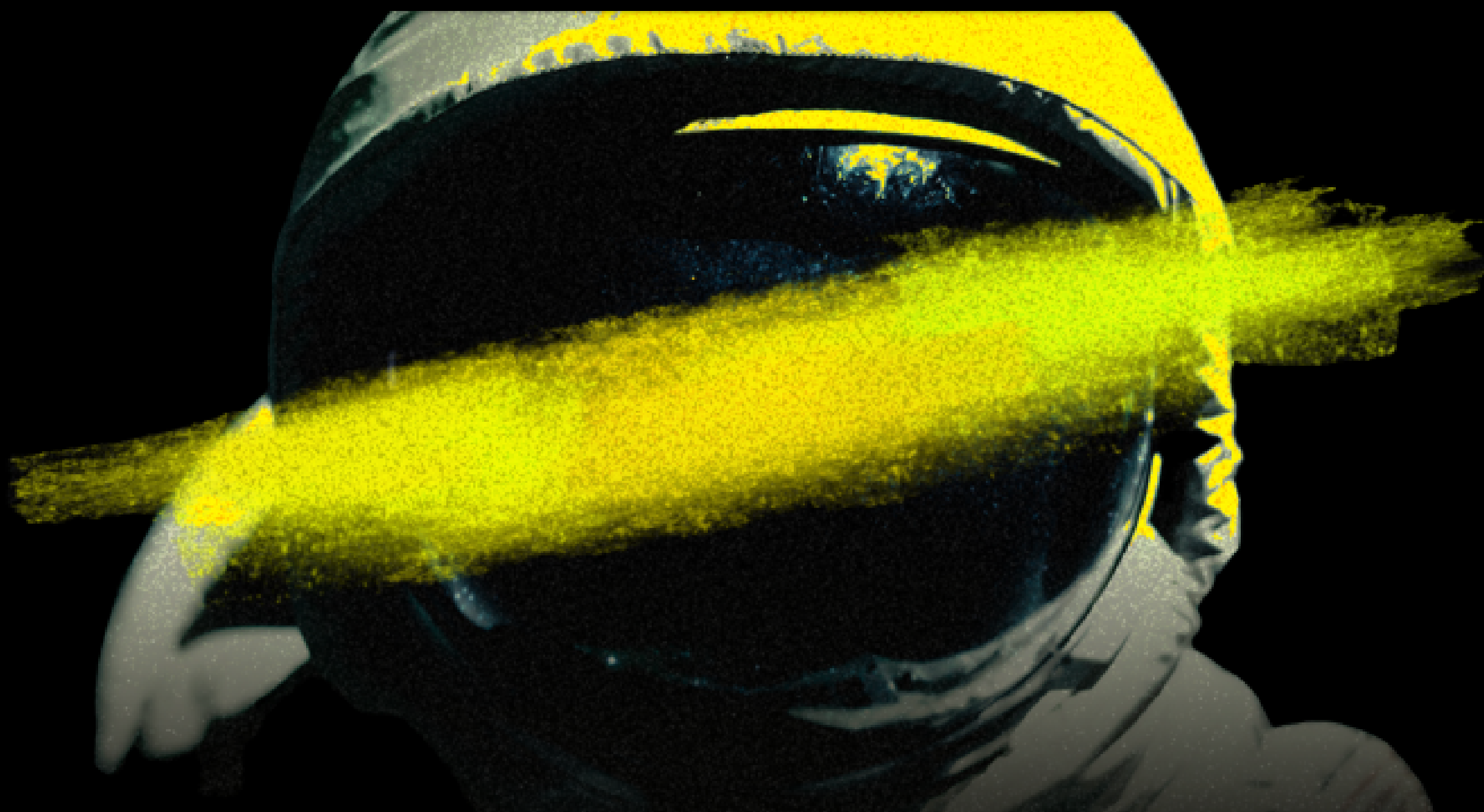
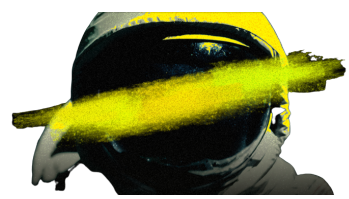




COMO CRIAR UM FUNIL DE VENDAS COM ANÚNCIOS ONLINE

PASSO A PASSO PRÁTICA

@rod.hacks



O que vou aprender nesse E-book?

- **O que é um funil de anúncios,
Como identificar um funil.**
- **Quais são as 7 ações do facebook e
instagram.**
- **Quais são os 3 públicos do
Facebook Ads.**
- **Como desenhar sua estratégia
de públicos.**
- **Como ter uma visão sistêmica
dentro do seu funil.**



Você sabe o que é um funil de vendas?

A maior parte dos gestores de tráfego não fazem ideia de como fazer um funil de vendas, simplesmente acha que é só anunciar e torcer para ter conversão. Essa já foi a sua realidade também? Essa é a realidade de 99% dos gestores de tráfego.

O que é um funil de vendas?

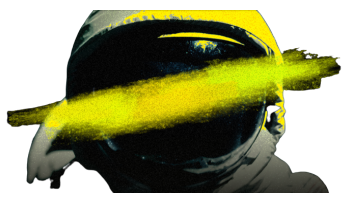
Funil de vendas é uma ferramenta que auxilia equipes de venda e marketing a guiarem um cliente em potencial em sua jornada de compra.



Desejo de Compra.

Ninguém acorda com um desejo de comprar um serviço de marketing para seu negócio, Mas acorda querendo vender mais, Então o seu trabalho como gestor é vender a transformação, E não só o seu serviço.

DICA: Se você não tem portfólio, Você tem que vender para seu cliente os potenciais da **fonte de tráfego**, Vende o que a ferramenta pode fazer por ele.

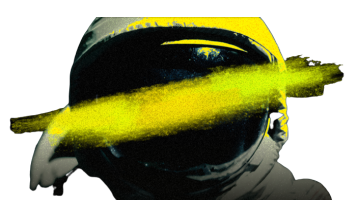


ANALOGIA: Então fazendo uma analogia aos cavaleiros de zodiacos, podemos considerar que os cavaleiros dentro de uma agência são os projetos e atividades que precisam ser desempenhadas pelos profissionais, Pense em 3 cavaleiros, Cavaleiro de BRONZE, Cavaleiro de PRATA e Cavaleiro de OURO,

BRONZE e PRATA: O Cavaleiro Focado em técnicas.

OURO: O Cavaleiro que Transcende. a técnica, tendo uma visão mais sistêmica.

Um funil de vendas Precisa ser analisado de maneira mais sistêmica!



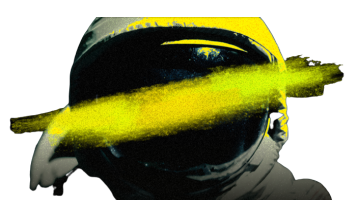
Baixar modelos de funis prontos não vai resolver seus problemas, Por que não é sobre técnicas.

Você já baixou modelos prontos de funil de vendas?

Se você faz isso, e acredita que é isso que vai dar certo, nunca vai deixar de ser um cavaleiro de bronze. (Uma pessoa que é focada só em técnica). Para ser um cavaleiro de ouro, Você precisa começar a efetivamente ter uma visão sistêmica.

O que é visão sistêmica?

E a capacidade de entender o todo, a partir de suas partes e funcionamento de cada uma.



E como ter uma visão sistêmica?

Até o final deste E-book, você vai entender como desenvolver essa habilidade, em relação a tráfego pago, funil de vendas e conversão.

Agora conhecendo o conceito de funil de vendas, E o que é visão sistêmica, vamos pensar nas principais ferramentas de marketing digital atualmente.



Facebook e Instagram

Como ter uma visão sistêmica nessas ferramentas?

A melhor forma é entender como as pessoas usam.

O que eu posso fazer (como usuário)?

7 Ações do Facebook e Instagram

- 1 – Curtir
- 2 – Comentar
- 3 – Compartilhar
- 4 – Salvar
- 5 – Visitar um perfil
- 6 – Enviar uma mensagem direct/messenger
- 7 – Assistir um vídeo.



Agora conhecendo as 7 ações, Você entendeu que não é sobre a ferramenta, não é sobre a estratégia, não é sobre o modelo de funil.

É sobre como o seu cliente consome o seu perfil, Identificar qual nível que o cliente está quando ele executar uma dessas ações.

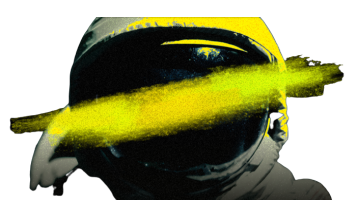
Exemplo:

Pessoa 1: Assistiu 10 Reels

Pessoa 2: Assistiu 50% do vídeo (IGTV)

Qual tem maior potencial de compra?

Certamente é a pessoa 2. Por que os vídeos do Reels tem 30s, e do IGTV tem em média 40min, uma pessoa que assiste 20min



demonstra um nível maior de interesse, Ela consome um conteúdo que foi mais estruturado, ou seja ela tem mais intimidade em comprar do que a pessoa 1.

Analise de Perfil

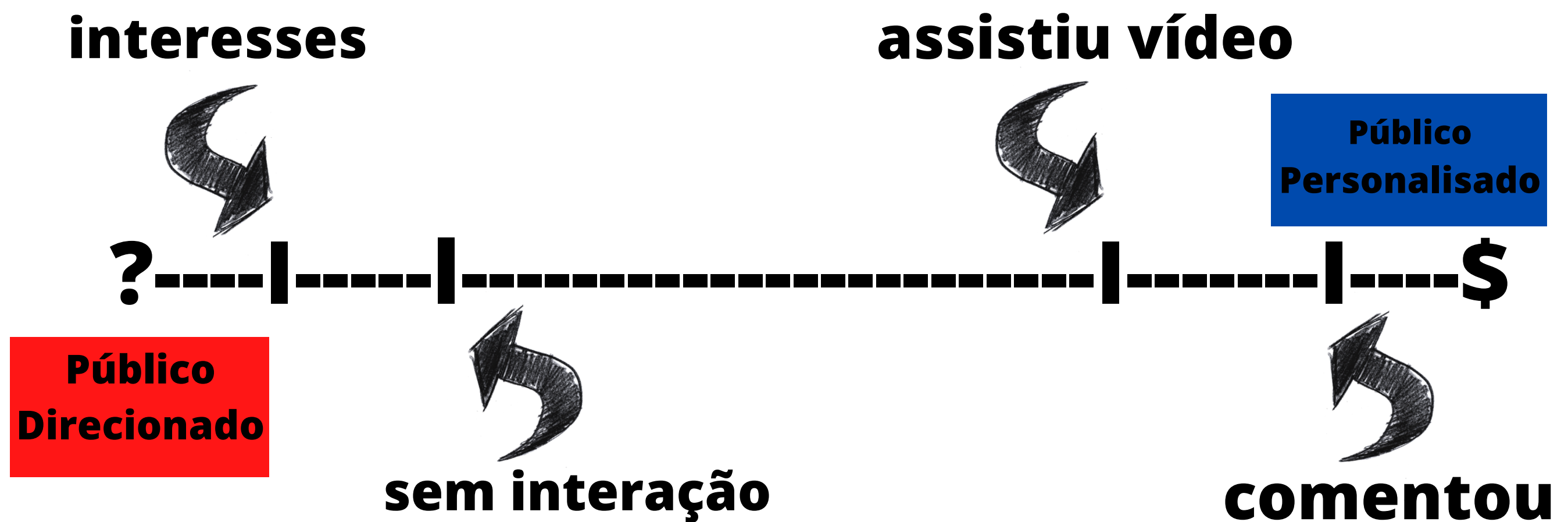
Quando você pegar um perfil ou um site, procure encontrar os pontos onde tem interação, Para filtrar o público e anunciar para eles, Se tiver pouco acesso, você pode criar um mini posicionamento.

Posicionamento de público

Pega o público do seu negócio,
Posiciona seu público de acordo
com o exemplo abaixo.



Public line



O que tiver mais próximo a compra (Público quente) coloca perto do cifrão.

O que ainda não conhece seu produto/serviço (Publico frio) coloca perto da interrogação.

3 Perguntas que você pode se fazer, durante o posicionamento de público.

Compensa anunciar para público pequeno?

Compensa investir criatividade, tempo e dinheiro no público menor?



Minha verba é o suficiente para impactar o público maior?

Ai você vai pegar a sua linha e vai diminuindo ela, Até você encontrar o funil perfeito para seu negócio.

Quando vou saber se encontrei o funil perfeito?

Quando conseguir impactar o público maior com a sua verba.

E o público menor for grande o suficiente para valer a pena, investir criatividade, tempo e dinheiro, fazendo bons criativos para impactá-lo.

Existem 3 tipos de públicos!

- 1 – Direcionado.
- 2 – Personalizado.
- 3 – Semelhante.



A maioria dos gestores usa apenas o público número 1, o que normalmente gera menos resultados.

O segundo público é o mais importante, é o personalizado, o público que acompanha seus conteúdos.

A partir dele você gera um público semelhante.

O público direcionado, de interesses, pode até ser o começo de tudo, mas depois vira apenas um complemento e nunca deve ser usado como público principal dos seus anúncios, pelo menos se você não quiser ficar desperdiçando dinheiro.

Entenda bem isso e Mude seu jogo!

Seja um cavaleiro de Ouro.

SCRIPT DE ABORDAGEM

