

Aprendizados dos Extremos

MENTORIA COM TIAGO GUTERRES

31/10/22



Conversão Extrema



Gaby Moreno

Sua LPAC precisa ter uma oferta chamativa, pequenas mudanças geram grandes resultados,

[Curtir](#) [Responder](#) 1 d



Sallgadinho Rodrigo

Mentoria TOP, aprendi a compreender melhor a questão da frequência, um item tão importante para a prestação de serviços local, e ajustar corretamente o orçamento para ampliar público e escalar com segurança! #megaestudo

[Curtir](#) [Responder](#) 1 d



Marcilio Prado

Se o público é limitado, posso vender para quem está à volta do meu público-alvo.

[Curtir](#) [Responder](#) 1 d [Editado](#)



2



Rogerio Luciano

melhor aprendizado de hoje foi perceber mais uma vez que a qualidade do nosso serviço precisa ser diferenciado e excelente qualidade. Assim, construir anuncios e campanhas de alta performance tornam-se apenas consequencias!

[Curtir](#) [Responder](#) 1 d



Rodrigo Suzuki

O funil de Métricas é importante para conseguir visualizar onde pode estar o erro da sua campanha.

[Curtir](#) [Responder](#) 1 d



2



Camila Pimentel

Foto nesse caso é tudo. Mais do que preço, os clientes querem qualidade e a prova de que o serviço é bom!

[Curtir](#) [Responder](#) 1 d



Conversão Extrema



Humberto Mendes

Imagens ou vídeos de qualidade vendem.



[Curtir](#) [Responder](#) 1 d



Felipe Souza Dos Santos

Não há resultado sem:

Landing Page de alta conversão (IMPORTANTE)

Oferta persuasiva (não é só preço)

Bons anúncios (fotos e vídeos de qualidade)



[Curtir](#) [Responder](#) 1 d



Francisco Filho

A promessa na LP precisa ser irresistível...

[Curtir](#) [Responder](#) 1 d



Jeferson Jander

Boas fotos e vídeos de ótima qualidade fazem a diferença, principalmente para quem vende beleza!

[Curtir](#) [Responder](#) 1 d



Debora Carneiro

Aprendi que podemos ter resultados com baixo investimento se segmentarmos corretamente. 😊

[Curtir](#) [Responder](#) 1 d



Conversão Extrema



Ivete Ferreira Nunes

Ações para chegar a 25K por mês

1. Criar uma Landing page de alta conversão;
2. Foque no serviço que tem mais interesse em vender;
3. Ter uma oferta irresistível;
4. Instalar ação de conversão no botão;
5. Fazer corretamente a segmentação das campanhas;
6. Criativo com fotos e vídeos de qualidade;
7. Definir corretamente o público comprador;
8. Fazer um mapa de palavras chaves;
9. Ter uma comunicação persuasiva; e
10. Para aumentar o investimento tem que aumentar o público para não perder dinheiro.

[Curtir](#) [Responder](#) 1 d [Editado](#)



Luis Almeida

o melhor aprendizado, foi sem sombra de dúvidas que mostrar os resultados do trabalho potencializa o rendimento do negócio.

[Curtir](#) [Responder](#) 1 d



Ramon Alves Optometrista

DESCOBRIR NOSSO PONTO CEGO, muitas vezes é mais fácil descobrir de outros negócios do que saber o erro dos nossos próprios negócios.

[Curtir](#) [Responder](#) 1 d



Giliane de Jesus

Aprendizado

LP de alta conversão bem feita + público alvo bem definido = menos gastos de investimento e maior retorno

[Curtir](#) [Responder](#) 1 d



Conversão Extrema



Bæk Cleverson

Fazer perguntas para conhecer melhor seu público e assim, ficar longe da ideia de usar preços baixos como atrativo. Preço com desconto pode indicar produto / serviço sem qualidade.

Curtir Responder 1 d



Luana Monteiro

Foco nos detalhes é importante tbm.

Tenha um LP muito condizente com que seu público comprador quer do seu serviço.

Se seu serviço é mais visual, no caso cabelo, foque em ter criativos de alta qualidade. Um bom exemplo são os que as influenciadoras de beleza e saúde usam nos seus Instagram (eu sempre pego como exemplo).

Tenha um copy chamativa e nunca esqueça que uma LP de serviço precisa ter entre 10% - 30% de taxa de conversão, menos do que isso é preciso alterar algumas coisas nela.

Curtir Responder 1 d



Lucas Xavier

Aumentar o orçamento não significa que os resultados aumentarão, neste caso é preciso aumentar também o público. #showw 😊

Curtir Responder 1 d



Giane Borges Dos Santos

Aula top! Nem sempre só o preço vai chamar a atenção. Uma landing page de alta conversão gera ótimos resultados.

Curtir Responder 1 d



Conversão Extrema



Tony Carsan

Não há quantidade de leads suficiente quando o site é ruim. A base tem que está bem feita!

Curtir Responder 1 d



Gisele Zimmer Samagaia

- 1 - Uma LP de apresentação é muito diferente de uma LP de alta conversão que será utilizada no anúncio.
- 2 - Funil de métricas é essencial para a avaliação e otimização do anúncio
- 3 - uma imagem vale mais que mil palavras em alguns serviços.
- 4 - O melhor preço não supera a qualidade.

Curtir Responder 1 d



Vitor Oliveira

os pontos importantes de hoje pra mim foram

- >funil de métricas: analisar as visitas, cliques, leads e conversão, para saber o que está tudo de acordo.
- >Copy: ter sempre uma boa copy na lp e site.
- >Fazer diferentes públicos de anúncios para que assim tenha mais controle dos dados.
- > antes de contratar alguém para construir o site ou lp é necessário que já tenha pelo menos uma pesquisa com os clientes para que a comunicação seja construída em cima das respostas deles.
- > usar as outras plataformas de anúncios para escalar e alcançar o máximo de pessoas.
- > ter criativos, fotos e vídeos de qualidade.

Curtir Responder 1 d Editado



Antonio Mendes

Boas fotos e bons vídeos são fundamentais

Curtir Responder 1 d



Conversão Extrema



José Augusto Moura

A cada mentoria é notável a diferença de "não fazer pesquisar".

Não é apenas uma foto que vale mais que mil palavras, mas uma Copy bem feita vale muito mais que mil tentativas sem estudo.

Aprendizado de hoje:

- Economize dinheiro e tempo de campanha gastando horas, dias, ou semanas fazendo pesquisas para montar seu Mapa de Palavras, a Copy faz uma diferença brutal;
- Ser atento em campanhas do Facebook no quesito "Frequência", ela muito alta é sinal de alerta para trocar o "criativo";
- Que o cabelo para as mulheres é a moldura do rosto, e faz sentido, todo quadro em sua maioria e principalmente obras de arte, a moldura enobrece;
- Produtos de desejo fotos e design são tão importantes quanto à Copy;
- E para finalizar, que um produto que é consumido apenas por um determinado público (sexo, gênero), é possível vender também para seu público oposto, basta pensar "fora da caixa".

[Curtir](#) [Responder](#) 1 d



Kaique Fernandes

A Ip pode ser a mais linda do mercado, mas sem uma comunicação de maneira efetiva com os clientes ela pode não funcionar.

[Curtir](#) [Responder](#) 1 d



Sarah Wesley

- Fotos boas geram conversão;
- Não podemos divulgar sites lentos;
- Para aumentar o orçamento eu também tenho que aumentar meu público;
- Não é investir o máximo que eu puder mas investir para o público certo.

[Curtir](#) [Responder](#) 1 d [Editado](#)



Conversão Extrema



Cintia Pimenta

Meus aprendizados dessa live foram:

- 1- A copy da sua LP precisa ser clara e direta para o público que você gostaria de alcançar.
- 2- Criativos bem feitos determinarão muito no desempenho do seu resultado.
- 3- Fotos e vídeos de qualidade devem ser prioridade.
- 4- Deixar claro na LP qual é o seu diferencial

[Curtir](#) [Responder](#) 1 d [Editado](#)



Nanda Santos

10 APRENDIZADOS PARA CHEGAR AOS 25K DE FATURAMENTO:

- 1- Faça uma pesquisa com o público que já comprou na sua empresa. O objetivo dessa pesquisa é entender os desejos e dores dos clientes e entender o que os motivou a fechar o serviço com você;
- 2- Trace suas forças e diferenciais competitivos...
Aqui vale tudo para ser visto como um profissional interessante aos olhos dos seu potencial cliente... Ex: tempo de atuação, fotos dos serviços, espaço aconchegante, qualidade dos produtos utilizados...
(Como: Linha orgânica, Mega Hair com fios naturais e saudáveis...);
- 3- Construa uma Landing Page Persuasiva, com base no público comprador;
- 4- Foque a copy da página no serviço que você tenha maior lucro ou maior interesse em escalar as vendas;
- 5- Tenha uma boa CTA (Call to action) no botão para induzir as pessoas a entrarem em contato;
- 6- Configure a ação de conversão do botão, que são rastreadas por meio do pixel e a tag instaladas;
- 7- Cuidado com a qualidade dos vídeos e fotos que vão para os anúncios e para a página;
- 8- Não esqueça que a promessa da página de destino precisa estar associada a copy dos criativos dos anúncios;
- 9- Não adianta fazer todos os passos acima e segmentar para o público errado na plataforma de anúncios...
- 10- Desenhe e analise o seu funil de métricas para compreender onde está o gargalo que te impede de escalar a campanha.

[Curtir](#) [Responder](#) 1 d



Conversão Extrema