



COMUNIDADE
A QUEBRA DA
MATRIX
DIGITAL

Tudo o que você precisa para fazer o seu
primeiro milhão de reais na internet
com **produtos digitais**.

Sinopse:

A comunidade **A Quebra da Matrix Digital** foi a responsável por ajudar mais de 40 pessoas a ficarem milionárias e multimilionárias no mercado digital utilizando uma estratégia simples chamada de Funil Express.

Neste livro você vai aprender a criar, validar e escalar projetos no digital e faturar seu primeiro milhão de reais na internet em tempo recorde.

1 CAPÍTULO

O poder do **marketing direto**

INTRODUÇÃO

O objetivo dessa aula é que você saia daqui e nunca mais cometa o erro de definir **o seu negócio como um produto**, e **sim como um projeto**.

O QUE É MARKETING DIRETO



Tecnologia. Acesso em 22/09/2022 Fonte: <https://blog.portaleducacao.com.br/o-que-e-tecnologia/>

Muitas pessoas ainda acreditam que marketing direto é criar um produto e apenas jogar tráfego frio para a página de vendas e fazer o **LEAD comprar na primeira visita**.

Entendam de uma vez por todas que o produto é apenas **um entregável**, é claro que o produto é importante, mas quando você tem uma visão panorâmica, seu jogo muda.

Existem alguns tipos de estratégias de marketing, nessa aula eu vou fazer a comparação de 2 dessas:

- 1. Marketing de permissão (Inbound Marketing):** Um marketing de relacionamento, onde a audiência escolhe o que eles querem consumir.

2. Marketing direto: Um marketing de resposta imediata, um conglomerado de estratégias utilizadas para atingir um determinado público alvo mesmo que ele não te dê permissão para isso.

- Tráfego pago direto para a oferta
- E-mail marketing
- usar SMS
- Integração do máximo de canais possíveis



*Redes sociais. Acesso em 22/09/2022 Fonte:
<http://www.marketing.com.br/noticias/marketingnasredesociais/>*

Mas não confundam, **isso não se trata de SPAM.**

Qual o objetivo do Marketing direto:

- O objetivo não é gerar reconhecimento de marca nem educação de LEAD, é fazer com que o LEAD tome uma ação com base na emoção da oferta.
- A escala de consciência do LEAD é realizada na própria oferta, na sua VSL ou na sua carta de vendas.

Você também pode unir as duas estratégias, mas isso eu vou te mostrar nas próximas aulas.

Os **10 pilares** de um projeto de **marketing direto** de **sucesso**

Do **zero** à **escala**

OS 10 PILARES DE UM PROJETO DE MARKETING DIRETO DE SUCESSO DO ZERO À ESCALA

Todo o conhecimento que você encontrar nessa etapa, não foi algo que eu aprendi em cursos ou olhando outras pessoas fazendo e sim baseado nas minhas próprias experiências.

Você vai perceber de uma vez por todas, que o marketing direto não se trata apenas de mandar as pessoas para uma página de vendas e esperar que as vendas aconteçam como um passe de mágica.

Os 10 pilares:

1. Concepção
2. Estrutura
3. Tráfego
4. Conversão
5. Entrega
6. Validação
7. Otimizações
8. Implementações
9. Escala Full
10. Otimizações/Implementações
(Ciclo sem fim)

1 – CONCEPÇÃO

Primeiro você precisa entender que concepção nada mais é do que a criação, o ato de gerar.



Público Alvo. Acesso em: 22/09/2022 Fonte: <http://www.promoline.com.br/blog/definir-seu-publico-alvo/>

Sei que pode parecer contraditório, mas o primeiro passo de um projeto digital é a definição de um público alvo.

De início, você precisa definir:

- **Faixa etária:** Qual a idade do seu público em questão?
- **Classe social:** São pessoas de classe A, B ou C?
- **Habitat social:** Onde seu público mais consome conteúdo e se sente mais confortável? Facebook, Instagram, YouTube?

Na criação dos meus produtos, eu sempre utilizo o mesmo público alvo, por quê?

Porque você consegue manter um padrão na maioria das **estratégias por acabar sempre se comunicando com a mesma persona.**

Em todos os meus projetos, eu consigo utilizar a mesma equipe, e isso pode fazer total diferença na validação de um projeto novo, assim como na escala de um projeto já avançado.

ESQUEÇA O NICHÓ!



Identificação do público-alvo. Acesso em 22/09/2022 Fonte: https://br.freepik.com/vetores-gratis/identificacao-do-publico-alvo-consumidores-da-marca-analise-de-clientes-fieis-pesquisa-de-marketing-especialistas-em-smm-analisando-grupos-de-publico-alvo_116

Se especialize em um único público, dessa forma você consegue utilizá-las na concepção de vários produtos que atendam os mesmos interesses desse avatar.

IDENTIFICAÇÃO DE DORES E DESEJOS LATENTES

Existem dois tipos de dores e desejos:

- Para identificá-las, **você precisa ficar ligado nas previsões e tendências**, é muito comum as pessoas que fazem isso acabarem saindo na frente com inovações que ditam o mercado em que elas atuam. (Chega de fazer mais do mesmo. Concorda?)

- **Dores consolidadas:** são dores universais e que seu público já sabe que existem.

COMO IDENTIFICÁ-LAS:

Todos os canais que se dirigem ao teu público alvo, como por exemplo:

- Influencers;
- Canais no YouTube;
- Jornais de Televisão;
- Sites âncoras como, Globo.com, Terra, UOL;
- Grupo no Facebook;
- Canais estratégicos que falam sobre tendências estrangeiras;
- E até mesmo um bate papo informal;

COMO VERIFICAR SE EXISTE DEMANDA:

Existem diversas ferramentas para fazer essa verificação, algumas delas são:

- Google Trends
- Google Trends - Hot Searches
- Also Asked
- AnswerThePublic
- Ubersuggest

Desenvolva a habilidade de identificar as oportunidades em qualquer situação e em qualquer lugar, pois elas sempre surgem de onde menos esperamos.

É só parar para pensar, talvez **você possa ser um avatar transformado.**

DEFINIÇÃO DE AVATAR/PERSONA



Persona. Acesso em: 22/09/2022 Fonte: https://br.freepik.com/vetores-gratis/conceito-de-recrutamento_9363968.htm#query=persona&position=2&from_view=search

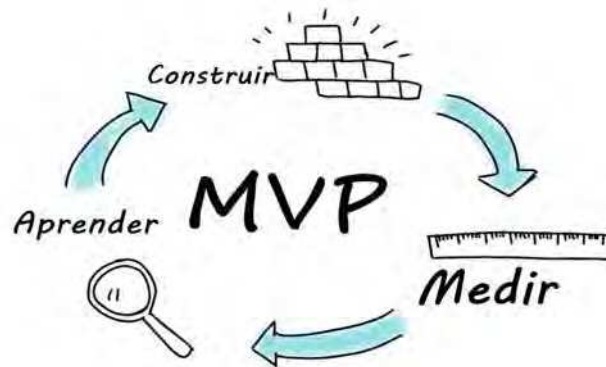
Essa é a etapa que vai gerar 80% dos seus resultados.
Entenda, não se trata de produto e sim de pessoas.

A sua oferta dependerá disso...
Os seus criativos dependem disso...
Os seus produtos dependem disso
A sua oferta dependerá disso...

O sucesso do seu projeto está completamente associado ao quanto você domina o seu avatar.

Basicamente, seu avatar é a personificação do seu cliente ideal.

DESENVOLVIMENTO DO SEU MVP – MÍNIMO VIÁVEL DO PRODUTO



MVP. Acesso em 22/09/2022 Fonte: <https://www.laboneconsultoria.com.br/o-que-e-mvp/>

Não perca o seu tempo criando o melhor do mundo, pois é possível vender sem nem ao menos ter produto.

Foque em desenvolver uma boa oferta, e testá-la o quanto antes para validá-la.

Geralmente, para produtos de oferta direta e sem expert, costumo desenvolver inicialmente um e-book diagramado com algumas informações relevantes coletadas em PLRs, cursos e até mesmo canais gratuitos.

Falarei mais detalhadamente sobre isso nas próximas aulas.

CARACTERÍSTICAS DE UM PRODUTO COM BOA ACEITAÇÃO

- Produto inovador;
- Desqualificam o método do concorrente;
- Fácil de consumir;
- Traz resultados rápidos;

Nem sempre seu produto vai ter todas essas características, por isso não fiquem tão bitolados nessa parte, com o tempo você vai fazendo otimizações e o deixando cada vez mais completo e do jeito que o seu cliente deseja.

2 – ESTRUTURA

Se resume a apresentação da sua oferta, e o que é a oferta?

É o conjunto de tudo que você está oferecendo e o que o lead tem que pagar em troca disso.

ELEMENTOS DE UMA OFERTA

- Garantia;
- Condições de pagamentos
- Bônus
- etc

É tudo o que ele vai receber e como vai receber também.

COMO DESENVOLVER UMA OFERTA IRRESISTÍVEL

É nessa parte que a maioria das pessoas erram, pois elas tentam vender o veículo de transformação (produto) ao invés de oferecer uma vida transformada, ou seja:

Qual impacto aquela promessa está causando no seu LEAD?

Quais são os benefícios do seu produto? **E entre eles existem 3 tipos de benefícios:**

- **Funcional:** o que o seu produto faz?
- **Dimensionado:** fazer a pessoa visualizar usando seu produto na prática.
- **Emocional:** qual o sentimento que você deseja que seu público sinta ou tenha em relação a transformação que você oferece?

EMOÇÃO É A BASE

Faça uma promessa de impacto e gere a sensação de um bom negócio para o LEAD.

Prometa uma Ferrari pelo preço de um Fusca.

Emocione! A emoção é o fogo da motivação humana. É o combustível que move a maioria das decisões de compra.

PROMESSAS

Quando você faz promessas fracas, **você cria produtos fracos**, quando você cria promessas fortes, **você consequentemente criará produtos fortes.**

Porque quanto mais forte é a sua promessa, mas será o seu empenho em desenvolver um produto que realmente seja bom e traga uma experiência foda para o seu cliente.

Mas luri, e se eu quiser prometer demais e fazer uma entrega ruim? Eu posso fazer isso?

Claro. Mas entenda que quando você promete uma transformação, acaba criando expectativa no seu cliente.

Qual a reação dele ao receber algo com uma qualidade abaixo do que ele esperava? Desgosto. Raiva!

Resultado? Chuva de reembolsos de ChargeBack. Falaremos sobre isso mais à frente. Vamos continuar.

TIPOS DE APRESENTAÇÃO - AS MAIS USADAS

- Cartas de vendas (elemento de mala direta cujo principal propósito é persuadir o leitor a comprar um produto ou serviço)
- VSL (A Vídeo Sales Letter - ou "carta de vendas em vídeo")



Video Marketing. Acesso em: 22/09/2022 Fonte: https://br.freepik.com/vetores-gratis/conceito-de-marketing-de-midia_1063704.htm#query=video&position=49&from_view=search

3 - TRÁFEGO

Primeiro identifique onde habita o seu avatar. (Você já fez isso na etapa de concepção).

Inicialmente, foque em apenas uma fonte de tráfego.

O seu papel como gestor de tráfego em projetos de Marketing direto é apenas **encher o topo do funil e perseguir aqueles que demonstraram interesse** até que eles tomem uma ação desejada, o famoso remarketing.



Gestor de Tráfego. Acesso em: 22/09/2022 Fonte: <https://ecommercerocket.com.br/gestor-de-trafego-precisa-ter-empresa/>

4 – CONVERSÃO

A conversão está diretamente ligada com a escala, e você entenderá o motivo em breve.

TIPOS DE CONVERSÃO

Lembretes:

- Pix gerado
- Boletos

Recuperações:

- Boleto vencido
- Pix não pago
- Carrinho abandonado



Funil. Acesso em:22/09/2022 Fonte:https://br.freepik.com/vetores-gratis/ilustracao-do-conceito-de-filtro_5354353.htm

Lembra quando eu falei que quando eu entendi que o papel do tráfego no meu projeto era apenas encher o funil. Pois então, chegou a hora de fazer valer cada centavo.

O foco é aproveitar ao máximo todos os LEADs que entraram na sua estrutura e demonstraram algum interesse em compra. Desde o “Iniciate Checkout” até a efetuação da compra com boleto ou Pix.

Muita gente fica pilhada quando vê um monte de boleto saindo e nada de vendas no cartão. Aqui vai uma dica valiosa: **Foque no que tem controle**, e comece a investir tempo e energia na construção de processos mais bem definidos para aumentar a sua conversão.

Muitos boletos? Ótimo! Sinal que a sua oferta já está validada, agora invista em uma boa equipe de conversão e veja a mágica acontecer no dashboard da sua plataforma.

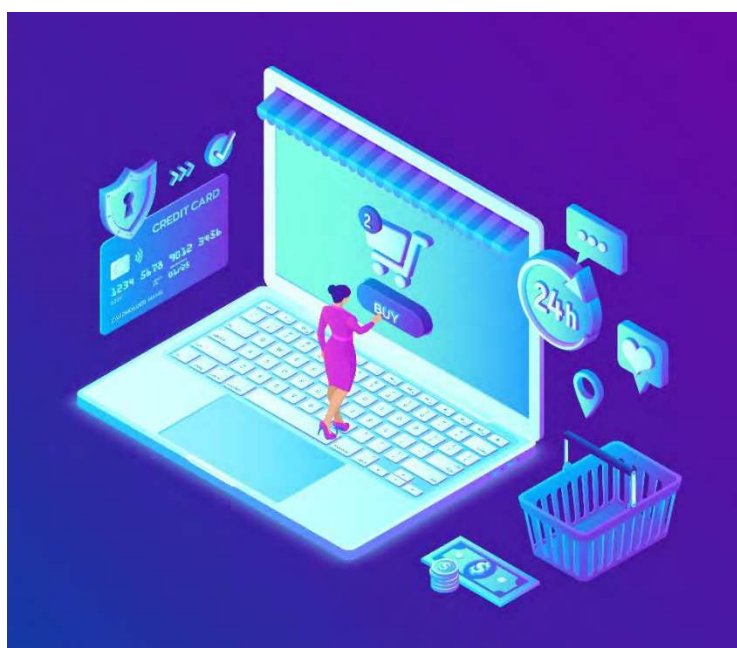
Além de uma boa equipe, fique atento às novas soluções em ferramentas do mercado. Ferramentas de automação de mensagens são primordiais na etapa de conversão.

5 – ENTRADA

Muitos não sabem, mas essa é uma das principais etapas de validação de um projeto.

Se você não quer ter uma chuva de reembolso ou problemas com chargebacks, você precisa ter muita atenção nesse pilar.

Prometeu, **AGORA ENTREGA!**



Compra on-line. Acesso em: 22/09/2022 Fonte: <https://br.freepik.com/vetores-gratis/compras-on-line-loja-on-line-isometrica-3d-compras-on-line-no-site-ou-aplicativo-movel-conceito-de-marketing-digital-de-vendas-de-comercio-eletronico-dinheiro-de-cartao-bancari>

PILARES BÁSICOS DE UMA ENTREGA IDEAL

- **Direcionamento**
- **Clareza**
- **Facilidade no consumo**

Facilite a vida do seu cliente e mostre o passo a passo que ele deve seguir para ter a melhor experiência possível com o seu produto.

6 – VALIDAÇÃO

O que é a Validação?

É você constatar que existe um desejo daquele público no que você tem a apresentar.

Não é a sua solução ainda, eles nem sabem que você vai apresentar algo do tipo.

Existem 3 etapas de validação:

1. VALIDAÇÃO DA DEMANDA

Estudos, ferramentas e dados não são suficientes para validar uma demanda.

Nessa etapa você irá validar o interesse do seu público alvo no que você tem a apresentar.

Nessa fase você vai ter por base as métricas do seu gerenciador de anúncios:

Taxa de CTR

Envolvimento com seus anúncios

2. VALIDAÇÃO DA OFERTA

Aqui você precisa ficar atento a duas fases de validação:

- **Desejo pela solução:** ele já sabe que tem um problema, e deseja intensamente a sua solução.

- **Manifestações de interesse em compra:** analise as métricas de quem assistiu ao vídeo até o pitch de vendas, e quem iniciou checkout.

3. VALIDAÇÃO DE ENTREGÁVEIS

Após o MVP entregue, faça a seguinte análise:

- **Quais foram os feedbacks?**
- **Foram muitos reembolsos?**

Após responder essas perguntas você estará apto a seguir para a próxima fase.

7 - OTIMIZAÇÃO

A otimização são as melhorias que você deve aplicar em cada etapa de validação, tanto do seu produto como na sua estrutura.

PORQUE VOCÊ DEVE SE PREOCUPAR COM ISSO?

Quanto melhor o seu tráfego, mais pessoas qualificadas verão a sua oferta...

Quanto melhor o seu entregável, mais fortes poderão ser as suas promessas...

Quanto melhor a sua oferta, mais conversão e lucro você vai ter...



Gráfico de crescimento. Acesso em: 22/09/2022 Fonte: https://br.freepik.com/fotos-premium/desenho-grafico-grafico-de-estoque-de-crescimento_21677901.htm

8 – IMPLEMENTAÇÕES

Depois de ter validado todas as etapas anteriores, você pode começar a pensar em implementações como por exemplo:

- **Funil de UpSell imediato;**
- **Novos funis e estratégias;**
- **Novas fontes de tráfego;**
- **Novas ferramentas;**

Nessa fase você precisa ficar muito atento ao que vem surgindo, tanto no brasil como no mercado americano.

9 - ESCALA FULL

Esse é o momento em que você precisa arriscar, colocar seu dinheiro em risco...

É como eu sempre digo:

Esteja disposto a perder se quiser ganhar!

Mas luri, como eu sei que o momento certo de escalar?

Não existe o momento certo para escalar, mas ele apresenta alguns sinais:

- **O projeto vai demonstrar tração:** você só precisa ter coragem para fazer o que tem que ser feito.
- **Aproveite o Hype:** a primeira oportunidade que tiver de escalar, se joga.

Não tenha medo!



Peixe em aquário Acesso em: 22/09/2022 Fonte: <https://wallhere.com/pt/wallpaper/1089353>

10 - OTIMIZAÇÕES/IMPLEMENTAÇÕES (Ciclo sem fim)

Chega uma hora que as vendas caem tão no automático, que você não fica mais se perguntando se seu produto vai vender no outro dia...

Você já tem uma média de vendas por dia, mas o que vai te fazer passar de **10 para 30 mil por dia**, é o que você vai trazer de novo em todas as outras fases.

É justamente essas otimizações constantes que vão mudar completamente o seu jogo depois da escala.



-otimizar-processos-em-minha-empresa/

Mindset para cada etapa do projeto

Para cada etapa que será passada você precisa ter um mindset diferente.



Mindset. Acesso em: 22/09/2022 Fonte: <https://www.unidformazione.com/mindset-cose-e-come-farlo-diventare-arma-vincente/>

São 6 etapas:

- **Desenvolvimento**
- **Validação**
- **Otimização**
- **Escala Full**
- **Implementações**
- **Ciclo sem fim**

DESENVOLVIMENTO

O desenvolvimento consiste na concepção e preparação da sua estrutura para receber o tráfego.

Nessa etapa você precisa ser dedicado, mas não perfeccionista, invista tempo nessa fase, pois é aqui que consiste 80/20 do seu projeto.



Instalação. Acesso em: 22/09/2022 Fonte: https://www.freepik.com/free-vector/software-installation-contract-adjustment-agreement-terms-regulation-program-fix-coworkers-holding-gears-cartoon-character-application-bugs_11668565.htm

VALIDAÇÃO

É focado no **tráfego, conversão e validação**.

Nessa etapa você precisa ser paciente, saber analisar muito bem as métricas, e não estou falando das complicadas, e sim **o simples bem feito, seja minimalista**.

Logo após a validação, é importante se colocar no lugar do cliente, melhorando a entrega e a experiência do seu produto.

Se o Roi vier, ótimo, mas se estiver no break even até aqui, ótimo sinal.

Na fase de validação, isso é um ótimo sinal, pois você não gastou nada para validar o produto, agora é preciso otimizar, e é exatamente isso que vamos analisar na próxima etapa.

OTIMIZAÇÃO

Nessa etapa você vai apenas **“aparar as arestas”**, fazer pequenos ajustes que podem mudar completamente o faturamento do seu negócio.

Aqui você precisa ser ousado e confiante no seu projeto.

IMPLEMENTAÇÕES

Esse é o momento de implementar tudo aquilo que você queria ter feito nas etapas de **desenvolvimento** e **validação**, mas não conseguiu por algum motivo:

- Mão de obra
- Tempo
- Organização
- Recursos
- Etc

Esteja focado no seu objetivo. Seja incansável nessa etapa.

São pequenas coisas ou até mesmo a implementação de uma simples ferramenta que pode fazer seus resultados explodirem.

ESCALA FULL

Você vai precisar ter **coragem para fazer o que tem que ser feito**, pois é aqui que separam os homens dos meninos.

Tem muita gente com um produto e uma estrutura já validada e mesmo assim não tem coragem de colocar dinheiro no projeto.

SEJA CORAJOSO!



Seja forte e corajoso Acesso em: 22/09/2022 Fonte: <https://umaesperanca.com/seja-forte-e-corajoso-estudo-biblico/>

CICLO SEM FIM

Você precisa estar sempre em **movimento**, se conectando com novas pessoas em grupos de **networking, materiais, masterminds** e **principalmente eventos**.

Não existe um tempo certo ou hora certa para o avanço das etapas de um projeto. Nem eu e nem ninguém conseguiria te ensinar isso. Você desenvolverá maturidade e o identificará no avanço das etapas no momento certo.

Mindset para cada etapa do **projeto**

Conselhos de quem já trilhou o caminho.

1. Não subestime e nem ignorar o óbvio

- Não tente reinventar a roda, faça o feijão com arroz bem feito, seja minimalista.
- Você sabe exatamente o que tem que fazer, então faça!

2. Pare de pedir ajuda e conselhos para as outras pessoas

- Ninguém conhece o seu negócio tão bem quanto você, muitas vezes o que falta é apenas autoconfiança.

3. Você não precisa dominar tudo

- Não se engane, ninguém domina tudo, mas saiba como funciona cada etapa para conseguir delegar no futuro.

4. Nada surge pronto, tudo se desenvolve com o tempo

- Não se preocupe em criar o melhor produto do mundo, ou se vai ter reembolso ou não, se tua oferta vai vender...
- Basta acreditar na sua ideia. Seja persistente!

5. Faça o que tem que ser feito e não ligue para métricas

- Tem gente que sabe qual o CTR ideal, qual a conversão ideal da página, do upsell e de não sei o que mais lá e nunca fez 6 dígitos na vida.
- Faça apenas o que tem que ser feito!

6. Foque em um projeto por vez

- Entre em um projeto que você acredite e foque nele.
- Cuidado com a grama do vizinho.

NO PRÓXIMO CAPÍTULO...

- Como eu desenvolvo os meus projetos.
- Um projeto que tinha tudo pra dar certo, **mas não deu.**

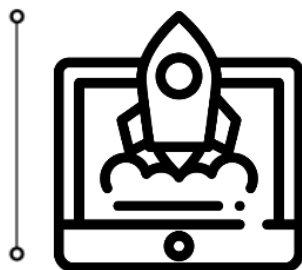
CAPÍTULO 2

Como identificar
oportunidades

LINHA DO TEMPO

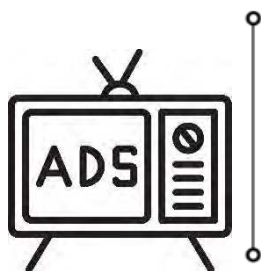
MINHA BREVE TRAJETÓRIA NO MERCADO DIGITAL

Em novembro de 2018 conheci o dropshipping.



Não demorei para ter resultados, em menos de 30 dias eu já conseguia um lucro de 5 a 6 mil reais por mês. Por achar que já sabia tudo, não me preocupei em buscar conhecimento. Acabou acontecendo o óbvio: Não consegui acompanhar as atualizações e acabei quebrando.

Em Janeiro de 2020 conheci o mercado de Produtos Digitais



Iniciei uma coprodução com expert de **trade esportivo**, (um amigo de infância) com um negócio que já faturava **20 mil por mês**, e foi nessa época que ele me chamou para ajudá-lo.

Eu não tinha a menor noção do que eu estava fazendo, era algo completamente novo para mim, mas aceitei, afinal eu precisava pagar as minhas contas e para quem estava quebrado e cheio de dívidas aquela parecia uma excelente oportunidade.

Uma bela oportunidade

O expert me dava muita liberdade para investir em otimizações e implementações de novas ferramentas.

Nessa época identifiquei uma bela oportunidade, de errar rápido e aprender rápido com esses erros.

Eu testei tudo o que vocês possam imaginar.

E o melhor de tudo, arriscando um dinheiro que não era meu.



Homem e porta - Acesso em: 22/09/2022 Fonte: <https://pt.depositphotos.com/76624481/stock-photo-man-and-door.html>

De 20 mil para 100 mil por mês



Silhueta de pesca - Acesso em: 22/09/2022
Fonte: https://pt.pngtree.com/freepng/man-fishing-silhouette_7586316.html

Trabalhávamos com um produto perpétuo no modelo Inbound Marketing (Marketing de relacionamento) para construção de marca.

Quando entrei os processos eram todos bagunçados, e em menos de um mês reestruturando o projeto, o faturamento foi de 20 para 150 mil reais.

Quase de 4 milhões faturados em apenas 8 meses

Com um funil simples de relacionamento **(no x1 do direct no Instagram)** o projeto já tinha faturado mais de **3 milhões de reais**.



Qual era o funil?

Atração: Instagram/Telegram >>

Desejo: Mostre o que eles querem ver >>

Conversão: Ofereça o que eles querem consumir.

Aprendizados

Aprendi em 8 meses nesse projeto o que eu levaria 5 anos pra aprender se eu começasse sozinho.

Antes de saber da teoria, eu aprendi no campo de batalha e na maior parte das vezes, sem ajuda de ninguém.

Comecei a aprender com o dinheiro dos outros e isso me fez não ter medo de errar.



Cérebro- Acesso em: 22/09/2022 Fonte: <https://amenteemaravilhosa.com.br/habitos-que-cuidam-do-cerebro>



Trabalho noturno - Acesso em: 22/09/2022 Fonte: <https://tecnoblog.net/noticias/2021/10/13/aumento-de-54-no-tempo-de-tela-mostra-piora-em-estilo-de-vida-na-pandemia/>

Assim que surgia a necessidade de um conhecimento específico eu procurava um produto que me ajudasse de forma objetiva e prática.

Nessa época eu não ganhei muito dinheiro, mas eu entendi como funcionava o jogo, e aprendi a essência.

Quando a parceria se encerrou, eu me sentia preparado para qualquer desafio.

Vagando Pelo Mercado

Comecei a participar de vários projetos no modelo de coprodução onde tive diversas experiências e aprendizados:

- Conhecer um mercado novo
 - Validar público
 - Validar estratégia



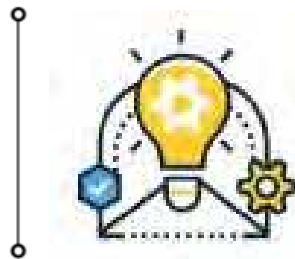
Tiro ao alvo - Acesso em: 22/09/2022 Fonte: <https://zardkooh.com/archery-for-beginners/>

Fazer o que tem que ser feito



- Eu percebi que quem vence esse jogo é quem sobrevive por mais tempo
- Eu queria pegar o máximo de tração possível, ou seja, quanto mais experiências no campo de batalha, melhor.

A grande Descoberta



Em uma das fases mais complicadas da minha vida, eu fui apresentado ao que em 7 meses mudaria completamente a minha vida.

O Marketing Direto!



Vendas na internet - Acesso em: 22/09/2022 Fonte: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/>

Percebi que eu vivi quase 12 meses em uma bolha achando que só existia uma possibilidade de ganhar dinheiro no mercado digital...

A virada de Chave



Cadeado aberto - Acesso em: 22/09/2022 Fonte: <https://elements.envato.com/pt-br/open-padlock-on-modern-laptop-876PVD5>

Certo dia, umas pessoas me apresentaram um produto, lembro que naquele dia eu achei aquilo uma merda, eu realmente não conseguia imaginar como alguém compraria aquele produto...

A estrutura dele era horrível e mesmo assim o cara conseguia vender sem nem ao menos saber o que estava realmente fazendo.

Zero conhecimento em tráfego, zero conhecimento em copy, mas ainda assim ele faturava alto com aquele projeto.

O mais foda, é que esse mesmo produto vendeu mais de 15 milhões de reais, me proporcionou muito mais do que liberdade financeira...

Esse produto conseguiu me libertar da bolha dos nichos.

FODA-SE O NICHÔ!

A mensagem que eu quero trazer para vocês, é a visão de um novo mundo, talvez isso fique claro ainda nessa aula para você. Mas se não ficar, não se preocupe, é a minha obrigação até o final dessa mentoria te libertar do convencional.

Como eu desenvolvo os
meus **projetos**

COMO EU DESENVOLVO OS MEUS PROJETOS

Existem duas maneiras:

1. PARCERIAS:

Não subestime o poder da coprodução, existem mais oportunidades nesse segmento do que você possa imaginar.

Meu projeto de maior expressão começou como coprodução.

Você deve estar se perguntando, porque alguém que já vende, iria compartilhar o projeto dele?



*Reunião - Acesso em: 22/09/2022 Fonte
<https://elements.envato.com/pt-br/business-people-handshake-greeting-deal-concept-yo-M7KJTDL>*

Por diversos motivos:

- Não consegue destravar os resultados
- Sobrecarga de funções
- Limitações
- Talvez ele só tenha uma ideia

**Para encontrar boas parcerias, se posicione!
Mesmo tendo resultados ou não.**

O que eu observo antes de fazer parcerias?

Em relação ao produto

Demanda validada:

- Relatório de vendas na plataforma
- Análise de gerenciador
- A oferta não precisa estar validada e otimizar, mas precisa no

mínimo ter rodado um MVP do produto.

Em relação ao produtor:

- Ele tem habilidades complementares?
- Ele tem expertise, maturidade e tempo de mercado?
- Ele é um avatar transformado?

Analise muito bem cada ponto desse para não acabar tendo prejuízo lá na frente.

2. Concepção própria



Cadeado aberto - Acesso em: <https://graduacao.afya.com.br/outras-graduacoes/5-dicas-para-aumentar-repetorio-de-ideias-para-redacao>

Público alvo: abordamos esses pontos de forma mais detalhada na aula anterior, mas aqui é o 80/20 do seu projeto.

Modelagem: para isso você não precisa saber de todas as estratégias mais avançadas ou tendências estrangeiras no mercado digital, o segredo não é esse.

Grandes produtores não expõem seus produtos em vitrines de plataformas, pois eles sabem que o risco de cópia de pirataria é grande.

Não copie, use os outros projetos como inspiração.

Como utilizo a modelagens?

Eventualmente dou uma olhada nas vitrines das plataformas digitais, analisando produtos que até podem parecer ruins, mas que possam servir de inspiração de ideias inovadoras.

Existem 3 tipos de empreendedores digitais:

- **Os copiadores:** esse se alimenta dos restos, são os amadores que nunca vão escalar.
- **Os modeladores:** eles otimizam e aprimoram o que já dá certo.
- **Os inovadores:** esses ditam as tendências e criam movimentos.

Quais deles ganham mais dinheiro?

Os modeladores e inovadores!

Pegam uma coisa que já dá certo, mas não copiam e nem melhoram. Eles apenas utilizam a essência para criar algo disruptivo.

Ao longo do tempo eu percebi que você não precisava focar na solução e sim no problema, ou no desejo, sendo que o desejo se mostrou muito mais forte.

Meu conselho para você:

Se for trabalhar com parceiros, seja sempre honesto e íntegro independentemente da situação que você está vivendo naquela sociedade.

Características dos **produtos** que eu **gosto** de vender

CARACTERÍSTICAS

- 1. Produto inovador:** para criar um produto inovador você precisa ficar ligado nas tendências, observar o que está rolando no mercado e tentar modelar ou fazer algo disruptivo a partir disso.
- 2. Produtos que desqualificam o método dos concorrentes:** observar os métodos dos concorrentes e analisar quais são os pontos falhos naquele produto, e assim desenvolver algo em cima disso.
- 3. Um produto que é fácil de consumir:** elimine a complexidade, quanto mais simples melhor.
- 4. Produtos que trazem resultados rápidos:** as pessoas por natureza são imediatistas, se seu produto atender a esse requisito, mais fácil será vendê-lo.
- 5. Resultados palpáveis e mensuráveis:** tudo aquilo que a pessoa pode medir ou que não consegue contestar, que está muito evidente, claro e indiscutível.
- 6. Um produto que facilite a promessa:** quanto mais forte a sua promessa, mais forte será a sua entrega.

Ofereça uma Ferrari pelo preço de um fusca.

Para ter uma maior profundidade nos pontos acima, assista à gravação da mentoria que está na área de membros.

Um projeto que tinha
tudo para dar certo...
MAS NÃO DEU

Como surgiu:

Recebi uma proposta de um membro do Close Friends com um produto que estava sem funil, sem estrutura e mesmo assim em menos de 2 meses ele já tinha vendido mais de 50 mil com um CPA de 2 reais.

Meu primeiro erro:

Nessa época, eu estava escalando um produto para 6 dígitos por dia na plataforma.

Não tinha condições nenhuma de assumir um novo projeto naquele momento, mas acabei sendo levado pela emoção...

Acordo Inicial:

- Sociedade 50/50
- Eu iria otimizar toda a estrutura do projeto e do produto.

Resultado:

- Após as implementações, o faturamento aumentou, mas não foi nada tão significativo.
- Estávamos começando a organizar os processos de otimizações e implementações para escalar pesado...

Quando de repente eu notei uma chuva de chargeback e reembolso!

Por que isso aconteceu?

Além do produto ser uma bosta, eu não me atentei aos criativos, que ofereciam algo totalmente incongruente com o que era apresentado na VSL e na página de vendas.

Além disso, eu deleguei algumas funções que não deveria, e pior, a análise do projeto não foi feita da forma correta.

Conselhos:

- **Cuidado, se o seu produto promete uma coisa e seu cliente recebe outra, você vai acabar frustrando-o e tendo uma altíssima taxa de reembolsos.**
- **Não se leve pela emoção, analise sua fase atual antes de iniciar em projetos desse tipo.**

Lembre-se:

Foda-se o produto, o que importa é a sua oferta!

ATENÇÃO!

A explicação de cada fase desse projeto foi muito mais detalhada na mentoria que ficou gravada e disponibilizada na sua área de membros.

PONTOS IMPORTANTES SOBRE UMA BOA VSL:

- Quebre o padrão
- Definir um ponto chave (dor, desejo)
- Frases de conexão
- Quebre objeções
- Use gatilhos de curiosidade
- Gerar autoridade
- A grande descoberta
- Apresentar a solução
- Prova social
- Preparação para a oferta
- Ancoragem
- Garantia
- Preço
- Chamadas para ação!



*Cadeado aberto -
<https://www.istockphoto.com/br/vetor/conceito-de-ilustração-vetorial-de-investimento-global-tendências-de-mercado-análise-gm1023081836-274624897>*

CAPÍTULO 3

O projeto de **múltiplos**
8 dígitos

A GRANDE REVELAÇÃO...

Nesse capítulo eu irei te revelar como surgiu a ideia de um dos meus projetos com maior faturamento até hoje!

MAIS DE 30 MILHÕES DE REAIS!

Mensagem importante:

Se você não entende a essência e posteriormente não domina o jogo, você será apenas mais uma pessoa com um bom produto na mão e que não consegue passar dos 100 mil reais mensais, olhando para o lado e vendo outros concorrentes com o mesmo produto faturando milhões.

Eu estou correndo um risco muito grande, ao mostrar alguns dos meus projetos aqui para você.

Eu idealizei esse conteúdo como se fosse para o Iuri quando estava travado.

Já participei de várias mentorias, mas ninguém nunca mostrou o que realmente vende.

E eu te garanto que ter acesso a isso, vai fazer total diferença no seu jogo.

Mas falar sobre um projeto que mudou a minha vida em algumas páginas desse livro, ainda seria muito raso...

É por isso que fiz uma mentoria completa mostrando todas as fases desse projeto.

Para acessá-la, [clique aqui](#) e veja em nossa área de membros o conteúdo completo.

4 CAPÍTULO

Transformando ideias
em **projetos milionários**

INTRODUÇÃO

Ideias por ideias não valem de nada, é por isso que você precisa entender, dominar e executar as duas principais fases para a criação de um projeto milionário.

1. Desenvolvimento:

- Concepções
- Estrutura

Nessa fase você precisa ter a seguinte mentalidade:

Seja decidido, mas não seja perfeccionista. “Perca” o seu tempo dando o seu melhor nesta etapa. 80/20 do seu projeto.

2. Validação:

- Tráfego
- Conversão
- Validação

Lembre-se:

Seja paciente e analista. É hora de se colocar no lugar no lugar do seu cliente.

Se o Roi vier, ótimo, mas se estiver no break even até aqui é um ótimo sinal.



Conhecimento - Acesso em: 22/09/2022 Fonte: https://br.freepik.com/vetores-premium/biblioteca-de-livros-em-formato-de-cabeca-com-prateleiras-estantes-da-biblioteca-conhecimento-ou-educacao-experiencia-em-inteligencia-base-de-informacoes-na-cabeca-das-pessoas-treinamento-mental-com-leitura-ou-estudo-de-literatura_21315040.htm

Fase um
Desenvolvimento

DESENVOLVIMENTO

1. DESENVOLVIMENTO

Geralmente esse processo leva em torno de 15 dias para ser desenvolvido, tanto a parte da copy, tráfego e a estrutura do projeto.



*Negócio - Acesso em: 22/09/2022 Fonte:
https://br.freepik.com/vetores-premium/conceito-de-negocio-com-subindo-no-grafico-de-diagrama_2237225.htm*

Passo 1 - Definição:

- **Seu público alvo:** volto a repetir, esqueça o nicho, foque em faixa etária, classe social e habitar digital do seu público alvo.
- **Dor/Desejo:** toda ideia de sucesso, em alguns momentos **foi apenas uma fagulha na mente de um louco.**

Crie o hábito de anotar todas as ideias que vem na sua cabeça. Elas podem não fazer sentido hoje, **mas no futuro podem fazer muito sentido.**

As ideias que menos botei fé, foram as que mais vingaram. Na maioria das vezes é assim.

- **Previsões e tendências:** eu costumo consumir muito podcast que possivelmente minha audiência está consumindo, e daí tirar ideias de produtos.

Outra forma interessante de fazer isso é por meio de canais tutoriais no YouTube.

Até mesmo na Netflix você consegue identificar uma possível oportunidade. Fica ligado!

- Você não precisa ser um expert, ou um avatar transformado, basta muito menos se expor, basta entender muito bem ao seu público.
- **Avatar:** como já falei inúmeras vezes, essa é a parte mais importante do seu projeto. Para entender melhor como defini-lo, basta assistir a aula **“O poder do Marketing Direto”** que está na sua área de membros.

Passo 2 - Oferta

- **Tudo se resume a sua promessa:** uma promessa fraca > produtos fracos, uma promessa forte > consequentemente cria um produto forte.
- **Desenvolvendo a sua VSL:** sem um estudo do avatar bem definido, você não vai conseguir montar a sua VSL, e consequentemente a sua oferta será fraca.

Para ter uma melhor orientação de como montar uma boa VSL, basta assistir à gravação da aula que foi disponibilizada na sua área de membros ou assistir uma análise mais profunda no meu C.F.

Para ter uma melhor orientação de como montar uma boa VSL, basta assistir à gravação da aula que foi disponibilizada na sua área de membros ou assistir uma análise mais profunda no meu C.F.

Passo 4 – Entrega

- **Desenvolva um MVP:** não se preocupe tanto com a entrega neste momento, analise o feedback dos clientes e faça as otimizações necessárias.

- **Tipos de entrega:**

- -E-books
- -Vídeos
- -Serviços



*Adolescente - Acesso em: 22/09/2022 Fonte:
<https://www.designi.com.br/images/preview/10298746.jpg>*

O que importa aqui é o valor percebido que você gerou no seu produto através da oferta.

Evite complexar a sua operação nessa etapa! Quanto mais simples melhor!

Entenda algo...

Você ainda não precisa estruturar um funil de upsell imediato...

Você não precisa de uma grande equipe para desenvolver um grande projeto...

O que você prefere?

Fazer rápido ou fazer bem feito?

Nessa fase tenha equilíbrio!

Faça o feijão com arroz bem feito!

Fase dois **Validação**

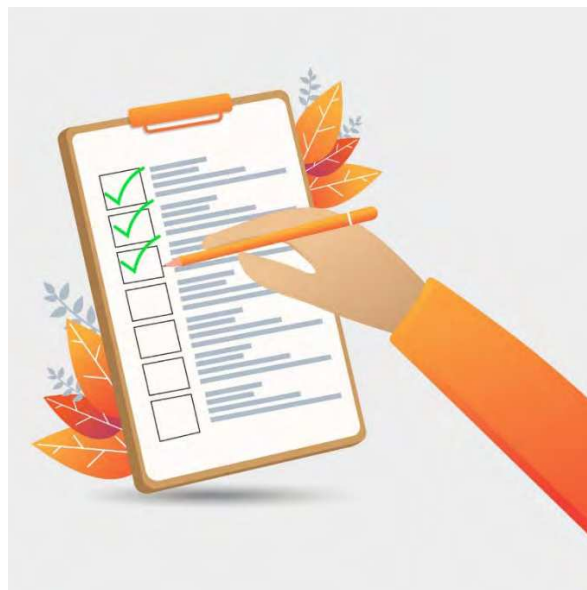
VALIDAÇÃO

1. VALIDAÇÃO

Ferramentas são importantes e tem o seu valor, mas o que valida realmente é a execução. E a única maneira de fazer isso é jogando tráfego para a sua estrutura.

Validação do que?

- **Demanda:** será que realmente tem pessoas interessadas no que eu tenho para oferecer?
- **Oferta:** será que tem pessoas querendo comprar a sua solução para aquele problema?
- **Público:** são mais homens ou mulheres?
- **Entrega:** entender se o produto realmente atende as necessidades do seu cliente.



Mão segurando o lápis - Acesso em: 22/09/2022 Fonte: <https://pt.vecteezy.com/arte-vetorial/1222315-mao-segurando-lapis-na-lista-de-verificacao>

Tráfego:

Pixel:

Antigo: Vantagens de trabalhar com projetos com um público alvo semelhante.

Mas atenção ao criar os públicos personalizados, sempre utilize o URL como parâmetro.



Facebook pixel - Acesso em: 22/09/2022 Fonte: <https://www.typeform.com/connect/facebook-pixel/>

Novo: quando você cria produtos que não tem nada haver um com o outro.

Basicamente você precisa fazer um funil de Pixel.

Depois você vai começar a supor os interesses desse público fazendo a compra de dados.

CRIATIVOS:

- **Criativos em vídeo:** as contas de anúncio duram por muito mais tempo e algumas nem caem.
- **Teste ao menos 10 criativos diferentes:** teste 3 variações desses criativos.

Quanto mais, melhor!



*Criando vídeo - Acesso em: 22/09/2022 Fonte:
https://br.freepik.com/vetores-gratis/grupo-de-pessoas-criando-video_4949510.htm*

Você pode está a um criativo de validar uma abordagem.

CÁLCULO DO CPA IDEAL:

Nessa etapa, o CPA ideal acaba sendo uma suposição. Algo que você espera.

Geralmente, de 20 a 25% do ticket do produto.

MÉTRICAS:

- **Demanda:** análise de CTR.
- **Oferta:** Comportamento de interesse em compra.
- **Público:** Google Analytics e a própria plataforma.

VERBA:

- Não existe uma regra, defina um orçamento total e evite um orçamento diário.
 - Vai muito de feeling, tem projetos que eu invisto menos, como também posso arriscar bem mais.
- **Objetivo:** é entrar em **Break Even** e fazer compra de dados de forma gratuita.

SUPORTE:

Canais:

- E-mail
- WhatsApp

Validação:

- Público
- Entrega



Suporte - Acesso em: 22/09/2022 Fonte: https://br.freepik.com/vetores-gratis/ilustracao-de-suporte-ao-cliente-plano-organico_13184983.htm

Identificação

- Dores e desejos

Quando abandonar um projeto?

- Um projeto próspero, já dá pra perceber o resultado logo nos primeiros dias.
- Gastou o orçamento de validação? **(Em alguns casos eu ainda continuo)**.
- Você decide, feito às pressas ou feito bem feito? Dá trabalho do mesmo jeito.

Cuidado para não abandonar um projeto próspero pelo simples fato de não ter feito como deveria ter feito.

Em contrapartida, cuidado para não se apegar demais ao projeto **(principalmente se você for o avatar transformado)** e acabar ultrapassando os limites.

Deve haver um equilíbrio entre emocional e racional.

CONVERSÃO E OTIMIZAÇÃO

Essa parte eu vou te mostrar mais na prática na próxima aula!



Inovação digital - Acesso em: 22/09/2022 Fonte: <https://www.laraiatech.com/blog/tendencias-em-inovacao-digital-tecnologias-para-acelerar-seu-negocio-em-2022>

CAPÍTULO 5

Os segredos da **validação**

Seja bem-vindo a próxima etapa...

Essa sem dúvidas é uma das mais importantes de todo o processo.

Para chegar até aqui você já:

- Transformou a sua ideia em um projeto;
- Já desenvolveu seu MVP - Oferta, estrutura de páginas, entregável;

Caso não tenha feito isso, volte para os capítulos anteriores e conclua cada etapa.

Depois de desenvolver isso, você agora precisa saber se a sua ideia é realmente algo que as pessoas querem.

ISSO SE CHAMA DE VALIDAÇÃO!

PRINCIPAIS PONTOS PARA FAZER ESSA ANÁLISE:

- Tráfego - Independente da fonte;
- Análise de desempenho;
- Feedback das pessoas que chamam no suporte;

De início se preocupe com essas 3 coisas.

A validação vai te acompanhar do início até o final do projeto. O que você precisa entender é o porquê você está fazendo.

Isso se chama de senso crítico.

A etapa mais importante da validação é a concepção do projeto.

KPI X FEELING - O QUE E PORQUE:

Indicadores de desempenho: para cada etapa, utilizamos indicadores diferentes.

Exemplo: qual indicador define o desempenho de um criativo?

Primeiro você precisa entender o objetivo desse criativo. Se for com o objetivo de mandar o seu Lead para uma página de vendas, o principal indicativo é o CTR.

Mas atenção...

Métricas são extremamente relativas.

Cada público se comporta de uma maneira diferente e isso interfere nas suas métricas. Não adianta ficar perguntando qual CPC ou CTR ou CPM do teu amiguinho. Isso te atrapalha mais do que te ajuda.

E você também pode fazer isso através do Feeling, que nada mais é do que a impressão baseada na sua vivência.

E se você não tiver vivência, condicione seu mindset a absorver isso a partir de agora!

É provável que você não acerte na primeira, nem na terceira oferta, o mais importante nessa fase é acumular informações.

Os números mostram, mas quem decide é você.

AS 4 ETAPAS DA VALIDAÇÃO:

Existem 4 etapas para a validação de um projeto de sucesso.

São elas:

- **Demanda:** você precisa saber se a pessoa realmente tem interesse na oportunidade que você tem para apresentar.
- **Oferta:** Nessa etapa, a sua oferta precisa converter com mínimas intervenções.

- **Público:** se o público realmente é qualificado para receber aquela oferta.
- **Mecanismo:** o que as pessoas que compraram o seu produto estão falando? Está tendo muito reembolso?

Essas são algumas das etapas de validação para o seu projeto realmente dar lucro e te fazer ganhar dinheiro.

Para entender melhor sobre esse processo, eu preparei um conteúdo completo de como todos esses passos funcionam.

Para acessar, basta [clique aqui](#) e acessar o conteúdo na sua área de membros.

Tamo junto e te vejo no próximo capítulo.

6 CAPÍTULO

Do **zero** aos **múltiplos oito**
dígitos no Facebook ADS

INTRODUÇÃO

O tráfego não é sobre quem sabe mais sobre o gerenciador de anúncio, e sim quem sabe fazer o feijão com arroz bem feito.

Eu era o cara que perdia uma BM por dia, até que eu conseguir entender que existia uma hierarquia:

Perfil > BM > Conta

Você não precisa de 30 perfis para fazer contingência.

Você só precisa de 3 perfis:

- Uma BM anunciante;
- Uma BM matriz de pixel;
- Uma BM de backup;

Eu percebi que a minha estrutura tinha que ser minimalista, para que assim eu conseguisse dar atenção ao que realmente importava.

A única coisa que me interessa em uma BM, seja no início ou no meio do projeto, **são os públicos.**

Principalmente no início do projeto.

Isso é o 80/20 da sua operação.

Basta você ter um POP: Processo Operacional Padrão.

Vamos ao que realmente importa

1. Você precisa padronizar a sua coluna de observação de forma que você consiga ter clareza na hora de tomar decisão.

2. Eu costumo usar poucas campanhas, chegando a trabalhar com duas ou três no máximo.

Não adianta você ter diversas campanhas, porque isso só vai te atrapalhar na hora de fazer as suas análises, mas dentro dela, você pode ter diversos conjuntos.

No meu campo de visão, eu só olho os anúncios ativos.

Primeiro olho os conjuntos que estão ruins para depois analisar os que estão dando bom.

Entenda, você nunca deve desativar uma campanha que está te dando lucro, para subir outra.

Você primeiro diminui a verba em uma, para assim subir outra e fazer seus testes.

Teste de criativos:

Use o teste infinito, dessa forma você consegue validar de uma vez só a copy, o público a headline, e todas as variáveis ao mesmo tempo.

Quando você encontrar um padrão, foque nele e faça variações dele.

Não procure validar criativos, procure validar um padrão de criativos.

Sempre que eu vou testar criativos novos, eu crio novas campanhas, analiso quais criativos performam melhor e subo uma campanha **megazord**.

Se seu produto não está vendendo, talvez você não esteja testando públicos suficientes.

Você só duplica conjuntos que tiveram volume de vendas, isso mostra que ele aguenta escala.

Resumindo:

Você vai desativar os conjuntos que não estão performando tão bem e analisar o conjunto que te dá a possibilidade de duplicação.

Nessa primeira etapa, você retorna ao orçamento original por dia e depois verifica se é a página quem tem um volume de anúncio para poder anunciar.

Mas lembre-se: tráfego bom não salva copy ruim, estrutura ruim, muito menos criativo ruins.

Tudo tem que estar perfeitamente alinhado.

Do **zero** aos **múltiplos oito** **dígitos** no facebook ads

Parte 2

VALIDAÇÃO

Se eu fosse validar um produto agora, o que eu faria:

Eu criaria 5 criativos, cada um com um padrão diferente em vídeo de acordo com o meu público.

“luri, eu tô com um produto agora, meu Pixel é novo e eu não tenho nenhum evento ainda no Pixel, como eu começo?”

A primeira possibilidade é você trabalhar com público de interesse (sim, tem como usar o teste infinito com público de interesse).

Achou um Interesse que deu bom? Duplica ele e vai testando mais interesses.

Outra possibilidade, é você pegar uma lista de algum produtor ou que você já tenha e que seja semelhante ao público que deseja anunciar e testar um lookalike dessa lista de interesses.

A outra maneira é você deixar o público aberto, onde a inteligência do Facebook vai definir o percurso do seu orçamento, mas isso depende muito do público, do tipo de projeto e do seu orçamento.

Orçamento:

Eu não defino um orçamento diário para os meus projetos, eu defino um orçamento total para o projeto.

Na primeira fase de validação, é breakeven, você está comprando dados para entender o que precisa ser melhorado na sua estrutura.

Se o seu projeto decolar logo no início e você não ficar no breakeven, pode saber que é um projeto de escala, mas são pouquíssimos projetos em que isso acontece.

Caso você tenha prejuízo, mesmo que seja pequeno, eu recomendo parar as campanhas e reavaliar a sua oferta.

Se está tendo vendas, (mesmo com prejuízo) isso mostra que tem demanda, basta alinhar sua oferta.

De acordo com as métricas que for obtendo você vai otimizando as suas campanhas.

Rescapitulando:

Para subir uma campanha hoje para um novo projeto>

- Nome do anúncio
- Nome do conjunto
- Coloco o orçamento já predefinido
- Exclui o público
- Coloca a idade
- Gênero
- Posicionamento automático

Simples assim!

Depois disso eu publico essa campanha e faço um triplo 1, onde eu deixo o Facebook aprovar o primeiro criativo e logo em seguida eu duplico esse criativo em mais 3.

Em todos os outros eu altero apenas os criativos, testo e escalo em ABO.

Se o seu projeto é novo, eu não aconselho a você colocar o seu CPA ideal no conjunto, abra a sua janela de observação de dois a três dias, evitando assim maiores riscos no início do projeto.

Mas o que vai virar realmente o seu jogo são os criativos.

Análise de campanha:

A maioria das pessoas querem fazer uma análise de todas as campanhas juntos, eu gosto de analisar individualmente, se estiver dando roi com um CPA bom eu vou escalando.

O objetivo aqui não é ter venda perto do meu CPA ideal, dessa forma eu não vou ter volume e nem margem para escala, pois quanto mais você escala verticalmente, maior vai ficando o seu CPA.

Tem pessoas que definem uma verba menor do que realmente pode investir, mesmo ele sabendo que pode colocar um valor maior, pois tem medo do que pode acontecer.

Mas o bom do gerenciador de anúncios é que você pode controlar tudo isso, ou seja, seu prejuízo nunca vai ser exorbitante.

No tráfego, o grande segredo é você parar de querer entender tudo.

O que funciona para mim pode não funcionar para você, por isso, em todas as estratégias que estou passando aqui, foque no que realmente importa...

A ESSÊNCIA!

7 CAPÍTULO

Ativando o **piloto automático**

Parabéns!

Você chegou ao último capítulo deste livro...

Agora que você já sabe todos os passos para construir uma empresa sólida e lucrativa no mercado digital...

E sabe todos os passos para fazer seu primeiro milhão de reais na internet...

Chegou a hora de automatizar toda a sua operação.

É por isso que eu preparei uma aula completa mostrando o passo a passo de como eu estruturei uma equipe capacitada para gerir a minha empresa sem precisar da minha presença.

Para acessá-la, basta [clique aqui](#) e entrar na sua área de membros.



Iuri Meira

Autor do “Clube da Luta Digital”

Engenheiro de formação, abandonou tudo para empreender no mercado digital.

Enfrentou grandes dificuldades e desafios na vida, chegando a acumular uma dívida de 300 mil reais.

Mesmo com tantos problemas e dívidas, arriscou tudo o que tinha mais uma vez em um projeto que o fez, em menos de 2 anos, faturar mais de 50 milhões de reais no Marketing Digital.

Hoje o Iuri é reconhecido mundialmente por seus cursos, treinamentos, livros e palestras que vem ajudando centenas de pessoas ao redor do mundo a viverem da internet.