



Chegou a hora  
de falarmos sobre  
**funis de vendas**

# O QUE VOCÊ APRENDERÁ NESSE MÓDULO:

**MÁQUINA**  
AUTOMÁTICA  
**DE VENDAS**



- \$ Os tipos de página utilizadas em um funil.
- \$ Os tipos de conteúdo necessários.
- \$ Os tipos de estruturas (funis) mais comuns.
- \$ O que é o conceito de escada de valor.
- \$ Porque nós fazemos tudo através de um método.



*Você está a apenas um  
funil de distância da vida,  
do negócio e do casamento  
que deseja ter.*

— Russell Brunson

TRILOGIA

# Segredos



H

COMPRE AGORA



# AS TRÊS BASES DO FUNIL:

## PÁGINAS

Onde acontece

## COMUNICAÇÃO

Como se comunica

## ESTRUTURAS

Como se executa

01 02 03

# 01 PÁGINAS:

- Páginas de captura.
- Páginas de vendas.
- Páginas de confirmação.

Aqui eu quero trabalhar a tese de que tudo, quando falamos de páginas, se resume a essas três. A página de upsell, por exemplo, é uma página que está vendendo algo. Uma página de webinário ou está capturando ou está vendendo direto. Quero reproduzir a sensação de “ou você está jabeando ou dando direto”.

# 02 COMUNICAÇÃO:

- Redes sociais.
- E-mail.
- Whatsapp.
- Notificações.
- Lembretes.
- Telefone.

# 03 ESTRUTURAS:

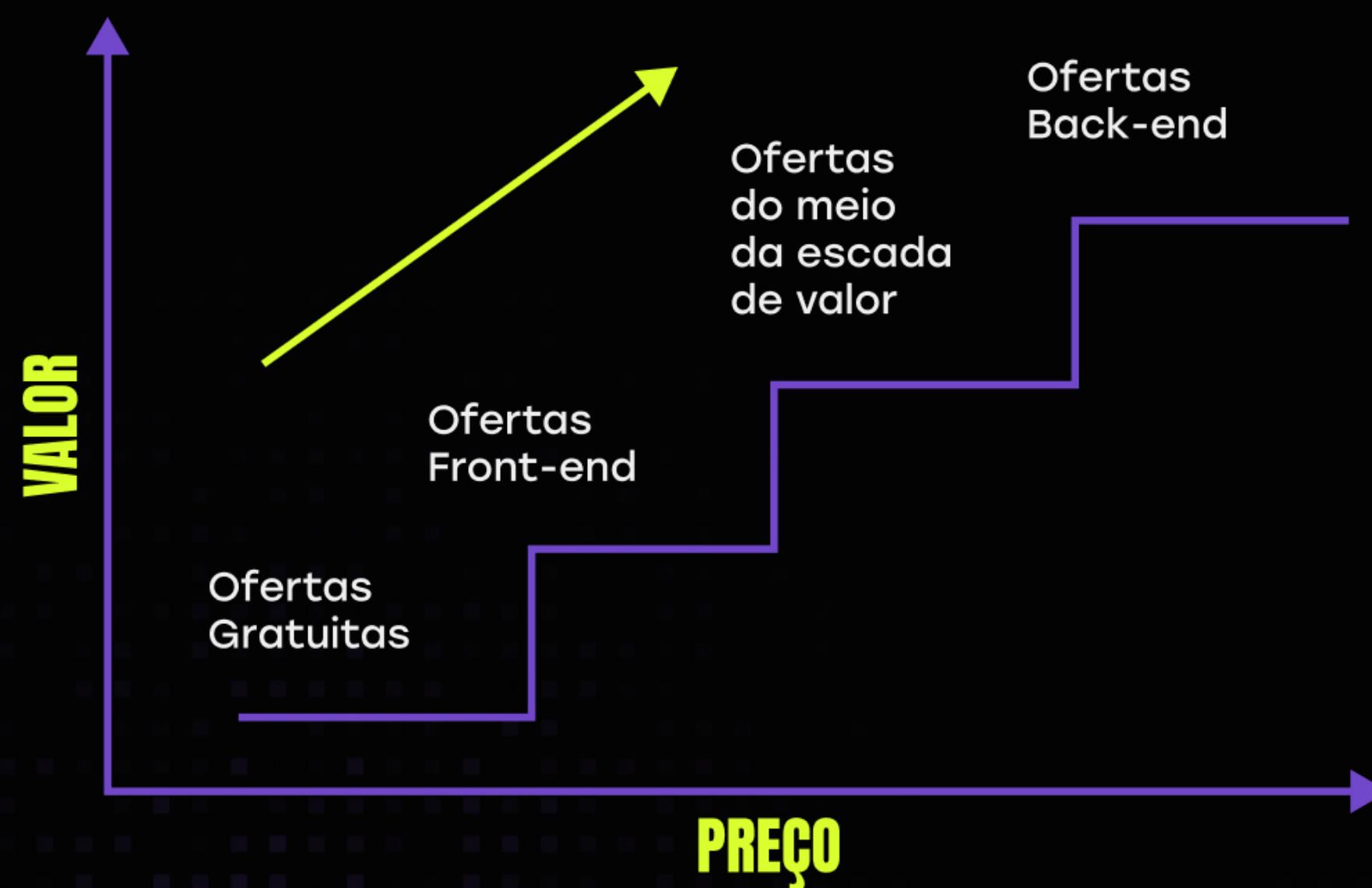
- 1. Mundo Comum:** O personagem pode começar como um investidor novato ou alguém intimidado pelo mercado financeiro.
- 2. Chamado à Aventura:** Um evento (como uma crise financeira ou uma grande oportunidade de investimento) o motiva a aprender a investir.
- 3. Recusa do Chamado:** Inicialmente hesita devido ao medo de perder dinheiro.
- 4. Encontro com o Mentor:** Um experiente investidor ou um consultor financeiro entra em cena.
- 5. Cruzamento do Primeiro Limiar:** Começa a investir pequenas quantias.

# 03 ESTRUTURAS:

- 6. Provas, Aliados, Inimigos:** Enfrenta volatilidade do mercado, aprende de outros investidores, evita esquemas de enriquecimento rápido.
- 7. Provação Central:** Uma grande queda do mercado onde ele deve confiar em sua estratégia.
- 8. Recompensa:** Aprende a fazer investimentos inteligentes e começa a ver os frutos.
- 9. O Caminho de Volta:** Decide ensinar outros sobre investimentos.
- 10. Ressurreição:** Superar uma última crise financeira com grande lucro.
- 11. Retorno com o Elixir:** Retorna ao mundo comum com a segurança financeira e o conhecimento para ajudar outros.

# Entendendo o conceito de **ESCADA DE VALOR**

Ofertas na  
escada de valor



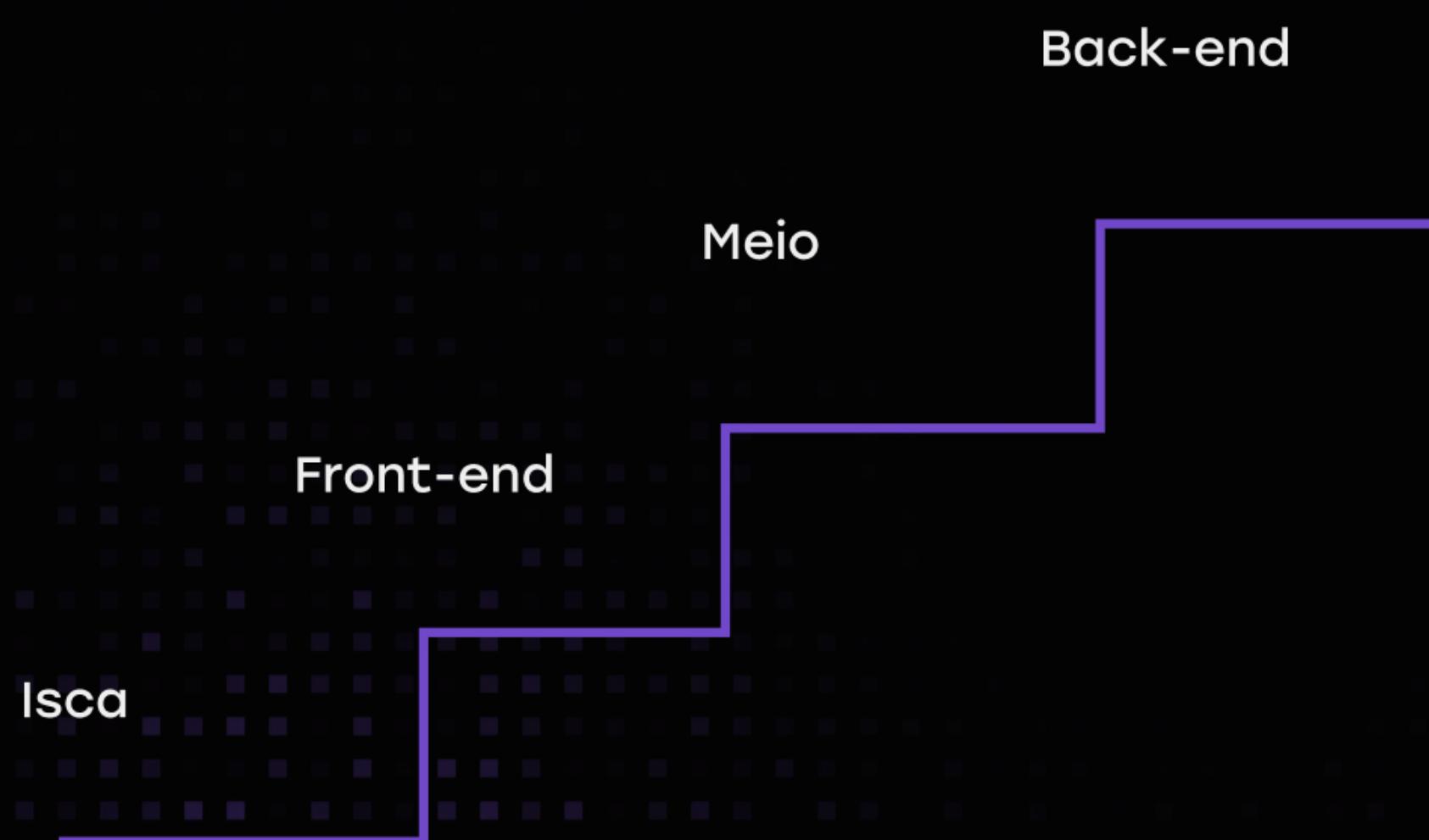
Escada de valor do escritor,  
palestrante, coach, consultor



⚠ **Importantíssimo:** o pior erro que você pode cometer, logo no começo. "Muitas vezes, as pessoas **esboçam sua escada de valor**, passam os próximos meses ou anos tentando criar todas as ofertas para cada nível e nunca vendem nada."

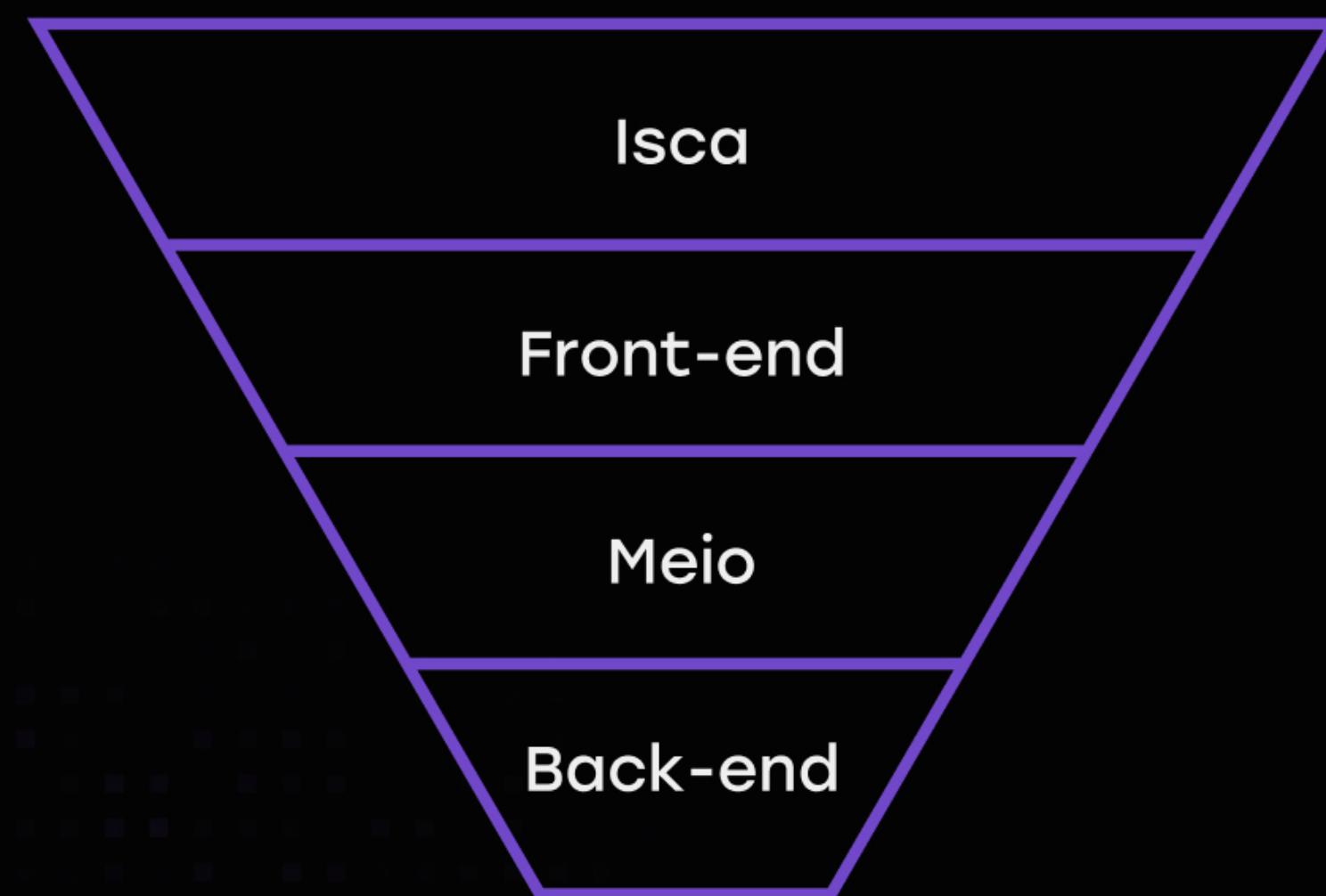
# PORQUE SEGUIMOS A REGRA DO “UM FUNIL DE CADA VEZ”

**ESCALA DE VALOR**



**FUNIL DE VENDAS**

**VS**



# O PODER DO “PERSONAGEM ATRAENTE”

O Personagem Atraente é o que liga as pessoas à sua escada de valor. Elas vêm em busca de um resultado, mas ficam por causa do relacionamento com você.

**Um personagem atraente deve conter a combinação:**

## ELEMENTOS

- História Progresso
- Parábolas
- Falhas de Caráter
- Polaridade

## IDENTIDADE

- O líder
- O aventureiro/guerreiro
- O reporter/evangelista
- O herói relutante

## ENREDOS

- Perda e redenção
- Nós contra eles
- Antes e depois
- Descoberta incrível
- Revelação de segredo
- Depoimento de terceiros

# Um dos nossos maiores segredos? NÓS “COPIAMOS”

Sem  
vergonha  
nenhuma.

"Sabem o que é interessante?", perguntou ele. "Todos os anos temos pessoas que querem tentar competir conosco na Agora. Sempre chegam pensando que vão nos ganhar por preços menores ou vender por um método ou modelo diferente do nosso, e todos os anos os vemos tentar e fracassar. Sempre me surpreende que não olhem para o que estamos fazendo agora e apenas adaptem" - **Porter Stansberry**.

⚠ **A regra número um do hackeamento de funis:** Antes de construir qualquer funil de vendas novo, a primeira coisa que procuro fazer é encontrar outras pessoas que já tenham um funil de sucesso e estejam vendendo para meu mercado-alvo. Se eu não conseguir encontrar outros negócios, não continuarei avançando.

"Se você deseja alcançar o sucesso, tudo o que precisa fazer é encontrar uma maneira de modelar aqueles que já tiveram sucesso" - **Tony Robins**.

## Tipos de concorrentes a serem analisados:

- **Concorrentes diretos:** Um concorrente direto é uma pessoa ou empresa que vende algo muito parecido com o seu produto para as mesmas pessoas.
- **Concorrentes indiretos:** São pessoas ou empresas que vendem algo diferente de Você, mas para o mesmo grupo demográfico.

# NÓS SEMPRE POSSUÍMOS UM MÉTODO.

O que é um método?

- Um modelo estratégico que organiza e estrutura a mensagem do expert dentro do funil de vendas.
- Baseia-se em contar histórias e criar conexões emocionais para guiar o público rumo à ação desejada.
- Utiliza princípios como autoridade, engajamento e prova social para construir confiança.

# OS 3 PILARES PARA A CONSTRUÇÃO DE UM BOM MÉTODO:

- **O momentogota d'água e a grande revelação:** Conecta as histórias pessoais do expert às necessidades do público, gerando identificação.
- **A jornada do herói:** Posiciona o expert como um guia, mostrando que ele já superou os desafios enfrentados pelo público.
- **Gancho, história e oferta:** Atrai atenção, cria engajamento e entrega uma solução irresistível.

# POR QUE O MÉTODO É IMPORTANTE PARA O SUCESSO DO EXPERT?

- **Diferenciação no Mercado:** Permite que o expert se destaque ao compartilhar histórias autênticas e envolventes.
- **Construção de Autoridade:** Demonstra experiência e empatia, posicionando o expert como referência no tema.
- **Engajamento e Conexão:** Cria uma relação emocional com o público, aumentando a confiança e a adesão.
- **Maior Conversão no Funil de Vendas:** Alinha as etapas do funil com a jornada do cliente, conduzindo-o com naturalidade à compra.

# **ELEMENTOS NECESSÁRIOS PARA A CONSTRUÇÃO DE UM BOM MÉTODO:**

- 1. História curiosa de superação:** O método deve começar com uma história que o público possa se identificar. Essa história deve espelhar os desafios ou problemas enfrentados pelo público-alvo.
- 2. Conexão Emocional:** Através da história, é essencial estabelecer uma conexão emocional. O cliente deve sentir que o narrador entende verdadeiramente suas lutas e desejos.
- 3. O momento da grande revelação:** A história deve conduzir a uma revelação que o protagonista (idealmente o próprio criador do produto ou um cliente satisfeito) experimentou, que mudou sua percepção ou resolveu seu problema de uma maneira única.

# ELEMENTOS NECESSÁRIOS PARA A CONSTRUÇÃO DE UM BOM MÉTODO:

4. **Demonstração de Valor Único:** Após a epifania, é crucial mostrar como essa nova compreensão ou produto oferece uma solução única que não pode ser encontrada em outro lugar. Este é o momento de destacar as características e benefícios exclusivos do produto.
5. **Prova Social e Credibilidade:** Integrar prova social, como testemunhos e estudos de caso, que confirmem a epifania e os resultados subsequentes, reforça a eficácia da solução e aumenta a credibilidade.
6. **Chamada à Ação Clara e Direta:** O método deve culminar em uma chamada à ação forte que incentive o cliente a dar o próximo passo, seja fazendo uma compra, inscrevendo-se para um teste gratuito, ou qualquer outra ação que aproxime o cliente da conversão.
7. **Reiteração dos Benefícios:** Reafirmar os benefícios e o valor da solução oferecida ajuda a solidificar a decisão do cliente, garantindo que a epifania permaneça central na sua decisão de compra.