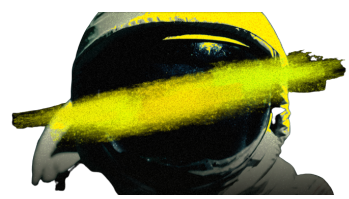


# **COMO CRIAR UM FUNIL DE VENDAS COM ANÚNCIOS ONLINE**

**PASSO A PASSO PRÁTICA**

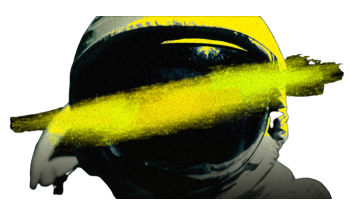
**@rod.hacks**

---



# **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.**

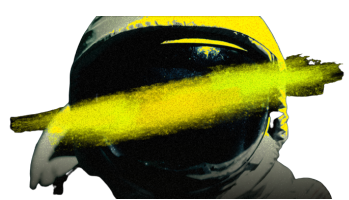


## **Você sabe o que é um funil de vendas?**

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.

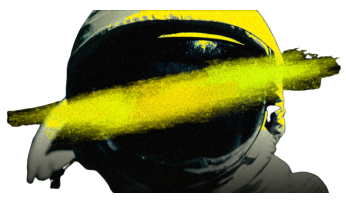


## Desejo de Compra.

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.



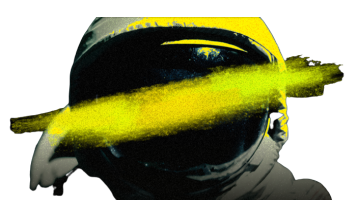


**ANALOGIA:** Então fazendo uma analogia aos cavaleiros de zodiacos, podemos considerar que os cavaleiros dentro de uma agência são os projetos e atividades que precisam ser desempenhadas pelos profissionais, Pense em 3 cavaleiros, Cavaleiro de BRONZE, Cavaleiro de PRATA e Cavaleiro de OURO,

**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!



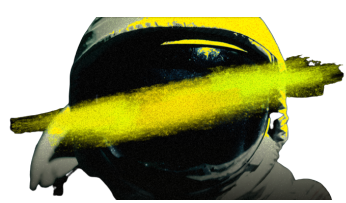
Baixar modelos de funis prontos não vai resolver seus problemas, Por que não é sobre técnicas.

## **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.

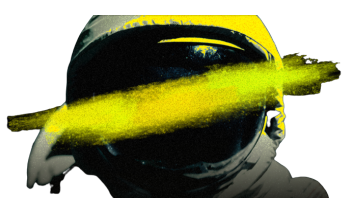


## **E como ter uma visão sistêmica?**

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?

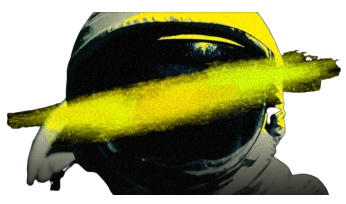
A melhor forma é entender como as pessoas usam.

**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.**

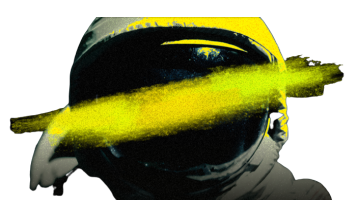
## **Exemplo:**

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**

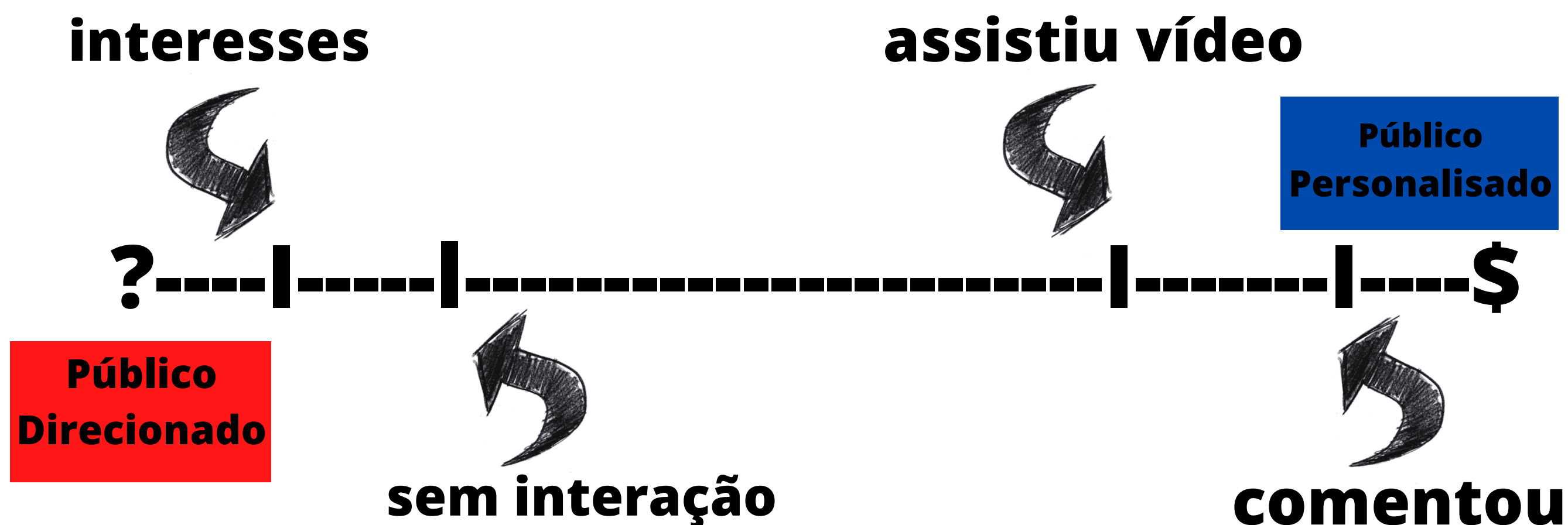
Quando você pegar um perfil ou um site, procure encontrar os pontos onde tem interação, Para filtrar o público e anunciar para eles, Se tiver pouco acesso, você pode criar um mini posicionamento.

## **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**

