

LIVE

# JORNADA DO CLIENTE

CONSIDERAÇÃO

CONSCIÊNCIA

INTERESSE

COMPRA



# AULA#23 - FUNIL DE AQUISIÇÃO E JORNADA DO CLIENTE IDEAL

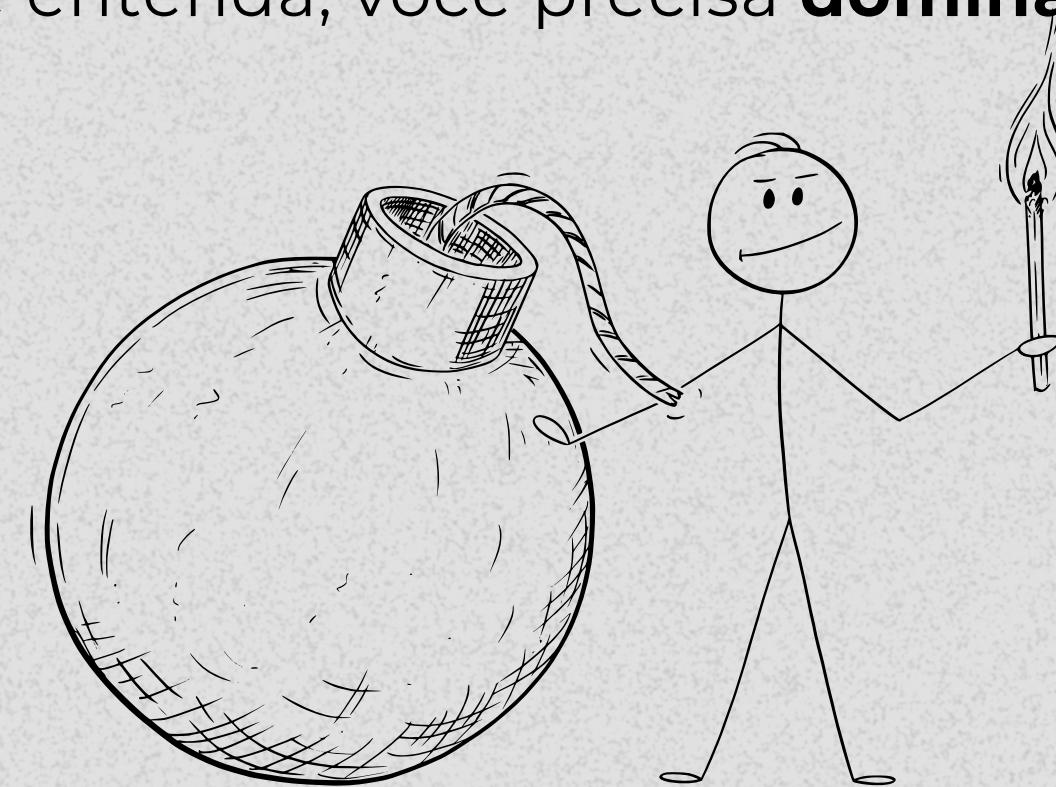
**CALMA!!!!**

Antes de começar a ver o conteúdo precisa ter bem definido sobre o que é Funil de Aquisição

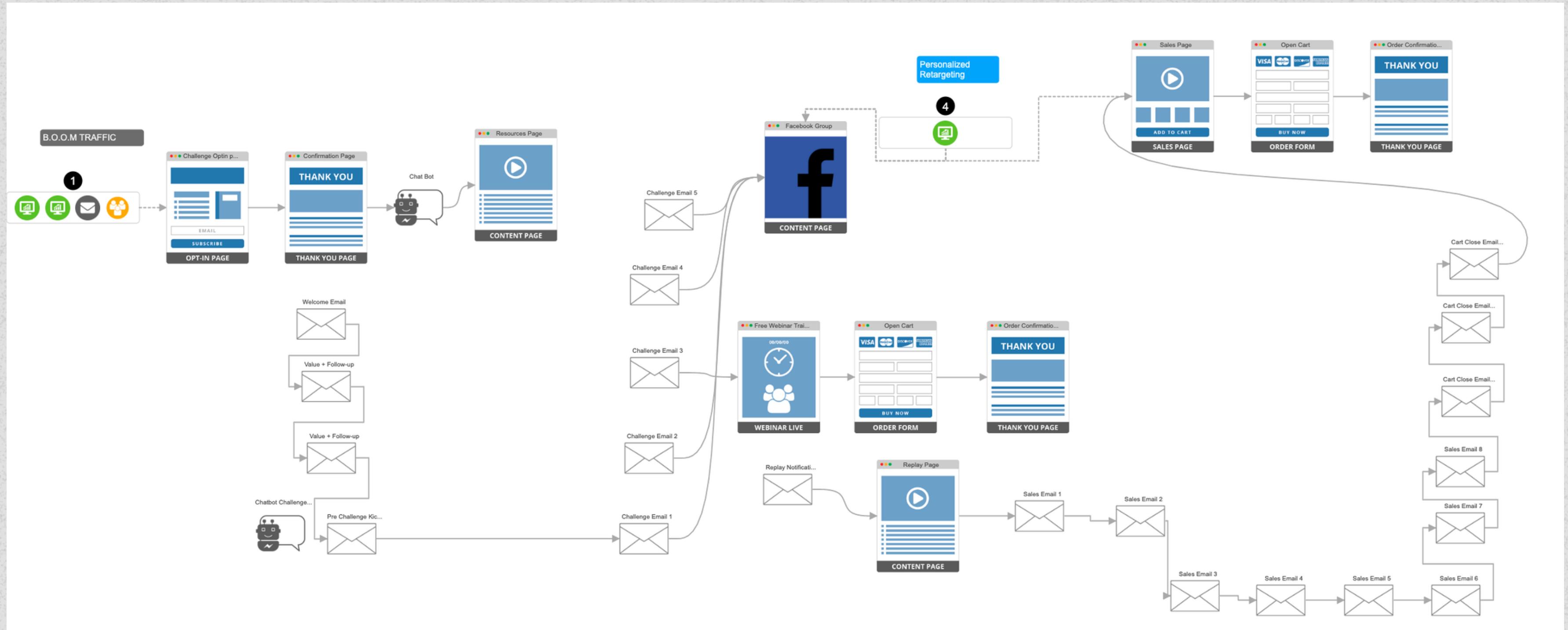
Preciso de mostrar a última tendência na gringa.

**O Challenge Funnel.**

Mas para que você entenda, você precisa **dominar 2 coisas primeiro**

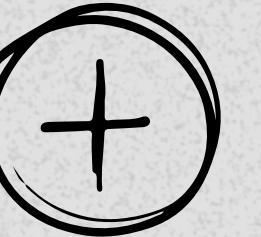


# O FUNIL MAIS BIZARRO QUE EXISTE ATUALMENTE

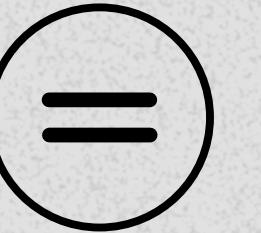




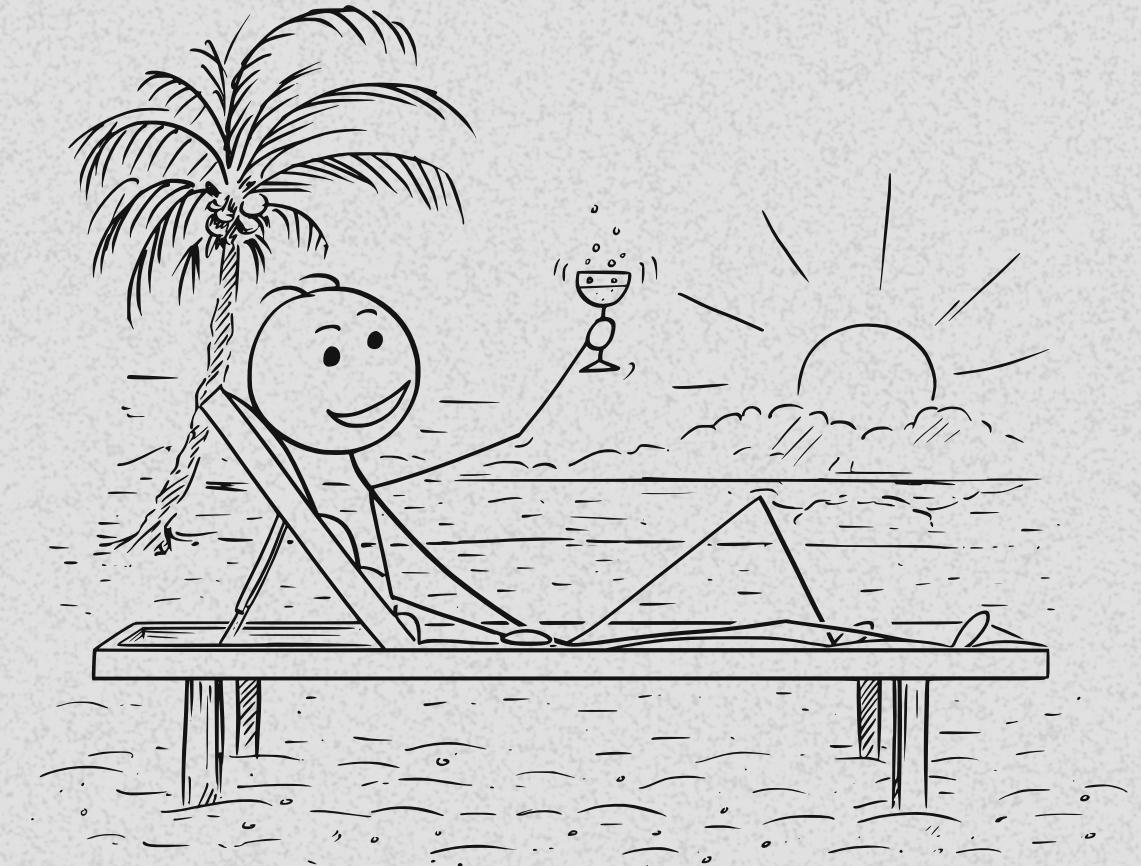
## **FUNIL DE AQUISIÇÃO.**



## **FUNIL DE LUCRO.**



## **FUNIL DE DESAFIO**



Atrair clientes de **todas**  
**as formas**

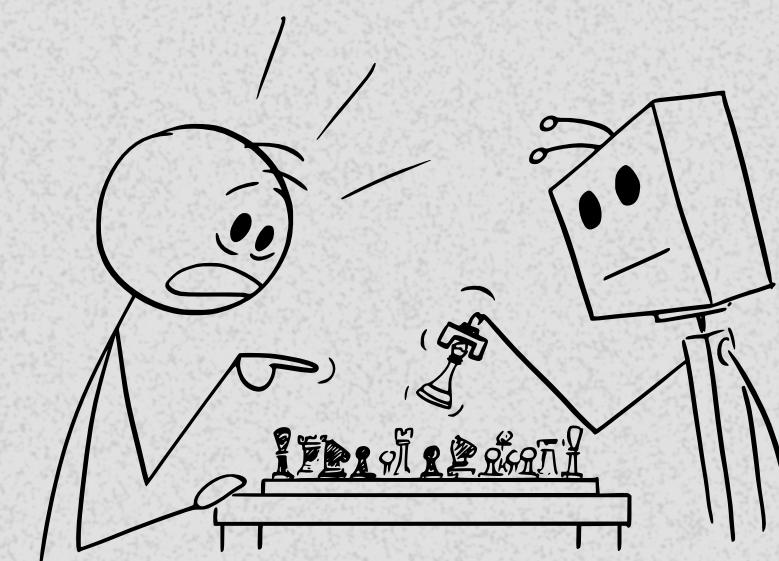
Transformar **leads**  
**quentes, mornos e frios**  
em clientes

Atrair clientes a  
**qualquer custo**

**Escalar** a aquisição  
de clientes

**Não me importo com**  
o lucro imediato

Cliente, cliente, cliente.  
Sugador?**saí fora**



## VANTAGENS

Escala absurdamente

Clientes inundando sua empresa

Você se torna um "concorrente desleal"

Você "**esmaga qualquer competidor**"

Você tem um negócio **baseado em princípios** e não em  
truquezinho de stories

Você tem **pilares sólidos para sustentar** sua empresa

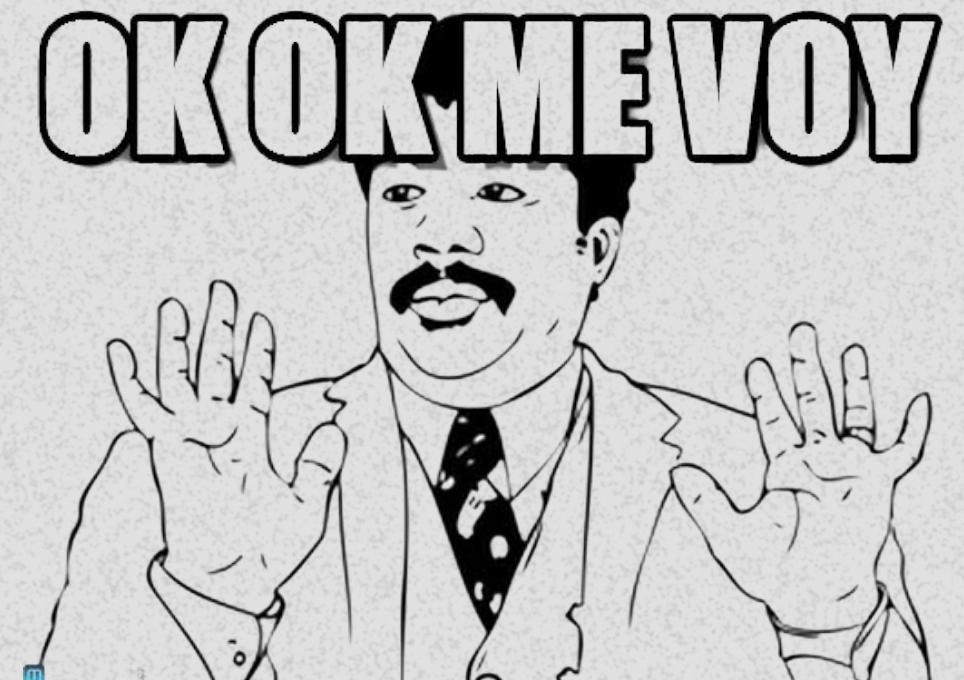
Você cria base de **clientes pagantes** ao invés de Leads

Você ganha **previsibilidade**

Pode ser **automatizado e escalado**

**Receita recorrente** e automática

Evita cair na malha do Facebook e Google Slap



Necessita de funis complementares

Quando colocado em ação sozinho, dificilmente gera ROI maior que 2x

Precisa ser um produto que **resolve uma dor latente**

## DESVANTAGENS DO FUNIL DE AQUISIÇÃO

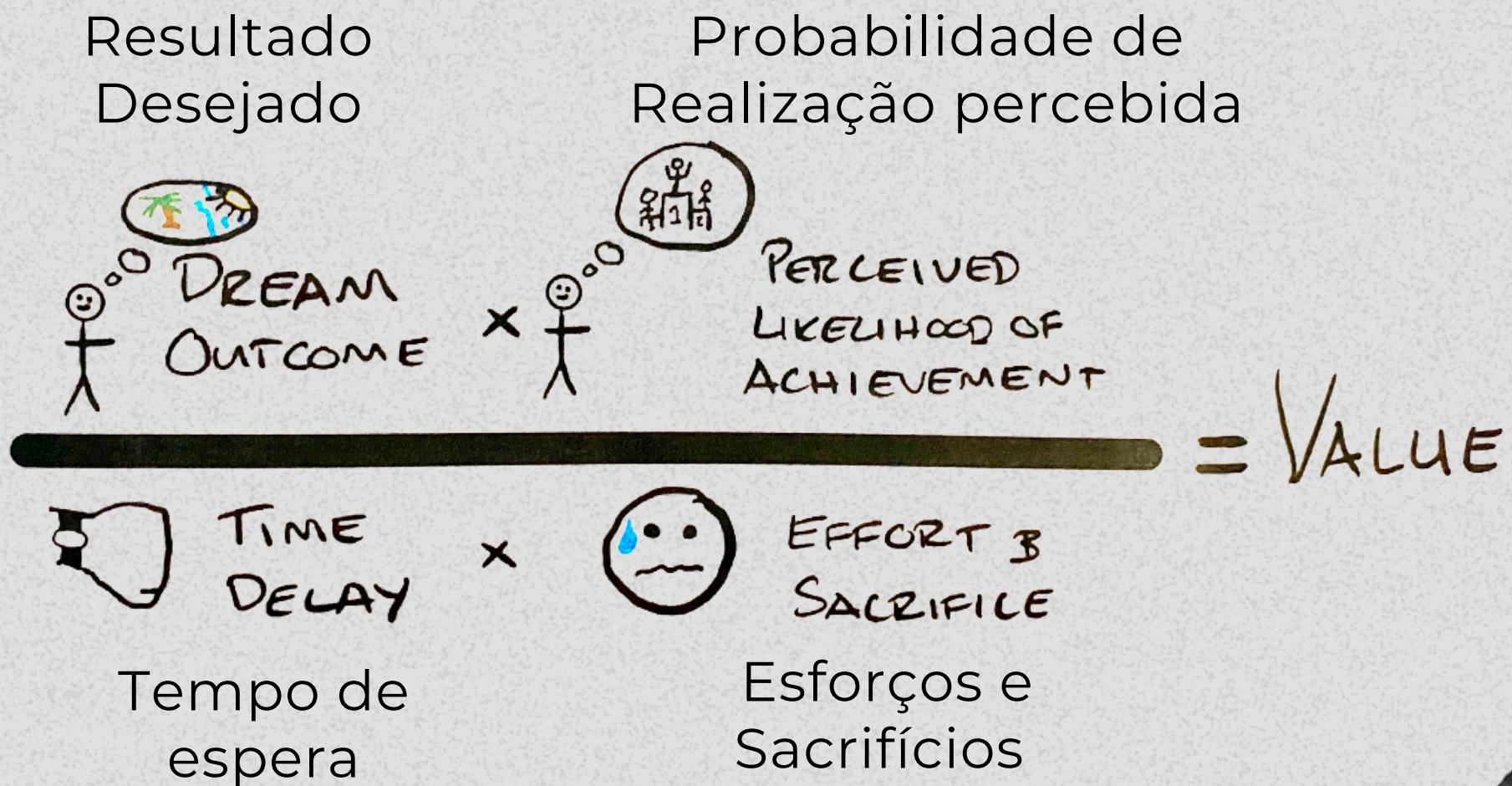
**CAC geralmente próximo do valor do produto**

Precisa ser de **consumo rápido**

Precisa ser o mais **topo do funil possível**



# FÓRMULA DO ALEX HORMOZI PARA FUNIL DE AQUISIÇÃO

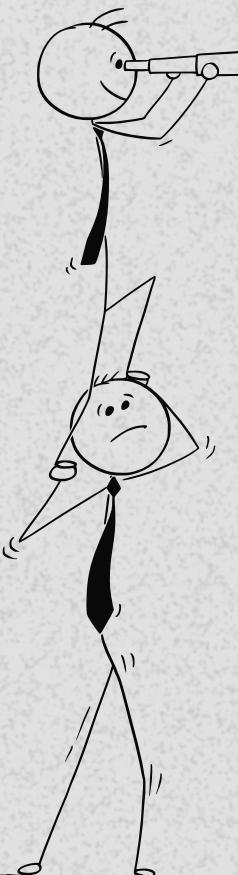


# **JORNADA DO CLIENTE DOS SONHOS**

## **ETAPA 1 - TOPO**

"No topo do funil, o seu potencial cliente se depara com um desafio que precisa de solução, mas ele não sabe como pode solucionar esse problema, e então, começa a pesquisar na internet".

Ignição digital



## **ETAPA 2 - MEIO**

"No meio do funil, ele descobre as possíveis soluções para o problema ou desafio, então começa a criar alternativa, pesquisando, conversando, engajando e se relacionando".



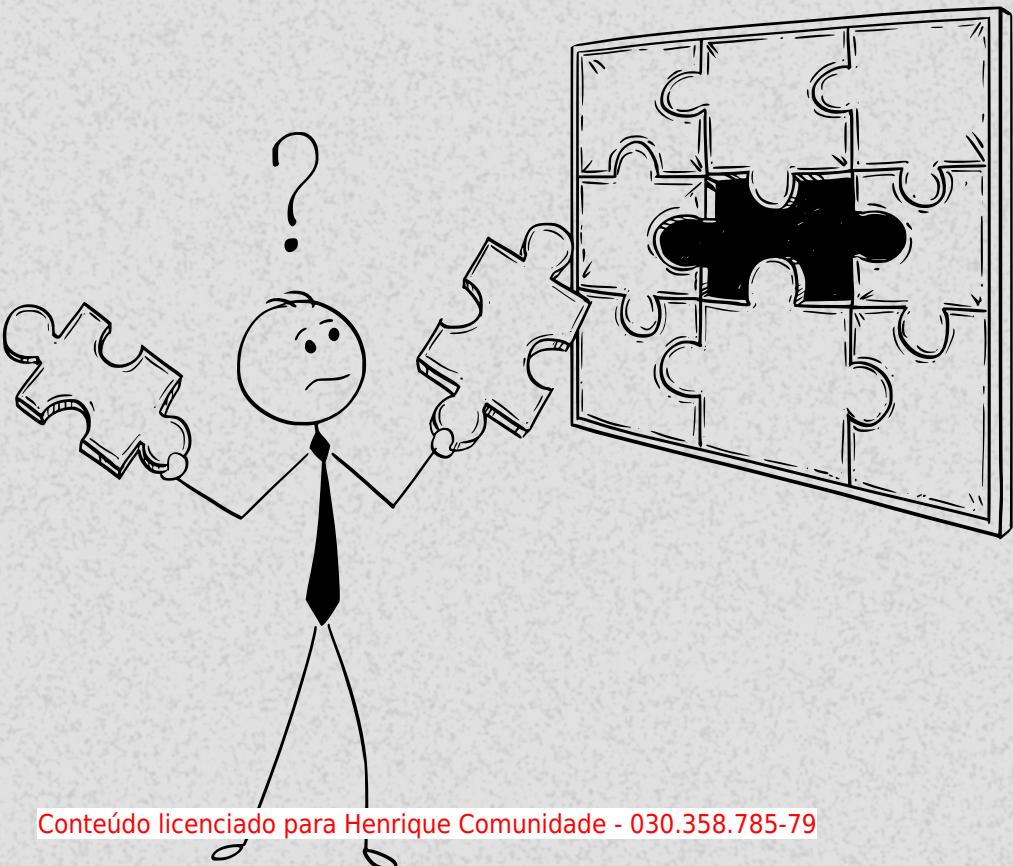
## ETAPA 3 - FUNDO

Considera as possíveis soluções e busca o melhor produto para resolver o problema.  
Está disposto a pagar para ter sua dor, desafio ou desejo solucionado.



# **FUNIL DE AQUISIÇÃO ENTRANDO EM AÇÃO**

Ei, você tem um problema e nem sabe...  
Isso pode piorar muito se você resolver...  
Mas não se preocupa, existe uma solução...



# **ALGUNS FUNIS PODEM SER UTILIZADOS COMO AQUISIÇÃO**

Funil de Lançamento

Funil de VSL

Funil de Tripwire

Funil de Desafio

Funil de Isca de Valor

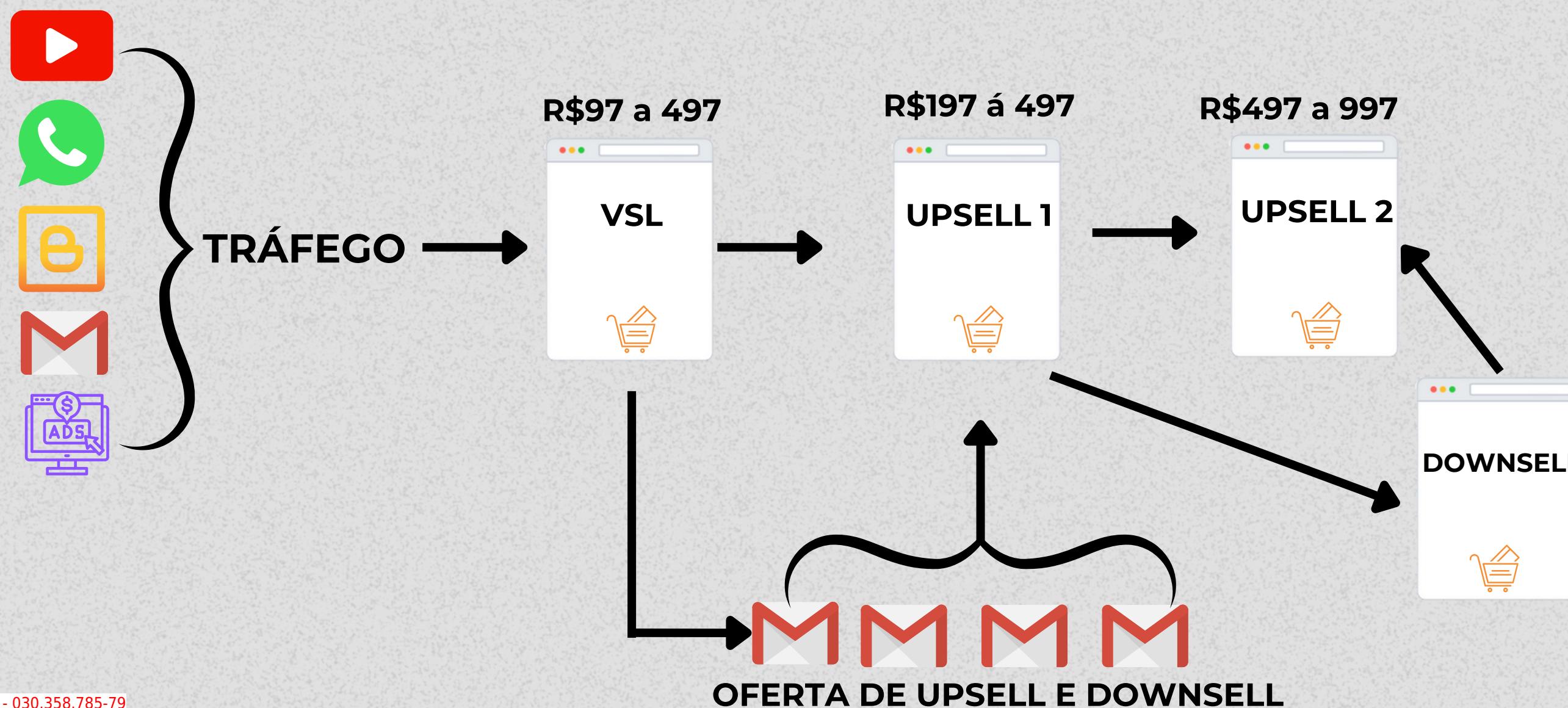
...



# EXEMPLOS:

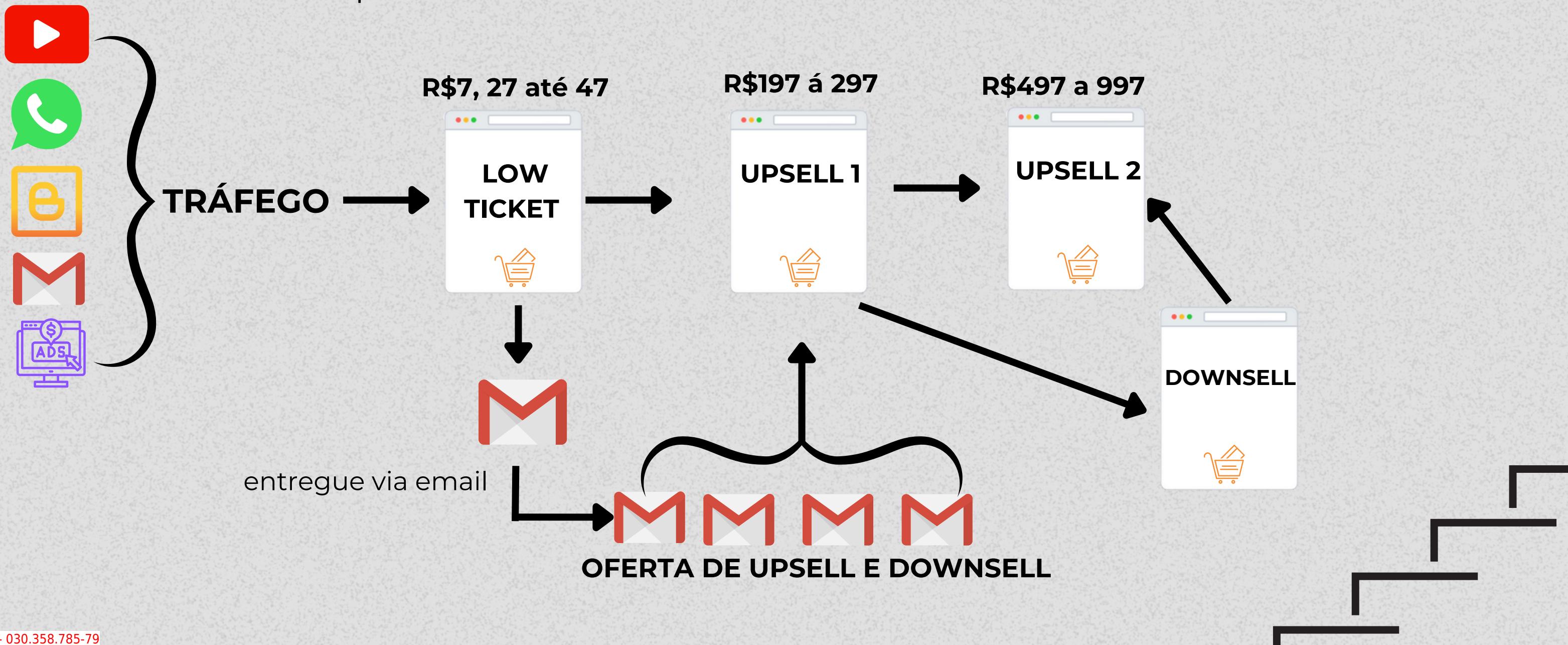
## MODELO FUNIL VSL

- Escala a um ticket maior
- Converte público frio
- Gera conexão
- Abre as portas



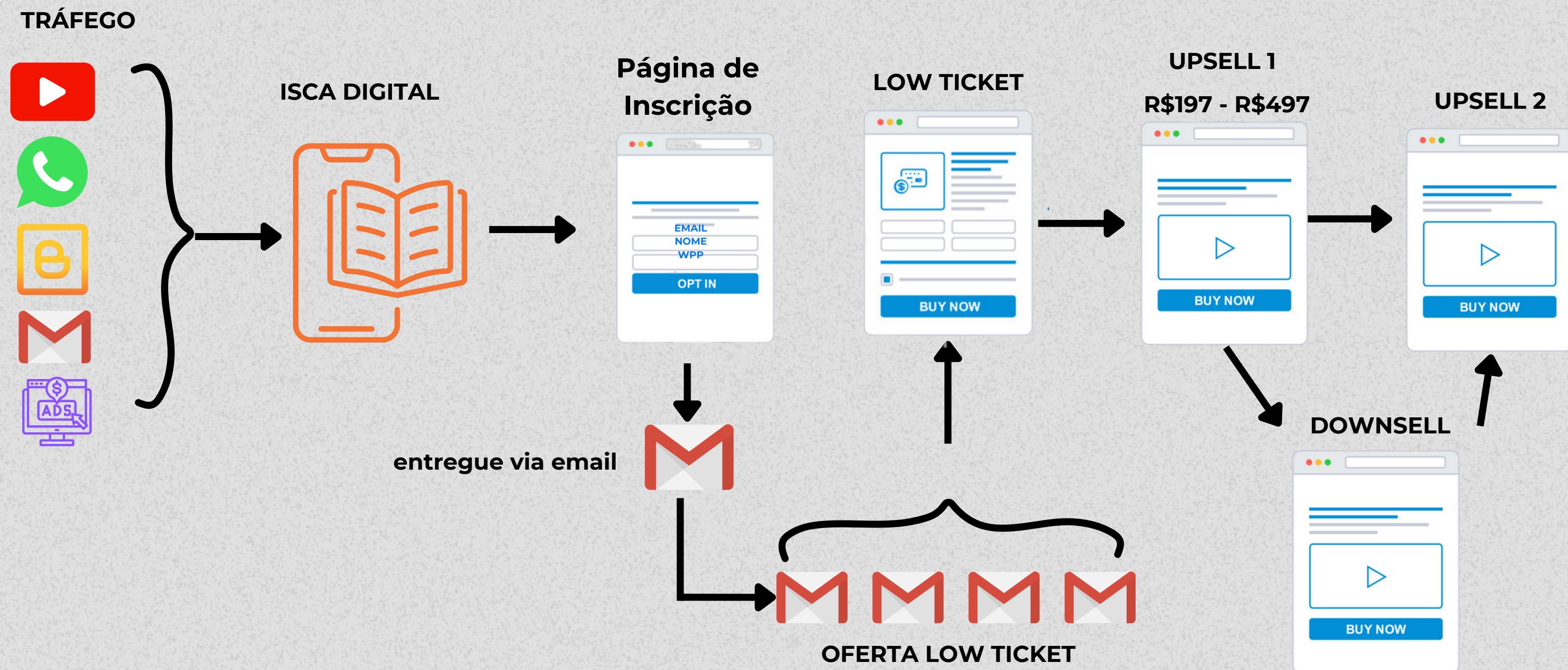
# MODELO DO FUNIL TRIPWIRE

- Potencializador de escala
- Gera lucro inicial
- CAC 0
- Objetivo de Vender o MAIS RÁPIDO POSSÍVEL
- Só quando você tiver a escada de valor.



# MODELO DE FUNIL DE ISCA DE VALOR

- Isca de valor - Resolve dor latente
- Rápido consumo
- Pesquisa obrigatória
- Se possível, captar dados do pagamento na isca de valor.



# CONSIDERAÇÕES

- Você evita ser comparado
- Você aluga um prédio na cabeça do seu cliente
- Na cabeça dele, só existe você como solução
- Continua comprando de você, pois você quem revelou o problema para ele.
- Taxa de Ascensão altíssima.
- Geralmente em torno de (30%)
- Próxima aula... Funil de Lucro
- Vamos empilhar esses funis?

