

# MÉTODO LTV



MATEUS DIAS

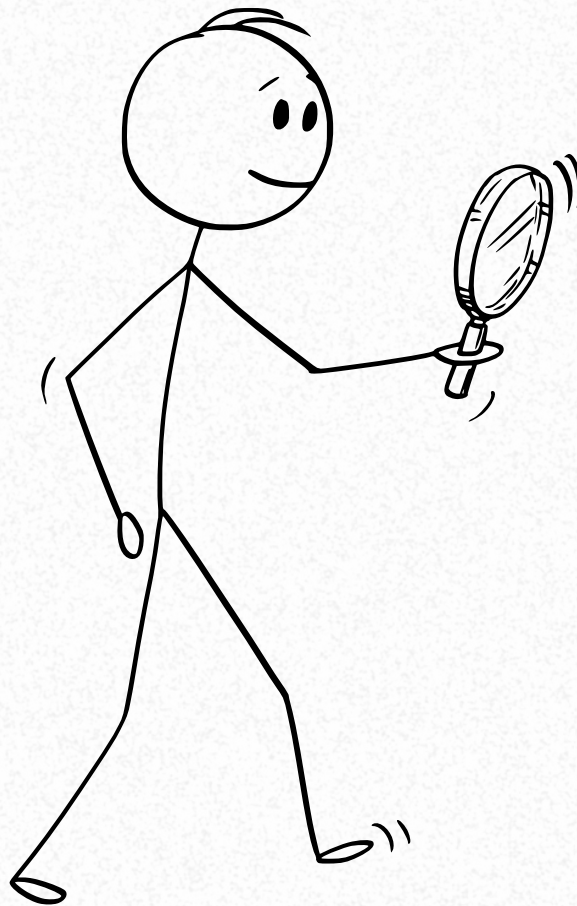
AULA 6

---

ONDE ESTÁ MEU PEIXE?

# O QUE VOCÊ VAI APRENDER

- Como descobrir onde seu cliente está?
- Funil de consciência
- A arte de criar o Hook





# RECAPITULANDO

## VOCÊ JÁ CONHECE O PERFIL DEMOGRÁFICO E PSICOGRÁFICO DO SEU CLIENTE IDEAL?

Idade: [25-55].

Gênero: Mulheres

Renda Mensal: 2500

Localização: País: Brasil.

Localização: Estado: SP, PR, MG, SC, RS, RJ.

Escolaridade: Esteticistas.

Descreva qual a persona a ser abordada neste evento:

Pergunta: Qual o nome da sua persona?

Pergunta: O que te limita sua persona hoje? ()

Pergunta: Qual é o maior bloqueio da sua persona hoje? ()

Pergunta: Qual a situação mais difícil financeiramente que sua persona já passou?

Pergunta: Qual a situação mais difícil emocionalmente que sua persona já passou?

Pergunta: O que é felicidade para sua persona?

Pergunta: O que é liberdade para sua persona?

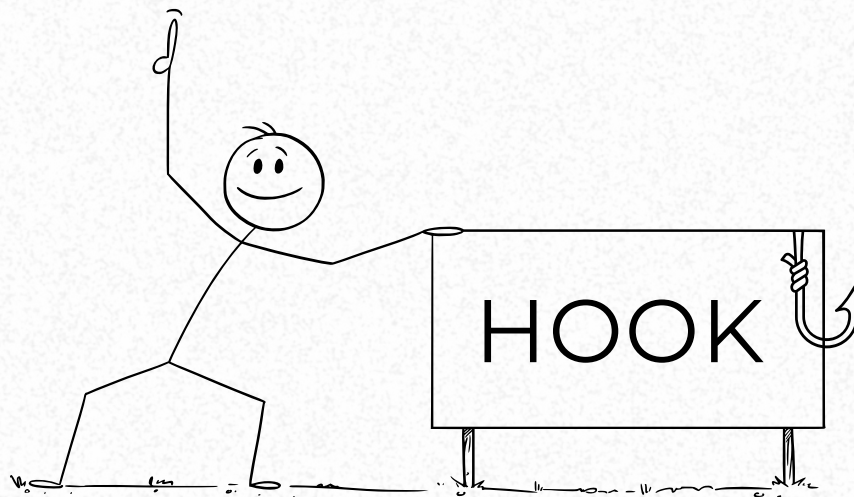
**SUA PERSONA, CLIENTE IDEAL, PUBLICO ALVO...**



PERFIL **DEMOGRÁFICO** TE DIZ  
**COMO E ONDE** ENCONTRAR AS  
**PESSOAS.** (ONDE?)



PERFIL **PSICOGRÁFICO** TE DIZ  
**COMO CHAMAR A ATENÇÃO**  
DESSAS PESSOAS. (HOOK?)





# NÃO ADIANTA CRIAR CONTEÚDO NO LUGAR ERRADO!

SEUS **RESULTADOS NÃO** SERÃO  
EXTRAORDINÁRIOS POIS SEU  
**CLIENTE IDEAL NÃO ESTÁ LÁ.**

Crie **conteúdo na ferramenta certa** e  
você vai ter uma **Avalanche de Vendas**

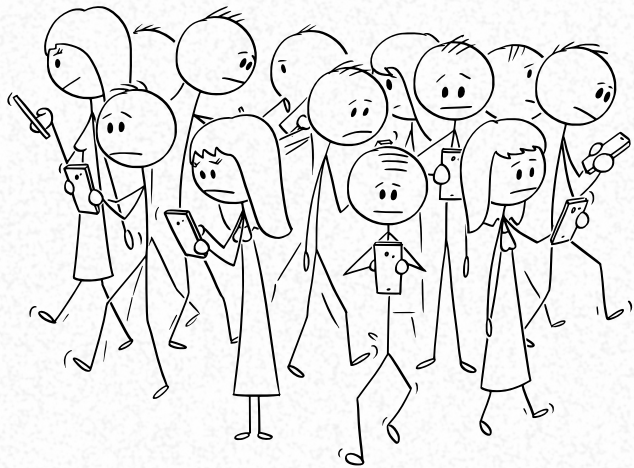




# COMO ALAVANCAR SEU NEGÓCIO DIGITAL?

A maior parte das pessoas **escala** os funis no lugar errado.

## VOCÊ SABE RESPONDER EM 3S ONDE SEU CLIENTE MAIS PASSA TEMPO?



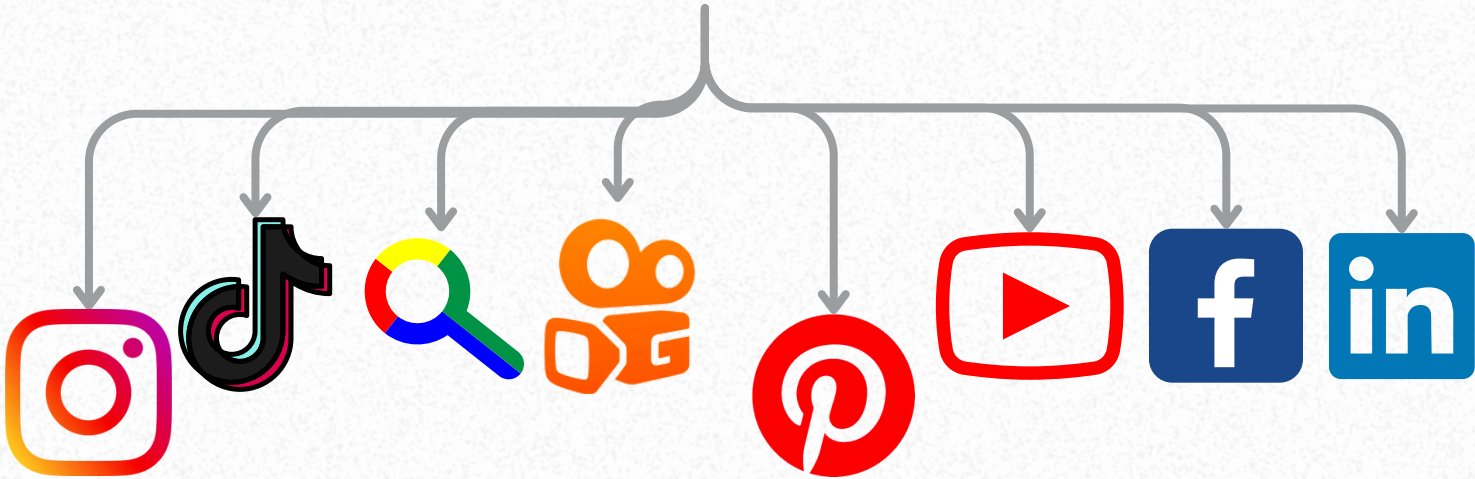
A estratégia é **identificar** os canais onde a mensagem será mais **relevante e impactante para o cliente ideal**, aumentando a aquisição de clientes e a construção de um relacionamento duradouro.





# QUAL ESTRATÉGIA DE VENDAS É MAIS EFICAZ?

- Idade: [25-35].
- Gênero: Homens
- Renda Mensal: 2500 até 8500
- Localização: País: Brasil.
- Localização: Estado: SP, PR, MG, SC, RS, RJ.
- Escolaridade: Engenheiros.



Você pode ter a **mensagem certa**, para a **pessoa certa** com a **oferta certa**.

**Mas se estiver no lugar errado, ainda assim ela vai falhar!**

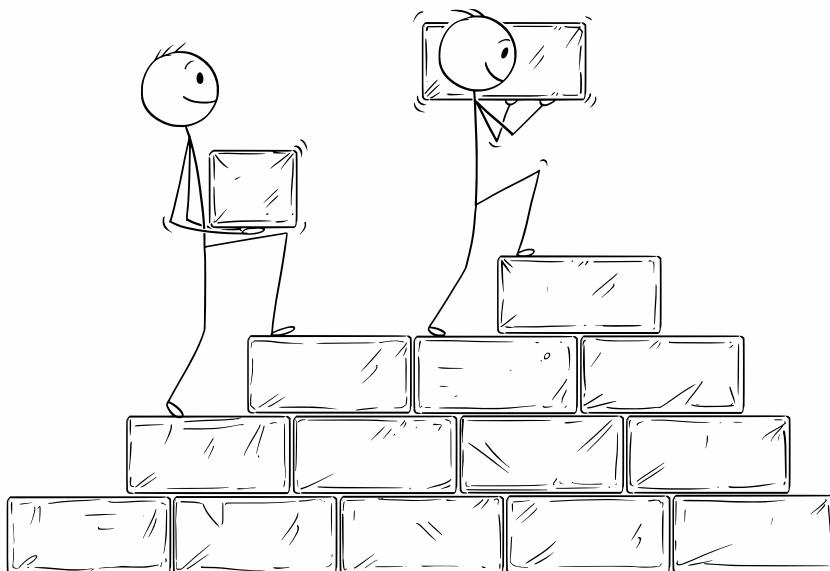


# FERRAMENTAS QUE TE AJUDAM:

- Feeling,
- Ubersuggest,
- Facebook Audience Insights,
- Google Ads keywords planner
- Analytics do Instagram
- Analytics do YouTube
- ChatGPT.

## O SIMPLES PASSO A PASSO.

- Passo 1: Quem é meu cliente ideal?
- Passo 2: Onde estão essas pessoas?
- Passo 3: Como chamar a atenção delas? Hook
- Passo 4: Criando ofertas irresistíveis para seus clientes
- Passo 5: Fidelização, Evangelização.





# MEIOS ALTERNATIVOS DE TRÁFEGO

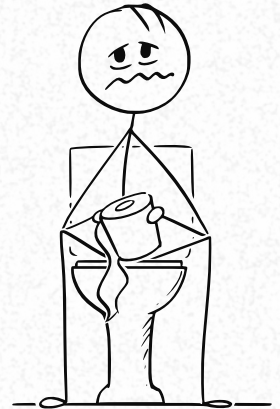
- Elevador
- Centro da cidade.
- Fóruns
- Aeroportos.
- Pontos de ônibus
- Blogs.
- Canais.
- Grupos do Facebook.

## O SEGREDO DAS VENDAS É:



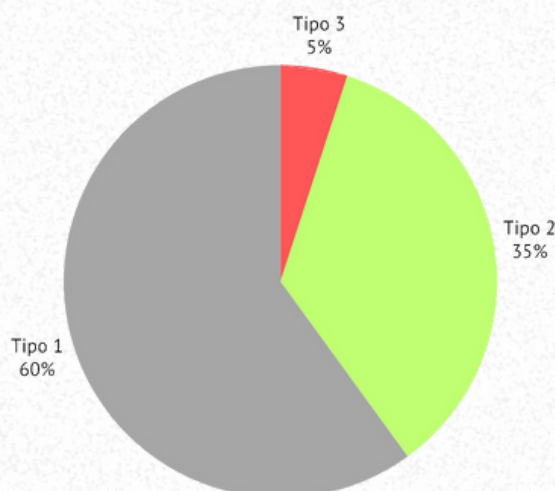
# O MAIS DIFÍCIL VOCÊ FEZ, VAI CAGAR TUDO AGORA? 💩

- Você descobriu o cliente
- Você achou onde ele está.
- Vai chegar e colocar um banner desse?



## NÃO USE O FUNIL DO "COMPRE AGORA"

Construir Funis para **não precisar ficar competindo com 95% do mercado por 5% das pessoas**

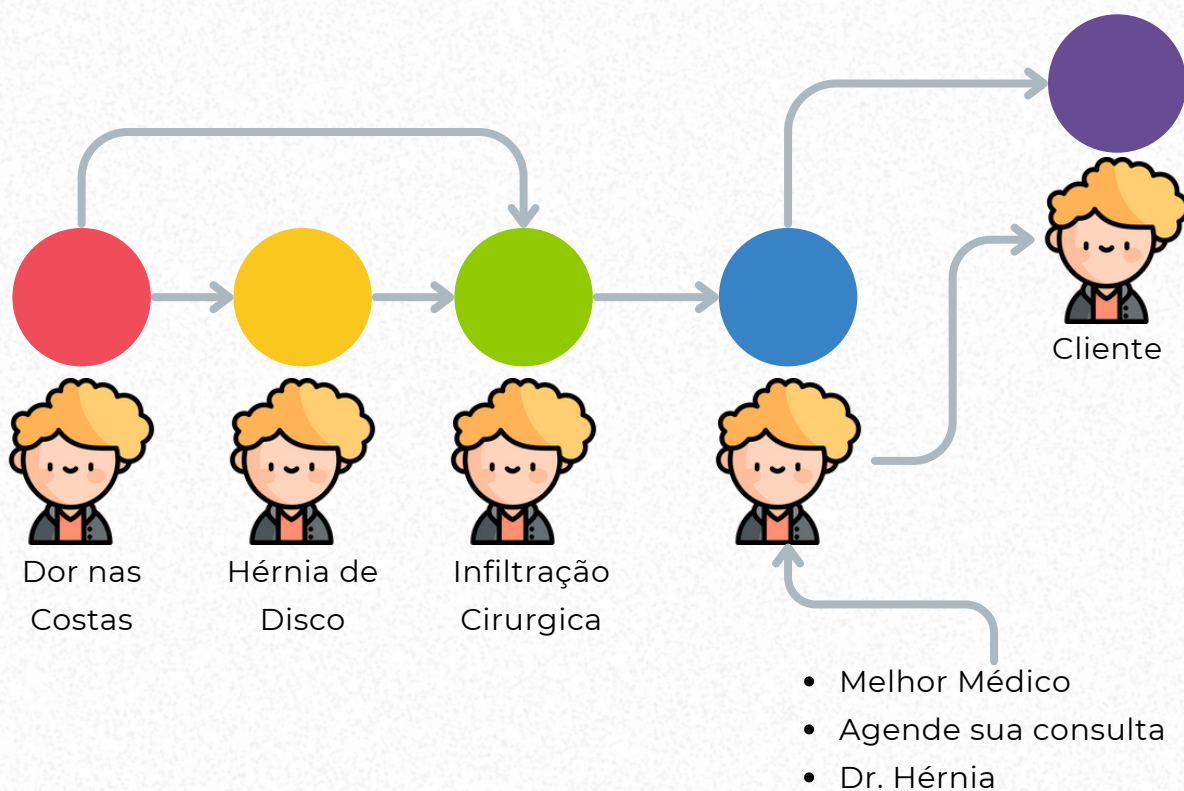


95% do Mercado Disputa por 5% das pessoas, tem como isso dar bom?



# PIRÂMIDE DA CONSCIÊNCIA

EUGENE SCHWARTZ





Cliente



Melhor Médico  
Agende sua consulta  
Dr. Hérnia



Infiltração  
Cirurgica



Hérnia de  
Disco



Dor nas  
Costas

**COMPRE AGORA**

Pagamento 100% seguro por:

Entrega 100% garantida por:

**b!cash** **hotmart**



# A ARTE DO "HOOK"

O "hook" em copywriting refere-se ao elemento de uma **mensagem** de marketing que chama e mantém a atenção do público-alvo.

## QUAL A FUNÇÃO DO HOOK?

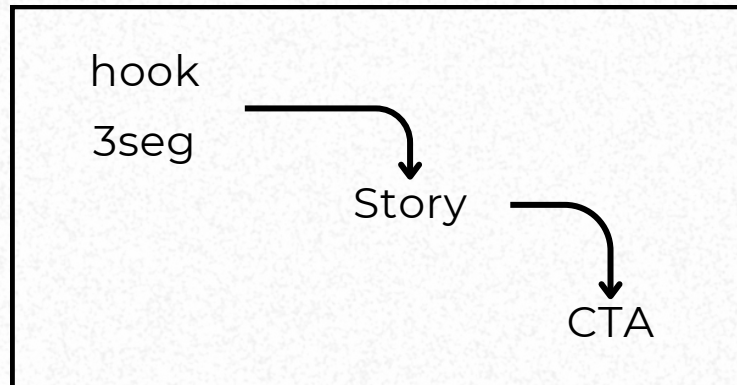
Chama e prende atenção se conectando aos interesses, desejos ou problemas do público.

Pode ser:

- Uma história
- Uma pergunta provocativa
- Uma afirmação contraintuitiva
- Uma imagem
- Um background.

# O SCRIPT PERFEITO

## Funil de Aquisição



### Consciência

**Funil de Lançamento**

**Funil de Webinar.**

Funil de VSL.

Funil de Isca de Valor.

Funil de SDR.

## Funil de Vendas

**Funil Comercial**

...

