prefiro falar com o público que já está “FAMINTO” por uma solução imediata. É aqui que você ganha o jogo.

Algumas empresas eu consigo aumentar o lucro em mais de 50%, SIMPLEMENTE mudando o e-book na campanha de aquisição. Espero que você perceba como isso é importante.

Mas a maioria fica se preocupando com “imagens matadoras para anúncios”. Repetindo, não estou dizendo que isso não seja importante.

Apenas estou dizendo que é exagerado o olhar para essa parte dos anúncios, quando a ESTRATÉGIA após o clique é o mais importante.

Estudo de Caso 01:

Investido: R\$ 3.328,25
Leads: 3.904
Receita: R\$ 9.543,47
ROI: R\$ 6.215,22 (186%)

The graphic illustrates a marketing funnel. At the top, an advertisement for a 'MANUAL GRATUITO' (Free Manual) is shown. A red arrow points from this ad to a landing page titled 'Marketing Digital' which offers a 'Curso Gratuito de R\$ 100,00 por seis meses'. Another red arrow points from the landing page to a sales page titled 'Feche o Seu Primeiro Contrato de R\$1.000 a R\$1.5000 Por Mês'. The background of the graphic is a city street at night.

Não adianta apenas gerar LEADS com LUCRO MAS é bom primeiro Passo

Na imagem acima eu mostro uma de nossas campanhas de aquisição que vende um produto de R\$297 em uma sequência automática. Porém, o VERDADEIRO LUCRO e o dinheiro de verdade, acontece nas campanhas de monetização que vem logo depois.

Conseguir recuperar o dinheiro no curto prazo é um ótimo indicador mas não é o único. Não é o lucro da aquisição que irá sustentar a sua empresa, ele irá apenas controlar os seus custos.

Mas é a sua habilidade de monetizar esses novos leads que irá fazer a grande diferença. Porém, se você NÃO conseguir gerar novos leads (com lucro) todos os dias, que TENHAM QUALIDADE, você terá problemas. Graves problemas.

Estudo de Caso 02:

Investido: R\$ 5.364,20

Leads: 4.651

Receita: R\$ 11.585,80

ROI: R\$ 6.221.60 (115%)

APRENDA A COBRAR POR UMA CONSULTORIA DE MARKETING DIGITAL, DIVULGUE AS ATIVIDADES E CRIE PROPOSTAS ATRAIENTES

MANUAL GRATUITO

Feche o Seu Primeiro Contrato de R\$1.000 a R\$1.500 Por Mês

QUERO COMEÇAR AGORA

Essa é a sua Grande Oportunidade de

Nós temos vários cases de campanhas de aquisição que geraram lucro. Mas o que realmente importa para mim são os novos leads.

São eles que irão receber as minhas campanhas na sequência e é aqui que eu vou buscar taxas de conversão acima de 5% ou até mesmo 15% (em 90 dias ou menos).

Depois que um novo lead entra na minha base, ele irá receber em 90 dias cerca de 12 campanhas, passando por uma série de ofertas e produtos diferentes. **É depois desses 90 dias que eu analiso cuidadosamente a minha ROTA do LUCRO.**

Quais os imãs digitais geraram os melhores clientes? É aqui que você consegue descobrir qual a jornada de compra de cada lead, qual o tema vale mais a pena investir em publicidade e quais não valem.

Você começa a montar a sua estratégia cada vez mais segura de compra de novos leads. Não com base apenas em uma venda inicial mas em uma jornada de 90-120 dias.

É assim que você será capaz de conseguir vender cada vez mais, com menos leads. Por que?

Você começa a identificar exatamente que tipos de leads não compram nada, são **apenas curiosos e quais os leads compram**. Você identifica perfis, padrões e principalmente ABORDAGENS que podem gerar um faturamento MAIOR e mais rápido.

Em outras palavras, ao invés de comprar 1.000 leads para tentar converter 50-100, você começa a pensar em como converter 200-400. É um foco total na otimização do seu investimento.

Você escala os LUCROS e não os custos e o risco. Essa é uma abordagem totalmente diferente de investimento que eu espero que você decida seguir.

O seu bolso irá agradecer, a sua empresa irá provavelmente entrar

em um fluxo constante de vendas com margens de lucro acima de tudo o que você já experimentou.

Eu espero que você se enxergue como um investidor e não como um “comprador de cliques” que fica brigando com o Facebook. Felizmente, agora você tem o caminho. =)

Espero que você tenha curtido essa série.

AVISO IMPORTANTE:

Em breve eu vou lançar o que eu chamo de Clube dos Investidores Digitais. Será um grupo que eu irei ajudar pessoalmente na criação de uma estratégia de investimento em tráfego pago.

Mais do que isso, nós iremos acompanhar esse grupo, vamos acompanhar os indicadores das campanhas, os números, as margens de lucro e **PRINCIPALMENTE** o lucro final.

Essa é a sua oportunidade de ser acompanhado por mim e pelo nosso gestor de aquisição na melhor maneira de fazer o seu dinheiro trabalhar para a sua empresa e retornar os melhores lucros.

SEM precisar correr riscos desnecessários, principalmente o risco de **NÃO** saber o que está fazendo.

Serão pouquíssimas vagas e um valor considerável. Mas pensando bem... é mais caro continuar investindo errado em tráfego, concorda?

**Clique aqui para Participar do nosso
Grupo de Investidores Digitais**