

## DEFINIÇÃO DE:

- **Burro:** é aquele que erra e continua errando na mesma coisa
- **Inteligente:** é aquele que erra mas aprende com os próprio erros, erra uma vez e corrige.
- **Gênio:** é aquele que aprende com o erro do próximo, se fulano errou com isso eu vou fazer diferente para não errar.

## >> OS 7 ERROS MAIS COMETIDOS EM LANÇAMENTOS DIGITAIS:

- **Mudar a data do lançamento ou não fazer o lançamento:**

iniciantes) o primeiro lançamento é muito mais sobre aprendizado do que lucro. Motivos que leva a pessoa a mudar a data do lançamento:

- **Focar na ordem errada**

**Ordem:** (1) Rede de contatos, (2) Evento, (3) Produto/serviço.

**Perfeccionismo:** se você não está com vergonha do produto que você está lançando isso significa que você demorou demais para lançar o seu produto. O perfeccionismo só atrapalha o seu lançamento.

**Insegurança:** a realidade é que a maioria das pessoas não se sentem 100% seguras, porém você precisa viver com a insegurança e não deixar ela te parar, não espere se sentir pronto para poder começar você começa e no meio do percurso você se sentirá pronto.

### >> CRESCER DÓI, MAS NÃO CRESCER DÓI MUITO MAIS.

- Não acompanhar as métricas do lançamento: tudo aquilo que pode ser medido, pode ser otimizado, é preciso acompanhar as métricas do seu lançamento em tempo real.
- Do anúncio para a página de captura você tem que analisar as métricas de **CTR** (pelo menos 1% de CTR) e a de **CARREGAMENTO DE PÁGINA** (no máximo 2 segundos). Da **PÁGINA DE CAPTURA** para a **PÁGINA DE OBRIGADO** é preciso ter (no mínimo 50% de taxa de conversão), na **PÁGINA DE OBRIGADA** pelo menos (75 a 80% precisa clicar no grupo do whatsapp) do **GRUPO DE WHATSAPP** (a taxa de comparecimento tem

Da live de **VENDAS** para de 20% a nome meu

aluno, a minha taxa de conversão tem que ser de 10 a 20%.

- CTR (taxa de pessoas que veem e clicam no anuncio), = ou > 1%
- Tempo de carregamento da página de cadastro, = ou > 2%
- Taxa de conversão da página de cadastro, = ou > 50%
- Taxa de conversão da página de obrigado, = ou > 75%
- Taxa de comparecimento do lead no evento, = ou > 20%
- Taxa de conversão da lista de leads, = ou > que 1% do número de lead total.
- Taxa de retenção, = ou > do que 25%

**Obs: a taxa de retenção do insta é menor do que a do youtube.**

- Custo por lead diário
- Custo do dia de ontem
- **Descontinuação do raciocínio:** o texto/copy dos criativos, a LP, página de obrigado, as ativações, o EVENTO, a página de vendas e o treinamento, tem que haver uma linha de raciocínio, onde você mostra passo por passo. É preciso falar a mesma linguagem no anúncio, evento e produto.
- **Subestimar o público alvo:** erro de prepotência, é um erro de arrogância, público alvo é básico, só que pelo fato de ser básico subestimam, porém é o básico eu é a base.
- **Não fazer uma antecipação massiva do seu evento:** é necessário você lembrar o seu lead do seu evento, as pessoas esquecem muito fácil e rápido das coisas, se você não fazer a antecipação e lembra-lo do seu evento, sua taxa de comparecimento será muito baixa.

## >> ANTECIPAÇÃO BEM FEITA AUMENTA A TAXA DE COMPARECIMENTO

**Antecipar pelo pontos de contato:** e-mail, whatsapp, telegram, sms, ligação, anúncio de remarketing no intagram, facebook, google ADS, nas lives.

- **Querer colher sem plantar:** você precisa fazer um plantio antes de querer colher. Não queira colher muito frutos sem ter plantado antes, é preciso gerar conteúdo para a audiência, gerar conteúdo para criar a audiência, distribuir de forma paga o meu conteúdo.

**CONTEÚDO + DISTRIBUIÇÃO = BASE**

- **Não fazer debriefing após o lançamento:** isso é analisar o que pode ser melhorado para o próximo lançamento, quais foram nossos acertos e erros.
- Acertos nós potencializamos.
- Erros nós corrigimos, anulamos.

## >> ISSO É ITERAR: ITERAR É MELHORAR A CADA NOVO CICLO.

Você precisa fazer o seu **lançamento 2** ser melhor que o **lançamento 1**

Você precisa fazer o seu **lançamento 3** ser melhor que o **lançamento 2**