

Caro leitor,

Você acabou de garantir o acesso ao manual para posts no Instagram.

Durante as próximas páginas, você irá entender na prática, como gerar leads e vendas todos os dias usando posts que eu chamo de alta conversão.

Eu sei que você já deve ter visto posts, vídeos e mais vídeos falando sobre vendas no Instagram, crescer nas mídias sociais, bombar o seu perfil e coisas do tipo.

Em primeiro lugar, eu te garanto que não iremos falar sobre nada disso. Mesmo sabendo que esse é um resultado comum para quem utiliza esses modelos de copy.

O que eu quero dizer é simples, você irá se concentrar 100% em vender, e mesmo assim, irá perceber que todos os seus números de engajamento irão aumentar.

A sua autoridade irá aumentar, a sua audiência irá crescer sem parar, porém, o mais importante

de tudo, é que você terá tudo isso enquanto você vende.

Antes de detalhar o passo a passo do manual, é importante que o leitor entenda como chegamos até esse modelo.

Mas antes disso, eu preciso confessar algo importante. Eu não gosto desse modelo de posts.

Eu também acho feio, prefiro um layout mais bonito, algo com mais branding, um vídeo, seria algo muito mais agradável, mas esse bendito formato de post funciona.

Se tem algo que eu já tentei mudar nos últimos dois anos, foi esse modelo de postagem.

Mas todos os testes que eu faço o resultado é sempre ridículo, quando comparado a esse modelo de postagem formato carrossel, formato mais simples.

Eu já cheguei a contratar uma produtora para rodar alguns vídeos muito mais profissionais, já contratei editor para criar vídeos com legendas, já fiz vídeo com pitch de 60 segundos, já criei infográficos, já testamos vários e vários modelos,

nada se compara ao formato que te trouxe até aqui.

Na minha equipe, eu tenho uma pessoa que cuida do design, cria as capas dos e-books, livros, diagramações, logos, e me acompanhou durante todos esses testes.

Honestamente, não sei como ela teve tanta paciência. Foram tantos testes diferentes, que chegou um momento, que nós decidimos ficar sem postar por um tempo. Vamos deixar tudo parado, depois testamos novamente.

Mas só para deixar muito claro, o que eu estou chamando de teste. O meu único propósito com o Instagram é conversão.

Ou seja, o resultado para mim significa: Leads ou Vendas. Todos os nossos posts possuem algum tipo de call to action (Chamada de ação).

Quando eu testava um post novo, o meu objetivo era identificar se aquele formato iria gerar mais leads ou não. Eu vou te dar um exemplo prático.

Quando eu fiz o post promovendo esse material no Instagram, eu consegui mais de 200 leads em

menos de 15 minutos. Algumas horas depois, assim como em vários outros posts, milhares de cadastros.

Quando você sai do seu lugar e pede para receber algo pelo Instagram, isso te coloca em um contexto muito favorável para uma compra imediata.

Afinal, o post conseguiu gerar um desejo ardente. Até hoje, eu não consegui encontrar nada que me gerasse uma resposta tão rápida e tão forte como esse formato de post.

Foi quando eu decidi parar de brigar com o que estava me incomodando (post feio), e decidi entender (ou pelo menos tentar), o que estava por trás de um resultado tão expressivo. Usando esses posts no Instagram, nós já conseguimos bater múltiplos 7 dígitos somente com essa estratégia.

Mas a parte mais incrivelmente estranha disso tudo, é que a maioria dos produtos eram de alto valor.

O que na minha cabeça, não faz muito sentido. Como algo feio, simples, pode vender uma

mentoria de R\$5.000? Um grupo de mastermind de R\$35.000? Eu sei que é difícil de acreditar, mas eu já converti vendas do G12 Mastermind, atraindo empresários com esse tipo de copy. O G12 é um investimento de R\$150.000,00.

Mas como eu falei anteriormente, é algo que não está 100% claro porque funciona tanto. Obviamente, não adianta simplesmente colocar um fundo preto e texto branco, tudo depende do que de fato você irá escrever em cada slide.

Mas existe algo no formato, porque quando eu escrevo uma copy do mesmo nível, em um layout diferente, a resposta não é a mesma. Isso é o que me deixa intrigado.

Enfim, agora você já entendeu o contexto.

Esse tipo de post gera muitos leads, e quando você faz uma oferta direta, também converte em um ótimo número de vendas. Alguns desses posts, conseguem gerar um número espantoso de novos seguidores.

Só para você ter uma ideia do que eu estou te falando, eu tenho clientes com mais de 1 milhão de seguidores.

Quando eu comparo o meu nível de engajamento INBOX, visitas ao perfil, alcance da minha conta, mesmo com 10x menos seguidores, os meus números são bem parecidos. É surreal.

Mas ainda assim. Eu gostaria de encontrar uma outra maneira. Não somente porque é feio, mas porque não é tão fácil assim continuar criando novos posts. As ideias nem sempre fluem tão facilmente, e por diversas vezes, eu já fiquei um tempo considerável parado, com o stories aberto, pensando o que eu iria escrever no próximo slide.

Além disso, muitos posts são horríveis em resultado. Não gera um bom volume de mensagens inbox, não vende e não gera leads como eu esperava. Ou seja, nem tudo são flores.

Mas quando eu acerto, eu realmente acerto em cheio. É um resultado que supera todos os números ruins. Logo, continua valendo muito executar. Agora que você entendeu todo o cenário, podemos avançar no nosso manual.

Como todo bom manual, vamos começar pela apresentação das metas gerais.

## **Parte 01 do Manual: Geração de Leads: O Gratuito Que Gera Lucro de Verdade... Todos os Dias.**

Eu sempre tive grandes objeções com o uso das mídias sociais, mas você vai entender os meus motivos para isso. Na verdade, as mídias sociais de certa forma, começaram a atrapalhar as minhas vendas. Até que eu tive que fazer algo a respeito. Sabe aquela frase, se você não pode com o inimigo, junte-se a ele.

Eu comecei no marketing digital em 2011. Uma época silenciosa. Somente blogs e praticamente nada de mídias sociais como estamos vendo hoje. O Facebook era de certa forma um reflexo do seu ciclo social, ou seja, algo bem limitado. O Twitter não era esse campo de guerra que é hoje, não tínhamos stories, reels, lives.

Como era feito o marketing digital? Email. O nosso trabalho era bem mais simples. Captar leads e mandar emails. Só. Tudo lindo. Mas isso mudou muito e você sabe disso. Por isso, quando eu fui para as mídias sociais, a minha decisão foi

a seguinte: Eu vou postar, mas sempre com a meta de colocar mais pessoas na minha lista. Ou reproduzir a mesma coisa que eu estou enviando na minha lista de emails.

Ou seja, se eu mando um email falando da oferta de um e-book, eu vou para o Instagram e falo sobre a oferta do e-book. Eu não tenho uma linha editorial para o Instagram, eu tenho um espelhamento da minha lista de emails. Grave isso. Pois essa é a primeira grande pista do que realmente faz os seus posts gerarem resultados de verdade.

Se você nunca fez uma gestão profissional de uma lista de emails, é provável que o conceito de calendário promocional não seja algo tão familiar. Mas tentando resumir de uma maneira bem simples, em uma lista de emails, você sabe com antecedência, quais os dias você irá fazer ofertas. Logo, você consegue planejar previamente, qual o momento de preparar as pessoas para determinada oferta.

Por exemplo, se você definiu que irá fazer uma sequência de e-mails de oferta na quinta, sexta, sábado e domingo. Você precisa fazer uma preparação dos seus leads na segunda, terça e



quarta. Essa preparação envolve o que nós chamamos de sequência de segmentação. Essa é a fase em que você envia emails que selecionem pessoas que demonstrem interesse prévio em uma determinada oferta.

Eu vou te dar um exemplo prático. Eu criei um post falando sobre este manual (que você está lendo), esse é um material gratuito (que você fez o cadastro para baixar). Você deu dois passos em direção a uma oferta. Quando eu te apresentar uma oferta, dentro do mesmo tema do material gratuito que eu criei, será mais fácil você comprar.

Mas pense um pouco mais sobre isso. Olhe a experiência que você está tendo comigo agora. Olha o nível da conversa que nós estamos tendo aqui. Tudo isso por conta de um post no Instagram que você decidiu saber um pouco mais. Tudo isso começou no momento que eu decidi criar um post, com a única meta de "te tirar" do piloto automático, enquanto navegava pelo Instagram. Ou seja, o seu primeiro passo precisa definir a meta de transformar o seu seguidor em um lead. Entenda o lead, como a sua definição mais técnica, potencial comprador, ou seja, alguém interessado no seu produto/serviço.

É por este motivo que um imã digital precisa de uma conexão muito forte com o seu produto/serviço.

Mas muita coisa mudou quando o assunto é gratuito. O imã digital (que é esse tipo de material gratuito para atração), antigamente era algo mais simples, básico, e de certa forma até genérico. Mas isso mudou. Hoje, esse é um material que precisa causar algum tipo de impacto imediato na sua audiência. Em outras palavras, gerar uma espécie de momento A-HA no seu público.

Eu preciso que esse manual cause um grande impacto em você. Se eu conseguir isso, é muito provável que você compre o meu produto. Essa é a mesma lógica na hora de construir os seus posts. A mentalidade de que você está escrevendo um post com o claro objetivo de converter o seguidor em lead, já te ajuda a planejar o seu texto começando pelo sim.

Simplificando, se você sabe que ao final irá pedir para a pessoa enviar uma mensagem inbox ou clicar em um link na bio para baixar o material X, você irá planejar o seu texto de trás para frente. Ou do final para o começo.

Vamos entender isso na prática?

## **Parte 02: Dopamina na Veia: O Gatilho que gera ação imediata na sua audiência**

Eu não vou tentar fazer definições técnicas com relação ao neurotransmissor que é a Dopamina. Mas em uma definição mais básica, posso apresentar a dopamina como esse neurotransmissor que nos coloca em uma sensação de expectativa por algo positivo.

A dopamina gera uma sensação de bem estar. O celular gera isso de uma maneira extremamente forte, em uma proporção que ele não foi projetado. Existe uma dependência chamada Nomofobia, que é o medo de ficar sem o celular.

Existem pessoas que não podem sequer pensar na possibilidade do celular descarregar. Só vão para o banheiro com o celular, e assim vai. (Se identificou?). Pois é.

Quando você pega o seu celular pela manhã, após 8,9 horas longe, o momento que você abre o aplicativo do Instagram e atualiza o seu feed,

instantes antes disso acontecer, a dopamina entra em ação. Por isso é tão difícil quebrar esse ciclo.

A expectativa de saber o que tem de novo, mensagens, notificações, comentários. Sabe quando você larga o celular, e poucos minutos depois, sem nenhum motivo aparente, desbloqueia a tela do celular mais uma vez? É a dopamina em ação. Na verdade, o nosso cérebro está em uma condição de vício pelo estímulo da dopamina.

A ideia do manual de posts, consiste em te ensinar de maneira simples, como gerar essa dopamina durante a navegação no Instagram, porém, com o objetivo de fazer com que a pessoa saia do feed do Instagram. Ou seja, envie uma mensagem inbox ou vá até o perfil. É por este motivo que a maneira mais eficiente para mensurar os resultados do seu post, consiste em analisar o relatório "Atividade do perfil".

			
415	41	55	137

  

<b>Visão geral</b> ⓘ	
Contas alcançadas	13.127
Interações com o conteúdo	648
Atividade do perfil	691

Observe com atenção o relatório acima. Repare que esse post possui um total de 415 likes. No entanto, eu tenho 691 atividades do perfil. E um número imensurável de notificações por inbox.

É impossível contar. O Instagram usa o recurso. +99. O que eu faço é acompanhar os cadastros na página de captura.

Q Pesquisar

Principal

Geral

99+ solicitações



[Redacted Name]

Eu quero o manual · agora



[Redacted Name]

Quero o manual, quer... · agora



[Redacted Name]

Quero fazer dowload · 1min



[Redacted Name]

Link para o manual... · 1min



[Redacted Name]

Eu quero o manual pra... · 2min



[Redacted Name]

Oi querida, me manda... · 2min



[Redacted Name]

Oi eu quero · 2min



[Redacted Name]

Eu quero o link para o... · 3min



Rosevane Felix | Pedagoga

[Redacted Name] · 4min



A taxa de conversão das pessoas que enviam mensagens inbox ou clicam nos links da sua bio, é algo surreal. Eu acredito que existe uma boa explicação para isso. Se der tempo, eu vou falar sobre isso no final do manual.

### **Parte 03: A construção do texto - Frases curtas, textos envolventes e uma pitada de mistério com um tempero de prova.**

Existe uma lógica que você precisa seguir na construção do seu post. Funciona mais ou menos assim:

01 - Começo

02 - Meio

03 - Fim

O começo do post, consiste nos três primeiros slides do carrossel.

O meio do post, envolve o slide que pode ir até o oitavo.

O fim do post, consiste na chamada de ação, no caso, os 2 últimos posts ou o último post.

O começo do seu post é feito por frases curtas.  
O meio do post é feito por textos envolventes  
O final é feito por urgência e escassez.

Entendendo essa lógica, podemos continuar em cada uma das etapas.

### **O Começo do Post: Como chamar atenção e gerar desejo imediato no seu post.**

Existem algumas maneiras muito poderosas para o primeiro slide do seu post carrossel. Mas é importante que seja algo curto, não comece com 2,3 blocos de texto.

Você pode começar colocando algum resultado específico:

Ex: 1.493 vendas com 1 único post impulsionado no Instagram.

Eu tenho um elemento de especificidade, que é o único de vendas. Tenho o elemento: 1 único post impulsionado no Instagram, que reflete um elemento de bastidores.

Essa combinação de Especificidade + Bastidores é muito poderosa. Você pode experimentar algo



nesse sentido, falar de algum resultado e contar como ele foi alcançado. Mas lembre-se que não é o objetivo do post em si, detalhar o como tudo aconteceu. Você está simplesmente dando um fato, que gera curiosidade (dopamina), e irá falar sobre os bastidores.

Ex: 231 pessoas tiveram o mesmo resultado, simplesmente usando essa técnica de produtividade.

Números + Descrição de um bastidor. Uma outra variação seria utilizar uma afirmação + descrição de bastidores.

Ex: Se você quer [meta desejável] você pode testar [ a sua sugestão ]

Ou você inicia com uma conversa individual, íntima e direta. Ou você pode partir para uma apresentação mais indireta.

Qual o melhor? Teste os 2.

A ideia central do começo do seu post é sempre imaginar a construção de uma headline, como se fosse a sua carta de vendas. A única diferença é que sempre buscando despertar o máximo de

curiosidade, ao invés de falar de uma maneira mais direta sobre um produto ou serviço.

Uma outra maneira para começar o seu post carrossel é descrevendo algo muito bom para o seu público.

Ex: Modelos de Copy Para Instagram.

Imediatamente, existe o desejo de saber quais são os modelos. Nesse caso, se você pode apresentar exemplos de algo para o seu público, faça isso.

Modelos de X para você conseguir Y.  
4 Maneiras Para Você Conseguir X.

É importante que você entenda que não se trata apenas de um "macete" para criar um post. Você precisa ter muita atenção ao propósito da campanha como um todo. Lembre-se que você irá levar o seguidor para baixar um segundo material.

Esse material é a peça mais importante de todas. Ele precisa ter uma conexão direta com o post.

Mas voltando. Invista em frases curtas, um tom de mistério ou uma descrição de algo que possa

ser de grande interesse para a sua audiência. É importante que você entenda, que você não está criando um post de conteúdo, estou falando sobre criar uma mensagem persuasiva, com o objetivo de gerar leads para um próximo passo com você.

Estou dando uma ênfase para isso, pois é comum que muitos fiquem tentando usar essas técnicas de copy, simplesmente para entregar um conteúdo com mais qualidade, ao invés de focar no que realmente importa.

Com isso em mente, eu não quero te entregar muitos "atalhos", quero te convidar a refletir sobre maneiras inteligentes para fisgar a atenção do seu público no primeiro slide.

Vou te dar mais algumas ideias.

*Eu nunca vi nada funcionar tão bem assim...*

*Na próxima vez que você for tentar X, mude esse pequeno detalhe*

*Algumas perguntas que me ajudam a descobrir  
[XYZ]*

*Como eu sai de X para y...*

*Existem 3 maneiras validadas para XYZ...*

*A Maneira Mais Inteligente para XYZ...,.*

*Quer conseguir X sem precisar de Y?*

## **O Meio do Post: A hora de Ensinar Sem Cansar o Seu Público...**

Por mais que você ame aprender, a sua mente cansa. É relativamente rápido, principalmente quando você não sabe dosar o seu texto.

Você precisa "mastigar" o seu conteúdo. Deixar que ele gere a sensação de aprendizado sem gerar um estímulo exagerado no seu público.

Eu fiz isso com você.

**Leia com atenção o texto abaixo:**

*Existe uma lógica que você precisa seguir na construção do seu post. Funciona mais ou menos assim:*

*01 - Começo*

*02 - Meio*

*03 - Fim*

Eu resumi um assunto extremamente rico em 3 pilares. Começo, meio e fim do post.

Na prática, eu só preciso que você grave essa informação inicialmente. Depois, após assimilar essa informação, naturalmente você irá desejar uma explicação mais detalhada.

No seu post no Instagram (na parte do meio). Você irá sintetizar o seu conteúdo, isto é, você precisa começar pelo resumo. Junte as peças, faça uma lista, explique um único conceito ou conte uma única história.

Mas faça algo que o seu público consiga absorver sem grandes dificuldades. Preste muita atenção

nisso. Você não precisa que o seu público aprenda tudo imediatamente, você precisa que ele decore os tópicos.

Mais uma vez, eu escrevi esse manual com o propósito de guiar você nessa reflexão, um guia, um direcionamento. É importante que você reflita sobre esses conceitos. Faça isso com calma e dedicação.

Se você optar por contar uma história como o meio do seu post. É importante que a sua história seja dinâmica.

Contexto

Segredo

Vitória

Convite

Se você observar como eu fiz a construção para promover esse post, irá perceber esse padrão.

**Contexto:** *Eu e a minha equipe já testamos todos os modelos de post que você possa imaginar.*

**Segredo:** *Mas nada supera esse post feio. Fundo preto, letra branca. Eu não estou falando de likes ou comentários, estou falando de vendas. Cash.*

**Vitória:** *Recentemente eu encontrei um formato que eu posso dizer que ganhou um segundo lugar oficial.*

*Essa combinação gerou um boom de vendas.*

E aí o conteúdo da história continua. Claro que esse é um dos posts com maior potencial de conversão, no entanto, não é algo que você conseguirá usar com muita frequência.

Isso é importante entender também. Existe uma sequência mais apropriada para utilizar as estratégias com cada um dos seus posts.

O mais importante é que na parte do meio, você desenvolva essa habilidade de resumir em 3-5 slides uma informação muito importante que gere uma sensação de vitória imediata, porém, que crie o desejo por mais.

E mais uma vez, não se trata de dar uma aula no Instagram, estou falando sobre rodar uma copy, com elementos controlados de conteúdo.

## **O Final do Post: A Chamada de ação com elementos de Escassez e Urgência que converte.**

Todo mundo possui uma vida útil muito curta. Isso é fato. Por isso que não faz muito sentido encerrar um post pedindo para que as pessoas comentem, curtam ou mesmo compartilhem.

Você precisa que um post que é de curto prazo, possa dar origem a algo de longo prazo. Você leu o meu post por talvez 2 minutos. Mas agora está lendo um texto há 15 minutos? Você faz parte da minha lista de emails.

Eu gosto de colocar o elemento de urgência, colocando um número para quem irá receber o material. Você pode limitar o seu post liberando algo inicialmente sem custo, e depois adicionar um custo. Em muitos casos, eu libero gratuitamente, depois eu cobro valores como R\$7 - R\$19,90.

Talvez você tenha comprado este e-book, isso significa que ou você chegou depois, ou eu já mudei o imã digital gratuito para um e-book pago.



Mas isso é uma outra estratégia. Não vou me aprofundar aqui. O mais importante é que os dois últimos slides precisam reforçar a chamada de ação. Por um tempo eu não usava a chamada de ação no próprio carrossel, deixava apenas na legenda, o resultado é muito menor.

É nítido que muitos não chegam a de fato ler a legenda. O que, infelizmente, é o que muitos empreendedores dedicam um tempo precioso. A legenda foi uma das minhas principais áreas de teste. Na minha experiência, é um desperdício de tempo criar textos longos na legenda.

Nos slides finais, é importante que você reforce a promessa como um todo.

Ex: Se você quer X, mande uma mensagem inbox para receber o material Y.

Esse é o material que vai te ajudar a X.

Se o link estiver na bio, seja descritivo. Eu liberei o link na BIO. O título do link é X.

O mais importante é que o slide final seja uma chamada de ação. Você também pode pedir que seja enviada uma mensagem específica.

Ex: Envie uma mensagem inbox com o texto XYZ para receber 1,2,3...

Muitas pessoas me questionam o porquê de enviar mensagem inbox. O mais prático é enviar as pessoas para a Bio. Mas por algum motivo que eu não sei explicar, o volume inbox é sempre muito maior.

Óbvio que acaba dando uma carga de trabalho operacional maior para a minha equipe, mas é um CONTROL C e CONTROL V que gera resultados de verdade.

Você não precisa levar todas as mensagens para inbox. Mas quando você quer testar algo novo, eu sugiro que você faça. Afinal, o primeiro passo que mostra que o público pode ter interesse em comprar algo, é o fato de sair da zona de conforto e pedir um link inbox.

Óbvio, pode ser um perfil que se for gratuito, ele quer tudo. Sim, pode acontecer. Mas esse público é a minoria. Além disso, quando ele receber o seu material, no mínimo, ficará com vontade de comprar algo.

## **O Post Que Vende Absolutamente Tudo no Instagram...**

Eu já ensinei esse processo para empresários dos mais diferentes mercados, e quem implementou, sempre fala a mesma coisa: Eu não achei que iria funcionar mas olha esse resultado.

Produto físico

Produto Digital

Serviço

Negócios Locais

Os mais diversos nichos, conseguindo finalmente transformar o Instagram em resultados de verdade, de uma maneira simples e que funciona.

Existem algumas variações de posts, alguns que não envolvem necessariamente um carrossel, apenas uma imagem (perfeito para vender e-book). Existem posts que servem para vender eventos presenciais.

O fato é que nós continuamos testando... e muito. Eu criei um verdadeiro laboratório, testes de anúncios, formatos de imãs digitais, sequências de emails, páginas de vendas, modelos de posts,

muita coisa mesmo. O mercado digital é teste, isso todo mundo já sabe. Porém, para testar é preciso saber exatamente o que você está tentando descobrir ou provar.

E isso foi algo que na Marketing Com Digital nós aprendemos a fazer, faz parte do nosso DNA. É cansativo, mas o retorno justifica todo o trabalho.

Um convite especial...

Eu tenho um convite muito especial para te fazer.

Honestamente, depois de escrever esse material extremamente rico, algo único, que eu tenho certeza que você aprendeu muito, o ideal seria te oferecer um produto high ticket.

Como por exemplo, uma mentoria individual, um programa de 4 semanas, algo do tipo. Mas eu decidi fazer um teste (mais um).

É arriscado, mas eu vou testar. Eu quero te convidar para uma experiência diferente comigo. Parecida com essa que você está vivendo agora, de ler um manual, estudar de maneira mais aprofundada um determinado tópico.

A minha proposta para você hoje é diferente do que geralmente eu tenho feito. Principalmente porque o outro modelo de proposta é mais lucrativo e mais fácil de entregar.

Na mentoria, eu reúno um determinado grupo, oriento individualmente os participantes, digo o que precisa ser feito e sigo para o próximo grupo.

Mas eu decidi formar um novo grupo, de pessoas que querem ter essa experiência mais completa, acompanhar bastidores das estratégias de marketing digital.

Pessoas que querem sim estudar o manual, querem entender como a estratégia funciona, desejam estudar e ter um conhecimento mais aprofundado nos testes que acontecem nos bastidores do mercado.

Em outras palavras, pessoas que querem fazer parte da linha de frente, que estuda, entende o processo como um todo, testam e mensuram os resultados.

No nosso portal de membros vip da Marketing Com Digital, é exatamente isso o que você terá acesso. Os nossos bastidores, os nossos testes, os

nossos manuais, guias, checklists, enfim, o nosso acervo de documentos, que guiam todas as nossas estratégias de vendas online.

Eu vou te dar a chance de ativar a sua assinatura anual, isto é, você poderá ter acesso aos nossos bastidores completos, durante os próximos 12 meses.

Você receberá manuais como esse, vídeos com tutoriais, bastidores da nossa compra de tráfego, modelos de ofertas que estamos testando, enfim, você irá garantir o seu acesso ao laboratório da Marketing Com Digital, com todas as nossas descobertas.

O investimento para se tornar membro é bem acessível. Um valor que não será uma barreira.

O valor é de apenas R\$397 que pode ser parcelado em 12 parcelas de R\$39,70.

Se você dividir o valor de R\$39,70, o resultado será de R\$1,32. Esse é o valor que te separa de colocar as suas mãos nos manuais mais completos que você já teve acesso, para te ajudar a entender como finalmente vender todos os dias durante 1 ano.

Se você aceitar essa proposta, além de todos os benefícios do Portal de Membros VIP, você irá liberar o seu ticket de ouro para os nossos Workshops online.

São encontros ao vivo, geralmente em torno de 2-3 dias, sobre temas específicos como tráfego, copy, funil de vendas e criação de produtos.

O ticket do Workshop começa em torno de R\$47 e vai até R\$197, quando vamos mudando os lotes.

Estou falando de um valor de aproximadamente R\$497 - R\$1.197. Esse é um bônus extra para você que ativar a sua assinatura (que não é renovada automaticamente).

O valor é de R\$397 e você pode parcelar em 12 parcelas de R\$39,70. Isso significa que nós mudamos o formato tradicional de recorrência, pois nesse caso, você teria que fazer um pagamento único de R\$397, que iria repetir após 12 meses.

Mas nós deixamos isso em aberto. Permitimos o parcelamento em 12x e não deixamos a renovação automática. Ou seja, nós acreditamos que ao final, você irá decidir ativar mais uma vez

a sua assinatura. Além de todas as vantagens, ser membro VIP te dá condições especiais para os nossos eventos presenciais, inclusive, nossa tão disputada imersão em Orlando.

Você também recebe descontos especiais para comprar nossos livros, além de receber descontos na compra de alguns produtos e serviços com alguns dos nossos parceiros.

Enfim, ser VIP tem boas vantagens.

Se você quer levar o seu nível de conhecimento no marketing digital e os resultados resultados para um próximo nível, esse é o seu próximo passo ideal.

[Clique aqui para ativar a sua assinatura agora.](#)

Vamos em frente  
Natanael Oliveira