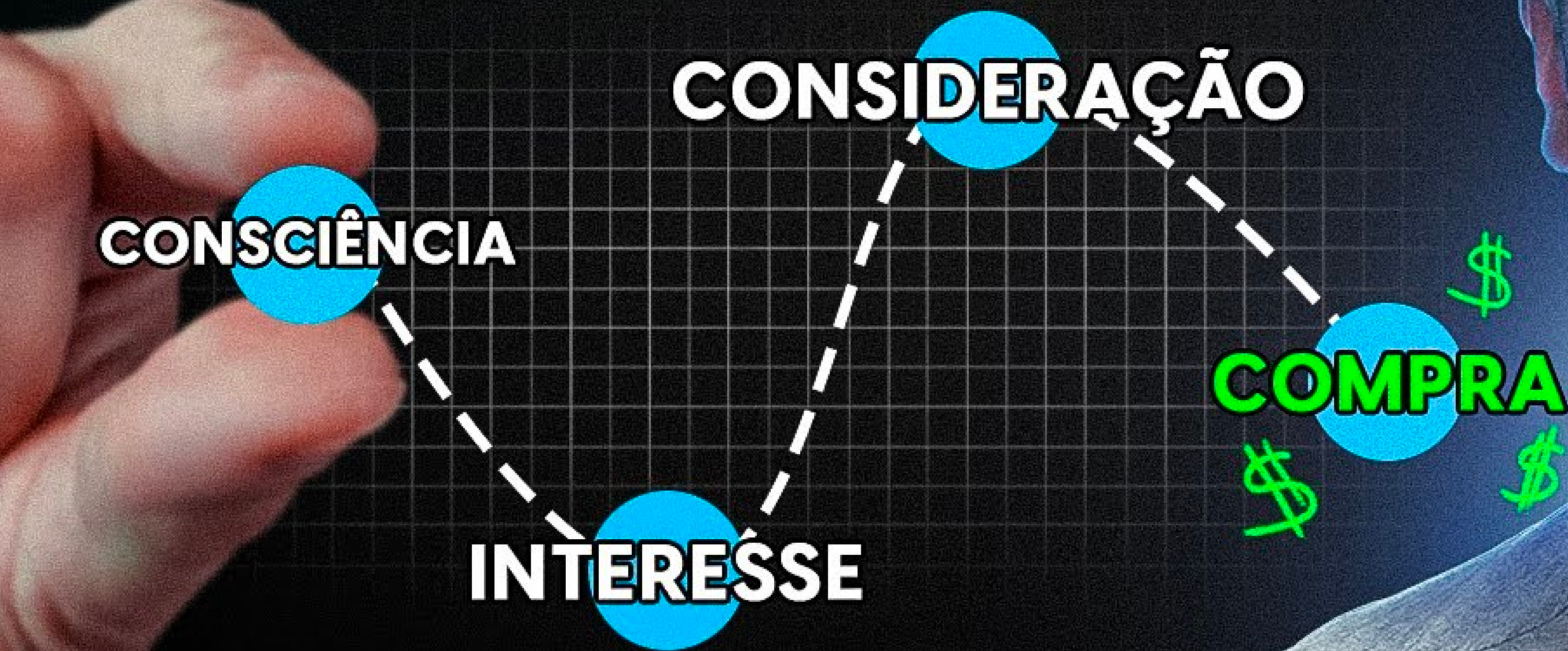


JORNADA DO CLIENTE



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

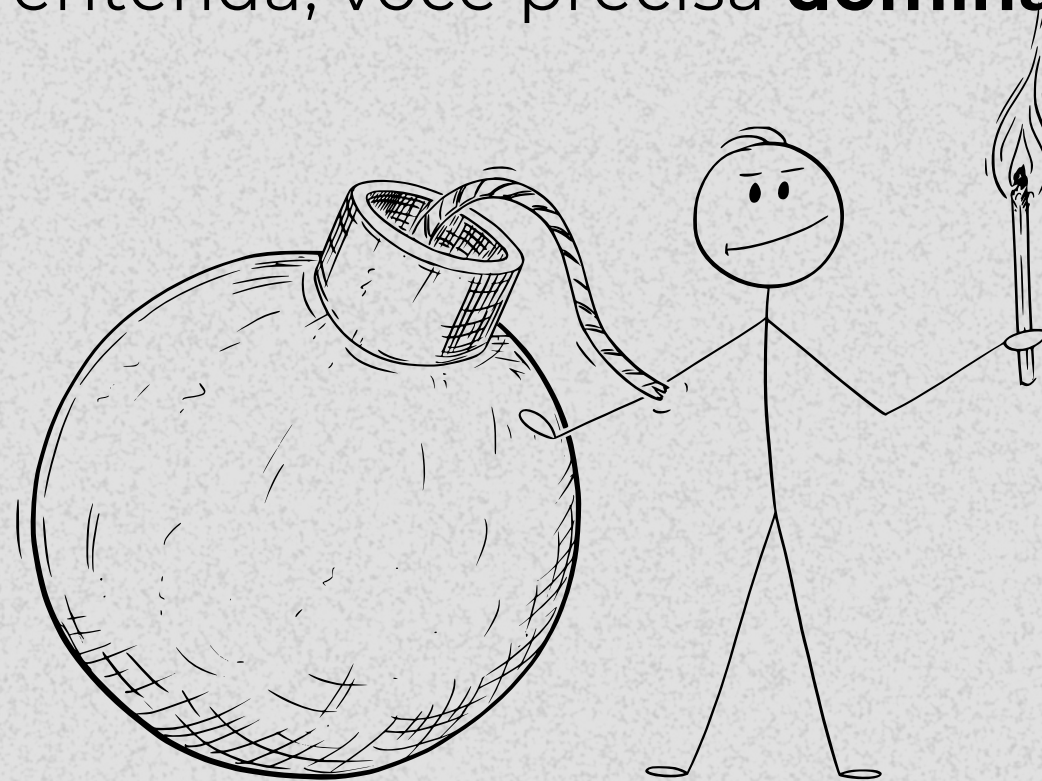
CALMA!!!!

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

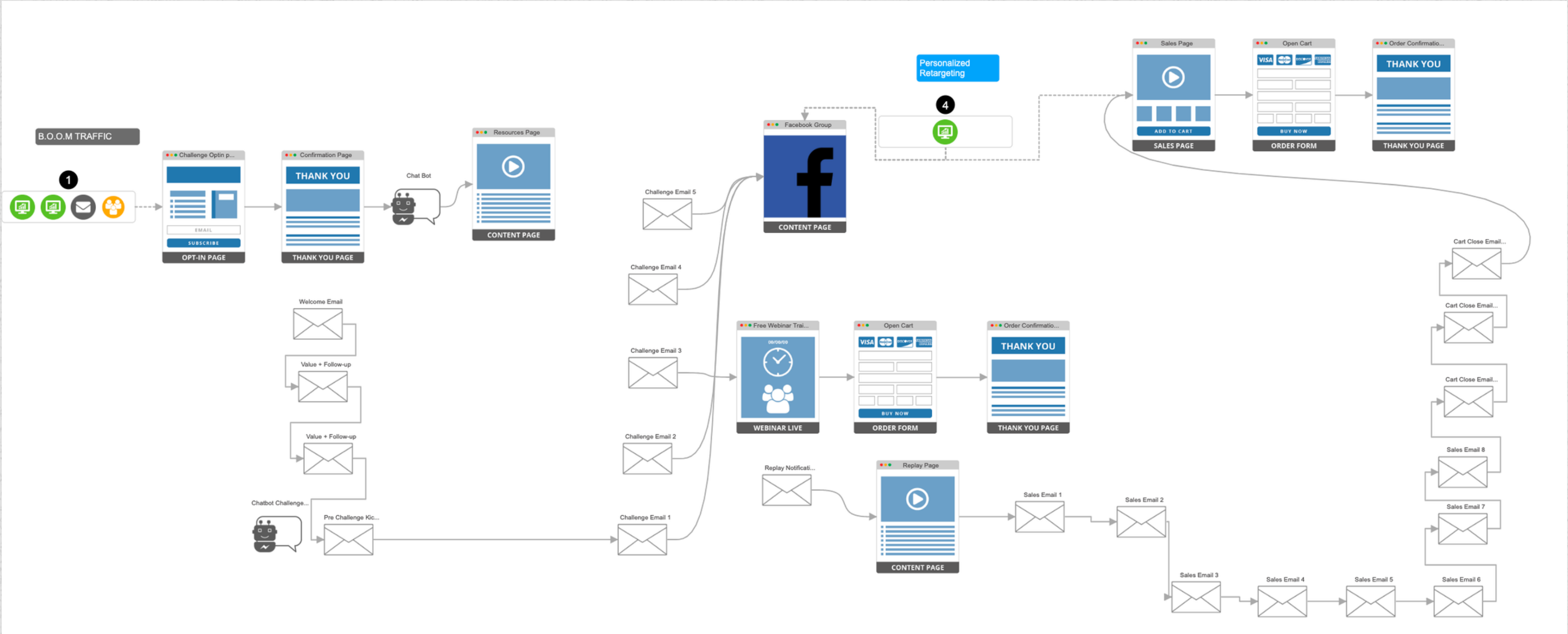
Preciso de mostrar a última tendência na gringa.

O Challenge Funnel.

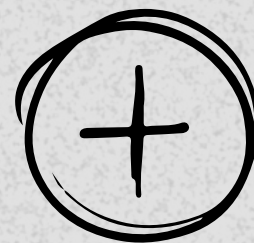
Mas para que você entenda, você precisa **dominar 2 coisas primeiro**



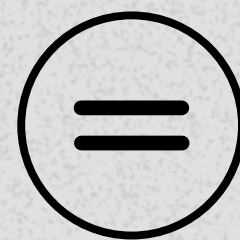
O FUNIL MAIS BIZARRO QUE EXISTE ATUALMENTE



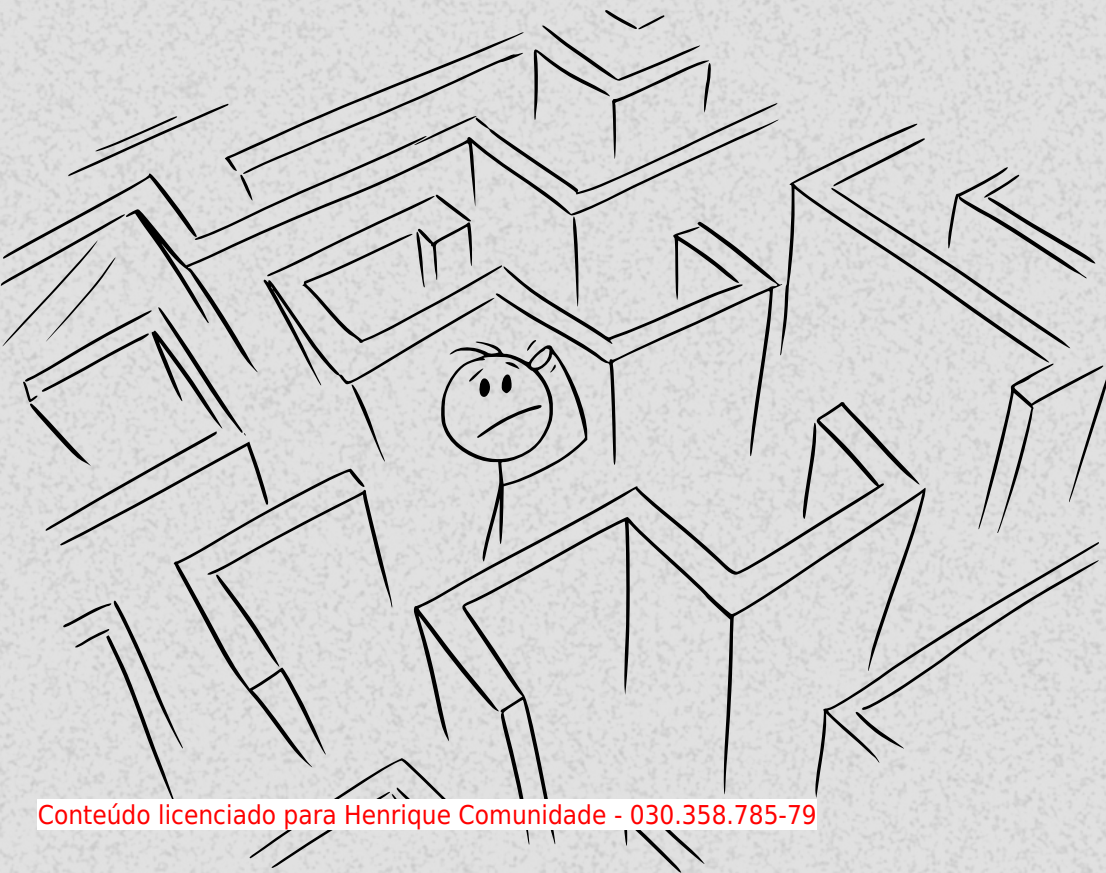
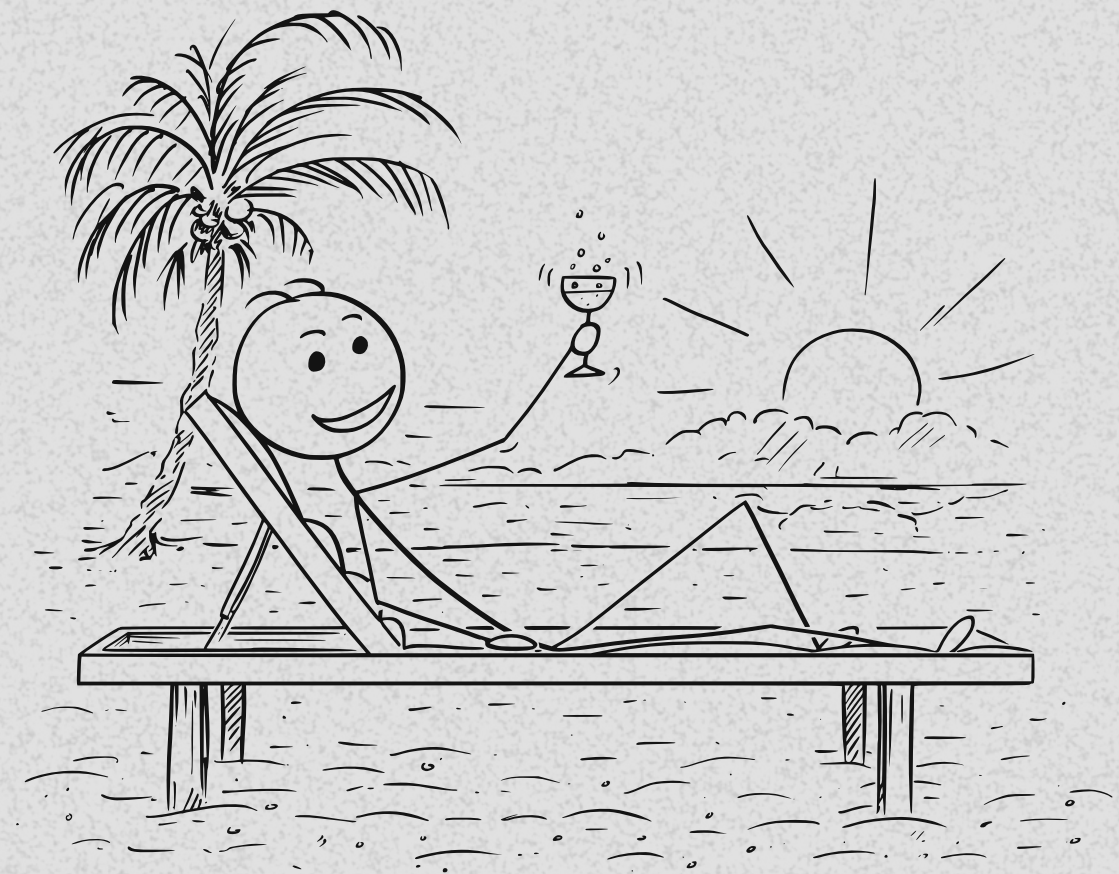
FUNIL DE AQUISIÇÃO.



FUNIL DE LUCRO.



FUNIL DE DESAFIO



Atrair clientes de **todas**
as formas

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

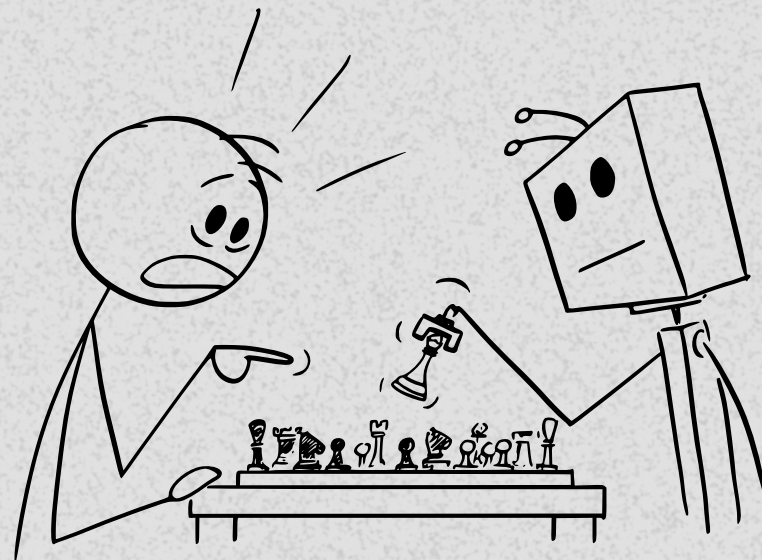
FUNIL DE AQUISIÇÃO

Atrair clientes **a**
qualquer custo

Não me importo com
o lucro imediato

Escalar a aquisição
de clientes

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



VANTAGENS

Escala absurda

Clientes inundando sua empresa

Você se torna um "concorrente desleal"

Voce "**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

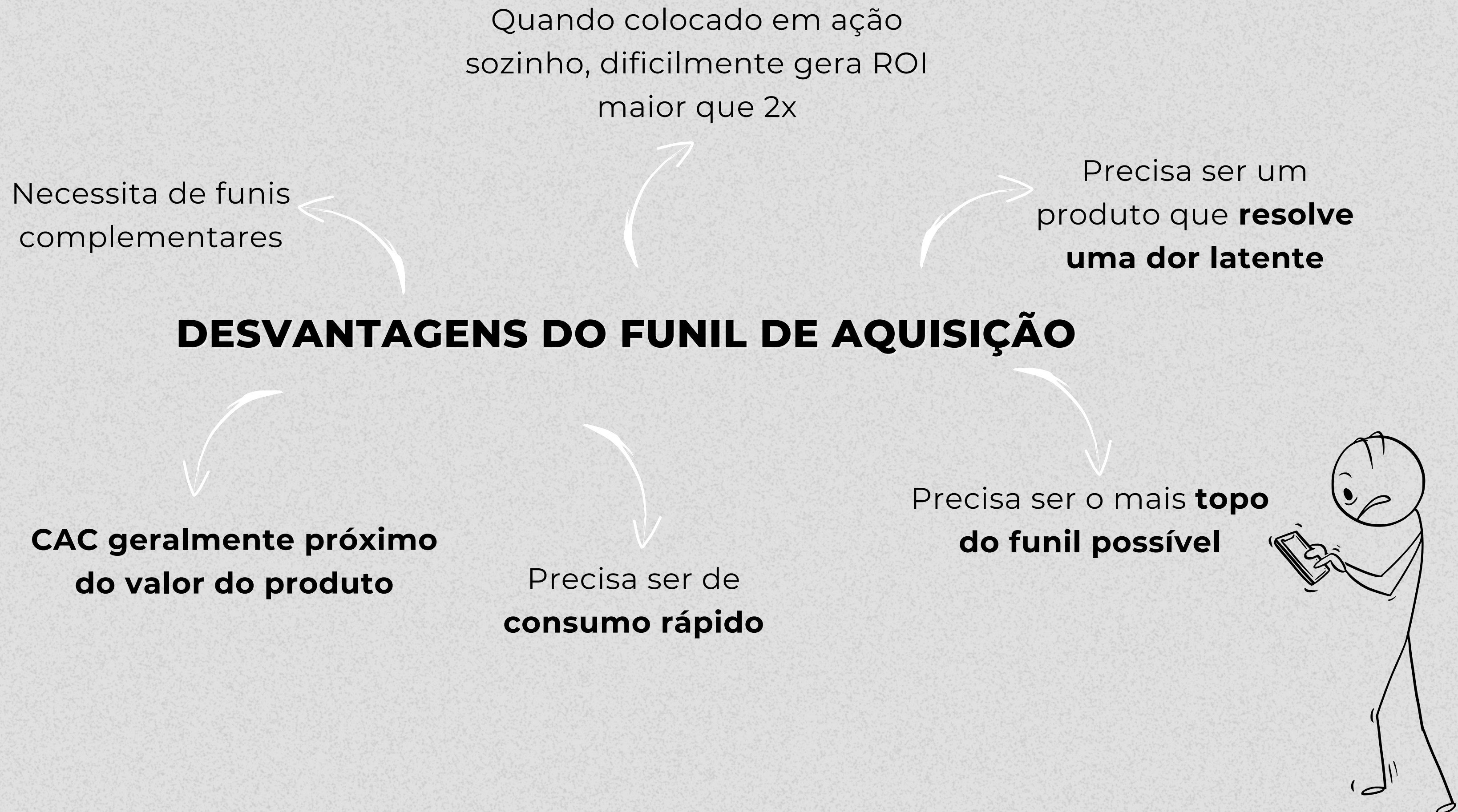
Você ganha **previsibilidade**

Pode ser **automatizado e escalado**

Receita recorrente e automática

Evita cair na malha do Facebook e Google Slap





FÓRMULA DO ALEX HORMOZI PARA FUNIL DE AQUISIÇÃO

$$\frac{\begin{array}{c} \text{Resultado} \\ \text{Desejado} \\ \text{DREAM} \\ \text{OUTCOME} \end{array} \times \begin{array}{c} \text{Probabilidade de} \\ \text{Realização percebida} \\ \text{PERCEIVED} \\ \text{LIKELIHOOD OF} \\ \text{ACHIEVEMENT} \end{array}}{\begin{array}{c} \text{Tempo de} \\ \text{espera} \\ \text{TIME} \\ \text{DELAY} \end{array} \times \begin{array}{c} \text{Esforços e} \\ \text{Sacrifícios} \\ \text{EFFORT \&} \\ \text{SACRIFICE} \end{array}} = \text{VALUE}$$



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".



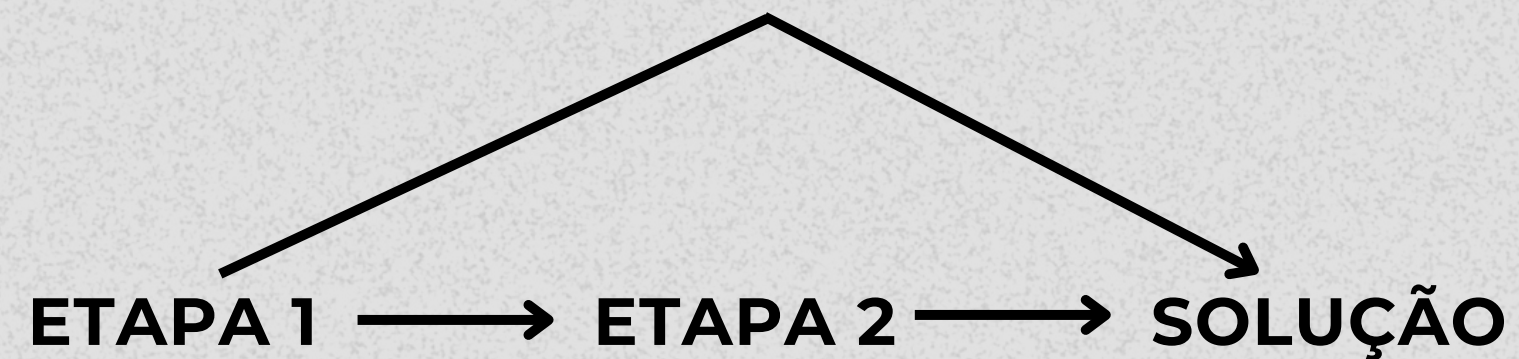
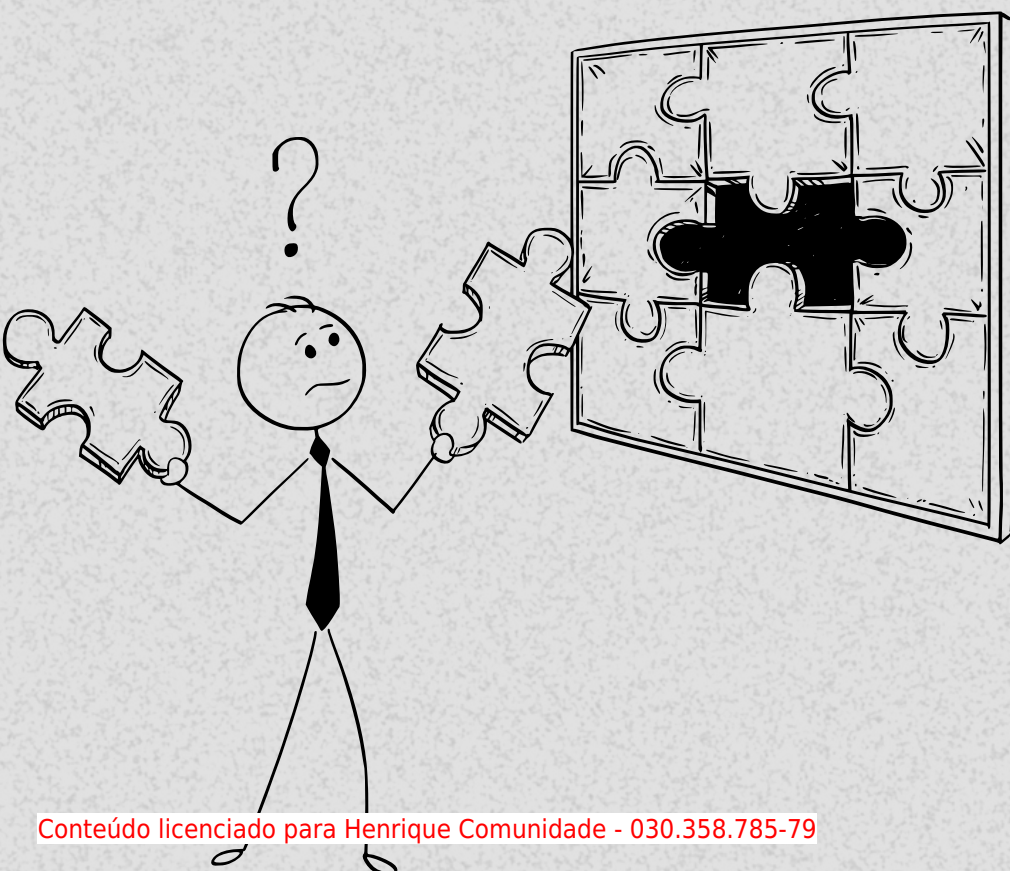
ETAPA 3 - FUNDO

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

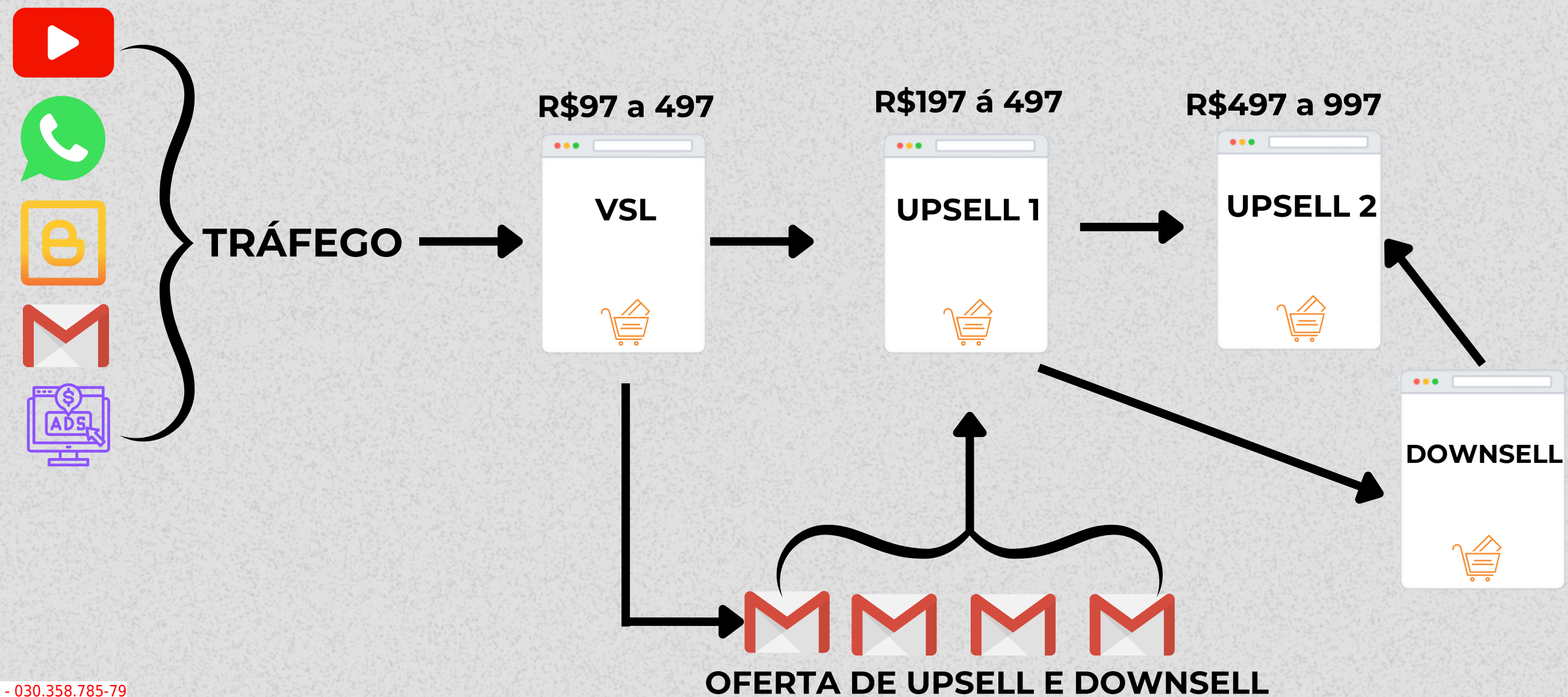
...



EXEMPLOS:

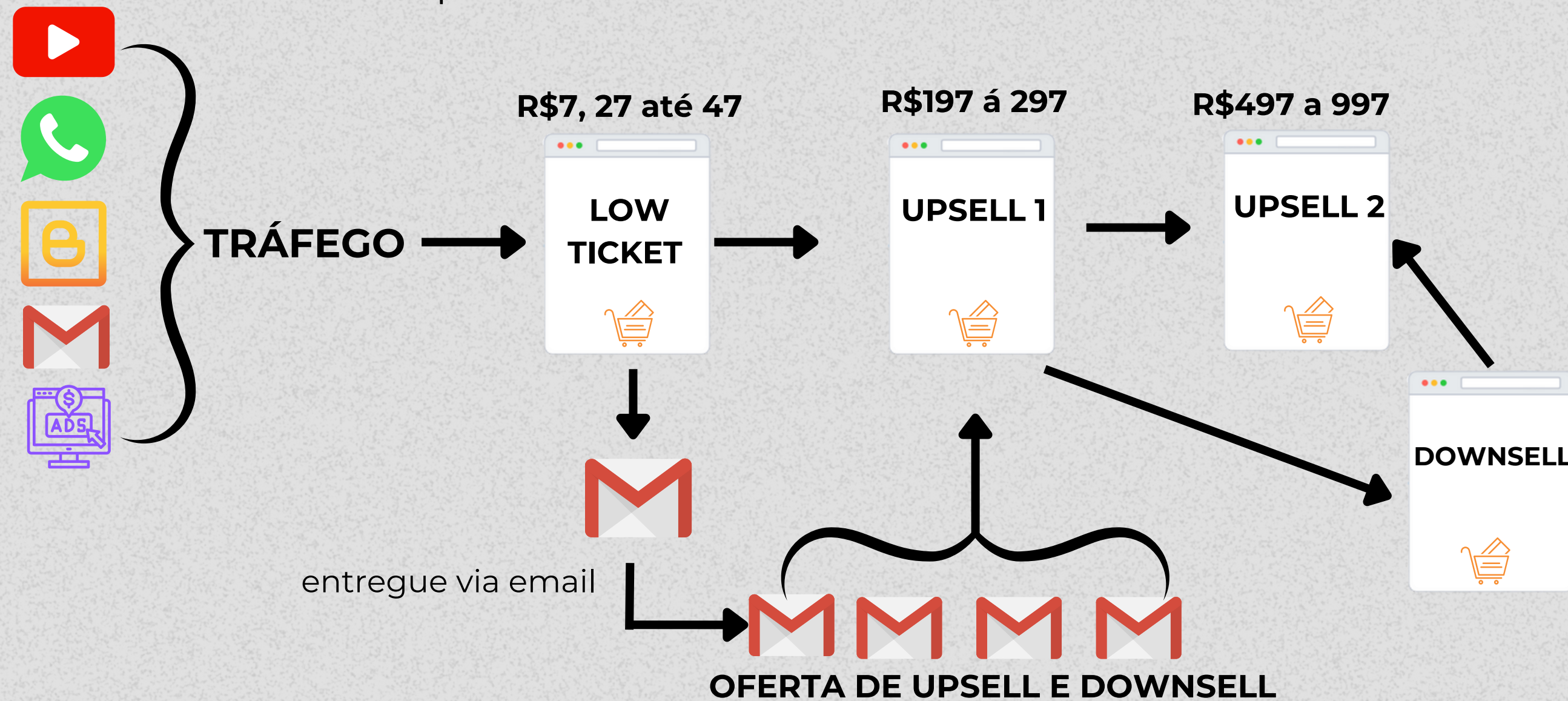
MODELO FUNIL VSL

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



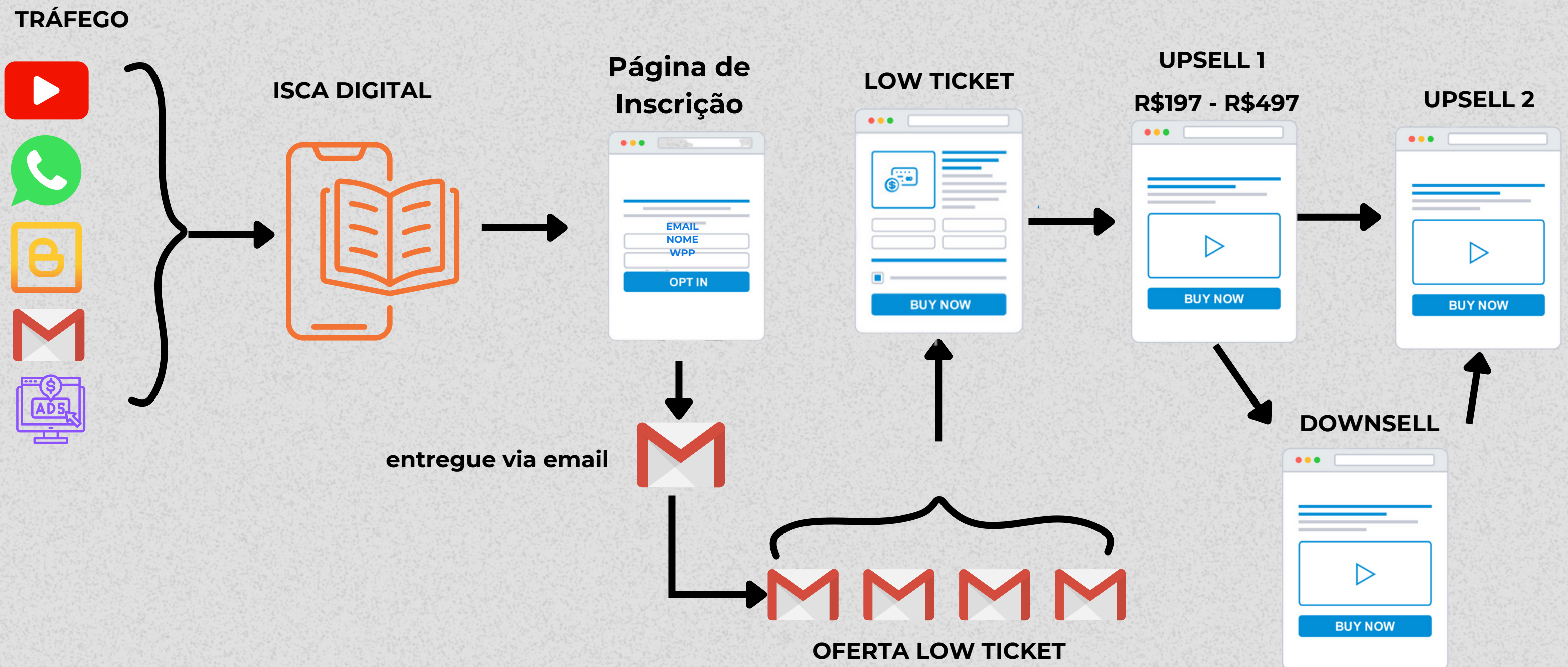
MODELO DO FUNIL TRIPWIRE

- 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?

