



# COMO FAZER LANÇAMENTO NA GRINGA

## 1. O QUE É UM LANÇAMENTO NA GRINGA?

1.1. É PROMOVER A VENDA DE UM PRODUTO ESTRANGEIRO, EM CURTO PERÍODO, E OBTER UM PICO DE VENDAS.

## 2. FERRAMENTAS

2.1. GOOGLE TRADUTOR

2.2. PARA VISUALIZAR ANÚNCIO/CONCORRÊNCIA

2.2.1. I SEARCH FROM <http://www.isearchfrom.com/>

2.3. VÍRUS NO SITE

2.3.1. RELATÓRIO DE TRANSPARÊNCIA DO GOOGLE [https://transparencyreport.google.com/?hl=pt\\_BR](https://transparencyreport.google.com/?hl=pt_BR)

## 3. FORMAS DE ENCONTRAR PRODUTOS EM LANÇAMENTOS NA GRINGA

3.1. PRODUTOS 150 GRAUS NA HOTMART

3.2. PESQUISAR: CLASE GRATUITA, CLASES GRATIS... NO YOUTUBE

3.3. VENDAS ENCERRADAS

3.4. ANÚNCIO NAS REDES SOCIAIS, ENTRAR NO CHECHOUT PARA PEGAR O CONTATO.

3.5. ANÁLISE ANTES DE SUBIR

3.5.1. PÁGINA DE VENDAS

3.5.2. REDE SOCIAIS

3.5.2.1. ENTRAR NA LISTA DE ESPERA

3.5.3. CONTATO COM GERENTE DE AFILIADO

3.5.3.1. MATERIAL

3.5.3.2. DATAS DO LANÇAMENTO

3.5.3.3. SEJA PARCEIRO

3.5.4. POLITÍCAS DO PRODUTO

3.5.4.1. CUIDADO, MUITOS NÃO DEIXA ANUNCIAR PELAS PALAVRAS CHAVES DO PRODUTO NA REDE DE PESQUISA

3.5.4.1.1. ANALISAR SE COMPENSA SUBIR O FUNIL

3.5.4.1.2. USAR OUTRAS ESTRATÉGIAS

## 4. ANÁLISE PÓS LANCAMENTO

4.1. QUAL GRUPO DE ANÚNCIO QUE VENDEU MAIS? TEVE MENOR C/C

4.1.1. INVESTIR MAIS NO PRÓXIMO

4.2. NÃO TEVE RÓ? SERVIU DE APRENDIZADO PARA MELHORAR NO PRÓXIMO

#### 4.3. ESCALA PARA OUTRAS FONTES DE TRÁFEGO??

4.3.1. YOUTUBE

4.3.2. DISPLAY

4.3.3. BING ADS

4.3.4. FACEBOOK ADS

4.3.5. VIDEO REVIEW

4.3.6. SUPER NINJA ☺

4.3.6.1. TODAS ESSAS FONTES DE TRÁFEGO JUNTAS

### 5. PRESENTE

5.1. Lista de Palavras Negativas ES

5.2. Modelo de E-mail Produtor ES

5.3. Países Hotmart Não Atua

5.4. Gatilhos Mentais ES

### 6. QUAIS SAO AS FASES DE LANÇAMENTO NA GRINGA

6.1. LANÇAMENTO NINJA ☺ (COMPLETO COM TODAS AS FASES)

6.1.1. PREPARAÇÃO PARA O EVENTO

6.1.1.1. IMPORTANTE

6.1.1.1.1. CONTATO COM PRODUTOR/ GERENTE DE AFILIADOS; ATUALIZAÇÕES, MATERIAL, INFORMAÇÕES DE DATAS...

6.1.2. PRE CAPTAÇÃO

6.1.2.1. GRUPO PARA PRODUTO

6.1.2.2. GRUPO PARA PRODUTOR

6.1.2.3. GRUPO PARA NOME DO EVENTO

6.1.3. ABERTURA DO CARRINHO

6.1.3.1. IMPORTANTE

6.1.3.1.1. PREPARAR CAMPANHAS 24 HORAS ANTES DA ABERTURA

6.1.3.1.2. TROCAR OS LINKS

6.1.3.1.2.1. ANÚNCIOS, EXTENSÕES DE ACORDO COM A PÁGINA DE VENDAS

6.1.3.2. GRUPO PARA PRODUTO

6.1.3.3. GRUPO PARA PRODUTOR/ FICA A CRITÉRIO

6.1.3.4. GRUPO PARA NOME DO EVENTO/ FICA A CRITÉRIO

6.2. LANÇAMENTO FLASH ↴(SÓ ABERTURA DO CARRINHO) EX: PRODUTOS COM 150º

### 6.2.1. ANÁLISE

6.2.1.1. VER SE COMPENSA SUBIR OU NÃO

6.2.1.2. QUANTOS DIAS DE CARRINHO ABERTO?

6.2.1.3. CONCORRENTES

6.2.1.4. CPC

6.2.1.5. CONTATO PARA UM PRÓXIMO LANÇAMENTO

### 6.2.2. ABERTURA DO CARRINHO

6.2.2.1. GRUPO PARA PRODUTO

6.2.2.2. GRUPO PARA PRODUTOR/ FICA A CRITÉRIO

6.2.2.3. GRUPO NOME DO EVENTO/ FICA A CRITÉRIO

## 7. ORÇAMENTO

7.1. PARA CADA FASE DO LANÇAMENTO USAMOS 50% PRE CAPTAÇÃO E 50% ABERTURA DO CARRINHO