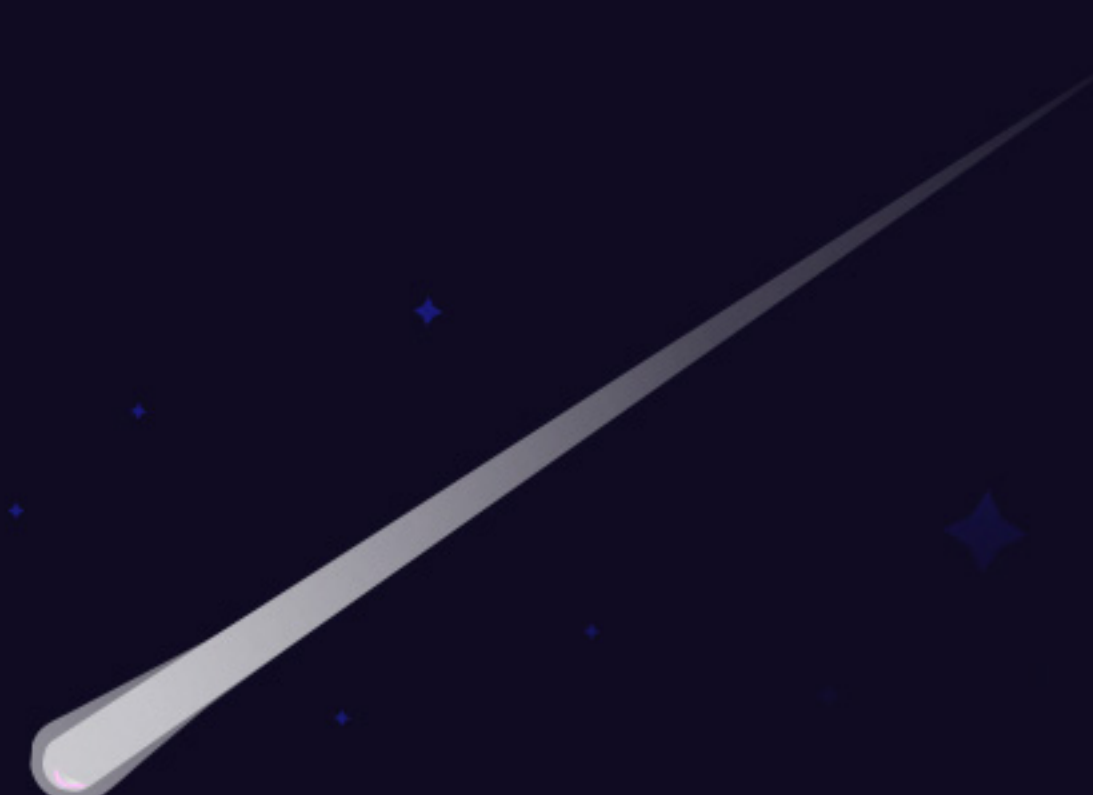
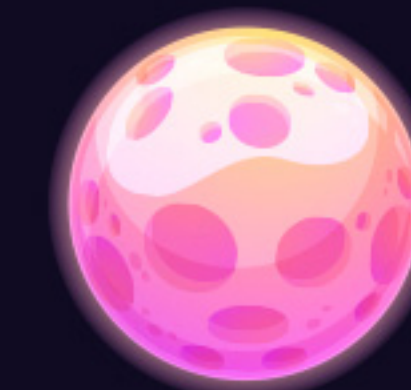


MENTORIA PARA LANÇAMENTOS DIGITAIS

EVOLUWILL





COMO ABORDAR UM **EXPERT**



COMO IDENTIFICAR UM **BOM EXPERT?**

GERAÇÃO DE CONTEÚDO: ○ ————
QUALIDADE + FREQUÊNCIA

COMPROMETIMENTO ○ ————

DISPONIBILIDADE DE AGENDA ○ ————

NETWORKING ○ ————

RESULTADOS ○ ————



An illustration of an astronaut in a white and blue suit standing on a pink, cratered planet. The astronaut is holding a flag with a white line graph on a pink background. The background is a dark purple space with stars and other planets.

COMO IDENTIFICAR UM **BOM EXPERT?**

○ PROVA SOCIAL

○ ORÇAMENTO PRA INVESTIMENTO

○ ENGAJAMENTO > NÚMERO DE SEGUIDORES

○ SOCIAL BLADE

O QUE VOCÊ NÃO PODE FAZER DE FORMA ALGUMA?

**NÃO ABORDAR NAS
REDES SOCIAIS**

**NÃO VÁ A EVENTOS
DE TERNO E GRAVATA**

**NÃO ABORDE FALANDO
DE OPORTUNIDADE**

O QUE VOCÊ NÃO PODE FAZER DE FORMA ALGUMA?

**NÃO MANDE
ÁUDIO**

**NÃO COLOQUE
@.MKT**

QUAIS SÃO AS FORMAS MAIS EFICAZES
DE SE ABORDAR EXPERTS?

EVENTOS - HACK DO INGRESSO VIP

MASTERMIND - GRUPOS DE NETWORKING

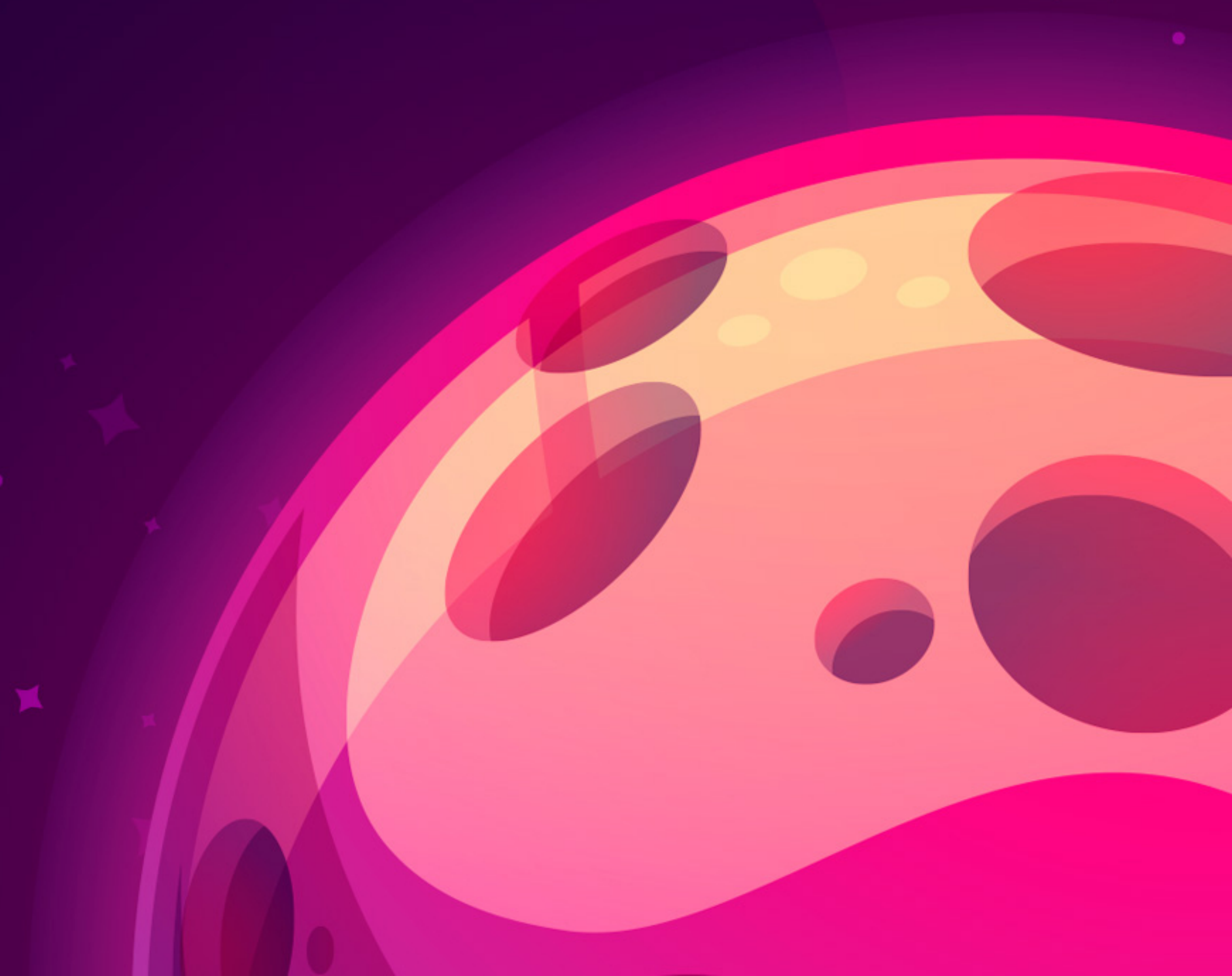
EX: RAIAM, ÉRICO ROCHA, TORRIANI, EVOLUWILL

INDICAÇÃO/INTERMÉDIO

MEETUPS



**COMO SE DIFERENCIAR
EM UMA ABORDAGEM?**





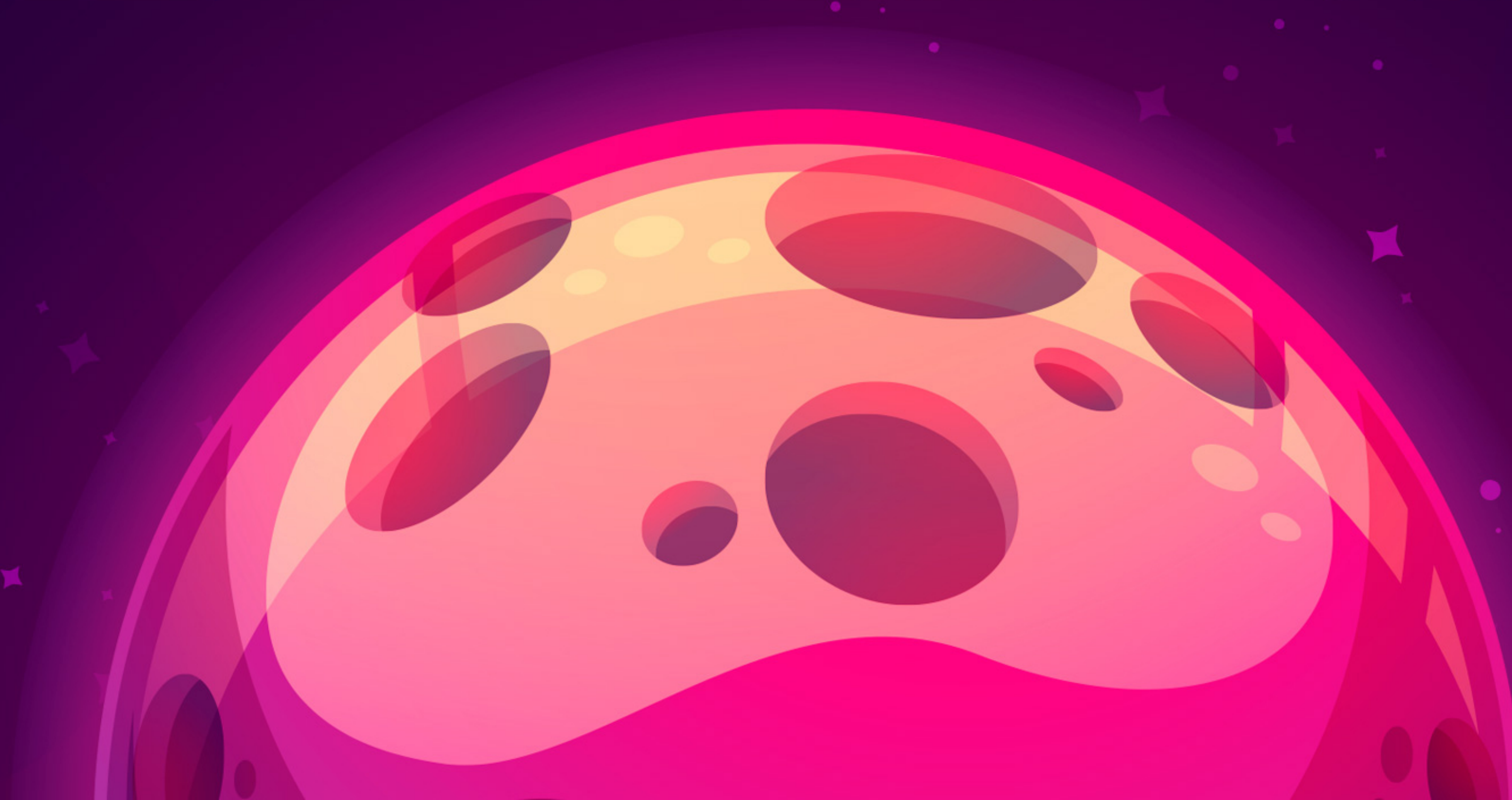
**ENGENHARIA REVERSA
DE LANÇAMENTOS
PASSADOS**



SEJA AUTÊNTICO

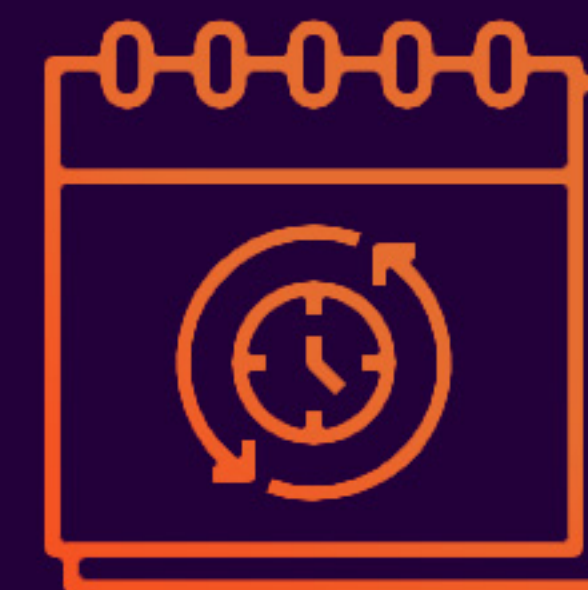


**NÃO ABORDAR
FALANDO DE
TRABALHO**





**PLANEJAMENTO
PARA NETWORKING
EM EVENTO**



TIMING É TUDO
(NÃO CHEGUE QUANDO ESTIVER
TODO MUNDO PERTO)

SENTA QUE LÁ VEM
HISTÓRIA



1

NEGOCIAÇÃO

2

FIXO OU VARIÁVEL?

3

**PERCENTUAL EM CIMA
DO BRUTO OU LÍQUIDO?**

4

JÁ TEM AUDIÊNCIA?

5

**QUAL A RESPONSABILIDADE
DE CADA UM?**

6

**QUEM VAI INVESTIR
NOS ADS?**

PRÓXIMOS PASSOS



Will Arnhold