

Playbook de Growth Hacking da Mercado Hack

Este material é um diário de bordo.

Nos últimos anos eu atendi dezenas de StartUps, e aprendi uma única coisa.

O Growth Hacking é feito de pelo menos 50 lições.

Uma lição por ano.

E se você não acelerar, testar e errar muito em cada uma das lições dificilmente será capaz de construir um Playbook como este.

O conhecimento que adquiri nas minhas "lições" estão transcritas aqui, de **forma prática e simples**.

Para tirar o melhor proveito deste material você deve **aplicar imediatamente** assim que encontrar um hack que se encaixa no seu atual problema.

Quanto mais você procrastinar, menos resultados vai alcançar.

Espero que o material seja útil.

Rodrigo Oliveira.

"O conformismo é carcereiro da liberdade e o inimigo do crescimento"

John F. Kennedy

ÍNDICE

1. ✓ Hack do Content Upgrade » [link](#)
2. ✓ Copy Hack nos formulários » [link](#)
3. ✓ Segmente sua base desengajada » [link](#)
4. ✓ Seja a melhor fonte de informações e dados do seu mercado » [link](#)
5. ✓ Mate todos os pontos de fuga da conversão » [link](#)
6. ✓ Use a máquina de vendas que é o LinkedIn » [link](#)
7. ✓ Transforme uma lista velha em uma lista nova no Facebook » [link](#)
8. ✓ Sabe seus anúncios do AdWords? Pausa tudo! » [link](#)
9. ✓ A sua imagem é o maior gerador de leads que seu negócio tem » [link](#)
10. ✓ Espione seus clientes para gerar mais vendas (estou falando sério) » [link](#)
11. ✓ Faça testes no site sem desenvolvedor ou designer usando o Google Optimize » [link](#)
12. ✓ Venda transformação e não produto/serviço » [link](#)
13. ✓ Reative a atenção da sua base antiga de leads » [link](#)
14. ✓ Encante seus leads com vários canais » [link](#)
15. ✓ Seja grato - e use isso para vender mais » [link](#)
16. ✓ Vamos pescar de arpão? » [link](#)
17. ✓ Pra quê um time novo? Melhor o que já está ganhando. » [link](#)
18. ✓ Coloque uma "viseira" no seu visitante » [link](#)

19. ✓ Como dominar um nicho no TOP 3 do Google » [link](#)
20. ✓ Seja louco pela meta. Persiga ela com esse hack » [link](#)
21. ✓ Use copywriting no seu AdWords: aproveite essas fórmulas » [link](#)
22. ✓ Encontre qualquer e-mail que você quiser » [link](#)
23. ✓ Vá de carona na newsletter de quem é maior que você » [link](#)
24. ✓ Use a força de grupos e comunidades do seu nicho » [link](#)
25. ✓ Melhore o tempo de carregamento em 4 passos simples » [link](#)
26. ✓ Aprimore os seus melhores conteúdos de forma inteligente » [link](#)
27. ✓ Incentive os seus visitantes a comentarem no seu conteúdo » [link](#)
28. ✓ Promova a sua Landing Page gratuitamente » [link](#)
29. ✓ Como fazer um eBook sem fazer um eBook » [link](#)
30. ✓ Transfira a autoridade de alguém para o seu conteúdo » [link](#)
31. ✓ Encontre e use os *GAPs* de conteúdo para gerar links » [link](#)
32. ✓ Quebre os mitos do seu mercado (e gere leads com isso) » [link](#)
33. ✓ Como proteger seu conteúdo de plágio e ainda ganhar links » [link](#)

34. ✓ Como transformar sua página 404 erro em uma Página de Captura de Leads » [link](#)
35. ✓ Como criar um conteúdo incrível que é divulgado de graça » [link](#)
36. ✓ Como alcançar tráfego MUITO qualificado: conteúdos de cauda longa » [link](#)
37. ✓ Os melhores espaços alternativos para distribuir conteúdo » [link](#)
38. ✓ Gere leads nos e-mails que você troca no dia a dia » [link](#)
39. ✓ Como encontrar canais de baixo custo (ou gratuitos) » [link](#)
40. ✓ Escreva um Guest Post » [link](#)
41. ✓ Cunhe um termo do absoluto zero » [link](#)
42. ✓ Como usar bem uma prova social » [link](#)
43. ✓ Melhore algum conteúdo antigo » [link](#)
44. ✓ Venda para comentaristas de blog » [link](#)
45. ✓ Como criar uma lista épica que gera leads e autoridade » [link](#)
46. ✓ Como criar um guia completo [de verdade] » [link](#)
47. ✓ Como tirar proveito do Yahoo Respostas » [link](#)
48. ✓ Como gerar leads com um Glossário » [link](#)
49. ✓ Use páginas menores para se promover » [link](#)
50. ✓ Convide alguém para escrever para você » [link](#)
51. ✓ Como fazer remarketing do jeito certo » [link](#)

1. Hack do Content Upgrade:

Objetivo: gerar mais leads em sites que já possuem tráfego.

Descrição: a maioria das pessoas vai ignorar as suas chamadas para conversão no final do artigo e no rodapé do site, na verdade, o dado diz que os visitantes leem apenas 20% do seu artigo.

Por isso, se você quiser aumentar em até 50% as suas taxas de conversão, você precisa adicionar estes pontos a seguir, sendo os mais comuns:

1. **Click Trigger:** pop-up que aparece na tela quando alguém clica em um determinado link, solicitando cadastro;
2. **Welcome Mat:** intervenção para conversão que aparece quando o usuário entra no site;
3. **Scroll Box Opt In:** ao rolar a página uma barra lateral surge para o visitante se cadastrar;
4. **Hello Smart Bar:** uma barra que aparece no topo da página, geralmente com alguma animação, após o usuário ficar um pouco na página.

Você pode ver exemplos desse hack [nesta página](#).

Para instalar esses e muitos outros formatos de pontos de conversão use ferramentas como:

- [SumoMe](#)
- [GetSite Control](#)
- [Optinmonster](#)
- [Hello Bar](#)
- [WisePops](#)

2. Copy hack nos formulários:

Objetivo: aumentar a taxa de conversão dos formulários que já existem.

Descrição: em uma estratégia de Growth você não precisa pegar todas as informações do Lead no primeiro contato, pois vai manter um relacionamento com ele. Então, você pode enxugar os seus formulários para gerar mais conversões das seguintes formas:

1. Remova campos que solicitam telefone, informações de documentos (CPF, CNPJ etc) dos seus formulários de conteúdo;
2. Remova o campo Assunto do formulário de contato;
3. Troque o texto do formulário por algo que pareça mais com uma ação que vai gerar valor. Exemplo: ao invés de "Enviar", coloque "Aprender Marketing Digital agora"

3. Segmente a sua base desengajada:

Objetivo: tentar reiniciar a atenção dos leads que não interagiram com algum conteúdo.

Descrição: você pode ter uma persona e um Funil de Vendas perfeitos, mas as condições humanas sempre podem atrapalhar. Em alguns casos, os seus leads não abriram o seu e-mail apenas porque não o viram, e a sua ferramenta de gestão já os considera "desengajados".

Para casos assim, tente reenviar o mesmo e-mail no dia seguinte mudando o assunto/título.

Exemplo: se antes você enviou "Inbound Marketing custa 62% menos para gerar vendas", na repescagem use "Essa estatística vai te provar que Inbound Marketing funciona".

Outra forma de aplicar esse hack é usar um lançamento relâmpago apenas para os leads dados como "perdidos" pelo seu time comercial.

Sem gasto algum, pois usei apenas uma base antiga de 1.500 leads, consegui um faturamento formidável.

4. Seja a melhor fonte de informações e dados do seu mercado:

Objetivo: ter um conteúdo rico que gere Leads recorrentes.

Descrição: Um infográfico é a reunião visual de dados de fácil entendimento e compartilhamento. Ou seja, um infográfico é um excelente conteúdo para começar a gerar leads, pois é mais fácil de ser feito e com resultados eficientes. Para criar um infográfico memorável, você precisa primeiro fazer uma boa pesquisa de dados sobre o seu mercado para ter informações para passar. Dica extra: procure pela palavra-chave do seu nicho no [BuzzSumo](#), clique no canto inferior esquerdo em "Content Type" e selecione Infographics, veja quais foram os melhores já feitos e faça um melhor.

Caso você não tenha softwares de Design, use o [Canva](#) para te ajudar.

Se você não tem habilidade alguma em Design, procure por um freelancer no [Fiverr](#), site que vende freelas por 5 dólares.

5. Mate todos os pontos de fuga da conversão:

Objetivo: ter uma taxa de conversão mais eficiente do que a do seu site.

Descrição: Landing Pages são páginas exclusivas para geração de Leads, então naturalmente possuem taxas superiores que as do seu site, por isso são tão importantes.

Se você já criou algum conteúdo rico, como eBook ou Infográfico, crie uma Landing Page para divulgar essa oferta.

Para criar essas páginas sem designer e/ou desenvolvedor use alguns softwares como:

- [Leadpages](#);
- [ClickFunnels](#);

- [Klickpages](#) (acredito sera a mais barata);
- [Instapage](#);
- [RD Station](#);
- [Unbounce](#).

6. Use a máquina de vendas que é o LinkedIn:

Objetivo: gerar leads qualificados sem custo algum.

Descrição: Esse hack é para empresas B2B. Procure por seus potenciais clientes no LinkedIn e faça conexão com eles.

Exemplo: eu busquei pelo termo "especialista em marketing" e me conectei com várias pessoas, pois tinham perfil de comprar meus infoprodutos.

Mande uma variação do seguinte texto para aumentar a taxa de conexão:

"Opa, {nome}!

Fiz uma pesquisa no LinkedIn por profissionais de inovação em marketing e vendas no Brasil e cheguei até você.

Trabalho com Growth Hacking e creio que temos muito conhecimento para trocar.

Eu gostaria muito de me conectar com você, vamos?

Abraço!"

Depois siga esse passo a passo:

- Abra o LinkedIn no seu computador (a funcionalidade não existe no mobile);
- Clique em "Minha Rede";
- Clique em "Visualizar tudo" em Minhas Conexões;

555

Your connections

[See all](#)



-
- Clique no canto superior direito em "Gerenciar contatos importados";
- No canto inferior direito, clique em "Exportar contatos";
- Solicite um arquivo de transferência rápida que deve chegar no seu e-mail com uma planilha com todas os dados de quem está conectado com você.

7. Transforme uma lista velha em uma lista

nova no Facebook:

Objetivo: alcançar mais pessoas que são parecidas com os seus Leads.

Descrição: A plataforma de anúncios do Facebook possui uma funcionalidade que encontra pessoas que tenham um perfil parecido com outras que você pode inserir através de uma planilha de excel. Chama-se público semelhante (Lookalike).

Você pode executar esse hack logo após o anterior, usando a lista de e-mails que extraiu do LinkedIn ou pode usar a lista de pessoas que já compraram de você.

Na sua conta de anúncios do facebook:

1. Abra o menu principal e clique em "Públicos";
2. Selecione "Público personalizado", selecione "Arquivos de clientes", e faça o upload da sua planilha .csv (é importante criar o público primeiro);
3. Depois de alguns minutos selecione o público que você criou e clique em "Criar semelhante". Em pouco tempo sua lista estará pronta no Facebook Ads.

O passo seguinte é criar um anúncio no Facebook e **direcionar para esse público alguma oferta que já tenha funcionado para o da lista inserida.**

Comece com orçamentos baixos de 5 reais por dia e vá aumentando à medida que achar que o retorno está eficiente.

Dica extra: tente pegar uma lista grande de mais de 500 e-mails para que o Facebook Ads funcione corretamente.

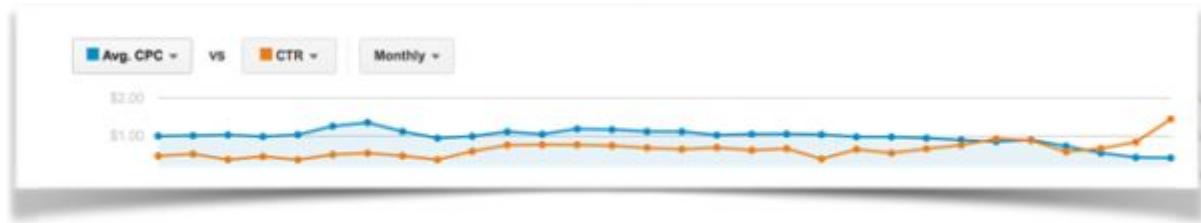
8. Sabe seus anúncios do AdWords? Pausa tudo!:

[Artigo original aqui.](#)

Objetivo: reduzir o custo das campanhas de AdWords e aumentar o CTR.

Descrição: Quando você coloca uma só palavra-chave no seu grupo de anúncios, ele vai focar nela e otimizar os seus resultados.

Este é o **gráfico de uma campanha de palavra-chave** única ao longo do tempo:



Ou seja, o **seu CTR (taxa de cliques) aumenta e o seu CPC (custo por cliques) diminui**.

Para testar agora mesmo siga os passos:

- Escolha uma palavra relacionada ao seu produto ou serviço. Ex: Software para contabilidade;
- Colete os sinônimos (não é necessária uma pesquisa de palavras-chave, logo direi porque). Exemplos:
 - Sistema para contabilidade;
 - Gestão eletrônica de contabilidade;
 - Aplicativo para contabilidade;
 - Programa para contabilidade.
- Crie anúncios no seguinte formato, usando a palavra-chave duas vezes e uma call to action no final:

Economize tempo e dinheiro - Software para contabilidade
 Anúncio www.seusite/software/contabilidade
 Elimine a papelada do seu escritório com esse software. Teste com 7 dias grátis.

-
- Coloque a sua palavra-chave em diferentes correspondências. Exemplo:
 - +software +contabilidade
 - [software contabilidade]
 - “Software contabilidade”
- Duplique os seus anúncios e substitua a palavra-chave em todos os locais que você colocou.

Pronto!

Agora é só acompanhar e ver quais deles funcionam melhor para direcionar a sua verba.

Dica extra: verifique os termos de pesquisa do Google AdWords para cada grupo de anúncios e adicione-os como palavras-chave negativas, mas guarde-os em uma planilha para criar novos anúncios de palavra-chave única.

9. A sua imagem é o maior gerador de leads que seu negócio tem:

Objetivo: converter leads e promover a imagem da sua marca como autoridade.

Descrição: Webinars são hangouts com a sua audiência que geralmente acontecem em um determinado espaço tempo com objetivos pré-determinados. Webinars funcionam, pois atraem mais atenção por serem ao vivo, **geram engajamento**, abrindo um canal de perguntas e respostas com o público, **promovem autoridade**, uma vez que você fala algo relevante para a persona e **consequentemente vendas**. Para fazer um Webinar siga estes passos:

- 3 semanas antes: Defina um tema, o(s) apresentador(es) e a data da transmissão;
- 2 semanas antes: Crie uma landing page, envie um e-mail para a sua base, crie publicações e anúncios (se possível) nas suas redes sociais, coloque chamadas para o webinar no seu site e publique a landing page também em grupos do seu nicho;
- Na semana da transmissão: Acompanhe as inscrições, faça um roteiro, crie uma apresentação de slides, monte o evento no **Google Hangouts**, envie e-mail para quem se cadastrou lembrando-os do Webinar;
- No dia da transmissão: Teste a conexão, organize a sua sala, verifique

se a iluminação está correta, envie e-mail relembrando os seus leads que o Webinar já vai começar, faça a transmissão, responda perguntas e agradeça aos participantes;

Para a transmissão você pode usar ferramentas como o [ClickMeeting](#) e o [Webinarjam](#). Recomendo começar fazendo "live" no YouTube, e quando passar de 40 pessoas ao vivo começar a investir em ferramentas.

- No dia seguinte: Envie um e-mail para os participantes agradecendo, faça uma pesquisa de satisfação com o Google Forms e crie uma página para divulgar o Webinar gravado.

Dica extra: se você publicar o vídeo nas redes sociais, poderá segmentar o público que assistiu para anúncios na ferramenta mídia do Facebook em "Público Personalizado" no formato "Engajamento".

10. Espione seus clientes para gerar mais vendas (estou falando sério):

Objetivo: monitorar as ações dos usuários no seu site.

Descrição: Esse tipo de ferramenta serve para te mostrar como as pessoas se comportam no seu site. O site [Heatmaps](#) é uma **ferramenta muito poderosa desde que você saiba o que está procurando**, ou seja, quais dados você pode retirar do heatmap do seu site e como que eles podem lhe ajudar.

As principais ferramentas que possuem planos gratuitos são [Hotjar](#) e [CrazyEgg](#).

11. Faça testes no site sem desenvolvedor ou designer usando o Google Optimize:

Objetivo: descobrir quais são os melhores formatos para o seu site.

Descrição: Fazer testes é a melhor forma de encontrar o produto perfeito e isso vale para o seu site e landing pages também. Um teste AB manual é complexo para quem não conhece muito de programação, então a solução é o [Google Optimize](#), ferramenta gratuita do Google que faz os testes mais simples pra você.

Dentre as possibilidades estão:

- Cores de botões;
- Textos html;
- Posicionamento de elementos;
- Diagramação de página;
- Funcionalidades de botões.

12. Venda transformação e não produto/serviço:

Objetivo: gerar mais conversões.

Descrições: Headlines são os textos que mais importam em páginas de conversão, pois é o primeiro elemento que o visitante vê quando chega em, por exemplo, uma Landing Page. Uma chamada para ação do tipo "Baixe o eBook" pode até gerar conversões, mas quando trocamos para "Aprenda Marketing agora em 5 passos" com certeza o resultado é outro.

A taxa de aumento em média é de 30%.

Para adaptar ao seu negócio é importante ter a proposta de valor bem clara, então responda sempre sobre o produto/conteúdo que for divulgar:

- Como vai ser a vida do meu cliente depois de consumir esse material/produto/serviço?

Depois disso desenvolva as suas chamadas para ação e headlines para aumentar as conversões, sempre com foco na transformação que seu produto causa.

13. Reactive a atenção da sua base antiga de leads:

Objetivo: recuperar leads há tempo muito desengajados.

Descrição: O custo de trabalhar com um contato que já existe na sua base é zero, mas você sempre corre o risco de ser um Lead inválido por incontáveis motivos. Esse hack consiste em **usar o seu conteúdo para reengajar essa base de contatos.**

Faça um disparo de e-mail de conteúdo e ofereça algo que tem funcionado para os seus novos leads convidando os antigos a se recadastrar.

Geralmente 40% dos leads voltam a interagir com o conteúdo.

14. Encante seus leads com vários canais:

Objetivo: levar a sua base de um canal para outro.

Descrição: Nunca compre fãs no Facebook, pois isso gera um custo muito alto, pouco retorno e as regras do Facebook ainda ditam que você só consegue alcançar cerca de 3% dos seus fãs organicamente.

Por outro lado, **a sua base de e-mails é 100% sua**, então os seus Leads engajados são realmente fãs da sua marca.

Levá-los a conhecer a sua página nas redes sociais vai te gerar fãs reais em ambos os canais de forma sustentável e de graça.

Convide seus leads de e-mail para curtir a fanpage, seguir no Instagram, conectar no Linkedin, e vice-versa.

15. Seja grato - e use isso para vender mais:

Objetivo: fazer um upsell de conteúdo.

Descrição: Alguma vez você se cadastrou em algo e não sabia se tinha funcionado ou não?

É exatamente esse sentimento que as páginas de agradecimento combatem. Redirecionar o seu lead para uma página de sucesso **ajuda a guiar ele através da Jornada de Compras** e ainda abre portas para oferecer um conteúdo mais aprofundado, rico ou até mesmo um produto seu.

Geralmente, os softwares de Landing Pages também fazem páginas de agradecimento.

Eu uso páginas de agradecimento sempre como forma de fazer upsell, ou seja, aumentar a compra do usuário. Se ele baixou um conteúdo eu agradeço e já ofereço um produto de baixo custo, se ele compra um produto barato já ofereço um produto de maior valor.

Outra vantagem de Thank You Pages é a mensuração fácil de conversões.

Quem visitou a página de agradecimento, converteu. **Fica até mais fácil ver a origem dos leads.**

16. Vamos pescar de arpão?

Objetivo: gerar uma repescagem de vendas.

Descrição: O ideal do princípio de Pareto é que você foque nos 20% que geram 80% dos seus resultados, ou seja, os Leads qualificados. No entanto, em alguns casos você não precisa abandonar totalmente os Leads que considerar desengajados. Caso precise bater uma meta ou alcançar um resultado a mais, lembre-se que um bom **Outbound ainda garante de 1 a 3% de conversão**, então tente fazer uma abordagem mais agressiva de vendas com os Leads que foram descartados.

O que você pode fazer é enviar um [cold mail comercial](#) através do [MailShake](#) ou [Gmass](#) ou até mesmo criar um Públco Personalizado e anunciar para eles no Facebook Ads convidando-os a conhecer o seu produto e/ou serviço.

17. Pra quê um time novo? Melhor o que já está ganhando.

Objetivo: gerar mais tráfego e conversão para páginas que já são boas.

Descrição: Otimização é a palavra-chave de uma estratégia digital. No entanto, se você for otimizar todas as páginas, o seu site vai levar muito tempo (esse que você não tem sobrando).

Para economizar tempo, siga este **workflow de 15 minutos no Google**

Analytics para descobrir as suas melhores páginas para otimização:

- Clique em Comportamento;
- Selecione Todas as Páginas;
- Organize pela quantidade de visitantes únicos;
- Avalie os que possuem taxa de rejeição maior do que 60%;
- Trabalhe para gerar mais conversões nessa página.

18. Coloque uma "viseira" no seu visitante:

Objetivo: gerar mais vendas no fundo do funil.

Descrição: Quanto **menos opções disponíveis existem maior é a chance de uma decisão ser tomada**. Por isso, o que você deve fazer se seu negócio é um e-commerce ou qualquer outro modelo de negócio que vende diretamente pela internet, é remover todas as distrações da página de check-out/pagamento, como:

- Remova o Menu;
- Retire os links para outras partes do site;
- Exclua o rodapé.

19. Como dominar um nicho no TOP 3 do Google.

Objetivo: crescimento de acessos orgânicos recorrente.

Descrição: Um conteúdo "evergreen" é exatamente o que o termo sugere, **um conteúdo que sempre vai te dar resultados "verdes"**. A principal característica desse tipo de conteúdo, além da sua consistência e riqueza em detalhes e passos, é o caráter atemporal.

Um blogpost Evergreen deve ser uma lista de Como Fazer, um Tutorial Completo ou até um Tudo O Que Você Precisa Saber sobre de um determinado assunto que está ligado ao seu nicho.

[Aqui está um exemplo de artigo evergreen que eu já consegui indexar bem.](#)

Entre os elementos desse conteúdo, temos:

- Mais de 2.000 palavras de texto;
- Imagens que tornam a leitura mais fluída;
- Tópicos e Headings estruturados;
- Passo a passo com detalhamento;
- Dicas e linkagem para outros conteúdos do site.

20. Seja louco pela meta. Persiga ela:

Objetivo: gerar relacionamento com Leads recém-chegados.

Descrição: Cerca de **79% dos Leads não fecham em vendas por falta de nutrição**. E eu entendo que criar um fluxo de automação é um trabalho maior e mais complexo, então o hack de curto prazo é criar FollowUps de conversão.

Esses followups incluem:

- E-mails de agradecimento pelo cadastro;
- E-mails de envio de eBook recém-baixado;
- E-mails transacionais;

- E-mails com conteúdos relacionados já criados.

A melhor ferramenta gratuita para essa ação é o Mailchimp.

21. Use copywriting no seu AdWords: aproveite essas fórmulas!

Objetivo: aumentar as suas conversões no Google AdWords.

Descrição: Criar um anúncio no Google AdWords é fácil. Criar uma copy que realmente vende no Google AdWords “são outros 500”.

Mas, eu sempre parto do princípio básico de que você deve trabalhar "Smarter than harder", ou seja, usando mais a cabeça do que os músculos.

Aplique estas 8 fórmulas abaixo de forma semelhante aos dois exemplos e **você deve ficar acima de 5% de CTR**, com certeza:

- Exemplo 01: [Palavra-chave de sua marca + Especificação de local]



Hotel 5 estrelas em São Paulo - Nome da marca do seu hotel

Anúncio example.com/hotel-5-estrela/sao-paulo

Desfrute de todo o conforto de uma casa. Economize com a reserva para vários dias. Faça sua reserva agora.

- Exemplo 02: [Palavra-chave de sua marca + Resolução da objeção de vendas]



Operado por humanos, não robôs - Agência de compra de mídia

Anúncio www.example.com/agencia-midia

Trabalhamos com campanhas de CPC para todos os segmentos. Agende uma call!

Basta seguir os exemplos citados e aplicar ao seu negócio para gerar mais de 5% de CTR em suas campanhas:

- [Palavra-chave de sua marca + Números + Contexto]
- [Palavra-chave de sua marca + Pergunta]
- [Palavra-chave de sua marca + Oferta + Condição]
- [Palavra-chave de sua marca + Offer: Condition
- [Palavra-chave de sua marca + Prova Social]
- [Palavra-chave de sua marca + Usuário Típico]

22. Encontre qualquer e-mail que você quiser:

Objetivo: testar abordagens para captação de Leads.

Descrição: Sabe aquele ditado de que **estamos a 6 passos de qualquer pessoa no mundo?** Esse hack vai te mostrar que isso é possível.

Você pode conseguir entrar em contato via e-mail com qualquer pessoa no mundo graças à ferramenta [E-mail Hunter](#).

Basta colocar o domínio na ferramenta que ele rastreia todos os e-mails que estão ligados a ele.

O próximo passo é fazer uma abordagem amigável, nunca tente fazer um approach de vendas imediato. Você pode tentar:

- Enviar um conteúdo;
- Iniciar uma conversa sobre um tema;
- Conseguir o LinkedIn da pessoa para relacionamento;
- Marcar uma vídeo-chamada.

23. Vá de carona na newsletter de quem é maior que você:

Objetivo: gerar acessos gratuitos para o seu site.

Descrição: Atualmente, o fator de rankeamento mais importante para o Google Orgânico é o Link Building, ou seja, a quantidade e qualidade de links que apontam para o seu site.

Simplesmente esperar que os seus links sejam usados por outras pessoas não é um caminho impossível, mas leva muito tempo. **Esse Inbound Hack serve para encurtar esse caminho de forma natural** e que não impacte negativamente (não é black hat) o seu site.

O que você vai fazer é:

- Siga as principais newsletters do seu nicho;
- Descubra os e-mails das pessoas que escrevem a newsletter com o hack #22;
- EXTRA: Envie um e-mail mais ou menos assim para essas pessoas:

Olá, [NOME]! Tudo bem?

Eu acompanho a Newsletter de vocês sobre [TEMA] e vi que vocês criaram um conteúdo incrível no [POST DA NEWSLETTER].

Ele é muito bom. Parabéns pelo conteúdo!

Eu também escrevo sobre o assunto e recentemente produzi um post falando sobre: [NOME E LINK DO SEU CONTEÚDO].

Se vocês acharem válido, gostaria que publicassem na newsletter, pois acho que o conteúdo seria muito útil para a audiência de vocês também.

De toda forma obrigado pela atenção.

Um forte abraço.

24. Use a força de grupos e comunidades do seu nicho:

Objetivo: criar autoridade e possíveis parcerias.

Descrição: Um dos resultados a serem alcançados no Inbound Marketing é a autoridade que vem através do conteúdo. Para criar um atalho de autoridade entre em um grupo sobre seu nicho, o Facebook é um bom lugar para começar.

O hack em si é: não comece publicando o seu conteúdo no grupo. Primeiro, você precisa interagir por alguns meses na verdade. Responda dúvidas, pergunte coisas, leia os comentários (você vai ter muitas ideias de conteúdo também) e **aos poucos comece a distribuir o seu conteúdo** e você verá um salto na sua imagem.

25. Melhore o tempo de carregamento em 4 passos simples:

Objetivo: melhorar a performance e rankeamento do seu site.

Descrição: Todo mundo odeia um site que demora para carregar. A grande vantagem do marketing digital brasileiro é que a maioria dos sites são muito ruins (cerca de **11% do total tem o que é considerado mínimo para uma boa performance**), e a internet também não é muito boa.

O hack é simples, você precisa instalar alguns plugins e configurá-los para ver alguns resultados rápidos:

- [Google AMP](#): Um plugin oficial do Google que melhora MUITO a velocidade de carregamento de páginas de blog no mobile;

- CDN (Content Delivery Network): É uma rede distribuidora de conteúdo que evita que o seu servidor sobrecarregue. Um dos melhores é o [Akamai](#), mas existem gratuitos como o [CloudFlare](#);
- [W3 Total Cache](#): É um plugin simples que faz com que o navegador do visitante armazene alguns dados e carregue o site com mais velocidade. Além de ser gratuito e fácil de configurar.

Extra: Para todo caso, se o seu site não for wordpress (sugiro você trocar agora rs), você pode entrar no [Google PageSpeed Insights](#), colocar a sua URL e seguir as recomendações do portal, ele explica o passo a passo de como corrigir alguns erros de performance. Sua nota é de 0 a 100, sendo que se você estiver acima de 70-75 já está muito melhor do que a maioria.

26. Aprimore os seus melhores conteúdos de forma inteligente:

Objetivo: impulsionar os melhores conteúdos do seu site.

Descrição: Você conhece o princípio de Pareto, certo? **20% do que você faz gera 80% dos resultados**, então foque nos 20%.

Para encontrar os 20% de mais resultados no seu site, acesse o [Google Search Console](#) e siga os passos:

- Clique em Search Analytics;
- Clique em Pages;
- Selecione a página com maior número de cliques e/ou impressões;
- Clique em Consultas;
- Liste as 3 palavras-chave que mais levam para esse site disponíveis no relatório abaixo;
- Atualize o conteúdo desta página, adicionando mais vezes esse termo e suas variações;

- Adicione um Título e uma Meta Descrição à página usando o [plugin YOAST](#);
- Volte ao Search Console e clique em Rastreamento e depois Buscar como Google;
- Coloque a sua URL e clique em Solicitar Indexação;
- Aguarde de 2 a 3 semanas e refaça os passos até encontrar o produto máximo.

27. Incentive os seus visitantes a comentarem no seu conteúdo:

Objetivo: gerar mais engajamento e tempo de navegação no seu site.

Descrição: Uma taxa de rejeição alta advém da ausência de ação dos usuários no seu site, por isso o incentivo ao comentário vai fazer toda diferença nos seus números, gerando como consequência uma boa performance de Google Orgânico.

Para incentivar esses comentários é extremamente simples:

- Use o hack #17 ou #26 para encontrar os melhores posts do seu blog;
- Crie um tom de conversa no seu Blogpost;
- Adicione palavras pessoais, como "eu" e/ou "você";
- Termine com uma pergunta;
- Reenvie para o Google a atualização, conforme listado no hack #26.

28. Promova a sua Landing Page gratuitamente:

Objetivo: gerar conversões sem investimento inicial.

Descrição: Muitas vezes não existe verba para comprar mídia no caso de Startups e PMEs, mas isso não tem problema, pois **existem formas alternativas de publicar o seu conteúdo e gerar conversões**.

Use alguns pontos de contato que você já possui, como:

- Coloque o link da sua Landing Page na bio do Twitter;
- Publique no Facebook e no Twitter o link e fixe o post no topo;
- Publique no seu perfil pessoal nas redes sociais;
- Fale sobre o seu conteúdo no Stories do Instagram e convide as pessoas a baixarem.

29. Como fazer um eBook sem fazer um eBook:

Objetivo: gerar conversões com menor esforço possível.

Descrição: Assim como dito no hack #28, gerar conversões às vezes custa dinheiro. E dinheiro muitas vezes é um problema.

Esse hack vai te ajudar a **gerar uma taxa de até 5% de conversão** no seu blogpost sem muito esforço:

- Siga os passos no hack #17 para encontrar o seu melhor blogpost;
- Use o site [PrintFriendly](#) para gerar um PDF do conteúdo;
- Publique no final do seu artigo a opção "Baixe o PDF deste artigo".

30. Transfira a autoridade de alguém para o seu conteúdo:

Objetivo: criar autoridade e gerar tráfego.

Descrição: Tanto no B2B quanto no B2C **existem influenciadores do processo de compras**. Seja YouTubers e/ou Instagramers até mesmo palestrantes e autoridades nos assuntos referentes ao seu negócio.

Eu usei esse hack para ficar no TOP 3 do google na palavra-chave "*especialista em growth hacking*"

Use o hack #22 para encontrar os e-mails dessas pessoas e entre em contato.

Convide-os para uma entrevista presencial, tente gravar um vídeo ou algo do tipo.

Caso não seja possível, simplesmente envie perguntas e publique as respostas no seu conteúdo.

Dica extra: lembre-se de colocar link para o site e/ou perfil do influenciador, solicitando também uma linkagem de volta.

31. Encontre GAPs de conteúdo e resolva-os:

Objetivo: gerar acessos orgânicos e links para o seu site.

Descrição: Nem todo conteúdo é perfeito, se acostume com isso. Além de acostumar, você pode usar isso a seu favor.

GAPs de conteúdo são imperfeições no material, como por exemplo alguém citar que você precisa de um bom trabalho de e-mail marketing, mas não explicar ou linkar para algo que mostre como fazer isso.

Nesse caso, o que você faz é criar esse conteúdo que cubra e resolva esse GAP, como um blogpost de "Como Fazer" ou "O Passo a Passo Simples para".

Após criar o conteúdo, siga os passos:

- Use o hack #22 para encontrar o e-mail de quem criou o blogpost;
- Envie um e-mail avisando do GAP e solicitando linkagem para o seu;
- Use o seguinte template:

Oi, [NOME]! Tudo bem?

Estava lendo o seu post sobre [TEMA+LINK] e gostei bastante!

Mas, eu senti falta de um pouco mais de aprofundamento sobre [MEU TEMA].

Recentemente, eu escrevi um post sobre [MEU POST], aqui está o link: Eu ficaria feliz se você incluísse o link de referência no seu post, além de achar que seria muito valioso para a sua audiência.

Espero ter ajudado e para qualquer coisa estou à disposição.

Um abraço!

32. Crie um conteúdo "quebra mito":

Objetivo: gerar acessos orgânicos e criar autoridade.

Descrição: Todo segmento de mercado possui os seus mitos. Por exemplo: "É impossível gerar resultados no marketing digital sem investimento".

O que você deve fazer é aproveitar esse espaço para publicar o seu conteúdo com os seguintes passos:

- Pesquise no Google: [Palavra-chave] + "mito". (Exemplo: inbound + "mito");
- Encontre os principais mitos;
- Prove que estão errados em seu conteúdo;
- Distribua o seu conteúdo.

33. Como proteger seu conteúdo de plágio e ainda ganhar links:

Objetivo: gerar link building para o seu conteúdo.

Descrição: É muito fácil roubar o seu conteúdo, principalmente se você está começando agora.

Para evitar isso, instale um Plugin que se chama [EasyTynt](#). Ele serve para que, toda vez que alguém copiar o seu conteúdo, na hora de colar a frase apareça entre aspas seguida por uma legenda (editável) escrito "Conteúdo original disponível em: www.seusite.com.br".

34. Use a sua página de erro 404 para converter leads:

Objetivo: gerar conversões e rankeamento no Google.

Descrição: Todo mundo já sabe que ter uma página 404 personalizada te dá pontos positivos no rankeamento orgânico. O hack, ou seja, o que ninguém sabe é como utilizar essa página para ir além e gerar leads.

O que você vai fazer é **adicionar um botão para conversão**. Algo do tipo "*Não encontrou o que procurava? Por que não baixa o nosso eBook sobre [TEMA]?*".

É bom esperar por um aumento em até 20% das suas conversões.

35. Faça um conteúdo incrível e distribua de graça:

Objetivo: criar (muita) autoridade e gerar leads.

Descrição: Fazer um conteúdo incrível é difícil, mas uma vez criado você pode usá-lo para sempre, como um Evergreen Content citado no Hack #19.

Siga estes passos:

- Crie um eBook que seja tão bom que as pessoas pagariam por ele;
- Coloque-o à venda no [Hotmart](#) por algumas semanas;
- Faça um "giveaway" dele, solicitando o e-mail do lead que irá receber o conteúdo e uma indicação de amigo que também pode receber;
- Assista a bola de neve de leads acontecer.

36. Crie conteúdo para temas de cauda longa ainda não citados:

Objetivo: dominar as pesquisas de palavras-chave segmentadas.

Descrição: Existe muito conteúdo na internet, mas com certeza há um espaço para algum termo de cauda longa que ainda não foi explorado. Cauda longa são palavras-chave que possuem 4 ou mais termos. Por exemplo: "Planejamento de Inbound Marketing para Startups B2B". São termos mais segmentados e com menor volume de pesquisa. No entanto, você já ouviu o ditado de que beber água da fonte é beber água limpa? Por isso, é importante focar em termos assim mais segmentados que você acredita que vão crescer no seu nicho.

Para saber se o termo ainda não foi criado faça isso:

- Escolha 5 sites de referência no seu mercado;
- Pesquise por eles no Google da seguinte forma site:[url] intitle:[palavra-chave];
- Continue procurando até encontrar uma palavra-chave que ainda não foi trabalhada;
- Crie um conteúdo para essa palavra-chave;
- Extra: envie um e-mail, conforme no Inbound Hack #23, solicitando que o seu conteúdo seja divulgado por eles.

37. Compartilhe o seu conteúdo em espaços

alternativos:

Objetivo: gerar links de referência e aumentar o alcance do seu conteúdo.

Descrição: Como já dito anteriormente, links são incríveis para qualquer estratégia de SEO e/ou conteúdo.

A grande jogada deste hack é colocar o seu conteúdo no máximo de plataformas qualificadas para o seu negócio linkando para o original no seu site.

Você pode publicar em locais como:

- LinkedIn;

- Grupos de Facebook;
- Medium;
- Reddit Brasil;
- Fóruns específicos;
- Wikipédia (nesse caso você precisa ter algo de relevante lá para linkar para o seu artigo).

38. Use a sua assinatura de e-mail para gerar leads:

Objetivo: geração de leads sem custo.

Descrição: Ainda em 1996, o Hotmail criou uma estratégia de Growth simples, prática e totalmente gratuita com esse hack.

O que você precisa fazer é adicionar à sua assinatura de e-mail um link que leve para alguma landing page.

O Hotmail adicionou um "Crie um e-mail grátis no hotmail" e gerou mais de 20 mil usuários em pouquíssimo tempo.

Para o seu negócio, você pode adicionar desde um link para um eBook até mesmo a sua página de produtos.

Eu mesmo utilizei esse hack:



Ps: aplique qualquer um desses [50 hacks de Marketing](#) para vender mais.

39. Foque em canais de aquisição mais baratos (ou gratuitos):

Objetivo: gerar receita recorrente.

Descrição: Caso você seja uma empresa do ramo B2B que já possui um certo tempo de mercado, provavelmente já tem alguns clientes ativos e satisfeitos com o seu produto.

Esse hack é bem simples:

- Segmente os seus clientes mais satisfeitos: Desenhe uma métrica de sucesso para eles. Exemplo do RD Station: o usuário precisa gerar 60 leads em um mês;
- Ajude o seu cliente a alcançar essa métrica. No caso do RD, eles possuem consultores especialistas que ajudam a bater essa meta, mas você pode fazer isso com fluxos de e-mails bem parecido com o que a [Convertful](#) faz;
- Crie uma campanha automática para os clientes que batem essa meta no modelo "Indique e Ganhe", o qual você vai oferecer algum benefício, seja um conteúdo, desconto ou até a isenção de uma mensalidade do produto e ganhar indicações de novos clientes sem muito custo de aquisição.

40. Escreva um guest post:

Objetivo: gerar links e aumentar o alcance do seu conteúdo.

Descrição: Guest Posts são postagens escritas por um convidado em um determinado site que linka para o site do próprio convidado. Não preciso repetir a importância de links, certo? Rs.

Para fazer esse hack siga estes passos:

- Pesquise pelo seu termo da seguinte forma: [termo] +intitle:"escreva para nós";
- Liste os sites que aceitam envio de conteúdo;
- Estude a linha editorial de cada um deles;
- Escreva um resumo do conteúdo e envie para o e-mail do site que você encontra seguindo o hack #22;
- Se eles aceitarem o seu conteúdo, parta para a sua produção;
- Envie o conteúdo e solicite uma linkagem de volta para o seu site.
- Veja alguns dos meus guest posts:
 - [4 pontos que toda Startup precisa entender antes de planejar o marketing digital em 2018](#);
 - [Marketing Ágil: uma metodologia perfeita para startups fazerem marketing digital com baixo custo](#);
 - [4 Growth Hacks para Promover Marketing de Conteúdo](#);

41. Crie um novo termo para o seu segmento:

Objetivo: criar audiência e um posicionamento único.

Descrição: Você já tinha ouvido falar sobre o termo Inbound Hack antes?

Provavelmente conhecia Inbound Marketing e Growth Hacking, correto?

É disso que se trata criar um novo termo, **fazer combinações de termos já existentes ou nomear estratégias e/ou ideias totalmente novas.**

Importante: quando você cria um termo e ele não tem volume de buscas no Google, sugiro que você faça uma linkagem com termos já existentes para fins de indexação.

O próprio termo Growth Hacking foi criado pelo Sean Ellis, da [DropBox](#) em 2010.

42. Publique um estudo de caso:

Objetivo: gerar autoridade e intenções de compra.

Descrição: A melhor forma de vender é provar que o seu produto/serviço funciona. Você pode usar o Inbound para isso também, **publicando um estudo de caso de sucesso de algum cliente seu relacionado com o seu produto/serviço**, claro.

[Veja um exemplo aqui.](#)

Siga estes passos:

- Pesquise pelo termo da seguinte forma: [Palavra-chave] + intitle "Como fazer" ou [Nome do influenciador/Blogger] + intitle "Como fazer";
- Observação: teste também o "Como eu fiz" no lugar do Como fazer;
- Encontre, escolha um tópico e escreva um estudo de caso relacionando ao seu produto;
- Produza o conteúdo;
- Encontre os e-mails certos para enviar usando o hack #22. Dentre as pessoas inclua: o influenciador do primeiro passo, as pessoas que estão seguindo ele, qualquer blog que já tenha falado sobre o tema e os canais que já linkaram para o post que você achou no passo um.

43. Melhore algum conteúdo antigo:

Objetivo: gerar backlinks e relacionamento.

Descrição: Existe muito conteúdo datado e precisando de atualização na internet, **se você contribui para essa melhoria pode ter um link para o seu site.**

Para fazer isso siga estes passos:

- Pesquise pelo termo original no Google;
- Coloque o intervalo de datas antigo (teste variações);

- Encontre algum post que você sabe que está datado;
- Escreva um conteúdo que atualiza esse;
- Use o hack #22 para encontrar o e-mail de contato do site original;
- Envie um e-mail avisando e mande seu link solicitando linkagem como "Post atualizado".

44. Promova o seu conteúdo para comentaristas de blogs:

Objetivo: gerar tráfego e leads grátis.

Descrição: Postagens de blogs famosos são recheadas de comentários e **a maioria delas tem o nome e uma foto da pessoa que está comentando**, isso quando não tem algum link direto para redes sociais.

O que você precisa fazer é:

- Pesquise por uma palavra-chave no Buzzsumo (os posts lá sempre são virais);
- Pesquise no Google [Palavra-chave] + "10..10000 comentários";
- Liste os nomes e/ou contatos das pessoas que comentaram tal como seus comentários;
- Entre em contato com elas (o e-mail você consegue no LinkedIn ou seguindo o hack #22);
- A abordagem deve ser: "Vi seu comentário no SITE e achei legal o seu ponto. Eu também escrevo sobre esse assunto e publiquei O SEU CONTEÚDO que talvez você vá gostar.".

45. Faça uma lista ÉPICA sobre o seu nicho:

Objetivo: gerar acessos orgânicos e links para o seu site.

Descrição: Se você pesquisar por alguma coisa no Google que possua um resultado em listas vai notar que a **ordem de posicionamento está**

sempre relacionada ao tamanho da lista. (Experimente com "lugares para jantar em [sua cidade]").

Esse hack consiste em encontrar uma lista e fazer uma absurdamente maior, melhor e impossível de ser ignorada.

Este conteúdo que você está lendo É uma lista, que fiz questão de fazer muito grande e memorável.

Para fazer essa lista siga estes passos:

- Pesquise no Google "Como fazer [Palavra-chave]";
- Liste as postagens que estão nos três primeiros lugares;
- Leia e produza um conteúdo melhor e mais completo (Dica: veja o hack #31 nessa lista para te ajudar);
- Extra: use alguma ferramenta de backlinks ([MOZ](#), [AhRefs](#) ou [SemRush](#)) para descobrir quais sites estão linkando para as listas;
- Use o hack #22 para encontrar o e-mail de contato desse sites;
- Envie um e-mail avisando que a sua lista é maior e mais completa.

46. Crie um guia completo [de verdade]:

Objetivo: gerar tráfego, leads e, claro, links.

Descrição: Uma lista épica é um conteúdo muito bom, principalmente para indexação, mas um conteúdo que seja um **guia completo (de verdade) sobre determinado tema é excelente para capturar milhares de Leads.**

Ninguém melhor do que você, empreendedor de Startup ou PME, que conhece tão bem a evolução do seu segmento para escrever um guia completo.

Siga estes passos:

- Selecione um tema inovador que não possua um guia muito bom ainda;
- Pesquise por referências no Google e no BuzzSumo;
- Escolha os subtópicos (sugiro começar com: O que é o tema? O que não é o tema? Como fazer? Como melhorar? Quais ferramentas usar?);

- Se certifique que o conteúdo é realmente bom e denso com pelo menos 6 mil palavras;
- Transforme o conteúdo em um PDF usando o [Canva](#);
- Crie uma landing page para ele no [InstaPage](#) ou [KlickPages](#);
- Publique usando os outros hacks.

47. Use o Yahoo respostas para ter links:

Objetivo: gerar links e criar relacionamento on-line.

Descrição: O Yahoo respostas é cheio de perguntas e surgem novas todos os dias, a grande vantagem que você já deve ter notado é a **imensidão de respostas inúteis e/ou rasas**.

O que você vai fazer é aproveitar essas respostas relacionadas ao seu nicho e produzir conteúdo verdadeiramente épicos, usá-los como resposta e colocar o link para o original em seu site.

Simples assim: links do maior portal de perguntas e respostas da atualidade.

48. Nem todo mundo te entende? Faça um glossário gerador de leads:

Objetivo: gerar leads de forma rápida e barata.

Descrição: Todo segmento possui os seus termos específicos que geralmente os novos entrantes e/ou profissionais mais antigos não conhecem.

A oportunidade desse hack é **criar um glossário que provavelmente ainda nem existe se você for uma Startup para esse segmento de mercado**.

Dica extra: inclua as Buzzwords do seu segmento, elas vão ajudar na indexação.

49. Solicite linkagem de páginas menores que a sua:

Objetivo: gerar volume de backlinks.

Descrição: Conseguir links em sites de grande relevância é o ideal, mas nem sempre é fácil (lembre-se que é totalmente possível se você leu esse guia todos).

Para **ajudar um site que está começando agora é bom e mais fácil pegar links de sites menores** que estão depois do quinto lugar na página de resultados do Google.

Siga estes passos:

- Selecione um conteúdo seu que seja bom;
- Pesquise pela palavra-chave dele no Google;
- Selecione os sites que estão abaixo da quarta colocação;
- Use o hack #22 para entrar em contato com eles;
- Envie o seu conteúdo solicitando a linkagem;
- Ps: cuidado com o excesso de links "ruins".

50. Convide alguém influente para escrever no seu blog:

Objetivo: gerar autoridade e links para o seu site.

Descrição: Assim como no hack #40, você vai deixar o seu site como um canal aberto para escritores de fora. O próximo passo é convidar alguém de relevância para escrever no seu blog. Siga estes passos:

- Liste alguns influenciadores do seu nicho;
- Encontre eles no LinkedIn ou usando o e-mail hunter do hack #22;
- Envie uma mensagem para eles solicitando uma postagem sobre um tema já definido;

- Se tudo correr bem, publique o seu texto, linkando para o site e/ou perfil deles e solicite a repostagem no site deles.

51. Faça remarketing só com quem vai realmente comprar:

Objetivo: gerar vendas.

Descrição: Você já foi perseguido por algum ecommerce e achou ruim? Seu visitante também pensa como você.

Certifique-se de fazer seu pixel de retargeting funcionar apenas com visitantes com mais de 45 segundos no seu site. O tempo é variável de acordo com o seu nicho de mercado.

*Obrigado e espero que seja muito útil.
E a todos que querem crescer, contem comigo.
rodrigo@mercadohack.com*