

SEJAM BEM-VINDOS! 🐷🐷🐷

Avisos iniciais:

1. A aula terá duração de 1:30h;
2. A gravação ficará disponível no portal com as minhas anotações (caso tenha);
3. Entra na comunidade exclusiva dos alunos;
4. Sobre suporte e portal de alunos;
contato@conversaoextrema.com
5. Entre no canal exclusivo da Imersão Presencial no Telegram;
6. Como vai funcionar a aula; #TBT

Tira-Dúvidas de Tráfego (Facebook Ads, Google Ads, YouTube, Lançamento)

Lançar meu produto apenas para fundo de funil, pode onde começar?

- Rede de pesquisa;
- Público que já conhece você (audiência);

Preparação - Lembretes - Captura de Leads

- Conteúdo.

- Lançamento semente:

Serve para você ver/medir a febre do seu público e ver se a sua oferta é boa.

- 7 dias de captura;
- 3 dias de contagem regressiva;
- 1 dia de entrega do conteúdo (zoom, YouTube, live Instagram)
- Venda; 5 vendas.... Se uma pessoa comprar o seu produto está validado;

Lançamento interno:

- 30 dias de captura;
- 10 dias contagem regressiva;

- Uma semana de conteúdo via YouTube;
- Uma semana de vendas;

- Crie audiências todos os dias. Preocupe-se em aumentar a sua base;
 1. Inscritos YouTube;
 2. Seguidores no Instagram;
 3. Lista de e-mail;

>>> O orgânico do Instagram morreu?

Orgânico = entrega gratuita da plataforma;
Pago = Paga;

Amanda.

É por isso que você não pode parar de fazer tráfego pago, pois isso acelera o seu crescimento.

10,00 >> envolvimento >> patrocinar os seus melhores posts;

Seguidores: Você mantém aquecido;

Público novo: Você incentiva descoberta;

=====

Pagamento;

Bloqueio;

Configuração de conta;

Erro de conta;

Instabilidade de plataforma;

Via chat é melhor.

Não importa o nome que você vai utilizar para a criação do evento específico (venda, lead ou clique no botão);

Se eu usar o “turbinar publicação” eu tenho uma chamada para ação muito mais específica, que eu não tenho no gerenciador de negócios.

VISITAR O PERFIL = PODER

Não existe campanha específica para atração de seguidores.

- **Contras:**

- O seguidor ele é um pouco caro, normalmente acima de 1 real;
- Se você não tiver stories todos os dias, as pessoas entram no perfil, não veem nenhum stories e saí sem seguir o seu perfil.
- Aumento do custo por seguidor;
- Não adianta você postar conteúdo para encher linguiça;

Estratégico:

- Qual tipo de post da mais seguidores?
- Qual tema ou etapa do funil (fundo/meio/topo) traz mais seguidores?
- Não adianta investir adoidado.

- **Prós:**

- Call to action específica (chamada pra ação);
- Você mensurar qual post deu mais seguidores;
- Métrica seguidor por postagem;
- Você consegue saber quanto custou cada seguidor (manual)

=====

Venda de produto perpétuo de baixo ticket;

- Públicos personalizados (audiência - instagram, YouTube, email, Facebook, site)
- Público semelhantes (lookalike - compradores, alunos, cadastradores, envolvidos no Instagram)
- Públicos de interesse: (marketing digital, vendas, empreendedorismo);

P1: Pessoas que me conhecem

P2: Público novo

Instagram P1:

**P1 | CONV | INST | Live Monstra: Focado
(CBO)**

**PÚBLICO ME CONHECE + CONVERSÃO +
INSTAGRAM + OBJETIVO**

Nomenclatura das campanhas;

00 | Lista de E-mail;

01 | Envolvidos 90D (Todas as redes);

02 | Remarketing Home Live Monstra 60D;

(-) Cadastrados na Live Monstra

=====

P1 | CONV | Live Monstra: Amplo (CBO)

00 | Envolvidos 365D (Todas as redes);

01 | Visualizaram Qualquer Vídeo 365D;

02 | Remarketing Todos;

(-) Cadastrados na Live Monstra

(-) P1 | CONV | Live Monstra: Focado

=====

Stories P1:

P1 | CONV | ST | Live Monstra: Focado (CBO)

00 | Lista de E-mail;

01 | Envolvidos 90D (Todas as redes);

02 | Remarketing Home Live Monstra 60D;

(-) Cadastrados na Live Monstra

=====

**P1 | CONV | ST | Live Monstra: Amplo
(CBO)**

00 | Envolvidos 365D (Todas as redes);

01 | Visualizaram Qualquer Vídeo 365D;

02 | Remarketing Todos;

(-) Cadastrados na Live Monstra

(-) P1 | CONV | Live Monstra: Focado

Instagram P2:

**P2 | CONV | INST | Live Monstra:
Interesses Focado**

00 | Google Ads e Cia;

01 | Adminis e Proprietários;

02 | Estratégia de Mkt e Afiliados;

03 | Nomes de Empresas;

04 | Comércio Eletrônico (e-commerce);

Aprendizado limitado:

- Quantidade de pessoas dentro desse público;**
- Orçamento;**

Porque é uma lista de e-mails, pequena. 100k email e fica em aprendizado limitado.

- Trocar mais anúncios;**
- Observar frequência < 2 .. você pode aumentar m pouco o orçamento.**

+ 50 ações desejadas (cliques, conversões, views)..

P1 = 30%

P2 = 70%

Toda audiência ela é limitada.

10 milhões de seguidores;

50K dólares > para subir lista de e-mail. É.

Alternativa é que você crie um público personalizado baseado nos visitantes da página de obrigado do produto/serviço;

Avisos finais:

- 1. A aula terá duração de 1:30h;**
- 2. A gravação ficará disponível no portal com as minhas anotações (caso tenha);**
- 3. Entra na comunidade exclusiva dos alunos;**
- 4. Sobre suporte e portal de alunos;
contato@conversaoextrema.com**
- 5. Entre no canal exclusivo da Imersão Presencial no Telegram;**

6. Como vai funcionar a aula; #TBT

contato@conversaoextrema.com

contato@conversaoextrema.com

contato@conversaoextrema.com

contato@conversaoextrema.com

contato@conversaoextrema.com