

WORKBOOK

Módulo Gestores de Tráfego e Conversão



Conversão Extrema

Seja muito bem-vindo!

Aqui, no **Workbook do Módulo para Gestores de Tráfego e Conversão**, iremos te passar algumas estratégias e dicas que você poderá aplicar no seu negócio e vão te levar para o próximo nível de resultados.

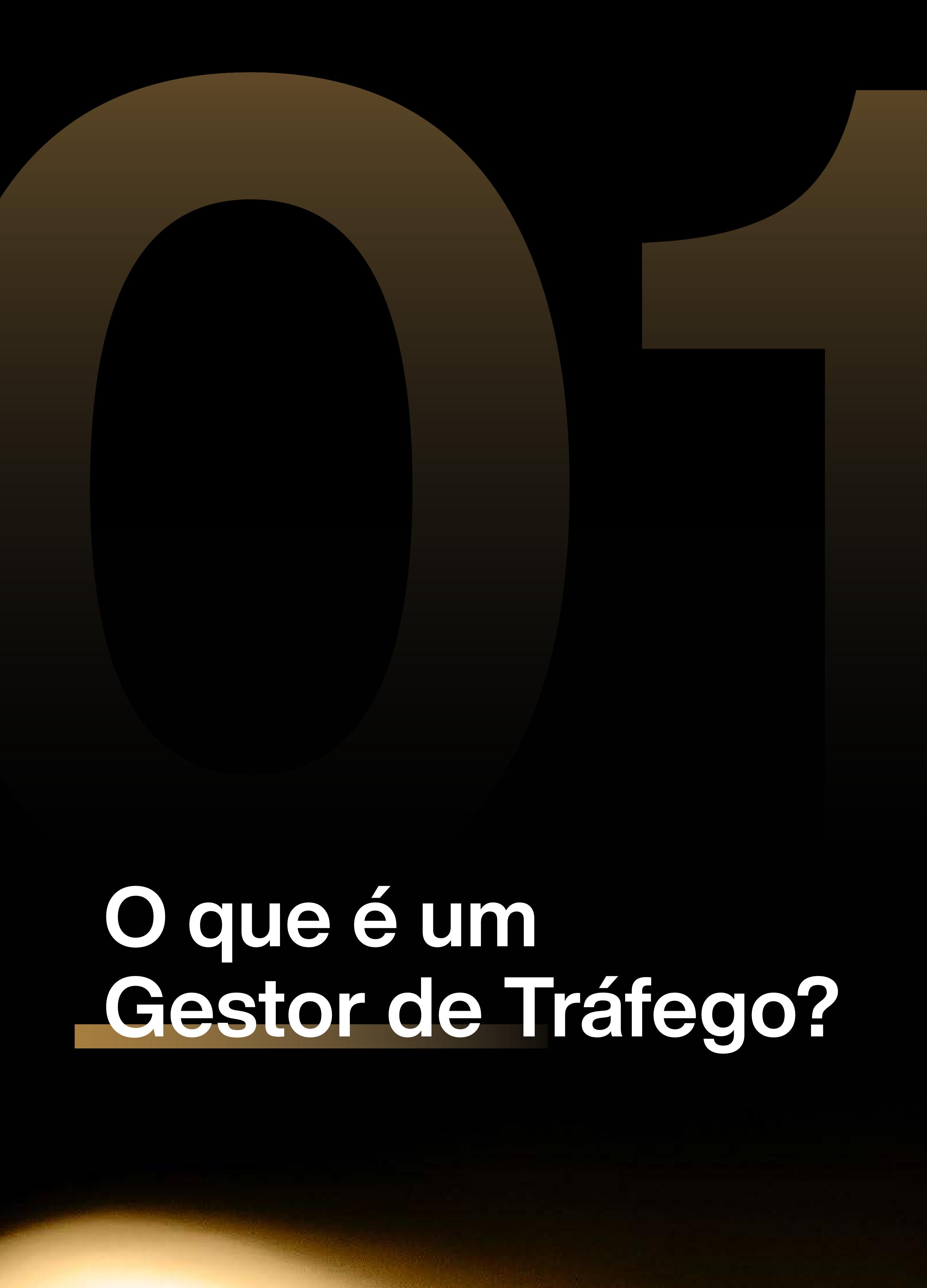
O que é um Gestor de Tráfego e Conversão?

É um profissional que tem a habilidade de criar campanhas, de gerar tráfego qualificado para uma landing page e fazer com que esse tráfego traga faturamento para o cliente, ou seja, trazer um **ROI (Retorno sobre o Investimento)**.

Por que essa é uma habilidade tão requisitada no mercado?

Porque o que todo empresário quer é vender, aumentar o seu faturamento. E você tem que ser um especialista nisso.





O que é um Gestor de Tráfego?

Papel do Gestor de Tráfego

Como Gestor, é importante você entender que o que vai definir a qualidade do seu desempenho e o quanto o seu cliente estará satisfeito, será o quanto especialista você é em cada um dessas áreas:

- **Criação de Campanhas**

Ele é responsável pela criação de campanhas em ferramentas de tráfego pago (**Google Ads** e **Facebook Ads**). Para isso, você precisa ser especialista no Google e no Facebook.

- **Análise Completa do Processo de Conversão**

Ele também precisa analisar tudo que é necessário para gerar uma conversão, como por exemplo, tudo que envolve a venda do produto, como Landing Page, Público Comprador, Copy, etc.

- **Estratégia de Vendas**

Toda a estratégia de vendas depende do Gestor de Tráfego. No final, tudo se trata de gerar vendas e resultados para os seus clientes.



Quais as obrigações de um Gestor?

Quando um cliente tem resultado, ele permanece com você em todos os meses. Então, a sua obrigação é fazer o possível para o seu cliente gerar resultado. E lembre-se, nem tudo vai precisar da sua mão, mas você precisa falar o que ele precisa fazer.



Tipos de Tráfego, Ferramentas e Organização

Tipos de Tráfego

- **Tráfego Pago**

Tudo que se refere a anúncios na internet, que geralmente são controlados por ferramentas de criação de campanhas (**Facebook Ads, Google Ads, Tiktok Ads**) e outras plataformas de tráfego.

- **Tráfego Orgânico**

Quando o usuário pesquisa sobre o seu produto/serviço no Google e o seu site aparece nas primeiras posições sem precisar pagar nada por isso.

- **Tráfego Social**

Quando o usuário te encontra nas redes sociais e faz conexões com você.

- **Tráfego de Referência**

Quando alguém indica você.



- **Tráfego Direto**

Quando alguém acessa sua página direto, digitando a URL da sua empresa. Esse tipo de tráfego é fortalecido pelo reconhecimento da sua marca.

TODOS os tráfegos são importantes, mas o pago é o que mais gera escala, crescimento rápido e resultados.

Ferramentas



1. Google Ads



2. Meta Ads (Facebook, Instagram, ...)



3. Twitter Ads



4. Taboola



5. Outbrain



6. Criteo



7. LinkedIn Ads



8. Tiktok Ads



9. Pinterest Ads

Quais ferramentas deve-se dominar?

Para um Gestor, é de extrema necessidade que o mesmo domine o **Google Ads** e o **Meta Ads**, porque essas duas ferramentas já ocupam mais de 80% da internet.



Como organizar e gerenciar as contas dos meus clientes?

Tanto no Google, quanto no Facebook funcionam da mesma forma:

- Você vai criar uma conta “mãe”. E nessa conta é onde você gerencia todos os seus clientes.

No Google, chamamos ela de **MCC (Minha Central de Clientes)** e no Facebook, chamamos de **BM (Business Manager - Gerenciador de Negócios)**.

- Caso o cliente não possua a conta dele criada, você pode criar para ele, mas peça depois para alterar a senha. Deixe o controle sempre na mão do cliente.
- Feito isso, você vai solicitar uma vinculação da conta do cliente com a sua conta “mãe”.

Dessa forma, você pode ter milhares de contas na mesma conta sem precisar de login e senha dos seus clientes.



Pontos Importantes

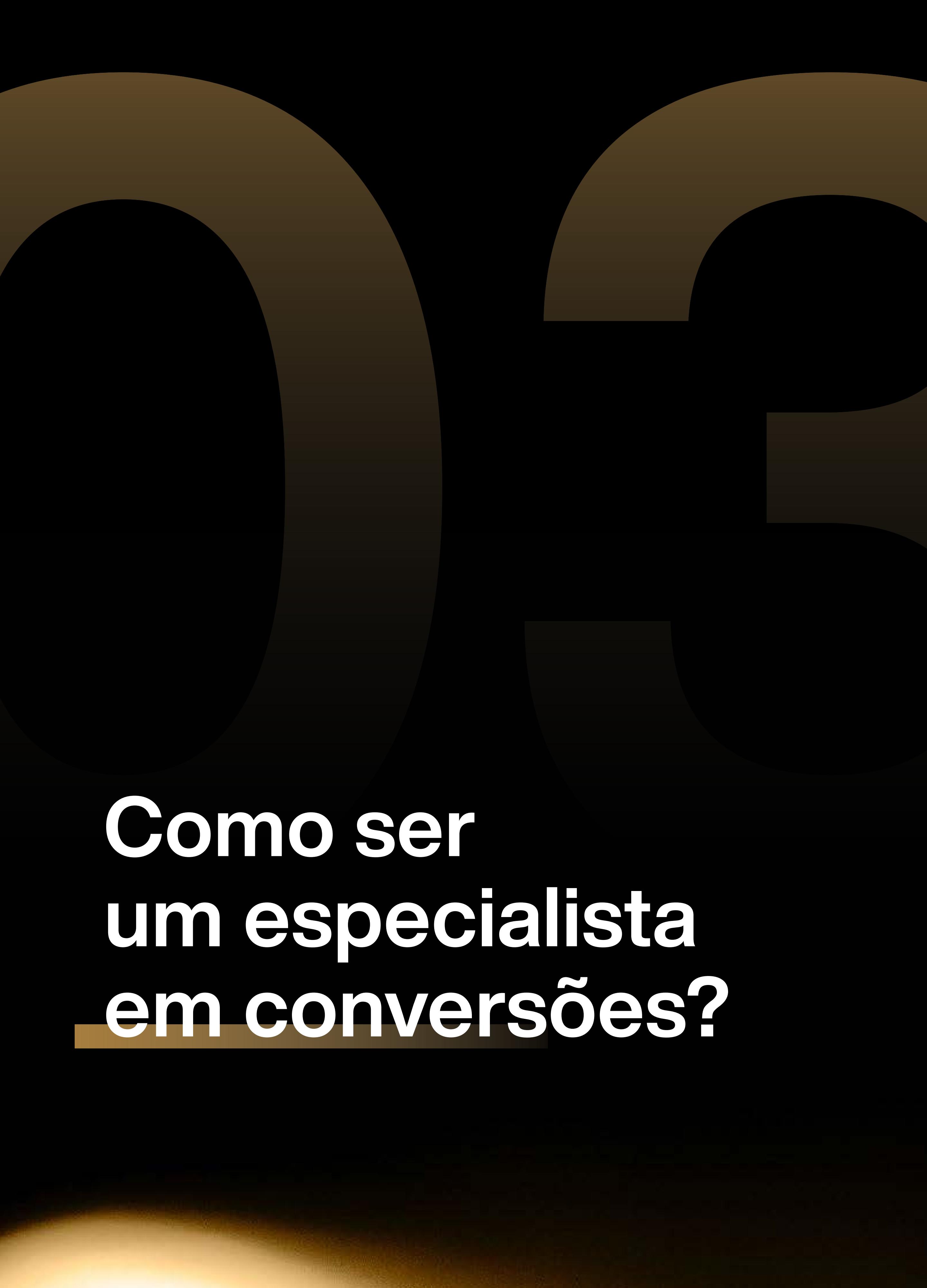
O cliente tem o poder de te desvincular quando quiser

O cliente tem o poder de escolher a sua permissão na conta

Faça o que o Google e Facebook recomendarem

Não peça/não fique com a senha do cliente.





Como ser
um especialista
em conversões?

Especialista em Conversões

Nunca se esqueça: Você precisa ser um especialista em conversão para ter sucesso e ser um dos melhores Gestores de Tráfego e Conversão, pois é isso que vai fazer você ir para o próximo nível de faturamento.

Mas afinal, o que é uma Conversão?

Uma conversão é um resultado, uma ação desejada que o seu cliente colocou como meta. Todo cliente tem que ter um objetivo claro, e esse objetivo é a meta dele, que é a conversão.

Diante disso tudo, ainda existem coisas e conteúdos adicionais que podem influenciar no trabalho de um Gestor de Tráfego e Conversão. Por isso, é importante você se atentar aos pontos que iremos mostrar a seguir.



11 Princípios que impactam diretamente na Conversão

01 Público Comprador

Você precisa ser especialista em identificar quem são as pessoas que compram/passam o cartão.

02 Landing Page

Você tem que ser especialista em fazer a pessoa agir na próxima etapa.

03 Comunicação Persuasiva

Você precisa ser bom em Copy.

04 Oferta ou Promessa

Promessa boa é aquela que faz a pessoa agir. Oferta ruim não converte, assim como uma promessa ruim não irá converter.

05 Vendedor

Você precisa analisar o processo de vendas e você precisa saber vender.



06 Anúncios

Você tem que ser bom em criar anúncios, isso irá gerar Conversão.

07 Segmentação

Você tem que entender todas as possibilidades de segmentações dentro das plataformas. Ou seja, quanto menor o investimento do cliente, mais segmentado precisa ser o seu anúncio.

08 Funil de Métricas

Entender o funil de métricas é essencial para a geração da Conversão. Com o funil, você entende onde está o problema que está impedindo você de gerar uma conversão.

09 Concorrentes

Você também precisa ser especialista em analisar o mercado do seu cliente. Uma dica para isso é fazer uma pesquisa a cada duas semanas, como se você fosse cliente do seu cliente.

10 Processo de Conversão

Analise cada etapa para gerar a conversão final.



11

Campanhas Específicas e Lançamentos

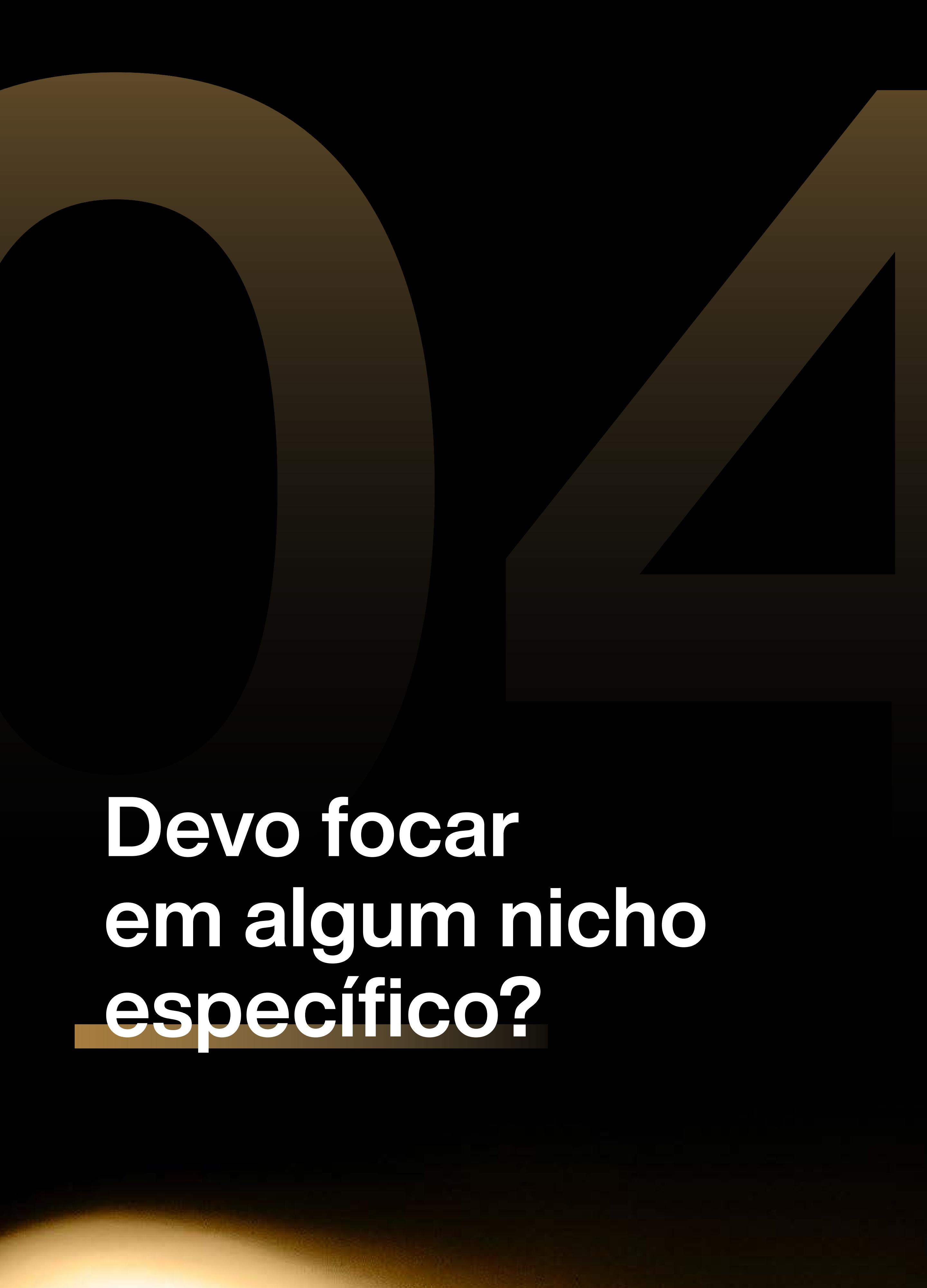
Por fim, você precisa ter conhecimento de campanhas específicas e lançamentos, afinal, isso pode mudar totalmente a cara do jogo.

Após essas dicas, vale enfatizar que você não é pago para gerar tráfego, é pago para gerar vendas/conversões. Por isso, você precisa se tornar um Gestor de Tráfego e Conversão.

Lembre-se!

A profissão de Gestor de Tráfego e Conversão é a que mais paga bem, porque o poder de faturamento de uma empresa estará em suas mãos.





**Devo focar
em algum nicho
específico?**

Focando em algum nicho

Você pode se perguntar “Eu devo focar em algum nicho específico?”.

A resposta para isso é: Não existe uma resposta certa.

Tem muitos gestores de tráfego que começaram focando em alguns nichos, como lançamentos, área médica, imóveis, etc.

Porém, a ideia correta é: **Estou começando do zero, o que cair na rede eu pesco.**

Isso irá te dar experiência, ideia do mercado e você consegue treinar as suas habilidades, o que é muito importante para quem está iniciando.

Na página seguinte, vamos ver algumas categorias que podem ser usadas como pilar para o seu início.



Devo focar em uma categoria específica?

Vamos entender as categorias existentes para que você possa analisar qual se encaixa melhor com o seu negócio.

01 Negócios Locais

São os melhores clientes para quem está começando.

02 Lançamentos

É uma categoria que paga mais, porém exige mais habilidades.

03 E-Commerce

É uma categoria que precisa de mais experiência.

04 Serviços

É uma ótima categoria para iniciar.

05 Produtos Digitais

Em termos de escala, você vai ter poucos clientes nessa categoria.

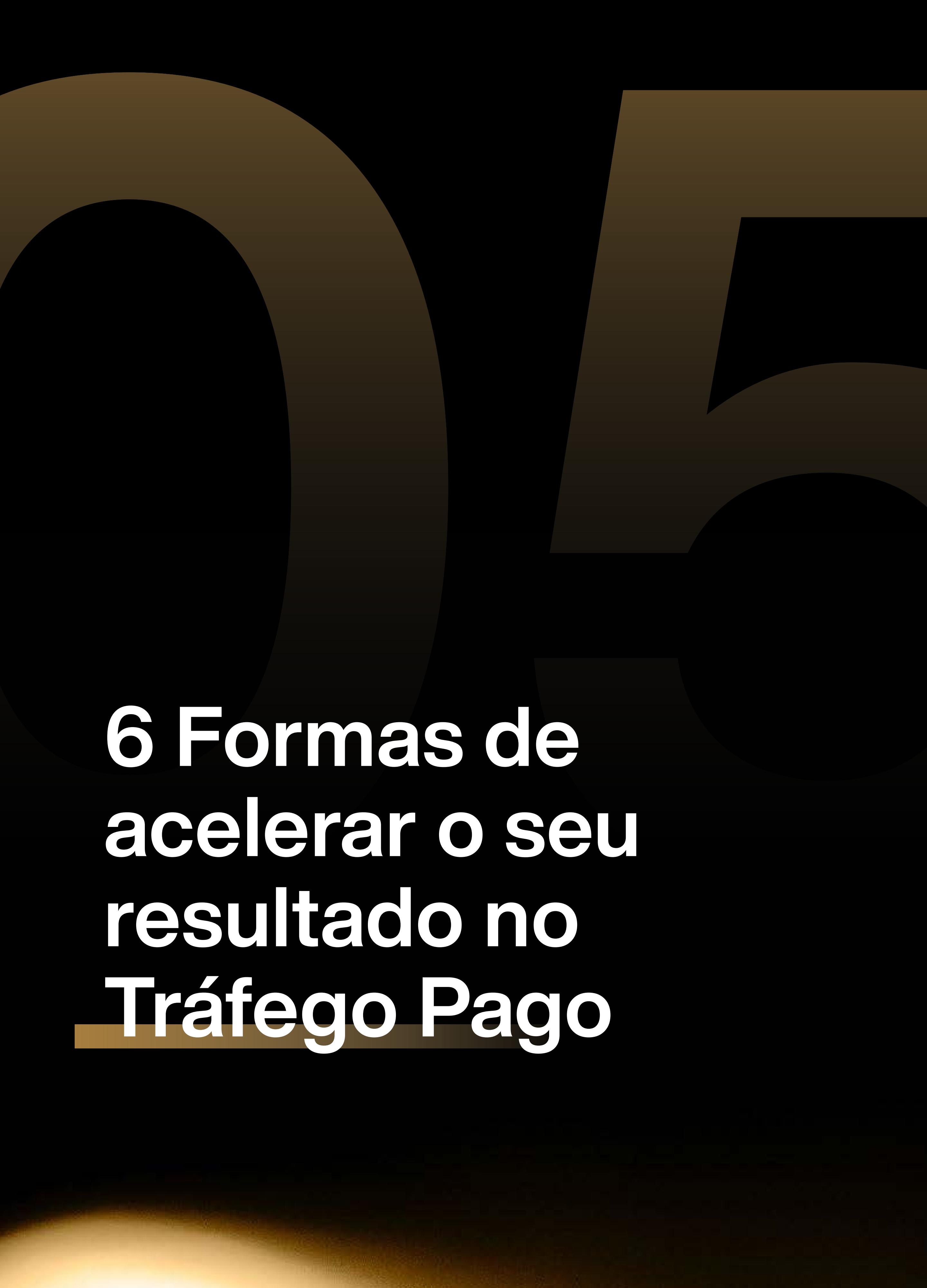
Esta também é uma categoria que requer mais experiência.

06 Afiliados

É uma pessoa que ganha comissão por indicar um produto/serviço.

Não é uma categoria muito recomendada no início.





6 Formas de acelerar o seu resultado no Tráfego Pago

Acelerando o aprendizado no tráfego em 6 passos

01 Siga bons profissionais de tráfego

Para te explicar bem, um bom profissional de tráfego é aquele que:

- Está no mercado há tempos;
- Geram bons conteúdos sem enrolação;
- Vivem no campo de batalha e não são apenas vendedores de curso;
- Possuem princípios e valores;
- Não oferecem esqueminhas (**fuga de todos eles**) e nem ficam fazendo promessas mirabolantes;
- Produz o seu conteúdo diariamente.

02 Consuma conteúdos práticos

- Mostrando as ferramentas;
- Em contas reais, com exemplos reais;
- Comece com conteúdos do zero e procure temas conforme as suas dificuldades.

03 Central de Ajuda Oficial

- Tem dúvidas? Vá para a central de ajuda.



04 Comunidade Oficial da Ferramenta (Google Ads)

Uma das melhores comunidades com funcionário do próprio Google.

05 Campo de Batalha

- Uma ação vale mais que 10 aulas;
- O campo de batalha é a melhor escolha.

06 Mentorias e Masterminds

- Acelera seu aprendizado e resultado;
- Networking;
- Conteúdo recente, atualizado e filtrado.

Lembre-se!

Nunca pare de investir na sua educação e estar em ambientes extremos. Seja um frequentador de ambientes que proporcionem o seu crescimento.



Precificação e Contrato

Precificação e Contrato: como e quanto cobrar?

Como vender sem autoridade e sem nunca ter atendido um cliente na vida? Para isso, você deve dar uma garantia acima da média, pois quanto menor a autoridade, maior a garantia.

Opções de Cobrança

- **Taxa mínima e fixa**

Você pode definir e criar pacotes baseado em quanto a pessoa investe em anúncios online ou em plataformas específicas. Baseado no investimento do cliente, você define uma taxa mínima.

- **Fixo e variável**

Nessa opção, você pode cobrar através da seguinte forma: **Taxa fixa + Percentual de investimento do cliente**. Um exemplo bem comum é cobrar um variável pelo faturamento do cliente.

- **Variável (E-Commerce, Produtos digitais)**

É uma variável que pode ser em cima do investimento, ou do resultado.



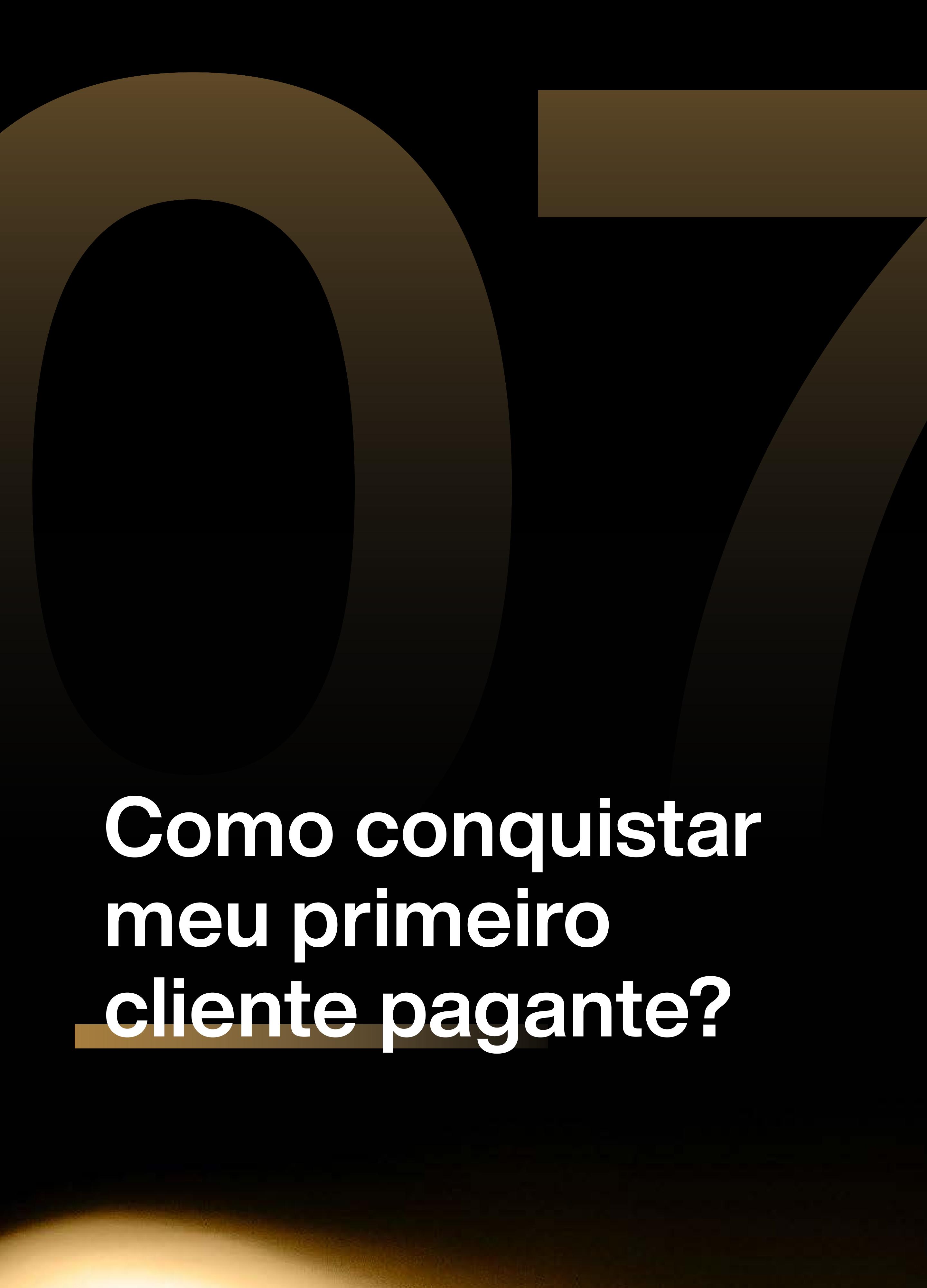
- **Coprodução (Produtos digitais, lançamentos)**

É um percentual em cima do faturamento do lançamento/produto digital.

Como receber do cliente

1. Abra o MEI (**Microempreendor Individual**);
2. Tire a nota fiscal de tudo;
3. Faça o cliente assinar contrato;
4. Comece o serviço após o pagamento;
5. Prefira receber por recorrência no cartão de crédito.





Como conquistar meu primeiro cliente pagante?

Conquistando meu primeiro cliente pagante

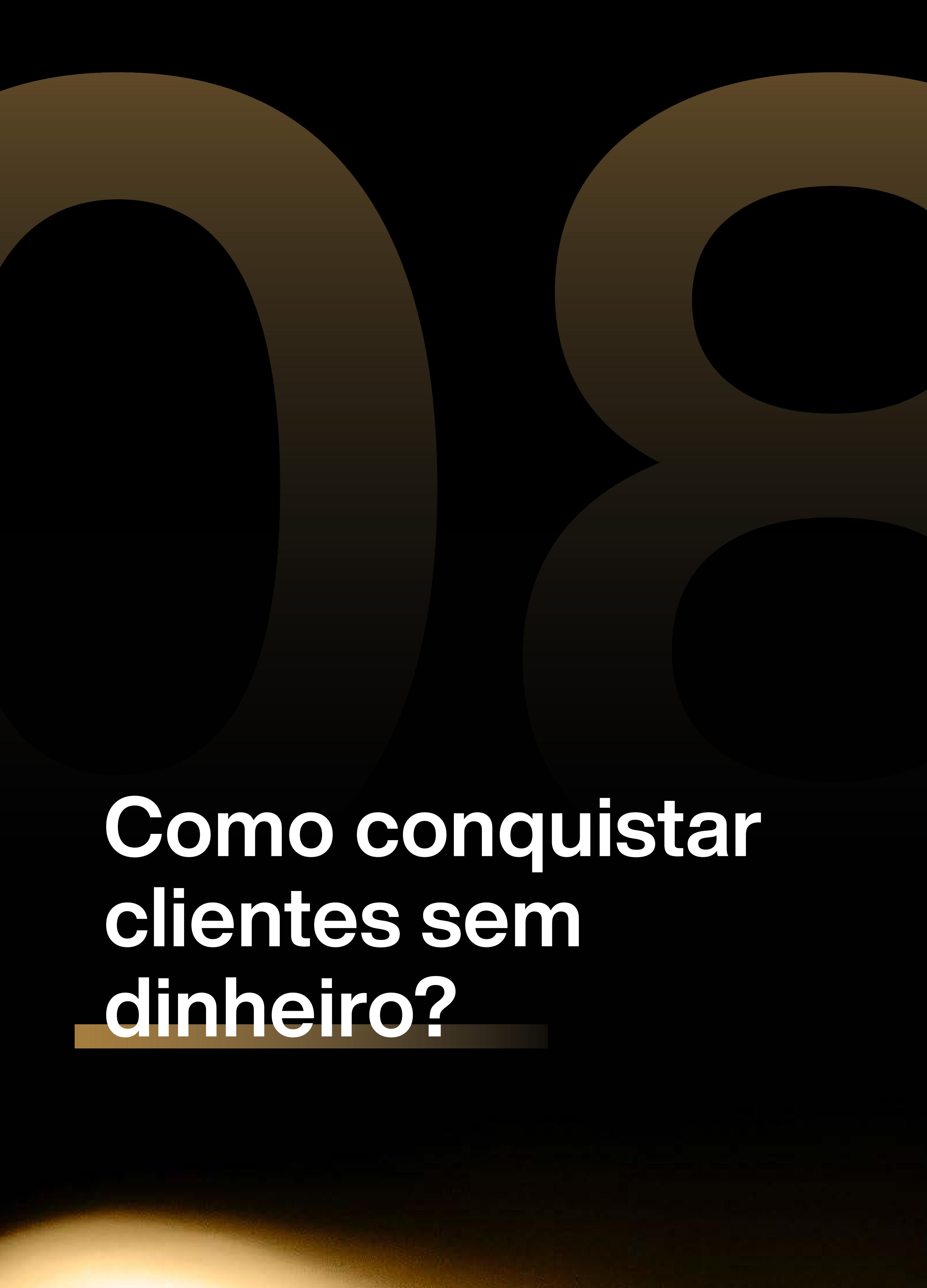
O primeiro passo é conquistar um cliente pagante mesmo que a sua taxa seja reduzida, pois o foco inicial é o seu desenvolvimento. Para isso, inicialmente use sua rede de contatos mais próxima para conquistar:

- Familiares;
- Amigos;
- Lugares onde você é cliente;
- Conhecidos de futebol, igreja, eventos, etc;
- Peça dicas de pessoas que fazem parte do seu círculo.

Lembre-se!

Esteja sempre com o radar ligado. Não pense em vendas, pense sempre em gerar valor.





Como conquistar
clientes sem
dinheiro?

Conquistando meu primeiro cliente sem ter dinheiro

Antes de qualquer coisa, você precisa possuir um cartão de visitas, que no seu caso será o seu Instagram. Você precisa tornar o seu Instagram atrativo para o público que te visitar, por isso, você precisa:

- Postar alguns conteúdos de tráfego pago (**1x a cada 15 dias**);
- Criar uma Landing Page e inclua na BIO do Instagram;
- Colocar uma foto atrativa (**sorrindo e com um fundo padrão**);
- Colocar um nome simples;
- Na aba “Bio”, colocar o que você faz e o resultado que gerou;

Lembre-se!

Se você quer trabalhar e fazer dinheiro através da Internet, você precisará de boas ferramentas. **Para ser um Gestor de Tráfego, você precisa de um bom celular, uma boa internet e um computador.**

Agora, como conquistá-los sem renda?



1. Procure seu primeiro cliente

Clique em um anúncio qualquer, fale o que poderia ser melhorado e ofereça uma consultoria por telefone:

- Veja os anúncios no topo do Google;
- Veja os anúncios da Rede de Display do Google;
- Veja anúncios na biblioteca de anúncios do Facebook.

Você precisa criar um motivo para falar com aquele possível cliente.

Visualizando os ads nas plataformas

Na sua conta do Google Ads, clique em “Ferramentas e Configurações”, e depois em “Diagnósticos e visualização de anúncios” para conseguir ver alguns anúncios no Google.

Screenshot of the Google Ads interface showing the 'Tools & Configuration' menu. A red arrow points from the 'Diagnóstico e visualização de anúncios' button in the left sidebar to the 'Configuração' section in the main menu. Another red arrow points from the 'Hub de publicidade para apps' button in the left sidebar to the 'Diagnóstico e visualização de anúncios' button in the main menu.

Todas as campanhas	Tente pesquisar por "faturamento"	RELATÓRIOS	FERRAMENTAS E ATUALIZAR CONFIGURAÇÕES	AJUDA
Planejamento	Biblioteca compartilhada	Ações em massa	Métricas	Configuração
Planejador de performance	Gerenciador de públicos-alvo	Todas as ações em massa	Conversões	Dados da empresa
Planejador de palavras-chave	Estratégias de lance	Regras	Google Analytics	Gerenciador de políticas
Planejador de alcance	Listas de palavras-chave negativas	Scripts	Atribuição	Acesso e segurança
Diagnóstico e visualização de anúncios	Orçamentos compartilhados	Uploads		Contas vinculadas
Hub de publicidade para apps	Grupos por locais			Tag do Google
	Listas de exclusão de canais			Preferências



Coloque a região e a palavra-chave de um nicho. Com isso, você vai conseguir analisar empresas que estão anunciando.

The screenshot shows a search interface with a search bar containing "advogado sao paulo". Below the search bar are filters for "Local: Brasil", "Idioma: Português", "Dispositivo: Celular", and "Público-alvo: Usuários que não fazem parte de nenhum público". A red arrow points from the top left towards the search bar. A red box highlights a message: "1 Seu anúncio não está sendo exibido". Below this message are two buttons: "Resultados" and "Visualizar". A sub-section titled "Visualização dos resultados de pesquisa para celulares" follows. To the right, there is a representation of a smartphone displaying a Google search results page for "advogado sao paulo" with the same filters applied.

Para ver os anúncios no Facebook, pesquise o termo “Biblioteca de Anúncios Facebook” no Google e clique no link.

The screenshot shows a Google search results page for the query "biblioteca de anúncios facebook". The search bar at the top contains the same query. Below the search bar are filters: "Todas", "Notícias", "Videos", "Shopping", "Imagens", "Mais", and "Ferramentas". A red arrow points from the top left towards the search bar. The main content area shows search results. The first result is a link to Facebook's advertising guide: "Facebook.com - Anuncie no Facebook - Guia para o Facebook". Below the link is a snippet: "O Facebook coloca seus anúncios na frente dos clientes certos em todas as plataformas. Leve sua empresa a um novo patamar. Adicione o Facebook ao seu plano de marketing. Conscientização de marca. Promova seu aplicativo. Alcance o público certo. Gere leads." Subsequent results include sections like "Anuncie no Facebook", "Crie anúncios no Facebook", "Crie uma página comercial", "Centro de recursos", and "Biblioteca De Anuncios No Facebook - Resultados Atualizados...". A red arrow points from the bottom left towards the "Biblioteca De Anuncios No Facebook" result. The URL "https://pt-br.facebook.com/ads/library" is also visible.



No campo de busca, coloque alguma palavra-chave ou até o nome do anunciante para ver os anúncios dentro do Facebook.

Biblioteca de Anúncios Relatório da Biblioteca de Anúncios API da Biblioteca de Anúncios

Biblioteca de Anúncios

A Biblioteca de Anúncios fornece transparência de publicidade ao oferecer uma coleção abrangente e pesquisável de todos os anúncios atualmente em veiculação nas tecnologias da Meta.

[Veja as novidades](#)



Pesquisar anúncios

Defina a sua localização e escolha uma categoria de anúncio para iniciar a pesquisa. [Veja dicas de pesquisa.](#)

Brasil ▾

Todos os anúncios ▾

Pesquisar por palavra-chave ou anunciante

2. Coldmail

Entre nos sites de empresas que não anunciam no Google ou Facebook e envie um e-mail padrão oferecendo uma consultoria grátis.

3. Coldcall

Ligue para empresas e ofereça seu serviço, sempre gerando valor primeiro.

4. Direct do Instagram

Envie mensagens no Direct de empresas ou donos de empresas. Seu primeiro contato deve ser exclusivamente pensando em só ajudar.



Conversão Extrema

| Todos os direitos reservados

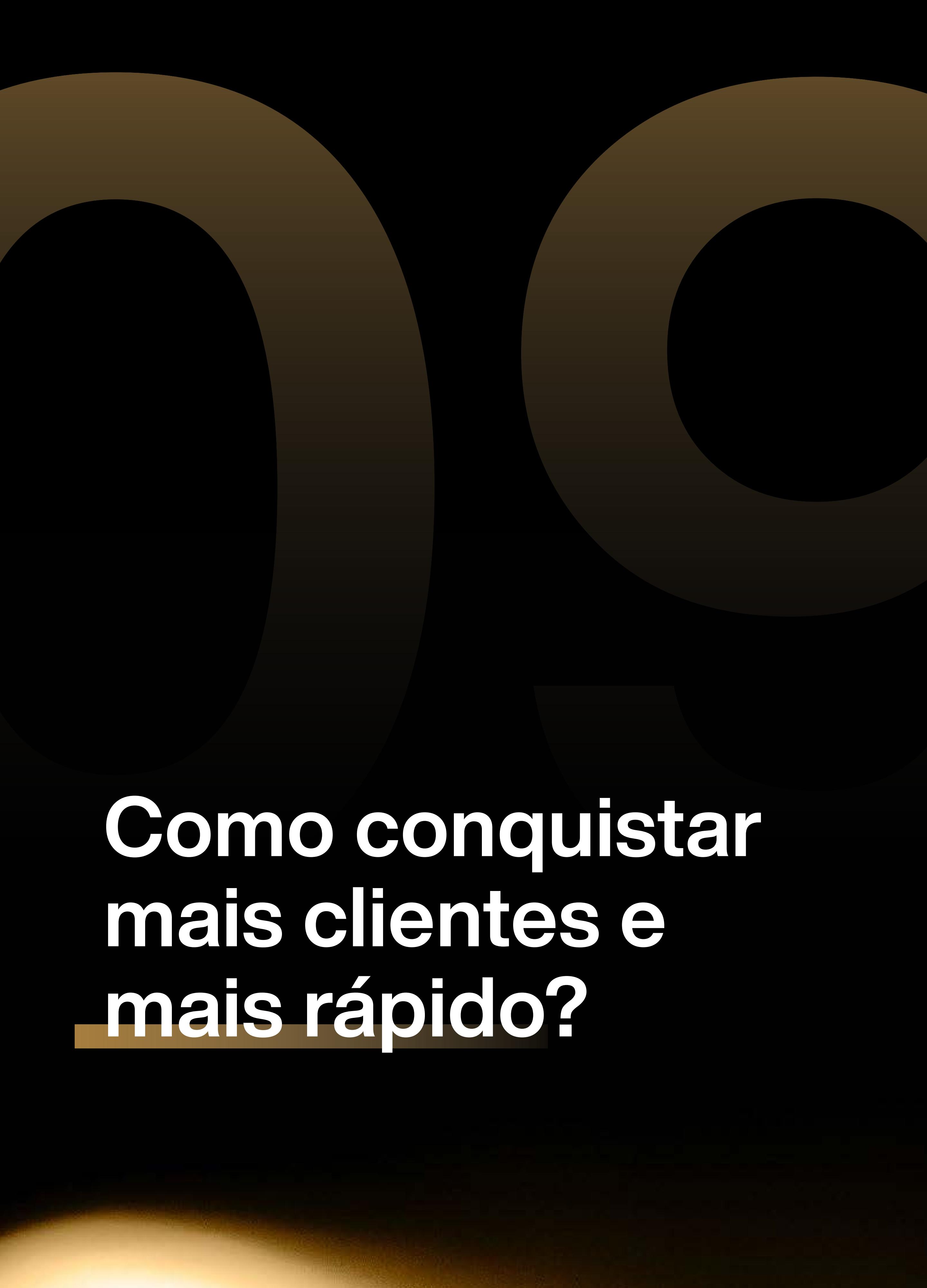
5. Comunidades

Entre em várias comunidades no Facebook, responda dúvidas, ajude os membros e fale que você é Gestor de Tráfego.

Lembre-se!

A ideia é sempre gerar valor. Se você não se tornar especialista em gerar valor, você nunca vai ser bom em fechar com clientes.





**Como conquistar
mais clientes e
mais rápido?**

Conquistando clientes

Nem tudo na vida acaba sendo um custo e sim, um investimento. A parte mais importante é saber diferenciar os dois. Pensando nisso, vamos dar algumas dicas sobre como você pode crescer mais rápido.

- Vá a eventos de marketing com o objetivo de fazer networking;
- Entre em cursos de marketing digital e empreendedorismo que possua comunidade no Facebook – gere valor e ofereça seu serviço;
- Gere o máximo de resultados para os clientes que você trabalha, colha depoimentos e peça recomendação;
- Se aproxime dos grandes players do mercado;
- Faça anúncios para a sua Landing Page e gere demanda todo dia.

E o que fazer depois de conseguir os primeiros clientes e obter renda?

Vamos supor que você conseguiu 6k num mês com Gestor de Tráfego e Conversão. Para organizar suas finanças, você pode fazer o seguinte:

3k - seu salário

500 - Investimento no futuro

1k - Investimento pessoal

1.5k - Investimento em ter clientes



Princípios para ter um crescimento acelerado como Gestor de Tráfego e Conversão

Para você se tornar um gestor de sucesso, você precisa entender esses dois pilares:

Vendas

Você precisa ser especialista em buscar e também em conquistar clientes.

Retenção

Você precisa ser bom em reter os clientes e aumentar o LTV (Life Time Value).

E o que faz o cliente permanecer?

Resultado

Você precisa gerar resultado (vendas) para o seu cliente;

Atendimento

Seu cliente precisa sentir seguro em relação a você.

O sucesso está na satisfação do cliente, logo, este tem que ser o seu foco.



Como crescer rapidamente?

Para ter um crescimento acelerado, você precisa entender as suas responsabilidades, como Gestor de Tráfego e Conversão, e as responsabilidades dos clientes.

#01 - Responsabilidades do Gestor de Tráfego

- Criar campanhas de tráfego;
- Analisar todo o processo de conversão;
- Levantar métricas;
- Otimizar o processo de conversão.

#02 - Responsabilidades do cliente (proprietário da empresa)

- Ter um preço compatível com o mercado (**oferta irresistível**);
- Saber vender o seu produto e atender os leads rapidamente;
- Manter os investimentos ativos;
- Ajudar no que for preciso para aumentar o lucro.

O profissional se torna um Gestor de Tráfego e Conversão de sucesso quando ele aprende a transformar seus clientes em fãs. **Mas porque enfatizamos a necessidade de um cliente virar o seu fã? Veremos a importância disso logo a seguir.**





Por que
transformar
clientes em fãs?

Por que transformar clientes em fãs?

Uma base de fãs tornará você em um dos profissionais mais bem pagos do mercado digital.

“A boa reputação vale mais que grandes riquezas; desfrutar de boa estima vale mais que prata e ouro”. Provérbios 22:1

Mas como transformar clientes em fãs?

01 Conheça seu cliente muito bem

- Descubra qual é produto dele que mais vende;
- Como está a sua Landing Page e Site?;
- Qual é o seu público-alvo;
- Como andam os seus resultados;
- Análise de mercado.

Caso o seu cliente não possua uma boa base (**primeiros módulos no CE**), você precisará desenvolver antes de iniciar os seus trabalhos com tráfego. Sendo assim, enfatizamos a necessidade de você ser especialista em resolver os problemas do seu cliente, não apenas em tráfego pago, mas em tudo que ele precisar.



02 Alinhamento de Expectativa

Você precisa saber quanto o cliente pode esperar de resultado e em quanto tempo.

- Quanto o cliente vai investir?;
- Como definir o investimento do cliente?;
- Quais são os resultados esperados através desse investimento?

Dicas importantes

- Avise que nos primeiros 3 meses tem o período de aprendizagem;
- Não feche com clientes imediatistas e sem expectativas reais;
- Avise e reforce por escrito que o resultado não é rápido (**mas na sua cabeça, vamos acelerar pelo resultado**).

03 Defina as Metas

Defina o CPA (custo por aquisição) – Quanto o cliente está disposto a pagar por um resultado.

Defina o QTD (quantidade diária) – Quantos leads você precisa para gerar uma venda.



04 Processo de Conversão

Desenhe para o cliente todo o processo de conversão, por exemplo:



Dessa forma, o cliente verá como ele irá vender mais com clareza.

05 Criação de Campanhas

Após a estruturação das bases, enfim começam a criação das campanhas de tráfego.

- Reforce para os clientes que o resultado não é imediato e existe o período de aprendizagem;
- O cliente precisa te enxergar como especialista a todo instante.

Trate cada campanha como se fosse a campanha da sua vida!

Também leve o dinheiro do seu cliente a sério como se fosse o seu.



06 Acompanhe os Resultados

- Seja rápido nas análises;
- Após uma semana, pergunte se o cliente está recebendo leads qualificados;
- Desenhe e aplique o funil de métricas para entender os resultados.

Impressões

Cliques

Leads

Vendas

07 Otimização com Dados do Funil

Aperte os parafusos:

- **Impressões**
- **Cliques:** poucos cliques e muitas impressões = anúncio ruim e público errado;
- **Leads:** poucos leads e muitos cliques = landing page, promessa/oferta e público errado;
- **Vendas:** cliente não sabe vender

Faça o cliente entender o que é a máquina do dinheiro.



08 Análise do Serviço Prestado

Se o seu cliente está tendo resultados:

- Escale as campanhas;
- Ofereça outros serviços;
- Peça recomendação;
- Colha depoimentos.

Se o seu cliente não está tendo resultados:

- Otimize até dar certo;
- Peça ajuda;
- Seja ainda mais presente no atendimento;
- Marque uma reunião para encontrar uma solução (**antes que o mesmo solicite o cancelamento**).

Lembre-se que os clientes precisam te enxergar como especialista a todo instante, por isso:

- Capriche no Instagram;
- Dê algum resultado para seu cliente, mesmo que seja fora do tráfego pago;
- Produza conteúdos (**inclusive com os seus clientes**).



Plano para alcançar os 25k

Planejamento Geral

1. Ter metas claras de prospecção: o erro de muitos gestores é ter apenas meta de clientes e esquecer do seu próprio funil de métricas.

Para quem não investe em tráfego (começando do zero):

Seu foco é ter meta de prospecção, leads e vendas.

Com esse número você consegue planejar quantas pessoas você precisa alcançar para conseguir atingir a sua meta.

Para quem investe em tráfego (quando você já possui clientes):

Seu foco é o funil de métricas.

Impressões

Cliques

Leads

Vendas

2. Perfil do Instagram: seu perfil é o cartão de visita, deixe alinhado.

3. Canais de prospecção: teste vários canais e analise qual gera mais resultados.



4. Ter metas de venda: tudo precisa ser metrificado.

- Quantos leads eu preciso para fazer uma venda?
- Quais perfis de clientes eu estou conseguindo fechar mais?
- Quais os nichos?
- Foque em ter clientes pagantes. No início, o importante é experiência, não dinheiro.

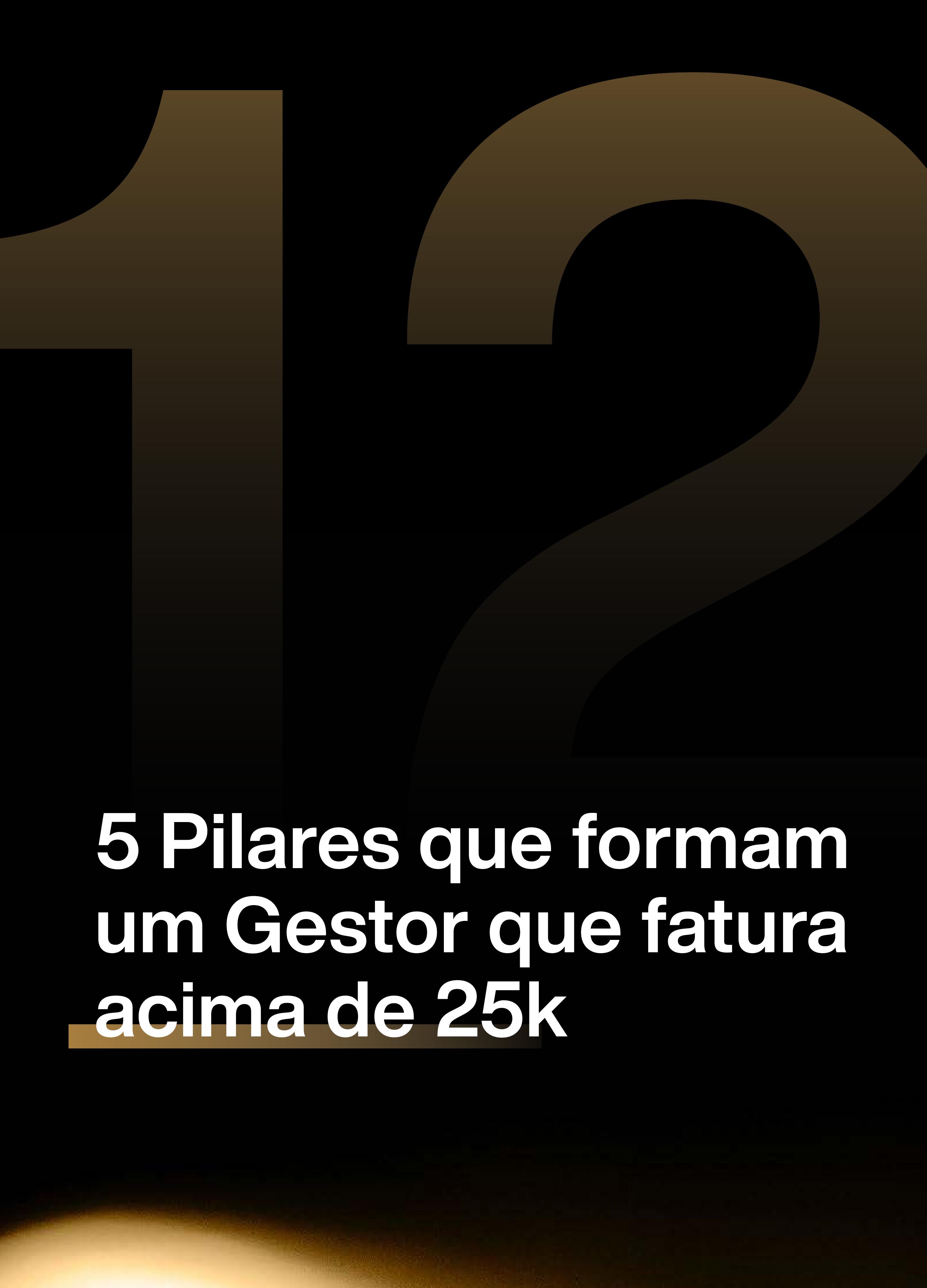
5. Comunicação: você precisa ser bom em convencer as pessoas a pararem para te ouvir.

- Quais palavras eu estou utilizando que está convencendo as empresas a me ouvirem?
- Qual o motivo de não fecharem comigo? Quais objeções? (aplique uma pesquisa, pois você precisa de feedback de quem te escuta).
- Qual o tempo médio de contrato? O que eu posso falar para aumentar esse tempo e o que motivou o cliente a fechar o serviço?

6. Satisfação dos Clientes: você precisa ser bom em criar clientes satisfeitos. O seu lucro está no LTV do cliente e para ele continuar, você precisa gerar um ótimo atendimento e resultado.

- O cliente precisa ter “resultados rápidos” (2 ou 3 meses no máximo);
- Clientes satisfeitos compram mais e recomendam;
- Colha depoimentos, não elogios;
- Foque na bola de neve: sempre entra mais cliente do que sai.





**5 Pilares que formam
um Gestor que fatura
acima de 25k**

Pilares do Crescimento

1. Tráfego Pago: Você precisa dominar as ferramentas de Google e Meta Ads.

2. Conversão: Você precisa ser bom em conversão. E vai muito além de tráfego pago, envolve Landing Page, Copy, processo de conversão, funil de métricas, métricas individuais e análise de mercado e público-alvo.

Ou seja, tudo que pode e irá gerar resultado para o cliente.

3. Vendedor: Você precisa ser um bom vendedor, saber prospectar e também saber conquistar os clientes.

4. Clientes Fãs: Você surpreende seus clientes com resultados e atendimentos acima do que prometeu. Não é apenas saber vender, também é preciso saber surpreender.

5. Mentoría: Você crescerá 10x mais e mais rápido sendo direcionado e andando com os comprometidos com o assunto em questão.

