



MP COMPILADO de FASES

✓ CHECKLIST **LX30D**

FASE 00

• *POSICIONAMENTO*

DEFINIR ATUAÇÃO - AMBOS

ESPECIALISTA

Username massa
Criar conteúdo
Estar em movimento
Jogar o jogo da sedução
Não espere um lançador - Rode um MVP

LANÇADOR

Passar imagem profissional: fotos adequadas, bio explicativa
Fotos trabalhando, em reuniões de negócio
5 posts de conteúdo
2 Posts em evento
Se tiver, mostrar os cases de sucesso
Domínio e e-mail profissional

• *ABORDAGEM*

LANÇADOR ABORDANDO EXPERT:

ESTUDO DO ESPECIALISTA

- Identificar o que o move (dinheiro, fama, família, reconhecimento)
- Identificar se já lançou, o nível de conhecimento de lançamento
- Análise de erros (pixel, página, rede social, promessa e etc)
- Procurar a melhor forma: pessoalmente, através de uma ponte - conhecido, amigo em comum - ou online. Preferencialmente direct ou email.
- Abordagem: tentar criar rapport, pontos em comum, identificação. Explique o que você faz, os seus melhores números, os melhores números do mercado na área dele dentro do digital, e como você vê o futuro dos dois, em curto, médio e longo prazo (3 meses, 1 ano, 2 anos)

ESPECIALISTA ABORDANDO LANÇADOR:

ANALISAR O LANÇADOR:

Resultados. Conversar com as pessoas que ele já lançou, se tiver acesso. Ver se tem alguma ponte.

“Olá, meu nome é Marcos. Acompanho seu trabalho e gosto muito. Gostaria de falar com você. Qual seu contato?”

“Estou querendo escalar, gostaria da sua ajuda”.

▪ **NEGOCIAÇÃO**

LANÇADOR INDO PRA ESPECIALISTA:

Lançador indo para especialista: normalmente é 50/50, no investimento e no lucro. O lançador faz o bastidor, o especialista faz o palco. Mudando as obrigações, muda a porcentagem.

Se alguém entra com 100% do dinheiro, normalmente a porcentagem fica maior.

LANÇADOR:

Se você quer conquistar o especialista, vale a pena fazer a técnica de inversão de risco. Você assume todo o risco, o especialista assume o lucro ou parte maior do lucro no primeiro momento, visando um relacionamento a longo prazo.

LEMBRETE: Fale de namoro, noivado e casamento.

FASE 01 - *COPY*

PESQUISA

PÚBLICO

Rodar pesquisa no Instagram ([Google Forms](#) / [Stories \[Enquetes\]](#))

Comentários no YouTube / Insta / Podcast
[Google Trends](#)

Principais livros e comentários
do nicho (Amazon)

Analisar depoimentos (se houver)

CONCORRENTES (NO MÍNIMO 3)

Analisar os principais conteúdos
(YouTube / Instagram / Facebook)

Analisar Produtos (preço
/ promessa / público)

PROMESSA DO EVENTO

...

Nome do evento

Definir a grande mudança - evento e curso

O que faz?

Como faz?

Em quanto tempo?

Exemplo 1: correr bem.

Exemplo 2: correr 10km

Exemplo 3: correr 10km em 30 min.

QUANTO MAIS SMART MELHOR.

Mensurável, Tangível, Específica,
Relevante, Tempo.

▪ TRÁFEGO

PESQUISA

Números dos lançamentos anteriores (investimento, leads, custo por lead, google ou face)

Acessos Facebook ads e Google Ads

Validar domínio na BM

Configurar contas de anúncios

Organização

Face e Google ads

Criar públicos - [Face e Google](#)

Pixels - Face e Google - Configurar eventos (API de conversão)

Configurar pagamento

Campanhas de nutrição (distribuição de conteúdo) (se houver) (alcance)

Distribuição de Verba entre as fases (Distribuição, captação, rmkt) - [Planilha do Tráfego](#)

▪ *DESIGN*

...

Reunião de Brandbook - Apresentação do Brandbook

CHRISTIAN BARBOSA



▪ **CONTEÚDO**

Análise de perfil (ferramenta: Number reports)

<https://www.modash.io/>

Estudo de conteúdos existentes

Criação de Conteúdo
e [Calendário de Publicação](#)

LinkedIN, Twitter, Facebook, podcast

T.A.C.O.H (Técnico, Autoridade, Conexão, Objeção e Hype)

Definição de Redes Sociais - Youtube, Instagram, TikTok,

FASE 02 - *FUNIL*

COPY

PÁGINAS

[Captura](#) (Landing Page)

[Obrigado](#) (Thank You Page)

COMUNICAÇÃO INICIAL

[E-mail de confirmação de inscrição](#)

[Descrição dos Grupos do WhatsApp](#)

[Mensagem de Boas Vindas](#)

[Resposta automática](#)

[E-mail para a base antiga](#) (se houver)

[Pesquisa de leads](#)

ANÚNCIOS DE CONVITE

Criativos convite ([Vídeo](#) / [Imagem](#))

[Descrição dos anúncios](#)

TRÁFEGO

Double Check - Páginas de
captura (pixels e conversões)

Double Check - Criativos

Double Check - Orcamento

Subir campanha Captação/Convite

Remessa 01

Remessa 02

Remessa 03

Remessa 04

Remessa 05

Métricas diárias para a

Otimizações diárias (recorrente)

[PLANILHA DE ABASTECIMENTO DE LEADS](#)

analisar (CTR, %conv. da página de captura, %conv. da página
de obrigado, CPL diário/n de leads , CPL total/n leads total, meta de leads diária)

Dar ideias de criativos em cima dos que performam melhor.

INFRA

Comprar o domínio
Hospedar o domínio
Criar um e-mail profissional
Contratar a plataforma de CRM (Email marketing) (Usamos o Active Campaign)

Criar uma automação de boas vindas
Plataforma de Ura (Voip) (Usamos o IPBox ou Ligue Lead)
Contratar uma plataforma de SMS (Usamos Mister Postman) www.misterpostman.com.br

CONTEÚDO

T.A.C.O.H
Iterar

DESIGN / WEB

[CRIATIVO DE IMAGEM](#)
[PÁGINA DE CAPTURA DE EXEMPLO](#)
[CAPA DO GRUPO DE WHATSAPP](#)

FASE 03

COPY

COMUNICAÇÃO

Antecipação (Contagem regressiva para o evento)

[Criativo Genérico](#)

[Faltam 7 dias](#) (MÍNIMO)

[Faltam 6 dias](#)

[Faltam 5 dias](#)

[Faltam 4 dias](#)

[Faltam 3 dias](#)

[Faltam 2 dias](#)

[É AMANHÃ](#)

[É HOJE](#)

[ESTAMOS AO VIVO](#)

[AINDA DÁ TEMPO](#)

(enviar 15 minutos depois do início da live)

PÁGINAS

[Email](#)

[WhatsApp](#)

[Telegram](#)

[Ura](#)

[Sms](#)

ANÚNCIOS DE ANTECIPAÇÃO (REMARKETING)

Criativos antecipação ([Vídeo](#) / [Imagem](#))

Faltam x dias

Descrição dos anúncios

Faltam x dias

TRÁFEGO

Campanha Aquecimento

Campanhas Antecipação (Faltam x dias)

Criativo genérico lembrando do evento

Criativos de faltam x dias
de todos os dias

Posicionamento: AD discovery,
rede display, in Stream, Youtube

Planilhamento e relatório diário (recorrente)

Métricas diárias para analisar (CTR, %conv.
da página de captura, %conv. da página de
obrigado, CPL diário/n de leads , CPL total/n
leads total, meta de leads diária)

Métrica de RMKT (Frequência, alcance)

INFRA

Definir a frequência
de envio de e-mail de
conteúdo, podendo ser
até 3 na semana.

Verificar taxa de
abertura de e-mail

CONTEÚDO DE AQUECIMENTO

Antecipação

T.A.C.O.H

Lives com Collabs

Live com Case de Sucesso

Lives de Conteúdo

Desafio que gera micro resultado

DESIGN

Criativos de Captação

Criativos de Remarketing

FASE 04

COPY

FORMATO DE 1 DIA

[Criar script](#)

FORMATO DE 4 DIAS

DIA 1 / [Criar script](#)

DIA 2 / [Criar script](#)

DIA 3 / [Criar script](#)

DIA 4 / [Criar script](#)

ANÚNCIOS DO EVENTO (REMARKETING)

Criativos do evento (Vídeo / Imagem)

- _____ Antecipação da aula ([Vídeo](#) / [Imagem](#))
- _____ Estou ao vivo / Aula no ar ([Vídeo](#) / [Imagem](#))
- _____ [Vídeo / Imagem](#) Aula x liberada (_____)

Descrição dos anúncios

- _____ Antecipação da aula
- _____ Estou ao vivo / Aula no ar
- _____ Aula x liberada

PÁGINA DE VENDAS

Escrever Copy - [Exemplo](#)

Escrever vídeo de vendas - [Exemplo](#)

ANÚNCIOS DE VENDAS (REMARKETING)

Criativos vendas (Vídeo / Imagem)

- _____ Inscrições abertas ([Vídeo](#) / [Imagem](#))
- _____ Faltam 48 horas ([Vídeo](#) / [Imagem](#))
- _____ Último dia / Últimas horas / Últimas vagas ([Vídeo](#) / [Imagem](#))
- _____ Recuperação (Compras nao concluidas) ([Vídeo](#) / Imagem)

Descrição dos anúncios

- _____ Inscrições abertas
- _____ Faltam 48 horas
- _____ Último dia / Últimas horas / Últimas vagas
- _____ Recuperação (Compras nao concluidas)

COMUNICAÇÃO

Email

- [Inscrições abertas](#)
- [Faltam 48 horas](#)
- [Último dia / Últimas horas / Últimas vagas](#)
- [Recuperação \(ListBoss\)](#)

WhatsApp / Telegram

- [Inscrições abertas](#)
- [Faltam 48 horas](#)
- [Último dia / Últimas horas / Últimas vagas](#)
- [Recuperação \(ListBoss\)](#)

...

Ura / Sms

- [Inscrições abertas](#)
- [Faltam 48 horas](#)
- [Último dia / Últimas horas / Últimas vagas](#)
- [Recuperação \(Compras não concluídas\)](#)

Suporte

- [Preparar a FAQ](#)

TRÁFEGO

Double Check orçamento

Campanhas Evento

Criativo "hoje tem live, ative o lembrete" genérico

Criativo "ao vivo"

Criativos "aula x liberada"

Criativo antecipação último dia (pitch)

Inscrições abertas

4 motivos (bônus)

3 dias para encerrar as inscrições

2 dias ...

Encerra hoje

Última chance/últimas horas

Planilhamento e relatório diário (recorrente)

DESIGN / WEB

[Página de vendas](#)

[Página de upsell](#)

[Página de obrigado](#)

INFRA

Cadastrar produto na plataforma - 7 dias antes

Por pixel no checkout

Configurar listboss ou connects

Subir vídeo de boas vindas/
cronograma de liberação das aulas

FASE 05

COPY

[Página lista de Espera](#)

[Pesquisa com os alunos](#)

[Pesquisa para quem não comprou](#)

[Página de upsell](#)

[Descrição do order bump](#)

TRÁFEGO

Tráfego do order bump e upsell para os novos alunos

INFRA

RECUPERAÇÃO DE VENDAS

Integrar a plataforma de pagamento com o CRM

A Hotmart possui o ListBoss

A Eduzz possui o Connect

Criar as listas no e-mail marketing

Compra Cancelada

Abandono de carrinho

Boleto Gerado

Compra Aprovada

Reembolso realizado

FERRAMENTA QUE PODE SER USADA NA RECUPERAÇÃO DE VENDAS

Notificações inteligentes ou hotzapp

Configurar chat da pdv/checkout - sugestão: JIVOCHAT

[Provi - Boleto parcelado](#)

FASE 06

- ...
- [Ativar página de espera](#)
 - [Iteração](#)
 - [Coleta de depoimento - roteiro de perguntas](#)
 - Aplicar Funil Ampulheta