

152

Estratégias

Começar Do **ZERO**

Seu **Negócio Online**

No **Marketing Digital**

Versão Nova,
Extendida e
100% Prática

Mais de 380 Mil
Cópias
Baixadas

100% Estratégias
Que Usamos
Hoje

152 Estratégias Para Começar Do ZERO Seu Negócio Online no Marketing Digital

Por Alex Vargas

ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE

Todas as informações contidas neste guia são provenientes de minhas experiências pessoais ao longo de vários anos. Embora eu tenha me esforçado ao máximo para garantir a precisão e a mais alta qualidade dessas informações e acredito que todas as técnicas e métodos aqui ensinados sejam altamente efetivos, eu não me responsabilizo por erros ou omissões. Sua situação e/ou condição particular pode não se adequar perfeitamente aos métodos e técnicas ensinados neste guia. Assim, você deverá utilizar e ajustar as informações deste guia de acordo com sua situação e necessidades.

Todos os nomes de marcas, produtos e serviços mencionados neste guia são propriedades de seus respectivos donos e são usados somente como referência.

DIREITOS AUTORAIS

Este guia está protegido por leis de direitos autorais. Todos os direitos sobre o guia são reservados. Você não tem permissão para vender este guia nem para copiar/reproduzir o conteúdo do guia em sites, blogs, jornais ou quaisquer outros veículos de distribuição e mídia. Qualquer tipo de violação dos direitos autorais estará sujeito a ações legais.

Um Pouco Mais Sobre Meu Trabalho

Vamos nos conhecer melhor? Então vamos bater um papo... segue abaixo meus principais contatos, espero você!

Meu Treinamento Oficial:

★ [Formula Negocio Online](#)

Meu Blog Pessoal Sobre Empreendedorismo:

★ [NucleoExpert.com](#)

Meu Canal De Vídeos No Youtube:

★ [Youtube.com/AlexVargasPro](#)

Minha Página No Facebook:

★ [Facebook.com/AlexVargasPro](#)

Meu Perfil No Instagram:

★ [Instagram/AlexVargasPro](#)

O Passo A Passo Único E Definitivo Para Criar Seu Negócio Online Do Absoluto Zero! Garantido

Abordagem ÚNICA!
Único treinamento do
mercado que oferece um plano
passo a passo para seu negócio
funcionando e rendendo dinheiro!

Técnica exclusiva no Brasil,
Ninguém usa essa técnica,
Você vai aprender em primeira mão.

Treinamento
inédito
Totalmente em
Video Aulas



Treinamento Completo, Abordando
Todas as etapas, básico ao
avanzado...

Material de apoio: guias,
checklists, mapas mentais,
mapas de processo,
ferramentas, etc...

Você vai se surpreender com
a quantidade de material extra...

Conheça Aqui

Sumário

Estratégias Para Mentalidade	8
Estratégias Para Produtividade	19
Estratégias Para O Início Do Seu Negócio Online.....	30
Estratégias Para Sua Marca E Seu Posicionamento Online	41
Estratégias Para Copywriting	47
Estratégias Para Afiliados.....	59
Estratégias Para Criar Produtos Digitais.....	67
Estratégias Para Vender Produtos Digitais.....	73
Estratégias Para Gerar Tráfego	80
Estratégias Para Seo.....	88
Estratégias Para Email Marketing.....	97
Estratégias Para Blogs	102
Estratégias Para Facebook.....	113
Estratégias Para Youtube.....	128
Estratégias Para Instagram.....	136
Estratégias Para Crescer Seu Negócio.....	145
Ferramentas Essenciais.....	156
Conclusão	167

Vamos começar?

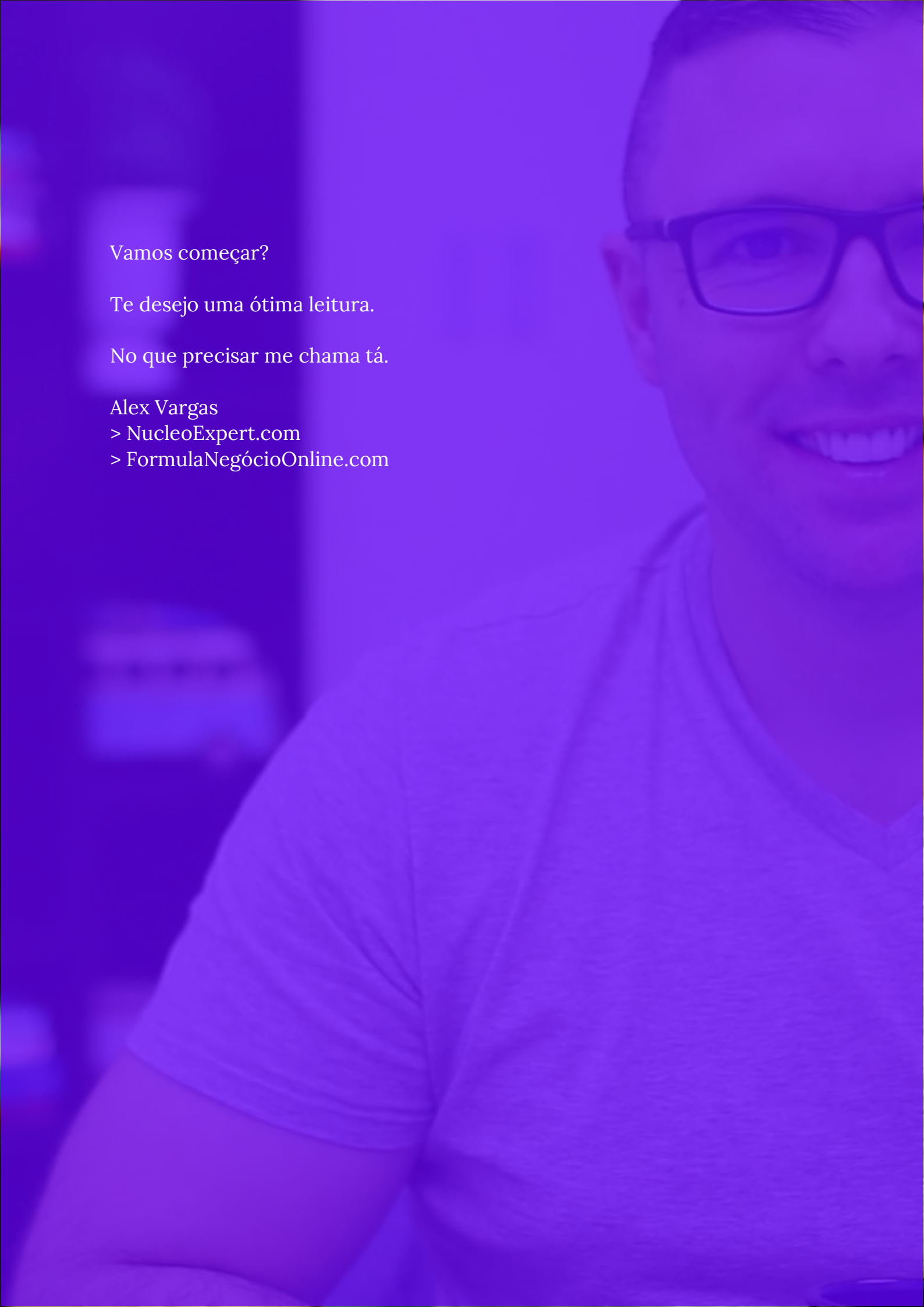
Te desejo uma ótima leitura.

No que precisar me chama tá.

Alex Vargas

> NucleoExpert.com

> FormulaNegocioOnline.com



ESTRATÉGIAS PARA MENTALIDADE

Oi, Alex Vargas aqui... Vamos começar?

Olha só... de coração, não pule essa parte.

Hoje, depois de mais de 15 anos empreendendo online, eu tenho convicção que a mentalidade é a chave para o sucesso.

Vou te passar agora as principais estratégias para ter uma mentalidade preparada para o que for acontecer no seu negócio online... seja lá o que for.

Aproveite!

EMPREGADO X EMPREENDEDOR

Você mudou... sua vida agora é outra! Você não é mais empregado.

O problema é que o empregado já tem toda uma estrutura de trabalho montada. E o desafio do empreendedor **é construir uma estrutura.**

Trabalhar em uma estrutura pronta e montar sua estrutura são coisas bem diferentes.

“Trabalhar em uma estrutura pronta e montar sua estrutura são coisas bem diferentes.”

Como empreendedor, você precisa ter a visão de todo o negócio. Você precisa acompanhar vários fatores que podem influenciar seu negócio.

Por exemplo, problemas na Economia podem levar o dólar a disparar, e se você usa serviços pagos em dólar, o seu custo fixo pode sofrer algum impacto.

“Refleta: Quais diferenças entre ser um empregado e ser um empreendedor?”

De forma geral, na visão do trabalhador, o foco está em receber o salário. Ele não está muito preocupado com o resultado da empresa, já o empreendedor, planeja todas as suas ações pensando no resultado do negócio, o resultado final.

A sua visão dever ser no resultado final, além é claro (e não menos importante), tornar o caminho até esse resultado o mais fácil e rápido possível para que seu cliente tenha total sucesso.

CLAREZA, FOCO E METAS

O que mais acontece com empreendedores digitais é a **constante mudança nos objetivos**. Cada hora quer uma coisa.

Decide trabalhar em um nicho, mas passa poucos dias, já muda de ideia. Em um dia está motivado, vem uma pequena dificuldade já desiste.

Tente por um, dois dias... não acontece como pensou, desiste! **NÃO, isso está errado...**

E para não ter esse comportamento instável, o empreendedor precisa ter clareza, foco e alinhar suas metas.

Clareza

Ter clareza é saber que você realmente quer se tornar um empreendedor digital, quer realmente ter um modelo de negócio para ganhar dinheiro online.

Sabe onde quer chegar, sua mente esta direcionada para isso.

Foco

O foco é o que faz o seu negócio crescer. Tudo que focamos se expande.

Tudo que você fizer focado será feito com mais qualidade e mais rapidamente.

Portanto foco de raio laser em uma tarefa de cada vez.

Metas

Ter as metas alinhadas com a realidade vai te ajudar a superar as barreiras que surgem na caminhada do empreendedor.

Não adianta achar que será da noite para o dia que você vai ficar rico trabalhando online. Não.

A mentalidade empreendedora sabe que um negócio leva tempo para trazer um retorno satisfatório. Desenvolva suas expectativas sabendo que o seu retorno será gradativo, ao longo do tempo.

GERAÇÃO DE VALOR

Empreendedores de sucesso são empreendedores que geram valor para seus clientes.

Por exemplo, eu como empreendedor digital há mais de 15 anos, depois que foquei na geração de valor gratuito para os meus clientes, meu negócio deu um salto!

Esse e-book que você está lendo é uma geração de valor para meus clientes e potenciais clientes.

“A quantidade de dinheiro que você ganha esta diretamente ligado a quantidade de valor que você gera...”

Então, quando você for montar ou revisar seu planejamento ele deve estar embasado na geração de valor para o seu público online (*audiência*).

O seu retorno financeiro está diretamente ligado à sua geração de valor. E melhor forma de gerar valor é através de conteúdos que respondem as dúvidas dos seus clientes.

E não são dúvidas sobre seu produto, mas sim sobre ajuda-los a obterem conquistas.

Quer um exemplo prático? Então veja meu canal do Youtube e meu Blog.

SIM, O SUCESSO É POSSÍVEL

Nesses mais de 15 anos como empreendedor digital, eu aprendi algo essencial: **é praticamente impossível não ter problemas...**

E o que eu quero dizer com isso?

Claro que você tem dúvidas, claro que terá dificuldades no início, todos tem. **Mas é como você vai agir diante disso que mostra quem é você.**

Tenho alunos que fazem meus treinamentos com a mentalidade: “*ah, vou tentar, se der certo bom, se não der.... Fazer o que?*” Está totalmente errado.

Você inicia sendo negativo...

Já os alunos que chegam decididos, determinados a fazer dar certo, são os que alcançam o sucesso mais rápido.

“Entre para vencer, entre crendo que é possível, planeje com determinação, aja com empenho, foco e muita força de vontade, e o sucesso estará logo ali.”

Só tem resultados quem não desiste 😊 !

VISÃO POSITIVA DE NEGÓCIOS

Bom, se o sucesso é possível, então agora é necessário olhar para o negócio com **vontade de vencer**, sem se vitimar quando algo dá errado.

Muitas pessoas se veem como “coitadinhas”, que tudo dá errado... Será?

O empreendedor é alguém que adota uma visão otimista, que se prepara para vencer, que se coloca como um guerreiro para vencer as muitas dificuldades.

Lógico, não vai ficar igual um “bobo” achando que tudo é “arco íris cor de rosa”, mas **ser positivo influencia muito sim.**

Olha, eu posso (provavelmente) dar vários exemplos de pessoas que superaram dificuldades maiores que as que você está passando agora.

E hoje estão aí, felizes, tendo muito resultado.

Posso te falar uma coisa: **o dia tem 24 horas para todos, aproveita!**

“Muitas coisas vão dar errado, muitas coisas acontecem de forma contrária do que esperamos.... Como reagimos nessas situações é que fará toda diferença. “

Uma frase que gosto muito é: “Na verdade, você é feliz e nem sabe”.

RESILIÊNCIA E RESILIÊNCIA

Sim, duas vezes... porque é muito importante.

Vamos a definição?

“A resiliência é a capacidade de o indivíduo lidar com problemas, adaptar-se a mudanças, superar obstáculos ou resistir à pressão de situações adversas - choque, estresse etc. - sem entrar em surto psicológico, emocional ou físico...”

A grande sacada aqui é:

Dificuldades vão aparecer? SIM... Já falei.

Porém, você deve estar preparado para isso e agir da melhor forma possível.

Pode parecer besteira, mas o trabalho mental é essencial.

Olha só:

Digamos que hoje você ganha dinheiro com anúncios no Facebook. Ótimo.

Do nada o Facebook bloqueia sua conta (isso acontece sim).

Você não tem resiliência. Vai desistir... pronto acabou.

Mas se tiver resiliência, vai levantar no dia seguinte, subir outra conta de anúncios, e as vendas voltarão a acontecer.

O segundo cenário não é bem melhor?

Portanto, adote uma postura resiliente na sua personalidade.

TOMAR A AÇÃO RAPIDAMENTE

Muitas vezes passamos tempo demais em planejamentos e agimos pouco. A mentalidade empreendedora deve ser aquela que se programa para ação.

“Entre em **AÇÃO**
rápido”

Você planeja, age, verifica, corrige e age novamente.

Isso precisa estar na sua mentalidade como um ciclo contínuo.

Cada ideia que tiver, coisa nova que aprender, implemente rapidamente.

Não buscamos a perfeição aqui, mas a melhoria continuada.

Portanto, DE LONGE, **tomar a ação, fazer as coisas** é o passo mais importante.

CAPACIDADE DE TERMINAR O QUE COMEÇAR

Pare e pense, quantas coisas você iniciou e não terminou? Várias, não é?

Sabia que isso só te frustra, faz você gastar energia atoa, não trás nenhum resultado, você acaba por nem tentar e nem ver o que funciona e o que não funciona.

Vamos mudar isso?

- Decida claramente o que é mais importante, elimine o resto;
- Priorize sempre as tarefas que trarão resultados específicos;
- Faça o trabalho que precisa ser feito. Faça com foco e determinação.
- **Organize sua vida em torno da execução dessas tarefas.** Horários, onde e como você vai fazer as tarefas.

DONE

Esse conceito nos mostra claramente como executar nossos projetos com maestria, ter muitas coisas concluídas e obter muitos resultados.

Falando de negócios, ok?

D = Decida e Defina

Decida exatamente o que você quer fazer, porque você quer fazer, o que isso vai trazer de bom para sua vida, para vida de outras pessoas.

Ou seja, **seu grande propósito**.

Tudo o que for fazer que tiver um propósito grande, será realizado muito mais facilmente e com energia.

Defina exatamente como você vai fazer, que caminho vai seguir, que tipo de produto vai trabalhar, que tipo de tráfego vai usar, qual será a primeira estratégia, como vai aplicar...

Tenho tudo muito claro na sua mente. Lembra da clareza que falamos antes?

O = Organize

Agora se organize para colocar tudo isso em prática.

Organize seu horário, seu espaço de trabalho, fale com sua família... o que tiver que fazer, mas deixe tudo 100% organizado para aplicação dos passos que deverá fazer.

N = Diga Não

Saiba dizer não para tudo que vier e não estiver alinhado com seu plano. Quanto mais não você dizer mais próximo você estará dos seus objetivos.

E = Executar

Agora tem que fazer... nada vai adiantar, não importa o que for, mas, não vai adiantar sem a ação.

Agir, estar sempre se movendo é o que fara você crescer, seja qual área for.

NÃO EXISTE FRACASSO, EXISTE APRENDIZADO

Um dos melhores professores é o fracasso. O fracasso é uma oportunidade de fazer novamente sem repetir os mesmos erros. Ou seja, com praticamente chance total de acertos.

“Então, quando ele vier, deixe ele te ensinar. Procure aprender com o motivo do fracasso.”

“Aprenda com seus
erros”

Ou o fracasso te ensina ou ele te derruba... **melhor te ensinar, não é?**

Olha, coisas erradas vão acontecer, é inevitável, porém você tem que agir quanto a isso e tirar o melhor da situação.

Vamos trabalhar para ter o mínimo de fracassos possíveis, porém quando houver, tire o máximo proveito dele.

ESTRATÉGIAS PARA PRODUTIVIDADE

Do mesmo jeito que a mentalidade é importante,
fazer as coisas também é.

Colocar em ação é a principal estratégia de
todas, SEMPRE.

Sem ação nada acontece, e para colocar o maior
número de estratégias em ação você precisa ser
produtivo...

Portanto, vou te mostrar agora as estratégias
que **eu uso no meu dia a dia** para ser mais
produtivo.

SEU TEMPO É MUITO VALIOSO

Existe um conceito chamado “**custo de oportunidade**”. De forma simples, ele define a melhor escolha que podemos ter ao usar nosso tempo.

Por exemplo, qual o custo de oportunidade ao optar por escrever esse E-book? Será que ao fazer essa tarefa específica estou aproveitando o meu tempo valioso da melhor forma?

De forma geral, muitas pessoas estão usando seu tempo em coisas que poderiam ser melhor aplicadas.

“**SEMPRE** pense no custo de oportunidade, seu tempo como empreendedor é muito valioso...”

Mexer na rede social, navegar na internet, ver vídeo de piada... a não ser que por alguma razão seja o seu trabalho, **senão é tempo desperdiçado.**

Toda tarefa que você fizer te consome tempo (claro) e energia... Energia essa preciosa para várias coisas...

Como por exemplo, melhorar seu marketing, seu produto, seu atendimento ao cliente, ou ao futuro

cliente...

Será que o que você está fazendo condiz com essas tarefas importantes para seu negócio? Será que fará seu negócio se mover?

Use o seu tempo da melhor forma possível, sempre avaliando o custo de oportunidade de cada tarefa que você precisa fazer.

TER SEU PLANO BEM DEFINIDO

Organização... já falei antes correto?

Pra isso você precisa definir bem claro algumas metas de trabalho.

Organização diária, semanais, mensais, anuais.... Ter bem claro isso na sua mente. Correr atrás disso sem perder o foco.

Por exemplo, um tipo de organização que costumo fazer é organizar a semana **anterior e a próxima semana**.

- **Semana anterior:** Analisar o que eu fiz, porque eu fiz, quantidade de tarefas, porque não fiz, o que me impediu, o que me atrapalhou, etc.
- **Próxima semana:** Minha lista de tarefas importantes para a próxima semana.
- **Organizar o seu dia:** Preparar o seu dia anteriormente.

Essa é uma organização simples que fara seu plano entrar em ação.

PREPARAÇÃO PARA O DIA SEGUINTE

Eu faço isso e é ótimo...

Quando chegar perto de acabar seu dia de trabalho reserve os últimos minutos para organizar e deixar tudo alinhado para o dia seguinte.

Organizar tudo mesmo:

- A primeira tarefa do dia;
- Organização do espaço de trabalho;
- Metas do dia;
- A roupa que você vai vestir;

- Alimentação;

Assim, no dia seguinte você não precisa pensar ou decidir o que fazer, não precisa gastar essa energia e tempo de decisão atoa.

Não desconsidere isso, ajuda demais.

DEFINIR SUAS TAREFAS MAIS IMPORTANTES

Duas estratégias nesse ponto:

- A primeira é **definir a tarefa mais importante para o dia seguinte**. Alinhe com a estratégia anterior.
- A segunda é **definir outras duas tarefas importantes** para você fazer em seguida ao longo do dia.

Ou seja, tenha uma lista previamente preparada... **tem que ter**.

Não exagere aqui, do tipo listando 15 tarefas... porque você pode se frustrar se não conseguir.

Comece com uma super coisa, e mais duas. Se você fizer isso durante um ano, vai ter quase 1000 coisas importantes feitas.

De fato, é importante que você defina todas as tarefas importantes, não só diárias, mas também tarefas semanais e tarefas mensais, e claro com isso seguindo seu calendário de organização.

INICIE COM A TAREFA MAIS IMPORTANTE

Pela manhã sua energia, força de vontade e criatividade estão no nível máximo do seu dia. E você precisa aproveitar isso.

Olha, eu faço exatamente isso, da uma olhada:

Organize-se com três listas:

A primeira lista de tarefas importantes, fazendo aquela priorização que falamos anteriormente.

A Segunda de tarefas em andamento, muitas tarefas dependem de alguma outra, ou ficam pendentes por algum motivo que você não tem controle, dessa forma mantenha a lista de tarefas em andamento.

E a última de tarefas concluídas, importante você conhecer aquilo que já foi feito, e poderá ser usada como fonte de consulta para organização.

Eu uso 2 aplicativos super simples para gerenciar isso (além dos post-its simples, aqueles coloridos que colamos na parede)

- **MindMeister**: Aplicativo de mapa mental. Sincroniza com todos os dispositivos. Nele eu faço um mapa mental com minha lista de tarefas. Consigo mover a ordem e marcar como concluída facilmente... ótimo!
- **Evernote**: Aplicativo de anotações supercompleto. Sincroniza com todos os dispositivos. Nele eu anoto tudo para não esquecer, ideias, listas, afazeres na rua etc... ótimo!

EVITE A MULTITAREFA

Olha só... lembra da sua lista de tarefas que falamos antes. Bom, inicie a sua tarefa mais importante e coloque **foco de “raio laser” nela**. Não faça mais nada!

Podemos até pensar que ser alguém que é capaz de realizar várias tarefas ao mesmo tempo é melhor do que realizar um único trabalho por vez.

E isso é um engano, a multitarefa só serve pra atrapalhar, ficar estressado e não fazer o que tem que ser feito com qualidade.

Além disso elimine Redes sociais, Whatsapp, Facebook.... Trabalhe realmente focado com apenas uma coisa sem se distrair.

- **Crie uma To Do List:** Uma To Do List é uma lista de tarefas. Crie sua lista de tarefas priorizando as tarefas mais importantes.
- Realize uma de cada vez: Depois de priorizar, vá realizando as tarefas, da mais importante para a menos importante.

BLOCOS DE TRABALHO SEM DISTRAÇÃO

É extremamente importante se manter focado por pelo menos uma hora na tarefa. Dessa forma, fica mais fácil atingir o estado de flow, onde você consegue fluir na tarefa e tem total entrega na realização.

Neste estado, você consegue chegar a excelência e sente que a tarefa ficou da melhor forma possível.

Como eu faço e funciona muito bem:

60 minutos extremamente focado em uma tarefa, pausa de 5 minutos, repito o processo, depois repito novamente, pausa mais longa de 30 minutos.

Faça algo diferente nos intervalos dos blocos, troque totalmente de foco. Isto dá uma renovada na mente.

Lembre-se também de **deixar seu ambiente de trabalho organizado**, por exemplo: Água, óculos, café, caneta, celular etc... depende o que você usa, deixe perto de você.

APRENDA A DIZER NÃO

Sim, nós temos síndrome do super-herói. Queremos fazer tudo.

Só que isso está errado. Não existe produtividade que de conta se você aceitar tudo que chega até você.

Uma das coisas mais importantes é saber definir o que realmente importa para os seus objetivos e para o resto dizer não.

Isso pode ser para tudo mesmo. Um jantar, uma viagem, um evento, uma novela, um jornal, um site de fofoca, um novo projeto, nova proposta, um curso novo, etc...

Analise se realmente vale a pena para você e pra aquilo que você quer atingir. Se não, diga não! Isso vai liberar espaço mental e aumentar seu foco e clareza.

ANÁLISE PESSOAL DIÁRIA

Você não faz ideia das **surpresas que vai encontrar** se fizer isso “verdadeiramente” ...

- Durante alguns dias, anote tudo que você fez. Mas tudo mesmo. Desde olhar o email, Facebook.... Anota tudo durante seu dia!
- Então comece a analisar aquilo que está roubando sua produtividade.
- Agora pense no que você pode fazer para mudar isso, eliminar essas coisas inúteis.

Outra coisa que eu faço também, no fim do dia, ou antes de dormir. Eu analiso como foi o meu dia. O que eu fiz de bom durante aquele dia e o que eu posso melhorar para o dia seguinte. Adotando o **processo de melhoria contínua**.

APLICATIVOS QUE EU USO PARA SER MAIS PRODUTIVO

Evernote

O Evernote é um aplicativo realmente diferenciado. Você pode sincronizar ele com sua agenda do Google, gravar áudios, usar no Smartphones e todos os seus dispositivos. São tantas funções que eu poderia fazer um artigo só sobre ele. Caso você ainda não use, comece a usar e vá aos poucos explorando os recursos dele.

MindMeister

O Evernote é um aplicativo realmente diferenciado. Você pode sincronizar ele com sua agenda do Google, gravar áudios, usar no Smartphone e todos os seus dispositivos. São tantas funções que eu poderia fazer um artigo só sobre ele. Caso você ainda não use, comece a usar e vá aos poucos explorando os recursos dele.

Trello

Utilizamos o Trello para organizar todas as tarefas e projetos do Nucleo Expert. Ótimo para quem gosta de trabalhar com sistema Kanban.

Slack

Com uma interface focada no usuário, o Slack entrega o melhor ambiente para discussão de ideias separadas por todos os canais da empresa.

Google Drive

Aplicativo para criar, organizar e visualizar de forma sincronizada e colaborativa todos os documentos pessoais e profissionais.

Google Calendar

Simples e eficaz. Como o Google Drive. Também tem a vantagem de sincronizar através da sua conta do Gmail nos aplicativos que você usar. Gosto e uso. Recomendo;

Noisli:

TOP demais esse aplicativo! Uso muitas vezes! Especialmente quando preciso me concentrar e pensar bem. Além disso, está com novas funções de temporizador e tal, ótimo para técnica pomodoro.

Vídeo Speed Controller

Nós, empreendedores digitais, temos sempre que estudar. Eu estudo muito e assisto muitos vídeos. O Vídeo Speed Controller é uma extensão para o Google Chrome que permite acelerar os vídeos. Eu assisto os vídeos com a velocidade 2.0x, assim que dobro minha velocidade de aprendizado por vídeos.

Canva

O Canva é a melhor ferramenta de design para não designers. É fácil de usar e a versão gratuita dá acesso à maioria dos recursos. Use o Canva para criar imagens de mídia social compartilháveis, fotos e até miniaturas de vídeo.

Unroll

O Unroll é uma ferramenta para limpeza da caixa de entrada do seu e-mail. No decorrer do tempo, vamos nos cadastrando em diversas listas de e-mail e nossa caixa de entrada fica lotada. O que atrapalha nossa produtividade. Então para ser mais produtivo é importante ter uma caixa de entrada clean. Esse aplicativo é uma mão na roda para gerenciar isso.

Automações

Existem aplicativos que nos ajudam muito na automação de processos. Eles respondem a uma ação que você faz e geram várias outras ações.

Para redes sociais eu uso e recomendo o [HootSuite](#) ou o [Buffer](#). Com esses aplicativos é possível fazer simultaneamente uma postagem em diversas redes sociais. É possível ainda programar todas as publicações. Esses sistemas têm contas gratuitas e pagas.

Outro aplicativo gratuito que recomendo para automação é o [IFTTT](#). Ele funciona no seguinte esquema: IFTTT | IF THIS THAN THAT

– IF THIS: Você programa o ponto de partida, “Se isso” acontecer...
Exemplo: Postar um vídeo no YouTube.

– THAN THAT: A partir da ação primária o sistema faz outra automaticamente “Então Faça”, como exemplo, publicar na Fan Page.

Assim toda vez que você postar um vídeo novo no YouTube, ele automaticamente vai postar na sua Fanpage. Você pode programar todo tipo de automação que você imaginar

ESTRATÉGIAS PARA O INÍCIO DO SEU NEGÓCIO ONLINE

Tudo tem um início.

E mesmo que você já tenha um negócio rodando,
aplicar as estratégias iniciais de marketing
digital é fundamental.

Portanto, agora vamos dar os primeiros passos
práticos rumo a resultados expressivos...

O PODER DO AVATAR

Antes de iniciar qualquer tipo de projeto online, seja qual for, você precisa determinar algumas coisas. As principais são: **seu público, seu produto e como conectar os dois...**

Pois bem, vamos falar de público.

“Você precisa urgente determinar algumas coisas: Seu público, seu produto e como conectar os dois...”

É essencial saber exatamente quem é seu público, para quem você vai falar, como vai falar.

Bom, você precisa traçar seu público principal, ou seja, pegar todo o grupo de pessoas que são as pessoas que seu produto atende, listar as características em comum delas, e juntar tudo em uma pessoa, isso é o seu Avatar.

Avatar é a “representação do seu cliente ideal”.

A partir daí, toda sua comunicação, marketing, produtos, o que for, será direcionado apenas para essa única pessoa, seu Avatar.

Isso mesmo, você vai sempre se comunicar diretamente com uma pessoa.

Veja um exemplo:

Digamos que meu público seja constituído de:

70% mulheres, dessas 80% são acima de 30 anos, 85% delas são casadas com filhos, 98% estão acima do peso.

Portanto, meu Avatar é: Patrícia, que tem 35 anos é casada com 2 filhos e esta acima do peso...

A partir de agora, toda minha comunicação será direcionada como se eu estivesse falando diretamente com a Patrícia.

DE OLHO NA CONCORRÊNCIA

Olha só, não é para ficar paralisado só olhando o que os outros estão fazendo, mas também não é para esquecer deles.

O que eu faço hoje:

Listo todos meus possíveis concorrentes, diretos e indiretos. Passo a seguir todos eles, separo um tempo semanal, algumas horas, para olhar o que estão fazendo, seu marketing, sua comunicação, seus conteúdos e produtos.

Além de ter **várias ideias, me da inteligência de mercado e me deixa preparado.**

SEU POSICIONAMENTO DE MARCA

Ao iniciar um projeto desenvolva algo novo, algo específico para você.

Mais do mesmo já temos aos montes.

Faça uma boa pesquisa de concorrentes, veja o que estão fazendo de bom, o que estão fazendo de errado, anote e avalie tudo.

Agora pense o que você pode fazer **melhor, diferenciado, mais pessoal, que atenda melhor o que seus clientes querem...**

Pode ser poucas coisas, mas tente achar brechas.

“Mais do mesmo já temos aos montes...

Por favor tenha um diferencial... se não, porque alguém prestaria a atenção em você?”

frente de todos.

Por exemplo, uma comunicação mais pessoal, formato de conteúdo diferenciado, melhor suporte, melhor preço, mais garantia, mais agilidade, etc...

Olha, se você conseguir ter uma comunicação mais pessoal com seus clientes, ser mais rápido nas respostas, oferecer garantia incondicional, e um preço adequado (o preço fica por último porque dependendo do que você oferece e como seus clientes vão enxergar isso, o preço pode ser até maior que os concorrentes), **você vai sair na**

SEU WEBSITE PODEROSO

Seu site é sua central... para um negócio online baseado em **estratégias de marketing digital, ter um site é praticamente essencial**, claro!

Ao construir seu site tenha em mente:

- **Conexão:** Quando seu Avatar (lembra?) chegar no seu site, você deve se conectar com ele. Eles precisam entender que estão no lugar certo. Portanto, seu website deve ser focado inteiramente no seu cliente e suas necessidades.
- **Captura:** Ponto fundamental. Seu website deve ser usado essencialmente para capturar o contato (email) de seus possíveis clientes (com a permissão deles, claro).
- **Construir confiança:** Seu site deve comunicar confiança em você para seus clientes. Uma forma de fazer isso é entregar valor

constantemente, assim como provas sociais (veremos gatilhos daqui a pouco), seu website é o portal ideal para isso.

- **Converter em vendas:** Logicamente... seu website deve ser configurado para levar o cliente através de um funil de vendas.
- **Clareza:** Seu website deve ser claro no propósito, no que você faz e no que você entrega. Quando uma pessoa que nunca te viu na vida cair no seu site, deve entender nos primeiros 5 segundos do que se trata e o que você entrega, quais os benefícios que você entrega para ele... ou seja, o usuário tem que entender “**o que tem aqui pra mim**”...

SEU WEBSITE NO SEU CONTROLE

Certifique-se de utilizar um sistema para seu website que você consiga gerenciar sem a necessidade de ficar refém de uma empresa de Design por exemplo.

Minha recomendação de longe é usar o **Wordpress**.

Só para deixar claro o wordpress é um sistema que você instala no seu site, que irá fazer a administração dele, desde aparência, funções... tudo.

É supersimples, você tem total controle, alterações totais e rápidas. Literalmente pode fazer o que quiser de forma simples e rápida.

CRIANDO PONTOS DE CONTATO COM O PÚBLICO

Seu site é um ponto de contato com seu público. Se você tem pessoas que seguem os eu site, ótimo, quando você postar algum conteúdo as pessoas que te seguem irão ver...

“É fundamental e inteligente da sua parte criar e nutrir vários pontos de contato com seu público”

Porém, é **fundamental e inteligente** da sua parte criar e nutrir vários pontos de contato com seu público.

Quanto mais melhor!

Mas o que? Quais?

Bom, aqui podemos começar a introduzir o assunto “listas”.

Ou seja, **listas de pessoas que você consegue notificar sempre que quiser informar algo**. Algum novo conteúdo, promoção, novo produto, etc.

Esses são os que eu recomendo (não precisa usar todos claro, mas quanto **mais melhor**):

- Blog de conteúdo;
- Lista de Emails;
- Canal no Youtube;
- Página no Facebook;
- Grupo no Facebook;
- Stories no Facebook;
- ChatBot;
- Instagram Feed;
- Instagram Stories;
- Instagram IGTV;
- Notificações de navegador;
- WhatsApp;
- Anúncios de Remarketing;
- Etc;

AS 13 LISTAS MAIS IMPORTANTES

Acabei de listar acima... são essas as listas que nós usamos aqui e que eu recomendo que pense com carinho.

Veja, hoje eu tenho mais de [50 mil alunos em meus treinamentos e milhares de afiliados...](#)

E assim, pode dizer com total convicção: “quem utiliza a estratégia de listas em seu negócio vai ganhar, sempre”!

- Blog de conteúdo;
- Lista de Emails;
- Canal no Youtube;
- Página no Facebook;
- Grupo no Facebook;
- Stories no Facebook;
- ChatBot;
- Instagram Feed;
- Instagram Stories;
- Instagram IGTV;
- Notificações de navegador;
- WhatsApp;
- Anúncios de Remarketing;
- Etc;

O que você precisa entender é que:

Essas listas são pontos de contato com seu público. Quando você tiver algo novo (como falei antes, conteúdo, novo produto, promoção, data específica etc.) você consegue instantaneamente notificar milhares de pessoas.

Nós aqui atualmente mantemos todas essas listas ativas.

Você não precisa fazer isso no início, nós não fizemos isso no início, mas com o tempo fomos aumentando.

Agora, tem que ficar bem claro é que:

- **As listas precisam ser nutridas.** Resumindo e simplificando, você precisa gerar valor para elas frequentemente.
- **Recomento o mínimo de 2 contatos semanais** com cada lista. Com isso você tem listas quentes;
- **Cada lista deve ser usada de acordo com a plataforma que a comporta.** Entenda isso. (Ex. Youtube é vídeo, Instagram é imagem, email é texto, etc.)

SUA COMUNICAÇÃO

Bom, você percebeu que tudo gira em torno de comunicação, não é?

Portanto, **saber se comunicar claramente é essencial**. Então, preste atenção em:

- **Seja o mais claro possível em toda comunicação**, se faça entender, caso isso não aconteça, de nada adianta;
- **Quanto mais pessoal melhor**, pessoas gostam de pessoas;
- Comunique sempre para uma pessoa. Milhares de pessoas receberão suas comunicações, porém é um indivíduo único que vai consumir;
- Simpatia, amabilidade e educação são essenciais;
- Sem enrolação, comunique direto ao ponto, as pessoas não gostam de ser enroladas;
- Entregar valor... tudo se resume em entregar valor;

- Chamada para ação, sempre entregue valor sim, mas peça algo sempre;

SUA PRIMEIRA OFERTA

Falei antes que um **dos pontos essenciais do seu site é capturar o (contato) email dos visitantes.**

Esse ponto é essencial.

Marketing através de email é a forma com maior ROI atualmente.

Além disso, através do email você vai: Vender, construir suas outras listas, conversar com seus possíveis clientes, fazer pesquisas, etc...

Para construir sua lista o que você precisa é:

- Oferecer algo em troca do email do visitante do seu site.

Algo de alto valor. Isso será gratuito e o usuário receberá apenas se deixar o email para você.

Isso se chama “Isca Digital”;

Pode ser: um ebook gratuito, uma aula gratuita, ferramenta etc. Algo de valor que você vai dar de graça, porém em troca do email do usuário.

SEQUÊNCIA AUTOMÁTICA

Olha só: quando um usuário entra para sua lista, logo no início **ele esta mais “quente”**, ou seja, mais propenso a te ouvir, comprar etc.

Portanto, você tem que receber ele com isso em mente e preparar o terreno para isso.

Quando um usuário entra para sua lista, tenha preparada **uma sequência de autoresponder bem intensa nos primeiros dias**.

A tendência é que no início suas mensagens tenham mais eficiência.

Você pode programar mensagens automáticas em: Email marketing, Chatbot, Notificações...

Outras listas que falamos antes isso não é possível (Como YouTube, por exemplo.)

Nesse caso vem novamente a **importância da geração de conteúdo consistentemente**.

SEU PRINCIPAL FOCO

Você deve estar percebendo, não é? São muitas coisas para fazer.

Porém, um empreendedor digital deve gastar 90% do seu tempo dando foco em duas coisas apenas:

“Seu **FOCO** é no marketing e no produto...”

Marketing e produto.

E desses 90%, gaste 80% no marketing.

Não adianta ter o melhor produto do mundo, o melhor site do mundo, os melhores vídeos do mundo... **se não tiver ninguém para ver**.

Portanto, o marketing, a divulgação, atrair mais pessoas sempre deve ser sua prioridade no seu negócio.

Lembre-se de algo superimportante:

Quanto você inicia um negócio online você não recebe no colo um **“pacote pronto de pessoas que vão comprar de você”** ...

... você tem que **correr atrás delas** (na verdade não é bem assim, vamos falar depois da técnica do jardim, mas para você entender, SIM, o que você precisa é de cliente, ponto final) ...

... e **aplicar o máximo possível de estratégias para atrair o maior numero de clientes.**

Esse é o segredo.

ESTRATÉGIAS PARA SUA MARCA E SEU POSICIONAMENTO ONLINE

Olha, no marketing digital algumas estratégias se sobressaem a outras.

Ter seu posicionamento e sua marca online bem estabelecidos são algumas delas.

Portanto, o que veremos será um “grande diferencial no seu negócio”.

CONTEÚDO DE VALOR É A CHAVE

Sim! Conteúdo de valor, de novo eu falando de conteúdo. Se você for olhar em volta, tudo é conteúdo. No Facebook vai ver conteúdo... O mesmo no Google, YouTube, Blogs, etc.

Quando você cria conteúdo de valor e entrega para as pessoas, **mas tem que ser de valor mesmo** (sim elas percebem), automaticamente você está criando ativos fortes para seu negócio.

Quanto **mais conteúdo você tiver em várias plataformas, mais fácil você vai ser encontrado**. Muita gente vai chegar até você pelo seu conteúdo.

Com conteúdo de valor:

- **Aumenta a quantidade** de pessoas que você atinge, pois todos estão em busca de conteúdo;
- **Atrai apenas público qualificado**, ou seja, se você cria um conteúdo sobre “como emagrecer”, ele só vai atrair quem quer emagrecer;
- **Faz aumentar a audiência**, pois quando os usuários verem valor no seu conteúdo vão passar a te seguir;
- **Cria autoridade**, porque através do conteúdo você é considerado um entendedor sobre o assunto;
- **Te posiciona como Especialista**, pois ninguém fala e entrega conteúdo de valor sobre o que não sabe.
- **Gera o Gatilho da reciprocidade**, as pessoas ficam felizes e com um sentimento de retribuição quando você realmente as ajuda;

Quando a pessoa tomar uma decisão de comprar, elas vão comprar de você. Pois já estão familiarizadas com a sua marca.

O foco dessa estratégia: **Entregar Valor Primeiro!**

Colocando em Prática

Então, basicamente o que você tem que fazer para colocar em prática essa estratégia é **encontrar várias dúvidas que seu público tem** e começar a responder através de peças de conteúdo. Podem ser dúvidas simples, mas que de fato ajude sua audiência.

Exemplos de formato de conteúdo:

- Textos de Blog;
- Vídeos;
- Áudios;
- PDF's;
- Infográficos;
- Ebooks;
- Slides;
- Aulas ao vivo;

Conteúdo é algo que dá trabalho? Sim. Dá trabalho. Esses artigos, os vídeos... tudo dá trabalho para fazer. Mas é uma estratégia vitalícia. Depois de pronto, o conteúdo trabalha pra você pra sempre.

AUDIÊNCIA É A CHAVE

Quando você cria conteúdo é uma forma de trazer pessoas até você. Tem outras, claro... Mas quando as pessoas chegam até você, você não pode simplesmente deixá-las ir embora. **Elas não podem esquecer de você.**

Tanto para você quanto pra ela... O mercado é lotado de muita informação antigas e novas... Então você tem que aplicar na sua estratégia formas de capturar a pessoa, para que você possa entrar em contato com ela sempre que você quiser.

Um das formas de fazer isso é a captura de e-mails. É a que eu mais gosto e mais invisto. **Porém, você sempre tem que estar ligado nas inovações do mercado.** Hoje existem outras formas de criar audiência além da lista de e-mails.

Falei antes das 13 listas, lembra? Elas são formas ótimas de construir audiência.

Portanto, em seus conteúdos faça o possível para capturar o usuário.

Porque posso te falar uma coisa com certeza:

Seu faturamento está diretamente relacionado a quantidade de audiência que você tem...

NUTRIR A AUDIÊNCIA É A CHAVE

O terceiro passo para criação da sua marca com autoridade é a nutrição da audiência. Não adianta nada criar uma audiência em torno de você e deixar ela esquecida.

Eu já cometi esse erro em alguns projetos, juntamente com outros projetos que eu não cometi esse erro.

E o que eu percebi é que a **diferença de resultados e crescimento entre eles é brutal.**

E se você criou uma audiência e acabou por não nutrir ela, o que você precisa fazer agora é o quanto antes oferecer conteúdo de valor.

- Não adianta nada o esforço em criar uma audiência (ou uma lista em alguma plataforma) e deixa-la esquecida;
- Entre em contato com essa audiência no mínimo 2 vezes por semana (dependendo da plataforma é bem mais);

CONSISTÊNCIA É A CHAVE

Tudo que nos propomos a fazer bem feito está **diretamente ligada a consistência**.

Tudo o que fazemos repetidamente se torna simples, fácil e otimizado.

As pessoas têm mais simpatia com quem elas veem frequentemente...

Isso é o poder da consistência... ela é a chave para muitas coisas na sua vida.

As marcas que você confia estão na sua mente há muito tempo, e é por isso que você confia nelas.

Quem lembra quando a TV aberta era o principal meio de comunicação... em todos os comerciais passava algumas propagandas iguais... são essas marcas que estão gravadas na sua mente.

Para criar uma marca de valor tem que ter iniciativa na **geração de conteúdo, criação de audiência e nutrição da audiência. E tudo isso com consistência. Seguindo um plano.**

Resumindo muito:

- Você terá seus pontos de contato que falamos antes (lembra? Suas 13 listas...);
- Recomendo ter contato com essa audiência 2 vezes por semana (no mínimo e dependendo da plataforma);
- O que manda é a “entrega de valor”;
- Seja o mais pessoal e simpático possível;

ESTRATÉGIAS PARA COPYWRITING

Sim, vamos ver isso agora no início.

Posso te falar que tudo é COPYWRITING... ou seja, a arte de se comunicar de forma persuasiva.

Você tem que saber isso! Esse é na minha opinião um dos principais conhecimentos que um empreendedor deve ter.

Saber ser persuasivo em sua comunicação.

Portanto, vamos ver agora!

7 PASSOS INICIAIS

Olha só, quero começar essa parte de “COPY” falando de 7 atitudes que você deve buscar sempre em suas páginas, conteúdos, marketing, etc.

- Não deixe seu visitante escapar, faça com que ele tenha interesse em você imediatamente:
- Sempre mostre os melhores benefícios do seu produto/serviço:
- Prove a ele que sua oferta funciona:
- Deixe bem claro a incrível transformação que ele terá:
- SEMPRE faça chamada para ação:
- TRANSFORMAÇÃO;
- CONEXÃO;
- CALL TO ACTION (Chamada para ação).

GATILHOS MENTAIS

Pense em atalhos para persuasão. Gatilhos mentais são basicamente isso. Estratégias que você aplica que persuadirão seus clientes.

- **HISTÓRIA:** Uma história é a forma mais antiga de se comunicar e se fazer entender... elas prendem a atenção.

Ao contar uma história cativante seu público prestará muito mais atenção em você. Você pode fazer com ele se sinta o herói da história, fazer com que ele se coloque ao seu lado.

- **PROVA:** Quando você “fala” alguma coisa, tudo certo... agora quando você prova, principalmente com dados reais e outras pessoas falando seu potencial de persuasão aumenta muito.
- **ESCASSEZ:** As pessoas costumam dar mais valor àquilo que é escasso e difícil de conseguir.

Como usar:

Curso com “vagas limitadas”;

Bônus especial para os 20 primeiros compradores;

- **URGÊNCIA:** Desperta a necessidade de tomar decisões rápidas para não perder uma oportunidade.

Como aplicar:

Use palavras e expressões que demandem uma resposta comportamental instantânea, como: “Só até hoje”, “Sua última chance”, “Hoje é o último dia”, “Imediato” e “Agora”.

- **AUTORIDADE:** Quem é tratado como autoridade, é respeitado e levado a sério.

Como aplicar:

Antes de oferecer qualquer produto pago ao seu público, ceda materiais úteis e gratuitos.

Use imagens suas em palestras, se tiver.

Tente conseguir depoimentos sobre você de autoridades em seu nicho

- **ESPECIFICIDADE:** Quanto mais específico você for em suas mensagens, mais credível você será.
- Portanto, ao invés de falar algo como “**Essa é minha história de como perde peso sem ir na academia**” fale algo como “**Veja aqui em detalhes o meu passo a passo para perder 17,5kg em 30 dias em casa sem academia e sem dieta (revelações inacreditáveis)**” ...

Eu clicaria no segundo título 😊

- **NOVIDADE:** Quando somos expostos a algo novo, há um aumento na liberação de dopamina, neurotransmissor responsável pela sensação de prazer.

Como aplicar:

Em seu negócio, você pode usar este gatilho incluindo, de tempos em tempos, uma atualização em seu produto ou serviço.

- **EXCLUSIVIDADE:** Adoramos pertencer a um grupo. Porém, mais do que isso, adoramos pertencer a um grupo que é exclusivo.

Como aplicar:

Faça o lançamento do seu produto uma única vez no ano, ao invés de vendê-lo sempre.

Envie um conteúdo exclusivo para seus leitores cadastrados na sua lista de email.

- **GARANTIA:** As garantias são essenciais para minimizar a dor de sair de uma zona de conforto e tomar uma atitude.

Como aplicar:

Ofereça garantias para seu público na hora da venda. Quebrar essas barreiras ajuda na tomada de decisão.

PRINCIPAIS OBJEÇÕES

Imagina saber exatamente as dúvidas ou os bloqueios que podem fazer as pessoas não comprarem de você ou não confiarem em você...

Bom, entender as objeções é exatamente isso.

Veja abaixo as principais e analise de acordo com seu negócio: como você pode se preparar (ou previamente já) para acabar com elas...

- O preço é muito caro;
- Não tem dinheiro;
- Será que conseguirei os mesmos resultados;
- Será que funciona;
- Será que vai funcionar pra mim;
- Será que consigo os mesmos resultados sozinho?
- Acho que o produto não entrega o que eu preciso;

- Depois eu volto aqui e vejo isso;
- Não vou ter tempo de aplicar e usar;
- Nem te conheço, será que posso confiar?

COMUNICAÇÃO FLUIDA

A comunicação é o passo mais importante em qualquer tipo de venda.

Seus clientes têm que entender que sua comunicação é natural simples, e diretamente específica para eles (Avatar, lembra?)

- Em qualquer roteiro de vendas, torne a comunicação uma conversa simples de um para um;
- Durante a comunicação, fale de um para um com simpatia, leveza. Simplificando, como se aquilo você a coisa mais normal e legal do mundo;

As pessoas percebem o seu desconforto, até na escrita.

O PODER DOS TÍTULOS

Para qualquer peça de marketing um dos pontos mais importantes é o “título” ... **o título é a porta de entrada**, é por ali que os clientes decidem se vão acessar o restante ou não.

Existem muitas estratégias para ótimos títulos, porém usando modelos prontos fica bem mais fácil;

- Como [resultado] [tempo curto] [garantia];
- Como [eliminar a dor específica] [sem mais dor específica];

- Se [Dor específica] está acontecendo, então [dor pior ainda vai acontecer];
- O que fazer se [algo ruim acontecer];
- [número] [erros, falhas, problemas] [seu cliente] faz [situação] e como evitar;
- Porque [solução de senso comum] não funciona... e o que fazer de verdade;
- Como [transforma problema em benefício];
- [número] [erros, falhas, truques, técnicas, estratégias];
- Ela Era Pobre Mas Resolveu Fazer Isso E Olha No Que Deu;
- Ele Fazia X E Se Deparou Com Algo Incrível;
- O Que Fez Ele [ter resultado ou problema incrível] É O Que Nós Fazemos Sempre;

MODELOS DE BENEFÍCIOS

Outro ponto que a maioria dos donos de produtos esquece de comunicar são os benefícios.

Em toda sua comunicação você deve mostrar benefícios para seus clientes, o que seu produto pode transformar na vida dele...

“Seja “exagerado” na forma de falar, porém não minta.”

- Como [fazer alguma coisa muito boa sem ter problema nenhum];
- 76 maneiras de___ / 5 formas de___ / 7 estratégias completas e novas para___
- Um método simples para___
- Como resolver de uma vez por todas [problemas graves de forma simples]
- A Estratégia Rápida e fácil para ___

- O segredo para ____
- Revelei em detalhes o que eu fiz para conseguir [uma grande coisa]
- A fórmula passo-a-passo para ____ / *A fórmula passo-a-passo para organizar sua casa mesmo que seja o maior desastre que você possa imaginar;*
- A verdade sobre ____ / *"A verdade sobre quiropráticos que eu descobri com um ex funcionário enfurecido que eles não querem que você saiba (página 27 ou Vídeo 03 do modulo 02)"*
- Segredos internos da maior companhia de [algo grande relacionado, como cosméticos por exemplo] sobre [algum benefício] / 7 segredos internet da maior empresa de cosméticos do mundo sobre o fim das rugas (eles escondem a 7 chaves, esta no vídeo 7 do módulo 5);
- Uma técnica simples para ____
- um pequeno segredo quase desonesto sobre ____
- 7 segredos que seus concorrentes mais bem-sucedidos não querem que você saiba sobre ____
- As cinco coisas que você nunca deve fazer ____
- Por que quase todo especialista está errado sobre ____
- A maneira de não perder ____
- Como rapidamente e facilmente ____
- A fórmula simples de 3 passos para ____
- A verdade sobre ____
- A maneira correta de ____
- Uma solução fácil para ____
- O ÚNICO tipo de ____ que você deve usar para ____
- O caminho exato para conseguir ____

MODELO DE VENDAS ONLINE

Vou passar abaixo um simples **modelo ideal de vendas para qualquer produto online**.

Basta seguir a linha de raciocínio vendo as estratégias que vimos anteriormente.

Vamos da preparação até a conclusão:

O segredo de uma grande “venda” começa com a compreensão do seu cliente (Avatar), portanto, você não vai economizar tempo aqui;

A Preparação

- Crie seu Avatar detalhado;
- Faça uma lista de no mínimo 10 razões do porquê você criou/vende esse produto;
- Liste os principais 20 (ou mais) benefícios que seu cliente receberá;
- Quais são os 3 motivadores mais fortes no cliente em relação ao problema que seu produto resolve;
- Liste 20 medos que seu cliente tem;
- Liste 20 frustrações que seu cliente tem;
- O que seu cliente ganha depois de passar por esse produto?
- Quais são suas provas? Porque seus clientes devem ouvir você e não outros? Porque eles devem acreditar em você?
- Para quem esse produto é?
- Para quem esse produto, não é?
- Qual informação extremamente útil você pode dar de graça?
- Porque as pessoas não comprariam? Quais objeções?
- Qual é o sonho do seu cliente? (comece irracional e depois transforme em realista);

- Qual é o maior pesadelo dele?
- Quais resultados realistas seu cliente obterá?
- Como você sabe que seu produto funciona?
- Como eles vão saber que funciona?

Estrutura de vendas

- Mostre o maior benefício do seu produto;
- Descreva esse benefício com mais detalhes;
- Faça perguntas mostrando que você entende os problemas dele;
- Conte uma história poderosa que conecte com seu Avatar;
- Mostre que eles não têm culpa, que não estão sozinhos e que há esperança;
- Prove seus resultados;
- Mostre quem você é, porque eles confiariam em você;
- O que é seu produto, o que tem nele? Fale todos os benefícios aqui;
- Prove que funciona (depoimentos);
- Fale para quem é e fale para quem não é;
- O que seu produto tem de especial, diferente dos outros;
- Mostre agora exatamente o que eles vão conquistar com seu produto (mais benefícios);
- Compare o preço e o torne muito menor do que parece;
- Mostre bônus;
- Insira escassez e urgência;
- De uma grande garantia;
- Chame para ação e fale que a escolha do sonho ou do pesadelo é deles;
- Fale exatamente o que eles têm que fazer;

- Reafirme os maiores benefícios;
- Lembre da garantia;
- Lembre dos bônus;
- Lembre da escassez e urgência;
- Prova social, pessoas falando;

ESTRATÉGIAS PARA AFILIADOS

Um dos modelos de negócios mais legais e rentáveis que temos acesso atualmente.

Ser um afiliado realmente te **permite começar do zero**, sem investir, sem praticamente nada mesmo.

Vamos olhar agora para as estratégias essenciais para afiliados.

ESTRATÉGIAS BÁSICAS

Tudo sobre afiliados é “divulgar seu link de afiliado” ...

Esse é o segredo (simplificando claro).

Portanto, abaixo deixei dezenas de ideias de divulgação do seu link de afiliado de forma básica e simples, pode começar hoje mesmo.

- **Postar no Perfil do Facebook:**
- **Postar no Perfil do Instagram:** Você pode fazer uma imagem legal, falar algo na legenda e chamar a pessoa para ação de clicar no “link da bio”.
- **Deixar o link na sua Biografia do Instagram,** pode ainda usar o site chamado <https://linktr.ee/> para criar uma página com vários links.
- **Nos seus Stories do Instagram (ótima ideia);**
- **Postar no Perfil do Twitter:** Caso você use.
- **Postar na Sua Página de Fans do Facebook:**
- **Postar em Grupos no Facebook:** Postar de forma cuidadosa para não parecer SPAM, poste fazendo recomendações.
- **Interagir em comentários de posts em grupos.**
- Entrar em contato “Inbox” com as pessoas que interagiram com suas postagens nos grupos/perfil/página no Facebook;
- **Em Todas As Postagens:** Em todas as suas postagens em todas as Redes Sociais coloque junto o link de afiliado. Lembre-se de colocar na legenda e também no primeiro comentário, e também de interagir respondendo quem comentar suas postagens.
- **Postar no Pinterest:** É uma nova Rede Social que tem crescido muito no Brasil recentemente.
- **Postar no Perfil do LinkedIn:** Mais indicado para o nicho de marketing e empreendedorismo.

- **Postar em Comunidades do LinkedIn:** Pode usar também, indicado para nichos mais profissionais. Pode ser produtos sobre produtividade como exemplo.
- **Skype:** Colocar o link no seu perfil do Skype;
- **Outras Redes Sociais:** Colocar o Link em todas as Redes Sociais que você usa.
- **Descrição dos Vídeos no YouTube:** Se você faz vídeos no YouTube pode postar o link nos comentários.
- **Tela final de Vídeos no YouTube:** Pode colocar nas anotações também;
- **No CTA de Vídeos no YouTube:** É possível fazer usando o Google Adwords;
- **No primeiro comentário fixado do Youtube.**
- **Vídeos em outras Redes:** Colocar vídeos em outras redes como Facebook, Instagram, UOL, Vimeo, etc...
- **Banner na Barra Lateral do Blog:** Caso você tenha um Blog;
- **Link/Banner dentro dos Artigos do Blog:** Funcionam muito bem;
- **Assinatura nos artigos do Blog:** Em forma de recomendação no final dos artigos;
- **Pop-ups:** Usar um sistema de pop-ups quando a pessoa tiver lendo seu artigo.
- **Fazer comentários em outros blogs:** Cuidado para não parecer SPAM, tente fazer de uma forma que pareça uma recomendação.
- **Através de Fóruns:** Dependendo do nicho é possível encontra fóruns.
- **Yahoo Respostas:** Responder as perguntas sugerindo o acesso aos links.
- **Assinatura dos E-mails:** Colocar o link de afiliado na assinatura de todos os seus e-mails.
- **WhatsApp:** Criar listas o WhatsApp e divulgar inclusive para os próprios contatos.

- OLX;
- Divulgar para seus contatos pessoais;

ESTRATÉGIAS AVANÇADAS

Agora compartilho com você algumas técnicas mais avançadas para divulgação do seu link de afiliado.

Elas funcionam muito bem e são usados pelos maiores TOP afiliados.

- **Facebook Ads:** Estratégia de divulgação através de tráfego pago;
- **Facebook Ads Estratégia:** Para anúncios de produtos que **custam até R\$ 300,00**, que tem uma boa estrutura de vendas, o anúncio é feito direto para a página de vendas do produto, focando em realizar a venda no momento em que a pessoa chega a página de vendas. E fazer Remarketing para quem não comprou;
- **Instagram Ads:** Anúncios no Instagram;
- **YouTube Ads:** Anúncios em vídeos do YouTube;
- **Google Ads:** Anúncios nas redes de pesquisa e Display do Google;
- **Redes Native Ads:** Anúncios nativos em Redes Taboola, Outbrain...;
- **Compra de mídias em Blogs:** Você pode colocar um banner, ou um artigo patrocinado em um site com muito tráfego.
- **Compra de mídias em Redes Sociais:** Investir para divulgar seu link de afiliado;
- **Compra de vídeos patrocinados;**
- **Uol Cliques:** Plataforma de anúncios do Uol;
- **Bing Ads:** Plataforma de anúncios similar ao Google Adwords, vincula anúncios nas pesquisas do Bing.
- **E-mail Marketing:** Construção de listas de e-mail para divulgação dos links;

- **Lives:** Fazer transmissões ao vivo no Facebook, Instagram e YouTube;
- **E-books em PDF:** Criar E-books em PDF com o seu link de afiliado
- **Compartilhar SLIDES:** Produzir SLIDES e compartilhar no SlideShare;
- **Aplicativos:** Caso você saiba como criar um aplicativo, pode fazer um e colocar o seu link.
- **PodCasts:** Produção de conteúdo em áudio;
- **Minisites;**
- **Fontes de Tráfego Ilimitadas:** Hoje temos praticamente ilimitadas fontes de tráfego que você pode buscar para divulgar seus links;

ESTRATÉGIAS FUNCIONAIS EXTRAS

Bônus

Meus TOP afiliados oferecem bônus para quem comprar com eles.

Funciona assim: O afiliado prepara um pacote de bônus (já falo exemplos de bônus) algo que deixe a oferta bem irresistível.

Durante a sua comunicação (aqui tudo o que eu falei antes, Youtube, Whatsapp, Instagram etc...) ele avisa que tem esses bônus, que é por tempo limitado (gatilhos mentais, lembra?), etc.

Exemplos de bônus: Consultoria, mentoria, grupo privado no Whatsapp, suporte pessoal do afiliado, ebook com conteúdo extra, vídeos aulas com conteúdo extra, minicursos, bônus físico, etc.

Lives

Estar ao vivo é ótimo para relacionamento e confiança da sua audiência.

Sempre que possível faça “bate papos / aulas” ao vivo com sua audiência.

Use para isso as mídias que mais utiliza, como o Youtube, Instagram, Facebook...

O bom das “lives” é o poder de confiança que elas geram.

Inclusive você pode usar a Live para uma oferta por tempo limite, por exemplo: “Minha consultoria pessoal na aplicação do produto se comprar até a meio noite”

Entrevistas

Sempre que possível faça entrevistas e poste no seu canal e redes sociais.

Quase sempre eu uso o YouTube, Porém, é possível com o Facebook e Instagram também.

Entreviste alunos transformados (ótimo para prova social), entreviste o produtor (ótimo para sua autoridade).

Entrevistas funcionam muito bem porque as pessoas querem ver realmente outras pessoas que passaram por aquilo ali e ver se funciona mesmo.

Página de recursos

Uma estratégia que não pode faltar para quem tem site / blog é a página de recursos.

Crie uma página no seu blog com vários tipos de coisas que você usa no seu dia a dia, liste cada uma delas, explique um pouco e adicione seu link de afiliado nos produtos que é afiliado.

Por exemplo: Por muito tempo eu usei a “Hostgator” como empresa de hospedagem (hoje não uso mais pois usamos servidor próprio internacional), na minha página de recursos está lá como empresa que eu recomendo.

Isso funciona muito bem, porque quem te segue quer saber o que voce usa, o que voce faz, como faz

A página de recursos te ajuda para isso.

ESTRATÉGIAS PARA CRIAR PRODUTOS DIGITAIS

Foi assim que eu comecei... Ahhh e como eu
queria ter conhecimento disso que vou te passar
agora.

Aproveite!

FORMA 01 – VOCÊ MESMO CRIA

Essa é a forma mais convencional, é assim que eu faço hoje na maioria das vezes.

Se você é um expert em alguma área, crie o produto baseado nos seus conhecimentos específicos.

Primeiramente você precisa entender o objetivo que seu potencial cliente quer atingir, e então ensinar a ele a rota mais curta e mais fácil pra ele chegar nesse resultado. Esse é o seu produto.

Simples não é...

Exemplo: Você pode ser um Nutricionista, ou se você já esteve acima do peso e conseguiu emagrecer... O que você precisa fazer é pensar nos passos que uma pessoa que está acima do peso precisa dar até perder peso. E isso que você tem que colocar no seu produto. E isso feito de maneira bem simples, podendo ser em um E-book, vídeos...

Mas, você pode estar pensando... –“*Eu não sei nada, então não posso criar...*” Isso é um mito. Praticamente todos nós sabemos alguma coisa que outras pessoas pagariam pra saber. Mais exemplos:

- Formação na Faculdade;
- Formação em um Curso Técnico;
- Experiências de Vida;
- Problemas superados;
- Uma conquista;
- Algo que você faça por hobbies;

Existem muitas ideias, muita coisa que você pode transformar num produto digital e vender pela internet. Só não faz quem não tem essa informação que eu estou te passando agora.

Mas, mesmo assim você sabendo que é possível fazer, e não queira criar algum produto, tem outras formas pra você fazer isso. E é o que vamos ver a seguir.

FORMA 02 - COM COLABORAÇÃO DE EXPERTS

Uma segunda forma que podemos fazer é com a colaboração de experts, por exemplo um Congresso Online, onde você convida diversos especialistas no assunto, onde cada um grava uma palestra e você forma um produto com as palestras dos experts. E você pode vender um kit das palestras com alto valor agregado.

Ou também, encontrar um expert e fazer uma proposta para ele, onde você faz todo o processo técnico de marketing, de vendas, de organização, administração... E o expert cria o conteúdo, bastando vocês acordarem uma porcentagem para cada um. Ou outra forma de remuneração para ambos.

Isso é bem comum hoje no mercado, é conhecido como “coprodução”;

FORMA 03 - LICENCIAR PRODUTOS DIGITAIS DO EXTERIOR

Essa é uma ideia bem interessante, você pode licenciar produtos digitais do exterior, principalmente do mercado americano que têm muito produto digital.

Para isso, você deve encontrar algum que esteja vendendo muito bem (para descobrir isso, você pode participar de fóruns, plataformas de produtos digitais, como o Click Bank e pesquisar) fazer uma proposta para o dono do conteúdo, para você pegar o mesmo conteúdo e criar uma versão traduzida e adaptada para o mercado brasileiro e passar a vender aqui.

Nesse caso é necessário um acerto entre vocês para definir as formas de remuneração do conteúdo. Isso é muito possível de ser feito e há muitos produtos no Brasil assim que vendem muito bem e são verdadeiros sucessos.

FORMA 04 – TRANSFORMAR SEUS PRODUTOS EXISTENTES

Se você já for um expert e já tiver vídeos e palestras gravadas, você pode pegar suas melhores palestras e passar para um escritor, alguém que já tenha experiência em escrever textos. Para que ele transforme aquelas palestras e vídeos em um livro digital para você vender no formato de E-book.

Um processo bem tranquilo de se fazer.

05 – PAGAR UM EXPERT PARA CRIAR O CONTEÚDO

(Essa é uma forma que eu já fiz muito e funciona)

Consiste em você pagar um expert para que ele crie o conteúdo. Nesse caso, é melhor que você tenha noção do assunto, assim você pode criar todo o sumário do que você quer que o seu produto tenha dentro dele.

Exemplo: Você quer criar um E-book sobre perda de peso, você cria o Sumário do conteúdo que você quer naquele produto. O método de treinamento.

E você passa para algum expert (Nutricionista, Educador Físico...) e pede pra ele criar o conteúdo. E você paga pra ele criar aquele conteúdo para que o produto seja seu e você possa vendê-lo.

“Ter conhecimento na área é aconselhável.”

O bom de você ter o conhecimento prévio do assunto é para que você possa avaliar o conteúdo produzido, eu recomendo muito que você use essa estratégia, ela tem excelente efetividade.

ESTRATÉGIAS PARA VENDER PRODUTOS DIGITAIS

Já falei antes, vou falar agora e depois
novamente:

Não adianta nada ter o melhor produto/serviço
do mundo, se ninguém souber que ele é
realmente bom.

Você tem que saber como vender.

É o que vamos ver agora.

PÁGINA DE VENDAS

Esse é o formato mais simples que existe e o que você mais vai ver por aí.

Primeira coisa que você tem que ter para vender um produto através de uma página de vendas, são fontes de tráfego. Aqui no Ebook tem várias estratégias sobre fontes de tráfego. E tráfego é essencial pra você fazer qualquer tipo de venda, seja consultoria, produto digital, afiliado... O que for. Tem que ter tráfego.

Fontes de tráfego:

- Facebook Ads;
- Google Adwords;
- YouTube Ads;
- Taboola;
- Outbrain;
- SEO;
- Blog de Conteúdo;
- Vídeos;

São todos exemplos de fontes de tráfego.

Esse tráfego você vai mandar para uma página de captura de E-mail e automaticamente vai mandar para uma página de vendas, que na maioria das vezes vai ter uma Headline, um vídeo de vendas e um botão de comprar em baixo... você pode criar uma página de obrigado. Que não é obrigatória.

Então é basicamente isso que você precisa:

- Ter fontes de tráfego;
- Capturar o e-mail;

- Mostrar a página de vendas para o lead;
- Iniciar sequência de emails;

CAPTURE O E-MAIL

Porque pegar o e-mail antes de mostrar a página de vendas?

Bom, **eu sempre fiz isso em todos os meus negócios e agradeço muito por ter feito isso no começo.** Porque quando você captura o e-mail do usuário, a sua venda se tornar muito mais efetiva.

Quando as pessoas chegam à página de captura, algumas delas vão embora, e isso é normal. Uma boa página de captura converte de 42% a 50%, isso quer dizer que de cada 100 pessoas que chegam na página de captura, 42 a 50 pessoas deixam seu e-mail.

Mas, mesmo com aproximadamente metade do tráfego indo embora sem deixar o e-mail, (voce ainda consegue buscar essas pessoas) a lista é um excelente ativo para o longo prazo do seu negócio, pois nem todos que chegam na página de vendas vão comprar de primeira.

Se o produto custa mais de 500,00 são poucas pessoas que comprem na primeira vez que chegam na página de vendas. Quando o produto custa menos que isso, a conversão nessa primeira fase é boa.

Independentemente do valor, não são todos que chegam na página de vendas que vão comprar. E é por isso que você deve capturar o e-mail.

Pois, a partir daqui você tem essa pessoa na lista de e-mail então inicia uma sequência de auto responder. Mostre quem é você, envie conteúdos gratuitos, mostre depoimentos de clientes.... Mostre também mais sobre o produto, com imagens e vídeos da área de membros, dando algum bônus extra, urgência, escassez etc...

Então, você faz uma sequência de e-mails (7 está ótimo) para converter uma venda.

“Realmente esse é um processo muito simples e extremamente funcional...”

WEBINARIOS

A segunda forma é utilizar webinarios para vender. É uma forma ótima, eu tenho utilizado hoje, e vem aumentando demais minha conversão.

Processo para o WebiNario

- Primeira coisa são suas fontes de tráfego;
- Então captura o e-mail;
- Encaminha para uma página de instruções/aguarde;
- Encaminha para página do webinar;
- Finaliza com a página de obrigado;

Página de Instruções

A página de instruções vai depender do tipo de webinar que você está fazendo, pois ele pode ser ao vivo com uma hora e data marcada ou pode ser automático (existem sistemas que fazem isso).

No ao vivo basta informar na página de obrigado a hora e onde (dar o link) vai ser o webinar.

No automático você pré-grava um vídeo, e usa o sistema para colocar o vídeo no automático (atualmente eu uso o Webinar jam).

O sistema vai rodar o webinar nos horários que você programar, sendo possível você enviar os horários por e-mail.

O usuário terá a impressão que você está ao vivo.

LANÇAMENTO

Você também pode vender seu produto digital através de lançamentos.

Processo de lançamento

Também inicia com as fontes de tráfego, captura o e-mail, você já sabe a importância de se capturar o e-mail.

Bom, assim que você captura o email, você está formando lista de lançamento.

Esse processo de capturar o email é feito sempre, porém para vender você vai usar quando iniciar o lançamento.

No que consiste esse processo?

Basicamente, um lançamento de produto consiste em 3 vídeos de conteúdo e 1 vídeo de vendas, intercalados por 2 dias mais ou menos.

Logo após capturar o e-mail, automaticamente ela vai ver o vídeo 01.

O que tem no vídeo 01: você fala sobre você, seus resultados e o conteúdo que você vai entregar. Um pequeno resumo. Um vídeo focado em relacionamento e conteúdo, não é nada de vendas.

No vídeo 02, você vai focar um pouco mais em entregar um conteúdo, e se você tiver, mostrar alguns depoimentos de pessoas que já consumiram o seu produto e gostaram. Aqui você “cita” que existe um produto.

No vídeo 03, você vai dar um pequeno conteúdo, uma dica final e vai falar bastante sobre a oferta do produto e que vai ter o lançamento do produto no dia tal, que vai ser chance única etc.

E no dia específico, você abre com um vídeo de vendas com uma oferta.

Esse é o processo de lançamento. Ele pode ser feito manualmente, em períodos específicos do ano. Enviando cada e-mail manualmente de cada vídeo.

Ou pode ser configurada automaticamente no sistema de autoresponder, enviando automaticamente todos os vídeos.

ESTRATÉGIAS PARA GERAR TRÁFEGO

De novo, não adianta nada ter o melhor produto/serviço do mundo se ninguém souber que ele existe.

Esse é outro conhecimento que eu considero fundamental para um empreendedor: Marketing.

No caso do “Marketing Digital” é saber gerar tráfego.

Olha... Isso é simplesmente fundamental.

TRÁFEGO PAGO – FACEBOOK ADS

Esse é o queridinho da maioria que faz “tráfego pago”

Uma das principais vantagens do Facebook Ads é a facilidade de fazer anúncios direcionados.

Portanto, qualquer pessoa (e eu recomendo que faça) consegue direcionar um anúncio para um público muito específico.

Por exemplo: Alguém que faz docinhos em casa para vender. Pode direcionar um anúncio apenas para a região que atende, sua cidade etc. Com certeza vai dar muito certo.

Aqui na empresa usamos um sistema simples:

Funil 01

- Anúncio para a páginas de captura de email oferecendo ebook;
- Cai direto na página de vendas;
- Deixa o email, inicia uma sequência de autoresponder promovendo autoridade, reciprocidade e prova;
- Remarketing junto com a sequência;

Funil 02

- Anúncio para público de Remarketing (variações de onde ele veio, página de vendas, blog, checkout) direto para a página de vendas com condição especial;

TRÁFEGO PAGO – GOOGLE ADWORDS

Essa é demais... simplesmente para vendas é ótima!

Como fazemos aqui e tem dado muito certo.

Funil 01

- Anúncio para praticamente todas as palavras-chaves relacionadas ao meu nome e nome dos produtos para página de vendas;

Funil 02

- Anúncio em Banner para Remarketing enviando para a página de vendas;

Simple e sem complicação, funciona demais!

TRÁFEGO PAGO – YOUTUBE ADS

Praticamente muito parecido com o Google.

Como fazemos.

Funil 01

- Anúncio para todas as palavras-chaves relacionadas ao nosso nicho mostrando os principais vídeos para a audiência;

Funil 02

- Remarketing para quem viu a página de vendas;
- Esse anúncio é o anúncio “True View” aquele que aparece em cima do vídeo e você pula após 5 segundos;
- E também o anúncio que aparece nos vídeos recomendados;

TRÁFEGO PAGO – NATIVE ADS (TABOOLA / OUTBRAIN)

Está cada vez melhor.

Se você navegar em sites como o www.msn.com vai ver que abaixo dos artigos, tem os “artigos patrocinados”. Porém, a maioria daqueles “relacionados” são anúncios.

Esse tipo de anúncio é feito por duas empresas (principalmente): Taboola e Outbrain.

O potencial é conseguir muito tráfego, as pessoas não veem aquilo como um anúncio e tendem a clicar.

Porém, o problema é que atualmente não existe muita segmentação.

Então, para melhorar a efetividade e segmentar, eu uso o título e a imagem para segmentar, de forma que se a pessoa clicar é porque o título e a imagem chamaram a atenção para algum interesse que ela tem. Dessa forma eu consigo afunilar os meus anúncios nessas redes.

Por exemplo: “Mulheres acima dos 30 anos estão perplexas com essa planta que queima gordura durante o sono”

Nesse exemplo, eu praticante estou falando com meu público (Avatar lembra) ...

TRÁFEGO PAGO – COMPRA DE MÍDIAS

Com certeza o futuro do tráfego e marketing.

Consistem em encontrar canais já grandes, os quais o público que os seguem é similar ao seu público alvo.

Quais seriam esses canais: Canais do YouTube, Instagram, Grupos do Facebook, Página Facebook, Blogs...

Cada pessoa trabalha de uma forma, mas basicamente você paga um valor para o dono do canal e ele recomenda você/seu produto para a audiência dele.

Fantástico!

TRÁFEGO PAGO – REDES EXTRAS

Tenho vários alunos que buscam a divulgação em mídias alternativas, assim diminuem praticamente em zero sua concorrência e encontram um público novo.

Exemplos de redes de anúncio que você pode experimentar:

- Instagram Ads;
- Uol Cliques;
- Bing Ads;
- Yahoo Ads;

TRÁFEGO ORGÂNICO – BLOGS

As fontes de tráfego gratuito que usamos hoje vem basicamente de estratégias de marketing de conteúdo.

Criamos conteúdo baseado em palavras-chaves e termos que as pessoas já estão buscando no Google. Otimizamos o SEO ON PAGE do artigo e também a otimização do SEO OFF PAGE, para sermos encontrados no Google.

Portanto, basicamente:

- Encontre os termos que as pessoas do seu nicho já buscam no Google, para isso use o Planejador de Palavras-Chave do Google;

- Crie conteúdos focados em responder a essas palavras chaves;
- Um conteúdo por palavra-chave;

TRÁFEGO ORGÂNICO – FACEBOOK

Basicamente, é bem simples:

Usamos no Facebook:

- Perfil
- Páginas
- Grupos
- Participação de Grupos
- Stories

Basta criar uma audiência aqui dentro, e fazer chamadas para ação para seus produtos, conteúdos etc.

TRÁFEGO ORGÂNICO – INSTAGRAM

O Instagram está se saindo muito melhor que a encomenda... temos tido um ótimo resultado com ele. Aqui usamos basicamente:

- Postagens no Feed;
- Stories;
- IGTV;

O alcance está muito grande, as pessoas se relacionam muito... Muito TOP o Instagram, recomendadíssimo!

CONSTRUÇÃO DE AUDIÊNCIA

Um ponto que você deve dar atenção é gerar tráfego para construir sua audiência.

O que eu recomendo para isso é que você divida seus esforços de tráfego entre gerar tráfego focado para venda e gerar tráfego focado na construção de uma audiência, **construindo listas**.

Na verdade, tudo é vendas, porque uma coisa leva a outra.

É exatamente o que eu faço hoje. No Facebook Ads eu tenho uma campanha que é para construção de listas, em anúncios com isca digital, da forma que eu mostrei no funil anteriormente. E também campanhas direto para a página de vendas.

Quando você constrói sua audiência, **o importante é você nutrir sua audiência construindo outras listas.**

Por exemplo, para sua lista de e-mail você envia vídeos do YouTube para pessoa se inscrever no canal, aumentando a lista de inscritos.

Assim, cada lista ajuda no crescimento da outra.

Eu tenho convicção hoje que a audiência é a melhor estratégia de todas!

ESTRATÉGIAS PARA SEO

Seguindo, falando de Tráfego, o SEO (otimização para mecanismos de busca) é fundamental para sua estratégia.

Ainda mais se você for aplicar em seu negócio a “bela” estratégia de marketing de conteúdo.

O SEO é o que fará as pessoas te encontrarem quando buscarem por algo.

TÍTULO IDEAL

Os títulos dos artigos, vídeos, e-mails... e todo tipo de postagem que você fizer, determinará o sucesso das suas ações.

O texto pode ser excelente, mas se o título não refletir a qualidade do texto as pessoas simplesmente não lerão, e isso é tudo que NÃO queremos!

Para entendermos como fazer um título ideal vamos dividir essa estratégia em duas partes.

1. Título para o Google: O título para o Google não deve ultrapassar 58 caracteres, pois possivelmente serão cortados da pesquisa, então faça um título objetivo para ser mostrado no Google, não esqueça de colocar a palavra-chave (a palavra principal que define o seu texto) neste título.

Ex.: Como Escrever Títulos Irresistíveis

2. Título para ser Exibido dentro do Blog: Já dentro do Blog você pode explorar um título maior, um título que faça com o que o leitor queira saber mais e leia até o final.

Ex.: Como Escrever Títulos Irresistíveis: 93 modelos de Títulos impossíveis de serem ignorados

Sobre a criação de títulos, não deixe de ler um super artigo que escrevi, **93 Modelos de Títulos Impossíveis de Não Serem Abertos**, está em duas partes.

[Para ler Clique Aqui.](#)

Dica: Para ajudar na criação de títulos, você pode usar plug-ins que ajudam no SEO, indico dois: Yoast by SEO ou All-in-One Seo Pack. Ambos vão te ajudar para escrever o título no tamanho ideal.

ATENÇÃO COM A URL

Essa é uma dica muito simples, mas que faz muita diferença.

Devemos ter atenção com a URL, que é o endereço eletrônico da postagem de cada artigo.

Essa URL deve ser amigável para que o leitor rapidamente possa identificar sobre o que é o artigo, pois o Google colocará em negrito caso os termos pesquisados sejam iguais.

Para editar, basta fazer isso no WordPress, logo abaixo do título, no item chamado “link permanente”.

META DESCRIÇÃO

A Meta Descrição é o texto que aparece logo abaixo do título na pesquisa do Google.

Ela será essencial para melhorar o posicionamento no ranking de pesquisa.

O objetivo deste texto é esclarecer sobre o que será o artigo que será clicado.

Vamos conhecer dicas para escrever uma excelente meta descrição

- Coloque a palavra-chave do seu texto;
- Use palavras que chamam a atenção do leitor;
- Faça a edição da meta descrição no plug-in de SEO que você escolheu usar.

FAÇA O USO CORRETO DAS PALAVRAS-CHAVE

Nos primórdios do Google, para que seu artigo ficasse bem ranqueado, bastava sair repetindo a palavra-chave no texto que possivelmente ele estaria na primeira página. O SEO evoluiu muito e isso não é mais possível de ser feito.

“A palavra chave deve ser seu guia central na criação de todos os conteúdos...”

Contudo, as palavras-chave ainda tem sua importância para o SEO On Page, elas indicam tanto para o Google como para o usuário o que o seu texto diz e por isso, não podemos simplesmente abandoná-las.

Vamos conhecer algumas dicas para o melhor uso das palavras-chave

- Faça o uso da palavra-chave principal do texto nas 150 primeiras palavras;
- Coloque a palavra-chave em negrito no primeiro parágrafo;
- Repita a palavra-chave de forma natural, que se encaixe no texto;

Saiba o que seu público pesquisa

Essa dica é essencial, falo sempre dela:

Use as ferramentas do Google Planejador de Palavras-Chave para descobrir o que seu público pesquisa e o Google Trends para descobrir a tendência desta palavra (se as pesquisas estão aumentando ou caindo).

Existem outras ferramentas, mas essas do Google te ajudarão muito, e o melhor... São gratuitas.

PALAVRAS-CHAVE RELACIONADAS

Você já percebeu que quando fazemos uma pesquisa no Google, no final da página ele nos apresenta pesquisas relacionadas?

Podemos usar palavras-chave relacionadas para nos ajudar nisso, e também para melhorar o posicionamento do SEO.

As palavras relacionadas farão com que nosso artigo fique mais natural, sem aquela aparência de estar forçando o SEO para a palavra-chave.

E isso é identificado pelo Google que busca a melhor experiência para os usuários.

Dessa forma, seu site tende a ficar melhor posicionado. Use essa ferramenta para encontrar as palavras relacionadas. Keyword Tool.

Dica: O site <http://moz.com> possui diversas ferramentas que te ajudarão no SEO e o uso correto das palavras-chave, não deixe de verificar.

ORGANIZE O ARTIGO USANDO OS CABEÇALHOS

Os cabeçalhos ou “headers” são usados para melhor organização do texto, criando uma hierarquia entre os conteúdos e uma estrutura de tópicos.

Eles proporcionam uma melhor experiência de leitura para os visitantes do seu Blog. E como o Google procura isso, seu site tende a se posicionar melhor.

Dica: Os cabeçalhos podem ser feitos como minis títulos, contendo a palavra-chave e as palavras relacionadas, ajudando o Google a identificar o seu conteúdo o que melhora o posicionamento, porém, cuidado com os exageros.

O CONTEÚDO É TUDO

O conteúdo de excelência é o que fará com o leitor leia todo o artigo e possivelmente compartilhe nas Redes Sociais.

De nada adiantará se você fizer “todo o dever de casa” do SEO On Page e ter um conteúdo ruim.

Os visitantes deixarão seu Blog logo na leitura das primeiras linhas.

Dica: Para ajudar no posicionamento do SEO, distribua a palavra-chave e as palavras relacionadas ao longo do texto sempre buscando a naturalidade na leitura, forçar nunca.

Se você quer saber mais sobre Marketing de Conteúdo conheça o Guia Completo para gerar mais tráfego com Marketing de Conteúdo.

Dica 2: Textos mais longos tendem ser melhor posicionados, então escreva textos com no mínimo 1200 palavras.

USE LINKS INTERNOS E EXTERNOS

Um Blog trata de assuntos específicos de um nicho de mercado, e muitos desses assuntos se complementam e você pode apontar links internos no seu artigo para outros artigos que tratam de assuntos complementares.

Até aqui, eu fiz isso algumas vezes neste artigo, quando quis mostrar pra você conteúdos complementares para escrever títulos e sobre o Marketing de Conteúdo.

Os Links internos ajudam muito no SEO On Page, pois indicam para o Google que seu Blog é rico naquele conteúdo, e o usuário ficará satisfeito com seu Blog.

O mesmo se aplica aos links externos para sites de grande autoridade no assunto. Neste e-book, indiquei pra você o site <http://moz.com> que é uma autoridade no assunto SEO.

EXPERIÊNCIA DO VISITANTE

Possivelmente você já visitou um Blog que te deixou totalmente perdido dentro dele.

Sem saber onde estão as coisas, com vários banners, anúncios...

Como foi sua experiência? Boa? Aposto que não.

E claro que você não deseja isso para o visitante do seu Blog! Vamos ver algumas dicas de como organizar o Blog para melhor experiência do visitante:

Use as Categorias: Os artigos devem ser organizados em categorias específicas para a palavra-chave do assunto, isso ajuda ao usuário e ao Google identificar melhor seu Blog.

Tenha o link para Home Page no menu: As pessoas tendem a voltar para o Home quando gostam do Blog para buscar outros assuntos.

Cuidado com links quebrados: Links quebrados causam péssima impressão para o visitante, por isso, use plug-ins para verificar e corrigir.

Uma indicação é o [Plug-in Broken Link Checker](#).

Erro 404 “Página não Encontrada”: Faça um redirecionamento para uma página personalizada para os casos de Erro 404, indico o plug-in Redirection para isso.

Aproveite esta oportunidade para enviar para a Home do Blog e divulgar seu trabalho.

Outras Dicas para Otimizar seu Blog

Tempo de Carregamento: verifique o tempo de carregamento do seu Blog, o ideal é que não demore mais do que 4 segundos.

Tamanho das imagens: Imagens muito grandes demoram muito pra carregar, verifique o tamanho antes.

Use o [Plug-in SEO Frindly Images](#) para otimizar suas imagens, atribua títulos a elas e uma descrição.

Responsividade: Garanta que o tema do seu blog possa ser visto em todas as plataformas (Computador, Notebook, Smartphones e Tablets).

MONITORE SEUS RESULTADOS

Desde o início das atividades do Blog você deve monitorar seus resultados. Para isso você pode usar o Google Analytics, outra ferramenta gratuita do Google que te permite ver tudo o que acontece com seu Blog.

Vamos conhecer pontos importantes que você precisa analisar

Aumento do tráfego orgânico: Verifique a evolução de visitas no seu site e de onde eles estão vindo.

Taxa de Rejeição: Mede os usuários que acessam e saem logo em seguida do seu site, quanto maior, pior é.

Tempo de visita: Quanto mais tempo os visitantes passarem no seu site, melhor é pra você. Pois os mecanismos de busca entenderão que seu Blog possui bom conteúdo.

ESTRATÉGIAS PARA EMAIL MARKETING

SIM! Funciona e muito, usamos aqui, e para você
ver o quanto funciona, nosso foco principal é
construir lista.

Olha, é por conta de nossa lista de emails que
consequimos ter sucesso em praticamente todas
as frentes que atuamos.

Construir suas listas é fundamental.

DEVE SER SEU PRIMEIRO OBJETIVO

Confie em mim... Ainda bem que desde quando eu iniciei comecei a construir lista.

Algumas pessoas podem dizer que não tem muita eficiência ou sei lá o que... bom isso é porque não sabem usar.

Email marketing é considerado hoje, a melhor ferramenta de marketing, com um retorno maior que qualquer outra.

Portanto, no seu site/blog seu objetivo inicial deve ser na construção de lista.

Com a lista você vai:

- Vender;
- Fazer um lançamento;
- Fazer promoções;
- Fazer funil automático;
- Divulgar novos projetos;
- Vender como afiliado;
- Crescer suas outras audiências;
- Etc.

A ISCA DIGITAL

A melhor forma de capturar o email dos seus visitantes é através de uma isca digital.

Ofereça para eles algo gratuito, pode ser um ebook, vídeo aula exclusiva, ferramenta etc. em troca do email.

É algo gratuito. Porém, o usuário só recebe se deixar o email.

SISTEMA DE FUNIL SIMPLES SEMPRE

Uma das páginas mais valiosas da sua estrutura é a página de obrigado.

Ou seja, depois que o usuário coloca o email para pegar sua isca digital, qual a página que ele é redirecionado.

Essa página é muito valiosa.

Recomendo iniciar um funil simples. Ou seja, essa página de obrigado deve ser uma página de vendas.

E todo o trabalho do funil seguinte é feito pelo email.

O INÍCIO DEVE SER MAIS INTENSO

Quando o usuário entra para sua lista de emails ele está “quente”, ou seja, mais preparado e te conhecer, receber seus conteúdos, e comprar.

Portanto, configure seu sistema de “Autoresponder” para que nos primeiros 7 dias (mais ou menos) após ele entrar para lista receba mensagens diariamente.

Depois desse período inicial pode espaçar mais os dias. Recomendoo mínimo de 2 contatos por semana com sua lista.

QUEM É VOCÊ? ELES GOSTAM DE VOCÊ?

Um dos pontos que farão as pessoas abrirem ou não seus emails é o “nome do remetente”.

Portanto, eu te pergunto: **porque você abre emails de algumas pessoas e de outras não?**

Quase sempre os emails que você abre são de pessoas que geram mais valor para você, que trabalham com algo que te chama a atenção, que tem um posicionamento de especialista, que te gera mais curiosidade...

Portanto, a sacada de mestre aqui é: Seja a pessoa que envia os emails que você gostaria de receber...

A LINHA DE ASSUNTO

Esse é um dos momentos mais importantes do email marketing.

Porque é pela linha de assunto que o usuário vai escolher se abre ou não seus emails.

Portanto, nas linhas de assunto:

- Seja o mais curioso possível;
- Mostre que tem novidade;
- Mostre benefícios claros;

O CONTEÚDO

Recomendo demais a regra de 80/20. Ou seja, **80% de valor e 20% de vendas.**

Isso fará os usuários abrirem mais seus emails porque sabem que na grande maioria das vezes voce vai entregar valor para eles.

A CONVERSA

Durante o email recomendo usar um tom pessoal.

Isso vale para seu nome de remetente, a linha de assunto e conteúdo.

Quanto mais pessoal, direto e claro você for, melhor.

Lembre-se você está falando com apenas uma pessoa.

COMO USAR COM EFICIÊNCIA;

Como nós usamos aqui e tem dado muito certo:

- Usamos para enviar notificações de conteúdos em outras mídias;
- Com isso já crescemos outras mídias (blog, YouTube, Instagram, etc.);
- Sequência de vendas para novos inscritos;
- Promoção de produtos;
- Promoção de afiliados;
- Lançamentos;

ESTRATÉGIAS PARA BLOG'S

Eu considero o blog hoje uma peça de extrema importância em uma estratégia de marketing digital.

Veja, tudo é conteúdo... se você for no Google e pesquisar o quer que seja, vai encontrar blogs.

Blogs geram tráfego orgânico e qualificado, geram relacionamento com a audiência.

Mantém eles atualizados sobre seu negócio.

CONTEÚDO: “PROBLEMAS ESPECÍFICOS”

O que importa de fato são as pessoas. Elas vão compartilhar seus conteúdos, se inscrever na sua lista e comprar os produtos que você recomenda.

Então o primeiro ponto que você precisa saber é criar conteúdos que resolva problemas específicos das pessoas. Basicamente, pense em um problema da sua audiência e trace a solução para ele.

Exemplo: 23 Técnicas de SEO para Aumentar o Tráfego do Seu Site.

Para quem trabalha com marketing digital, um dos problemas da audiência é trazer tráfego para os produtos e links de afiliado. Então, criar um conteúdo como o do exemplo acima realmente vai resolver um problema.

Estratégia Extra

Uma estratégia que você pode fazer e serializar o conteúdo. Criando outros conteúdos a partir do mesmo problema. Criando vários conteúdos sobre geração de tráfego, para o nosso exemplo acima. O conceito de serializar é basicamente pegar o mesmo problema da audiência e apresentar diversas soluções para ela.

CONTEÚDO: “CASES DE SUCESSO”

Contar cases de sucesso gera um grande engajamento da audiência.

- Pode ser cases seus, contando histórias como você fez para conseguir algo.
- Pode também contar cases de sucesso de clientes, alunos, amigos...
- E até cases que você conheça.

Por exemplo, no meu canal (sei que aqui estou falando de blog, mas o princípio do conteúdo é o mesmo) tem um vídeo assim:

““ELA” Fez Só Isso e Aumentou em 10x Suas Vendas na HOTMART (Veja o Passo a Passo Agora)”

Esse é um case de sucesso de uma aluna.

Quando você conta um case através de um conteúdo de texto ou vídeo mostrando o que pessoas fizeram para atingir um determinado resultado é muito legal, as pessoas se identificam e se inspiram.

Além disso, todos são curiosos...

No meu canal você encontra entrevistas que fiz, inclusive com alunos, que são exemplos desses cases de sucesso. São vídeos longos com mais de uma hora e a maioria das pessoas assiste todo o vídeo.

CONTEÚDO: “PASSO A PASSO PARA O RESULTADO FINAL”

Na minha opinião esse tipo de conteúdo é muito bom. E para produzir esse conteúdo você precisa fazer a seguinte pergunta:

- Qual o resultado final que minha audiência busca para esse objetivo?

E a partir disso você vai entregar os passos para que sua audiência alcance o que deseja. E esse tipo de conteúdo tende se tornar uma referência do seu trabalho.

Exemplos:

- *“Guia Completo”, “Séries”, “O Passo a Passo”*

CONTEÚDOS: “PRODUTO”

Se você é afiliado ou produtor de algum produto fique sabendo que as pessoas vão buscar pelo nome do seu produto no Google.

Se prepare para isso.

O melhor que você pode fazer é criar um conteúdo explicando sobre seu produto.

- Não esqueça de colocar todos os pontos fortes;
- Mostrar garantias;
- Depoimentos;
- Bônus extras;
- Prazos (de entrega se houver);
- Deixe muito claro, e tire todas as dúvidas.

As buscas são na maioria das vezes feitas assim:

- “nome do produto”
- “nome do produto funciona”
- “nome do produto reclame aqui”
- “nome do produto é bom”
- Etc.

DEIXE SEU CONTEÚDO ATRAENTE

É essencial. Depois de clicar para ver seu conteúdo os usuários ainda vão decidir se ler ou não:

- Seja extremamente útil, conteúdo que entregue um resultado claro e específico;

- 50% do seu tempo dedique para a criação dos títulos e subtítulos;
- Escrever o texto com parágrafos curtos (máximo 4 linhas por parágrafo, recomendo de 2 a 3) e com bom espaçamento para facilitar a leitura.
- Use imagens no texto;
- Use subtítulos para organizar o conteúdo;
- Use listas (como essa aqui);
- Seja simples na comunicação;
- Escreva para uma pessoa (avatar, personalidade na escrita)
- Crie conteúdo áudio visual;
- Conteúdo em passo a passo fazem com que as pessoas leiam mais do texto;

VARIE O FORMATO DOS CONTEÚDOS

Quando você se tornar muito repetitivo vai passar praticamente despercebido das pessoas...

Portanto, a variação de conteúdo é importante, assim você sempre vai ter algo novo para sua audiência.

Veja, o conteúdo é o mesmo, o que muda é a forma de entregar!

- Artigos de Texto;
- Vídeos;
- Infográficos;
- Webinars;
- Guias PDF;
- Checklists;
- Ferramentas;

PROMOÇÃO E TRÁFEGO

É fundamental que você passe **mais tempo divulgando seu blog** do que trabalhando no conteúdo dele. De nada adianta você criar um conteúdo muito bom, passar três dias trabalhando nele, se ninguém vai ler o conteúdo.

- Não adianta produzir muito conteúdo e não divulgar;
- Não adianta focar apenas na produção do conteúdo;
- Tem que focar 80% do tempo na grande divulgação dele, é isso que fará toda a diferença;

Ideias para divulgar seu artigo:

- **Otimização:** Consiste no SEO, em todo o processo de otimização do conteúdo para os mecanismos de busca. Fazer link building, compartilhar nas redes sociais, parcerias. É um processo manual, que você vai gastar tempo. Otimizando o SEO ON Page e o SEO OFF Page.
- **Tráfego Orgânico:** Consiste na criação de conteúdo através de palavra chave. Que são palavras que as pessoas já estão buscando no Google. Exemplo, se seu nicho for de musculação. Você pode fazer um artigo sobre “Como Definir o Abdômen, 7 Estratégias Completas”. Pois esse é um termo (Como Definir o Abdômen) que as pessoas já estão procurando.

Dica: Para saber o que as pessoas estão pesquisando no Google, atualmente eu uso três ferramentas:

1 - Planejador de Palavras Chave;

2 - Wordze;

3 - UberSuggest.

- **Guest Posts/Posts Patrocinados:** São também excelentes para promoção do seu conteúdo. O Guest post é uma postagem de outro artigo como convidado num blog parceiro. E o post patrocinado você paga para publicar seu post. Isso ajuda muito também com o SEO.
- **Utilizar Vídeos no YouTube/Facebook:** Criar vídeos para divulgar seu conteúdo.

- **Redes Sociais:** São extremamente importantes para divulgar seu conteúdo;
- **Parcerias e Trocas:** Fazer parcerias traz excelentes resultados. Pode haver troca de guest posts, troca de banners, troca de links, indicação de artigos.
- **Marketing de Conteúdo:** Usando PDF's, PodCasts...
- **Multiplicação de Conteúdo:** Transformar o “formato” do artigo. Se fez em texto, transforme-o em vídeo por exemplo.
- **E-mail Marketing:** Compartilhar seus conteúdos com a lista.
- **Ter seus próprios ativos:** Lista de E-mail, lista de Remarketing, listas sociais, Push... São exemplos de ativos que você precisa desenvolver para o seu negócio.
- **Pagando:** Facebook Ads é ótimo para isso;

DESIGN

O Design é a primeira impressão do usuário quando chega no seu site. Um site com um design mal feito, cheio de cores, cheio de banners, muitos pop-ups, muita poluição visual... Tira a credibilidade.

O design ideal é o design clean. Com foco no conteúdo e não em anúncios.

Com isso você vai ver o aumento da retenção do tráfego no seu blog.

Vamos algumas dicas:

- Evite um Layout Confuso;
- Evite Problemas de Navegação;
- Evite Pop-ups excessivas;
- Evite o carregamento lento;
- Evite Fontes pequenas;

- Evite o conteúdo mal organizado;
- Evite bagunça de cores;
- Evite banners em excesso;

CELULAR

Não vou nem me alongar aqui...

A maior parte do tráfego que você vai receber vai ser de dispositivos móveis.

Portanto, configure e otimize todo o seu site para “celular”.

PONTOS DE CONSTRUÇÃO DE AUDIÊNCIA

Use seu Blog para criar audiência... use a audiência para crescer o seu Blog.

Quando você tem um Blog com visitantes ativos vindo do Google por exemplo, deve aproveitar esse tráfego.

Principalmente criando e crescendo suas audiências;

- Lista de emails;
- Listas sociais;
- Whatsapp;
- Chatbot;
- Etc.

CAPTURAR O E-MAIL

Deve ser o seu foco número um com seu Blog.

Visite outros Blogs famosos, pesquise, faça uma engenharia reversa e use no Blog variar formas para capturar o email dos visitantes.

É com email que seu **funil de vendas** vai começar.

CONSTRUA UM FUNIL DE VENDAS

Essa é uma consequência da criação da lista de e-mails.

E como funciona:

Automaticamente quando você captura um e-mail no seu site, você já encaminha para o funil de vendas e para uma oferta. Esse é o tipo de funil mais simples que existe: pegar o e-mail e encaminha para uma oferta.

E que oferta é essa? Pode ser para um próprio produto digital seu, uma consultoria ou usar o mais fácil para quem está começando agora que é o marketing de afiliados.

Depois que você captura o e-mail e encaminha para oferta de vendas configure sua ferramenta de e-mail com e-mails automáticos em uma sequência de “relacionamento, autoridade, valor e vendas”;

ESTRATÉGIAS PARA FACEBOOK

Alguns gostam, outros não... Porém, isso não importa!

O que importa é que todas as pessoas estão lá.
Portanto, você também deve estar.

Sim, já foi muito melhor, mas ainda tem muito potencial, aproveite.

PERFIL, PÁGINA, GRUPOS, STORIES

O Facebook... bom, tem milhares de pessoas lá... você também tem que estar, mas... e sim é um “grande mas” ...

A conversão é muito baixa, a atenção das pessoas é muito baixa. Portanto, para obter resultados na rede (sim, dá muito resultado) você **deve** aproveitar tudo o que ele tem para te oferecer.

Não importa o tipo de negócio que você tenha (quando eu falo “não importa” é porque não importa mesmo) use todos os recursos do Facebook.

Perfil: É meio limitado sim, mas tem o lado pessoal que é muito bom. Use principalmente para compartilhar “provas, conquistas, depoimentos, histórias de sucesso” e para se relacionar com o maior número de pessoas possíveis.

Página: Essa não tem limites. Porém, o “alcance” está baixíssimo. Portanto, minha recomendação aqui é: crie conteúdo específico para a Página e também compartilhe seus conteúdos de outras mídias (Blog, YouTube, Instagram, etc.). Sempre que possível “impulsione” seu conteúdo (esse é o segredo).

Participar de Grupos: Você deve estar onde as pessoas estão. Os grupos concentram “milhões” de pessoas. Participe, publique e interaja no maior número de grupos que contenham o seu público. Mas aqui assim: tem que ser em massa, pois (novamente falo), a conversão é baixíssima.

Ter seu Grupo: Ótimo! Tem que ter... te da posição de autoridade e abre a porta para comunicar com muita gente. No seu grupo é você que manda, aproveite isso.

Stories: As pessoas assistem bem menos que no Instagram... mas recomendo. Principalmente pela simplicidade e também se caso você já faz Stories no Instagram, faça o Download e coloque no Facebook.

PREENCHIMENTO DE TODAS AS INFORMAÇÕES

A dica é óbvia, mas muitos empreendedores iniciantes deixam a desejar nesse aspecto...

Na hora da criação de seus canais no Facebook (e em qualquer outra mídia) preencha o máximo de informações possíveis sobre você e sua empresa, seu negócio.

Ô profissionalismo com o qual você faz as coisas já te ajuda. Porém, lógico não é só por isso, mas quando você tem seus dados bem preenchidos o próprio Facebook te recomenda para outras pessoas mais facilmente.

INVISTA EM DESIGN

A melhor forma de você conseguir atrair a atenção das pessoas e construir audiência é criando um ótimo Design. Esse é o primeiro passo para que as pessoas se sintam interessadas e conheçam seu conteúdo.

Comece usando cores que combinem com a identidade que você quer passar para os seus clientes. As cores dizem muito do que você quer oferecer e quem você quer chamar a atenção.

Preste atenção em:

- Crie uma boa foto de perfil, que chame a atenção, que seja legível e que apareça bem o que você quer que apareça mesmo em dispositivos móveis;
- De atenção na criação da capa. Ela pode mudar frequentemente de acordo com alguma promoção do seu negócio.
- Imagens para posts devem ser feitos especificamente para o Facebook, elas toda importância na hora de chamar a atenção;

- Tenha cuidado com as gravações em vídeo, não precisa ser profissional. Porém, dando para escutar e com imagem legível, ótimo.
- Grave vídeos apenas para a rede: Faça vídeos rápidos passando alguma mensagem interessante, faça no formato quadrado, coloque uma manchete em cima para chamar a atenção e legende o vídeo em baixo (veja minha página);

Tudo isso contribui para o sucesso na hora de divulgar seu trabalho na rede.

Aqui tem alguns sites que uso para me inspirar e pegar modelos de gráficos:

- <https://graphicriver.net/>
- <https://videohive.net/>
- <https://br.freepik.com/>
- <https://www.canva.com/>
- <https://pixlr.com/web>
- <https://getstencil.com/>
- <https://piktochart.com/>
- <https://infogr.am/>
- <https://www.easel.ly/>
- <http://recitethis.com/>
- <https://memegenerator.net/>

ESTRATÉGIA DE CONTEÚDO

Com o passar dos anos, o consumidor passou a se sentir frustrado com o marketing convencional. Isso resultou num certo tipo de bloqueio diante das campanhas tradicionais. O marketing de conteúdo surgiu como solução.

Hoje, com o poder nas mãos, as pessoas procuram conhecimento e buscam soluções para seus problemas na internet, e o marketing de conteúdo é única estratégia capaz de dar aos clientes o que eles desejam.

Uma simples postagem pode ser capaz de gerar um tremendo engajamento e conversão, e não apenas links e comentários. O ideal, nesse caso, é desenvolver uma linha editorial em paralelo ao que você mantém em seu site ou canal.

Você pode criar conteúdo com dicas para seu público-alvo, e no fim mostrar que o cliente vai poder saber mais em seu site.

Dicas rápidas:

- Use imagens em suas postagens. Conteúdos visuais chamam mais a atenção no feed e são assimiladas rapidamente, despertando a atenção. Um estudo feito pela Hubspot mostrou que posts com imagens acabam gerando 39% mais interação.
- Faça textos curtos. O design da rede social não é ideal para textos longos, pois no meio de tanta informação, as pessoas gostam mais de consumir conteúdos simples e rápidos. Está comprovado que postagens com menos de 250 caracteres proporcionam 60% mais engajamento que os posts mais longos (mas, claro, sempre há exceções).
- Experimente. Faça memes, insira legendas espontâneas, crie gráficos com citações inspiradoras, enfim, teste o que funciona, as opções são infinitas.
- Uma estratégia de conteúdo para o Facebook é criar conteúdo apenas para a Rede, ou seja, não simplesmente repostar o que você posta no Instagram, mas conteúdo específico para o Facebook;
- Não coloque link na postagem, isso diminui demais o alcance;
- Coloque link do primeiro comentário, é uma solução para adicionar o seu link sem perder o alcance;
- Responda a todos, e sempre que for indicado adicione seu link de chamada para ação;

TRANSMISSÕES AO VIVO

Ótima forma de entregar valor para sua audiência.

O Facebook gosta muito desse formato, então sempre que você iniciar uma transmissão ao vivo, o Facebook vai mostrar / notificar para muitas pessoas.

Quando se inicia uma transmissão ao vivo, o Facebook notifica as pessoas que seguem a sua página. Pessoas que se interessam pelo conteúdo, com certeza irão ver do que se trata, comentarem, curtirem e compartilhar na linha do tempo.

Em uma transmissão ao vivo, você pode demonstrar o funcionamento de algum produto ou a chegada dele, além de passar conteúdo, gerando valor para sua audiência, tendo sua autoridade reconhecida e gerando mais visibilidade para seu negócio online.

Pode usar para alguma promoção, novidade, lançamento ou engajamento...

Ótima estratégia!

VÍDEOS

Além das transmissões ao vivo, outra forma de divulgar no Facebook é criando vídeos. Se você fizer isso com planejamento e consistência, seu trabalho vai bombar na rede. Eu mesmo faço isso e funciona demais.

Você pode subir seus vídeos direto no Facebook ou subir vídeos que você já lança em seu canal no YouTube. Em muitos casos, o melhor é utilizar as duas formas.

Aqui vai uma informação importante:

Vídeos no Facebook precisam ser vídeos dinâmicos, e por vezes, rápido. Vídeos curtos são os mais visualizados normalmente, já que ocupam pouco tempo usuário e basta um clique para acessar o conteúdo em questão.

O recomendado é postar bastante desses vídeos, com assuntos divertidos relacionados ao tema do seu ninho ou assuntos mais diretos. Um vídeo de 1 a 2 minutos pode ser ideal, mas como destaquei lá em cima, sempre há exceções. Mais uma vez, teste.

Interessante:

- Crie conteúdos rápidos especificamente para o Facebook;
- Se você já faz vídeos para o Youtube, pegue partes do vídeo, corte etc. e transforme em um vídeo pequeno, poste no Facebook;

IMAGENS

Como já dito antes, os olhos são a porta de entrada de aceitação do nosso cérebro. Por isso é importante que as postagens de divulgação da sua fanpage ou perfil tenham imagens chamativas e atrativas.

Um estudo diz que 93% das publicações com mais engajamentos no Facebook tem imagens. Postagens com fotos e imagens obtêm 53% mais curtidas do que postagens com apenas texto. A interação dos usuários com postagens com fotos e imagens é maior também em 104% em relação a outros tipos de conteúdo.

Quando o usuário está passando pela linha do tempo, recebe um monte de informações ao mesmo tempo.

A imagem na postagem é a forma do cérebro captar a postagem com mais atenção. E se a coisa for do interesse dele, ele vai ler a mensagem que você quer passar com aquele post.

Ótimos sites para criar imagens para redes sociais:

- <https://graphicriver.net/>
- <https://videohive.net/>
- <https://br.freepik.com/>
- <https://www.canva.com/>
- <https://pixlr.com/web>
- <https://getstencil.com/>
- <https://piktochart.com/>
- <https://infogr.am/>
- <https://www.easel.ly/>
- <http://recitethis.com/>
- <https://memegenerator.net/>

Alguns tipos de imagens que podem surtir efeito positivo:

- Memes;
- Gifs com mensagens legais;
- Rostos de pessoas.
- Mulheres/Homens Atraentes.
- Pessoas apontando para a tela.
- Pessoas apontando para a direção de algo.
- Conceito de Luxo.
- Conceito de sucesso no trabalho.
- Liberdade.
- Paisagens que remetem a sucesso, tranquilidade, viagem.
- Gráficos.
- Setas e Alvos.
- Representação de curtidas.
- Representações de Dinheiro.

FAZER ENQUETES RELACIONADAS À SUA ÁREA

... Na verdade, se pararmos para pensar na parte psicológica da coisa, vamos descobrir rapidamente porque... As pessoas sentem necessidade, principalmente no Facebook, de expor opinião.

Além da enquete ser uma maneira fácil de conseguir interação com os usuários, o que ajuda a divulgar Página, você também terá informações “privilegiadas” para o seu negócio.

Por exemplo:

- “O que você acha que eu devo falar no meu próximo vídeo?”
- “Estou com uma dúvida aqui: devo lançar um e-book ou uma videoaula gratuita falando de tráfego pago? Me dê sua opinião”
- “Qual tipo de conteúdo você mais gosta: Vídeos, texto ou imagem?”

Perguntas como essa influenciam o leitor a interagir com você. Comece a fazer isso para ver como as coisas vão fluir melhor. Para um maior alcance, você pode apostar no impulsionamento.

PERGUNTAS...

Olha, uma dica:

Sempre que possível “**converse com sua audiência**” isso em qualquer rede.

Incentive a conversa.

O Facebook quer isso... as pessoas vão interagir mais... vão se achar fazendo parte do assunto...

Resumindo, é ótimo!

Agora, a conversa não é apenas uma via de mão única... você deve movimentar, principalmente nos comentários.

POSTE NO HORÁRIO CERTO

Uma das melhores funções administrativas das Páginas são os horários de picos registrados. Ali você pode ver qual o horário que a sua Página recebe mais acesso e cliques, e com essa informação pode trabalhar quais postagens trabalhar em quais horários e quando é melhor não gastar tempo e energia postando naquele horário onde não aparece ninguém.

Caso você ainda esteja no início e não tenha essas informações para basear, teste postando no horário do almoço e depois do horário comercial de trabalho, entre as 19h e 20h, pois são horários que mais pessoas estão disponíveis usando o Facebook.

É claro que os seus clientes em potenciais podem não se enquadrar neste horário, mas já é um bom começo para obter as informações de forma, percentualmente falando, mais certa.

Lembrando que tudo deve ser feito por meio de teste. Trabalhar aleatoriamente é um passo para fracassar ao promover seu negócio digital na internet.

Veja na sua página na opção de análise, lá você consegue ter várias ideias, use e abuse desses dados (faça isso em todas as redes que usar, use as informações que gratuitamente são dadas a você.)

IMPULSIONAMENTO

O impulsionamento faz parte do Facebook Ads, que é a plataforma de propaganda paga do Facebook.

Com o impulsionamento, você consegue alcançar até mesmo pessoas que não te seguem, e você pode ainda determinar quais são os perfis de pessoas que você acredita que estarão interessadas na sua página.

Além de ser simples de usar você consegue segmentar “tudo”, gênero, interesse, idade, localização, dispositivo, etc.

Veja, quando você posta algo na sua Página, cerca de 2% a 5% dos que te seguem verão sua postagem... sim só isso!

Portanto, ao impulsionar as melhores postagens, você atinge muito mais pessoas.

Sobre o valor a ser investido, tem que testar, mas pode variar entre **R\$ 5.00 a R\$ 10.000,00 ou mais** 😊 .

USE OUTROS CANAIS

Além das formas de divulgações já destacadas aqui, você mesmo pode fazer a sua divulgação através de outros canais, o que ajuda em muito a visibilidade da página.

Você pode fazer a divulgação de sua página no seu próprio blog através de widgets, no seu canal do YouTube como já citamos aqui, grupos do Facebook, além de divulgar no seu próprio perfil do Facebook e na assinatura de emails.

Varie, teste, seja criativo!

Para que o seu marketing digital seja efetivo, você precisa estar presente nos principais canais e apostar nas mídias mais eficientes dentro da internet.

PARTICIPAÇÃO EM GRUPOS

Os Grupos do Facebook servem para encontrar milhares de pessoas interessadas no seu negócio sem gastar nada, a não ser tempo!

- Você pode conhecer outras pessoas que também tenham Páginas do assunto ou blogs, assim você pode realizar parceria de divulgação.
- Pode recomendar alguma postagem da sua página sempre que tiver alguma dúvida;
- Pode conversar com pessoas influentes e propor parcerias;
- Se o grupo for grande e ativo, pode entrar em contato com o administrador e fazer uma parceria (ou pagar um valor) para divulgar dentro do grupo sua página;

TER SEU GRUPO

É uma ótima ideia.

Os Grupos tendem a crescer rápido e se você manter ativo, gerando valor para os membros, cuidando dos spammers, ele será um grupo de grande resposta.

Recomendo sim criar um grupo, e traçar uma estratégia de conteúdo e conversa com os membros, mantendo assim o grupo com um certo valor.

Com isso você pode eventualmente fazer suas divulgações (lembra do 80% 20% que falamos antes?).

MEDIR OS RESULTADOS

Uma das principais funções do Facebook (e de outras redes também) que fazem com o que marketing feito na rede seja uma escolha tão vantajosa sobre como divulgar produtos na internet é a análise de dados que o próprio Facebook te da.

Como já dito antes, o Facebook mostra quem está curtindo a sua página, principalmente faixa etária e se é homem ou mulher, além dos horários de picos.

Mas além dessas informações, que já lhe trazem muito mais vantagem comparadas a outras plataformas, o Facebook também mostra quais reações as pessoas tiveram pelas suas postagens.

E isso significa informações que vão muito além do número de likes, informações como quantas pessoas “descurtiram” a página depois de uma publicação. Tudo isso pode ser crucial para o sucesso na hora de escolher o que fazer nas suas publicações.

Principais métricas que você trabalhar:

- Taxa de cliques (CTR)
- Taxa de conversão (CVR)
- Custo por lead (CPL)
- Taxa de Visualização por Visitante (ou page views)
- Retorno sobre investimento (ROI)
- Custo de aquisição de clientes (CAC);

APROVEITAR OS HYPES, MODAS E GANCHOS

O que são Hypes? São momentos de euforia em massa, por exemplo, o lançamento de algum grande filme se torna um Hype, principalmente

na internet. Nesse exemplo, você pode usar o lançamento do filme como um gancho para atrair mais público para a sua Página.

Modas também podem ser utilizadas, um exemplo de moda na internet são os memes. Frequentemente é lançado um meme novo, e a Página que usufrui deste a seu favor o mais rápido possível, antes da moda acabar.

Vou te dar alguns exemplos de hypes que já rolaram para você pegar a ideia:

- “Saudar a mandioca”
- “Dobrar a meta”
- Pokémon Go
- Snapchat
- “Logo eu”
- “Gurus”
- “Raiz X Nutella”

Todos esses itens são modas que rolaram nas redes nos últimos tempos. Com certeza você já ouviu falar em pelo menos dois deles. Pois então, quando algo parecido acontecer, aproveite para fazer algo que chame a atenção das pessoas na sua página.

Fique ligado em:

- Filmes;
- Series;
- Política;
- Grandes eventos;
- Etc.

ESTRATÉGIAS PARA YOUTUBE

Essa aqui é muito boa para marketing.

YouTube por ser uma mídia de vídeo, as pessoas se relacionam com você, porque te veem nos vídeos, isso é ótimo.

Outro ponto é que a própria plataforma de faz crescer, pois recomenda seus conteúdos.

Ou seja, a própria plataforma por ter milhões de pessoas faz você crescer muito rápido.

Além disso (mas não menos importante) cada vídeo que você faz, fica lá para sempre te gerando resultados.

NÃO DESISTA!

Muita gente desiste devido à falta de resultados no início do projeto.

E assim, uma frase que já falei varias vezes... “Tem resultado que não desiste, óbvio” ...

Porém, é tão obvio que chega ser bobo, mas é justamente isso! Todas as pessoas que conheço que não desistiram tem resultados hoje.

Permaneça firme com seu propósito, busque sempre melhorar e conforme você for fazendo seus vídeos, você perceberá a evolução deles.

Pra você ter uma ideia de como é importante não desistir... conhece o Whindersson Nunes?

O cara é um fenômeno no YouTube! Está caminhando para ser o maior YouTuber do Brasil. Ele diz que passou três anos fazendo vídeos que ninguém assistia... imagina se ele tivesse desistido?

Como o exemplo dele, existem centenas!

Portanto, por favor, não desista!

CONSISTÊNCIA

Grande erro esse: “Não tem constância na gravação dos vídeos”. Chegam a ficar mais de um mês sem subir um vídeo.

Isso é péssimo por diversos fatores e quero destacar dois mais importantes.

O YouTube te Classifica Mal: O YouTube prestigia aqueles que levam seu canal a sério, ajudando na posição dos vídeos e divulgação, recomendando seus vídeos e mandando notificações.

Seu Público te Classifica Mal: As pessoas simplesmente te esquecerão. Deixarão de ver seus vídeos.

Quanto mais vídeos, mais engajado tende a se tornar um público, mais o Youtube mostra o seu vídeo para novas pessoas.

Se você tem o conteúdo que elas querem, entregue com frequência ou outra pessoa vai fazê-lo.

Tá, mas qual a frequência? Olha, é difícil responder isso, depende muito de você, mas como regra “geralzona”, 2 vezes por semana já está muito bom.

PAUTA DE CONTEÚDO

Em meus treinamentos sempre falo da importância de se fazer uma pauta de conteúdo para seu marketing de conteúdo.

Para fazer sua pauta, faça pesquisas no planejador de palavras-chave do Google, Google Trends, Wordze, UberSuggest e pesquise sua audiência.

Assim você encontra os termos que as pessoas do seu nicho já buscam no Google, e assim cria conteúdos que eles já têm interesse.

Se você já tem uma lista de e-mail, mande para eles um e-mail perguntando o assunto que eles gostariam de saber mais.

Outra ideia superbacana é pesquisar em **canais concorrentes**, vídeos mais acessados, ou seja, os TOP vídeos dos concorrentes.

Com isso, você cria conteúdo com a certeza que seu público tem interesse.

PS.: nunca copie ninguém, é para ter ideias.

A QUALIDADE

Olha, aqui temos um paradoxo ☹️

A qualidade do seu vídeo NÃO é tão importante quando o **conteúdo** dele.

Porém, isso depois, quando você já tiver audiência.

Porque assim, como hoje temos muita gente no YouTube, é normal uma pessoa ter varias opções de canais para assistir, e se ela chegar no seu canal, um canal novo, e ver que o vídeo está muito ruim, é bem provável que não te de os devidos créditos que seriam merecidos.

Ou seja, vem aquele pensamento: pooo esse aí não é profissional.

Então assim, no início tenha mais cuidado com a aparência do seu vídeo, o cenário que vai gravar e principalmente com o áudio.

Não precisa enlouquecer e querer comprar câmeras caras, microfones etc.

Não... tenho milhares de alunos que começaram muito simples.

Uma estratégia bem simples é:

Usar 2 celulares, um para gravar e outro para capturar o áudio.

Os celulares (smartphones) de hoje tem ótimas câmeras (melhores que muitas câmeras de filmes famosos) e são ótimos gravadores de áudio.

Seu único trabalho vai ser pegar o arquivo de vídeo de um celular e o arquivo de áudio do outro celular, levar para um software de edição e juntar...

SEJA VOCÊ

Um dos processos para conseguir sucesso é modelar alguém que já atingiu o sucesso que você busca.

Isso é muito estudado pela PNL – Programação Neurolinguística, porém, modelar não é abrir mão da sua personalidade para tentar ser uma cópia de outra pessoa.

Deixe sua personalidade evidente nos vídeos, isso é bem simples. Seja você!

E o mesmo se aplica nas demais redes sociais que você está presente.

Outros pontos:

- Simpatia;
- Espontaneidade;
- Energia;
- Conversa;
- De um para um;

TÍTULO E MINIATURA

São dois pontos que tem muita, mas muita importância para sucesso dos vídeos e você já vai entender o motivo.

As pessoas vão clicar no vídeo por dois motivos

1. Se o título corresponde com aquilo que elas desejam saber/ver ou geram o desejo de ver;
2. Se a imagem da miniatura traduz aquilo que elas desejam saber/ver ou geram o desejo de ver;

Então assim:

- É fundamental fazer uma imagem de capa super atraente, exagerada e que chame a atenção, mostrando benefícios, algo novo ou curiosidade;
- O mesmo vale para o título, exatamente o mesmo;
- Porém, tome cuidado, nunca minta o conteúdo do vídeo deve ser proporcional;

ATENÇÃO TOTAL AOS COMENTÁRIOS

Uma das avaliações de sucesso no YouTube é a quantidade de engajamento que um vídeo tem.

Isso é medido pelo tempo de visualização, quantidade de likes, compartilhamentos e comentários.

Devemos dar muita atenção aos comentários.

Os comentários nos mostram um nível alto de aceitação pelo público, ao ponto de as pessoas quererem expressar sua opinião sobre o vídeo e interagir com você, por isso, motive os visitantes a comentar e responda todos.

Eu, nos meus vídeos, sempre faço perguntas, e sempre respondo!

NÃO DEIXE OS NÚMEROS PARAREM VOCÊ

Um pouco de paciência.

Muitas pessoas desistem do Canal no YouTube por não verem o crescimento dos números. Números de Comentários, número de visualizações, inscritos...

Não deixe os números te parar. Muitos que hoje tem um canal de sucesso no YouTube passaram até anos com pouca evolução nos números.

Olha, novamente vou falar:

Só tem resultados quem não desiste!

Portanto, inicie, crie conteúdo de qualidade, tenha consistência, divulgue o máximo que puder e de tempo... você vai crescer na plataforma.

YOUTUBE PARA VENDER

Olha, eu posso falar por pura experiência própria: YouTube é um excelente canal para vendas.

Isso se da pela grande exposição e pelo relacionamento que as pessoas têm com o vídeo, com o vídeo você passa mais credibilidade.

Como usar o vídeo para vender:

- Adicione seu “Link” na descrição do vídeo;
- Adicione seu “Link” na tela final do seu vídeo;
- Adicione seu “Link” no primeiro comentário do seu vídeo;
- Adicione seu “Link” na capa do canal;
- Faça chamada para ação ao seu produto durante o vídeo;
- Fale o nome do seu site/produto/projeto durante o vídeo (as pessoas pesquisam no Google depois);
- Ofereça algo de valor gratuito, as pessoas vão querer, capture o contato delas e inicie uma sequência de emails.

ESTRATÉGIAS PARA INSTAGRAM

Olha, eu mesmo me surpreendo dia a dia com o
Instagram.

Não pensei que ia gerar tantos resultados.

O Instagram tem se mostrado ótima para
negócios, muito engajamento, audiência
crescendo muito, público envolvido...

É muito bom.

O INÍCIO

Realmente o Instagram tem se mostrado uma rede sensacional.

Hoje eu tenho milhares de afiliados, e muitos deles tem seu negócio e vendem apenas com o Instagram (é ótimo, mas não recomendo usar apenas uma rede).

Portanto, você deve usar para seu negócio, não importa qual for.

Essa semana mesmo falei com uma amiga e falávamos sobre isso, ela disse, “eu nem vou se antes não ver um Instagram para conhecer” ...

... ela se referia a salões de beleza e restaurantes...

Portanto, aproveite.

Vamos conhecer algumas estratégias para otimizar o Instagram:

Nome de usuário: O nome de usuário no Instagram deve passar a sua marca para o público, não pode ser um nome aleatório, e deve ser simples.

No meu caso, minha marca sou eu mesmo, Portanto, meu Instagram é [Instagram.com/AlexVargasPro](https://www.instagram.com/AlexVargasPro) .

Ah, lembre-se que o Instagram mostra seu usuário pela busca, ou seja, se alguém pesquisar por “perder peso” no Instagram e existir um perfil com esse nome de usuário, ele vai aparecer no resultado.

Descrição da Bio: Faça um slogan que transmita a mensagem do seu conteúdo, o propósito do seu projeto/negócio. Lembre-se de usar as palavras chaves do seu negócio.

Outra coisa que pode fazer aqui, se você usa, é adicionar o link do seu Whatsapp;

Link: Esse link é muito importante.

Aponte ele para seu link para importante, vendas, produto, afiliado.

Uma dica é usar um site chamado <https://linktr.ee/> , com ele você consegue criar uma lista de links, muito útil.

Perfil público: Não cometa o erro de criar o perfil privado, seu objetivo é ser visto;

USE O PERFIL PARA COLOCAR UM LINK

O Instagram permite você colocar um link no seu perfil (bio). Use este espaço bem, aproveite bem.

Sim, as pessoas clicam nele.

PLANEJAMENTO

Planejamento com metas para seguir cumprir.

Meta principal: Será o seu principal objetivo ao usar o Instagram... Seguidores, tráfego, mais leads, mais vendas? Escolha com clareza, então trabalhe para isso.

Frequência: Quantas postagens você vai fazer, diariamente, 3 vezes por semana.... Estabeleça uma meta de frequência e cumpra.

Conteúdo: Faça um planejamento dos conteúdos que você vai postar, reserve um dia na semana e já prepare todos os conteúdos que serão postados, trabalhe de forma antecipada, não espere o dia de postar para preparar.

USE HASHTAGS

As Hashtags têm o poder de viralizar o conteúdo e divulgar seu projeto.

Faça imagens ou pequenos vídeos (vídeos de até 1 minuto), com uma pequena mensagem e coloque as hashtag's correspondentes, dessa forma muitas pessoas que estão pesquisando aquele tópico podem chegar até o seu conteúdo.

E não somente as chances de viralizar o conteúdo aumentam, mas também o número de seguidores, pois as pessoas tendem seguir pessoas que elas se identificam.

Importante: Crie uma Hashtag sua, e coloque em todas suas postagens. Não coloque mais do que 12 Hashtag's.

Dica: Se você tem um negócio local, o Instagram colocará a sua marcação de Hashtag para pessoas próximas de você.

Olhe seus concorrentes: Tenha ideias de Hashtags;

O CONTEÚDO TAMBÉM É DECISIVO

Se tem uma coisa que é o grande diferencial no Marketing Digital, essa coisa é o conteúdo e essa mesma lógica se aplica ao Instagram. E qual é o desafio? É transformar o conteúdo em uma imagem.

Veja algumas estratégias:

Um tema exclusivo: Pense no seu nicho, no que as pessoas que estão nesse nicho querem receber?

Adicione sua logo em todas suas postagens;

Para ter ideias pesquise no Google: "Instagram Themes".

Tons claros: Tons claros (preferencialmente tons azuis) geram mais engajamento, cuidado com a iluminação, pois imagens com iluminação ruim atrapalham o engajamento.

Mensagens inspiradoras e engraçadas: São os dois tipos de mensagem que as pessoas mais gostam.

Vídeos: O Instagram permite vídeos de até um minuto, aproveite e faça vídeos de primeira linha.

Dica: Cuidado para não postar duas vezes a mesma imagem ou vídeo.

Algumas pessoas fazem isso, esperam uns 3 dias e postam a mesma coisa, não sei se por preguiça de fazer outra imagem... rrsrs.

Nunca esqueça da legenda: Toda foto tem uma história, as pessoas gostam muito de ler a legenda, aproveite e faça chamadas para ação.

USE EMOTICONS NAS POSTAGENS

Usar emoticons nas suas postagens no Instagram faz com que elas se tornem mais pessoais, o que tende a aumentar o engajamento do público.

Para você ter uma ideia de como os usuários do Instagram amam os Emoticons (ou emoji) 50% de todos os títulos ou comentários têm pelo menos um emoji.

USE O PODER DA CHAMADA PARA AÇÃO

Outro elemento essencial do Marketing Digital é o uso das chamadas para ação nas comunicações, e isto, em todas as comunicações.

Nossas ações não podem ser despropositadas e a melhor forma de verificarmos os resultados delas é avaliar quantas pessoas respondem nossas chamadas para ação.

No Instagram não é tão simples, pois não podemos colocar links nas publicações (até pode colocar, mas não são clicáveis).

Dessa forma, faça a chamada para ação para clicar no link da Bio ou peça que os seguidores marquem seus amigos.

SEJA PARTICIPATIVO

Não adianta somente criar um perfil e postar seus conteúdos, você precisa participar das postagens de outros usuários comentando e curtindo postagens de perfis que atuem no mesmo nicho que o seu.

Dessa forma, os seguidores dos outros perfis podem “enxergar” você e passar a te seguir.

Não sei se você conhece o Neil Patel, ele é um blogueiro de muito sucesso.

Ele fez o teste de curtir e comentar e descobriu que a cada 100 curtidas, ele recebeu aproximadamente 6 novos seguidores no Instagram. Interessante, não é mesmo?

SIGA OUTRAS PESSOAS

Quando você segue outras pessoas, isso mostra para o seu público que você é alguém “social” e que também tem referências. Isto é, pessoas que você gosta de ver as fotos e interage com elas.

Parecer o “cara exclusivo” que segue poucos usuários e quer um monte de seguidores, pode afastar o público de você.

Dica: Sempre responda os comentários, seja nas suas postagens, seja nas postagens de outros quando alguém responder a um comentário seu.

Uma estratégia para ganhar muitos seguidores de forma automática e rápida é usar o Gerenciagram.

TRABALHO EM PARCERIA

Uma estratégia muito usada nos Blogs é o Guest post, que é publicar um artigo como convidado em outro blog.

Essa mesma estratégia pode ser usada para conseguir mais seguidores no Instagram.

Busque alguém que atue no mesmo nicho que o seu, e tenha uma conta no Instagram parecida com a sua (número de seguidores) e proponha uma troca de indicação, funciona!

Você também pode pagar para isso acontecer. Seria então encontrar Perfis do Instagram grandes e que tenham um público parecido com o seu e para ele fazer a recomendação, usamos muito isso aqui, funciona!

DIVULGUE SUA CONTA

Uma coisa básica, mas que muita gente esquece.

Divulgue sua conta do Instagram nas demais Redes Sociais, com certeza isso vai ajudar muito a aumentar o número de seguidores.

Outra divulgação simples é de enviar um e-mail para sua lista, convidando para seguir no Instagram e pedir para que eles compartilhem seus conteúdos do Instagram.

STORIES

Simplesmente fundamental. Se quer realmente crescer no Instagram, faça Stories.

É onde as pessoas mais passam tempo, mais engajam com você, mais clicam...

Sim, quando você tiver um perfil com mais de 10 mil seguidores poderá adicionar links nos seus Stories.

Portanto, usar os Stories para se comunicar e se relacionar com sua audiência é ótimo.

Ele meio que serve como uma lista de emails. Você vai lá e publica o que quiser, pronto, muitos vão ver.

ESTRATÉGIAS PARA CRESCER SEU NEGÓCIO

Aqui eu poderia fazer uma lista ilimitada de estratégias...

Isso porque você sempre pode aplicar mais e mais coisas no seu marketing digital.

O marketing digital avança dia a dia com mais e mais atualizações e novas estratégias. Portanto, fique sempre ligado.

Vou listar agora algumas das principais estratégias. Aquelas que são imutáveis e funcionam sempre.

OS OBJETIVOS

Olha, marketing digital, como você já viu, serve para qualquer mercado.

- Produtos digitais;
- Afiliados;
- E-commerce;
- Negócio Físico;
- Negócio local;
- Prestação de serviços;
- Consultorias;
- Softwares/aplicativos;
- Vendas em marketplaces (mercado livre, olx, elo7);
- Etc...

Não importa, marketing digital funciona!

Porém, ao iniciar, é fundamental, parar e pensar exatamente quais são seus objetivos.

“Não importa,
marketing digital
funciona”

Pense em objetivos imediatos, médio e de longo prazo.

Depois disso trace as estratégias para isso. Caso contrario é muito fácil se perder em meio a tanta coisa.

Nesse caso, use esses objetivos alinhados com foco total!

SEU PÚBLICO ALVO

Sei que já falei antes, mas quero deixar claro aqui que:

Conforme você avança no seu negócio é fundamental sempre analisar seu público alvo, saber quem são seus clientes, medos, desejos, frustrações, anseios, desejos guardados...

Sempre busque essas informações:

- Faça pesquisa em suas listas de contatos;
- Analise os dados de “Analytics” fornecidos pelas ferramentas (Blog, Facebook, Youtube, Instagram, etc.)
- Faça “pesquisa escondida” em todos os conteúdos: Basicamente é perguntar alguma coisa nos seus conteúdos e obter respostas.

ATRAÇÃO DO PÚBLICO ALVO

Tenha em mente uma coisa... o seu negócio é voltado para pessoas. Pessoas é que comprem os seus produtos, então 80% do seu esforço de marketing digital deve ser direcionado para a **geração de tráfego, divulgação**.

Posso falar tranquilo: o grande causador de negócios que não dão certo é a falta de clientes... e não tem clientes porque não é feito um marketing eficiente.

Recomendo muito utilizar as duas formas de tráfego: Tráfego orgânico e tráfego pago.

Olha, o tráfego pago é bem mais rápido, o retorno é praticamente imediato, o tráfego orgânico demora mais...

Recomendo usar os dois. Inicie com tráfego pago e ao mesmo tempo construa seus pilares de tráfego orgânico.

Quanto ao tráfego pago, lembre-se que é um investimento. E esse investimento conforme vai dando resultados deve ser elevado com o tempo.

Agora importante: **segmentação**.

Para tráfego pago é muito simples, as principais ferramentas de tráfego vão te proporcionar essa segmentação (ou seja, entregar seu anúncio para o público que você quer).

Gosto desse exemplo: se você tem uma pizzeria, e vai rodar um anúncio no Facebook, por exemplo... vai querer que esse anúncio só aparece para pessoas acima de 20 anos que moram na sua cidade...

Com as principais ferramentas de anúncio (Google, Facebook, YouTube) é possível fazer isso.

E para tráfego orgânico, o principal meio e mais eficiente é o “marketing de conteúdo”.

E a segmentação nesse caso se dá justamente pelo conteúdo.

Se eu vendo algo relacionado a “perder peso”, vou criar conteúdos sobre esse assunto. Com isso as pessoas que virão para meu conteúdo são pessoas com esse interesse.

MARKETING DE CONTEÚDO

Com certeza a melhor estratégia de marketing que existe hoje 😊

Olha, o conteúdo faz muito por você e pelo seu negócio:

Atrai público qualificado (acabei de falar no tópico acima), te dá status de autoridade especialista, gera o gatilho da reciprocidade, gera o gatilho da autoridade, gera o gatilho de multicanal... é fantástico!

Como fazer marketing de conteúdo:

- Saiba quais os conteúdos que sua audiência já tem interesse: Para isso use a ferramenta “Planejador de palavras chaves do Google” ou a ferramenta “UberSuggest”. Essas duas ferramentas te dão ideias do que as pessoas buscam no Google, assim como a quantidade de buscas mensais.
- Crie peças de conteúdo simples. Porém, que respondam essas dúvidas.
 - Artigos de blogs;
 - Vídeos Youtube;
 - Ebooks em PDF;
 - Aulas ao vivo;
 - Lives (Instagram, Facebook);
 - Stories / Status;
 - Imagens, infográficos;
 - Textos diversos;
 - Emails;
 - Vídeos para outras redes sociais que comportam;
 - Etc...

O marketing de conteúdo é algo um pouco lento no início, precisa de várias peças de conteúdo para ganhar força... mas é ótimo.

Para acelerar o processo você pode “impulsionar (pagar para as plataformas mostrarem para mais pessoas)” os conteúdos no início, funciona muito bem.

FUNIL DE VENDAS

Então, uma coisa que você deve ficar muito ligado é que o marketing é a arte de fazer o usuário percorrer um caminho até a compra e futuras compras.

Daqui a pouco vou falar sobre isso, mas, um usuário precisa de 7 contatos com sua oferta para realmente comprar.

O funil de vendas ajuda nisso!

Bom, resumindo o que consiste o funil:

- Atrair pessoas que ainda não te conhecem para seu círculo de conhecimento;
Usamos para isso principalmente Marketing de conteúdo e tráfego pago.
- Tornamos ele nosso seguidor;
Para isso entregamos conteúdo de valor e pedidos se ele quer se inscrever em alguma de nossas listas;
- A partir de agora você tem como entrar em contato com ele sempre que quiser, aqui então começa a etapa de gerar valor até a venda acontecer;
- Crie valor através de conteúdo e envie para suas listas, isso vai fazê-los gostarem de você, se familiarizarem com você e entender que você é especialista no assunto, quando quiserem comprar, vão comprar de você;
- Intervalando com o conteúdo de valor, envie provas que seu produto é bom. Principalmente histórias e depoimentos de clientes.
- Deixe claro sobre as garantias do seu produto;
- Use as promoções, urgência e escassez para efetivar as vendas;

FAZENDO A VENDA

Além de tudo que já vimos até aqui, nos próximos 4 tópicos vou deixar estratégias complementares e altamente efetivas de marketing digital. Nesse tópico quero falar com você de estratégias para fazer a venda.

- Oferta irresistível:
- Promoção de bônus:
- Promoção de preço:
- Webinar:

Oferta Irresistível

A sua oferta ela deve ser colocada como irresistível. O marketing digital está totalmente relacionado com a venda do produto. Se você tem um bom produto, mas não tem uma boa oferta, você simplesmente não consegue vender. A oferta irresistível vai mostrar para a pessoa o que de fato é o produto, precisa mostrar o motivo pelo qual ela precisa comprar.

O segredo da oferta irresistível é a geração de valor para a pessoa. A pessoa que chega até a sua oferta precisa entender que aquele produto vale muito mais do que aquilo que ela está pagando, pois vai de fato mudar alguma “dor” que ela tem.

Para alguém que quer emagrecer e vem tentando e não consegue... se você promove um produto que de fato vai resolver o problema dela (*e existem excelentes produtos digitais para isso*) o preço que aos seus olhos pode parecer caro, para essa pessoa não será.

Promoção de Bônus

Os bônus servem como aquele empurrão final para finalizar as vendas. Consiste em oferecer aquele algo a mais para pessoa. Você pode oferecer vários tipos de bônus. Como e-books, um curso complementar seu.... Pode até ser produtos físicos como um livro.

Promoção de Preço

Essa é mais aplicada quando você é dono do produto. Mas como afiliado você pode aproveitar as ações que o produtor pode vir a fazer, na última Black Friday os meus afiliados bateram recordes de vendas.

Webinario

O webinar é um seminário online. O mais recomendado é que seja ao vivo, mas você pode deixar gravado e usar um sistema de gerenciamento de webinarios. O webinar vai tratar do assunto do produto, sendo uma espécie de introdução aprofundada. E no final é feito a oferta do produto. Funciona muito bem se você agregar bônus.

ACOMPANHAMENTO E PÓS-VENDA

Você precisa se relacionar com todo o seu público alvo, seja com pessoas que não compraram de você após passarem nas suas ações de venda, seja com as pessoas que compraram.

O segredo do acompanhamento e da pós-venda está no relacionamento com o seu público, você precisa estar presente nas Redes Sociais, enviar e-mails de relacionamento e conteúdo (sem objetivo direto de vender) criar novos conteúdos e enviar para o seu público com exclusividade.

Com isso eles vão sentir que você continua consistente mesmo depois de ter vendido.

Assim, seus próximos produtos, e futuras compras serão muito mais fáceis.

Claro, se for seu caso... não esqueça de prestar sempre um ótimo atendimento e um excelente suporte.

VENDA PARA OS MESMOS CLIENTES

Você pode e deve vender para os clientes que já compraram de você. Isso é extremamente comum no marketing digital. O que garante o sucesso desta estratégia é a anterior bem-feita, isto é, o relacionamento com os seus clientes e potenciais clientes.

Você pode vender novos produtos complementares para os seus clientes. Mantendo nosso exemplo de emagrecimento. Se você vendeu um produto ensinando uma dieta, é possível vender um produto para fazer exercícios em casa. Complementando a necessidade do seu cliente.

Uma vantagem de ter uma lista de e-mail em que você mantém relacionamento com ela, é a possibilidade de participar do

lançamento de novos produtos. Assim, você pode se beneficiar de todo esforço de venda do produtor, que provavelmente vai está investindo pesadamente no marketing.

E, dependendo do nicho que você atue, ter uma lista de clientes ativos vai ser meio caminho andando para lançar um produto próprio. No Fórmula Negócio Online eu ensino um módulo para lançar produtos no mercado.

REMARKETING

Se tem uma estratégia no marketing digital que funciona é o Remarketing.

Basicamente é você impactar através de anúncios pessoas que já tiveram contato com você.

Isso funciona por muitas razões.

- Quem já teve contato com você, quando vê um anúncio tende a clicar e a aceitar muito mais fácil, pois já é familiar;
- Segundo pesquisas as pessoas precisam em média 7 contatos com sua marca para então comprarem algo;
- Muitas pessoas se interessam muito pelo seu produto, mas pensam assim: ata depois eu volto... só que não voltam...
- Quando o cliente está pagando por cartão, muitas vezes a compra é cancelada. Isso acontece por varias razões. Na maioria das vezes ele pensa assim: ata depois eu volto e tento novamente..., mas não volta...

O Remarketing meio que resolve tudo isso para você.

Quais as principais ferramentas que te permitem vincular anúncios de Remarketing:

- Facebook Ads;

- Google Ads;
- YouTube Ads;
- Instagram Ads;

Como você pode fazer o Remarketing:

- Mostrar um anúncio para quem visitou seu site;
- Mostrar um anúncio para quem baixou sua isca digital;
- Mostrar um anúncio para sua lista de já clientes (para vender outras coisas)
- Mostrar um anúncio para quem tentou fazer o pagamento (página de checkout);
- Mostrar um anúncio para quem está na sua lista de leads;
- Mostrar um anúncio para quem interagiu em alguma mídia social que comporta o Remarketing (Facebook, Google, Youtube, Instagram);

UPSELL

Basicamente o que acontece.

Quando um usuário está comprando alguma coisa, ele está em um “estado de compra”. O que o faz muito mais inclinado a comprar mais e mais coisas de você.

Portanto, você deve aproveitar isso!

O “Upsell” é exatamente isso.

Configure seu sistema para oferecer mais produtos para seu cliente assim que ele estiver comprando, ou quando finalizou a compra.

Ofereça é claro com alguns benefícios a mais, preço reduzido, tempo limite etc.

FERRAMENTAS ESSENCIAIS

Vou compartilhar com você agora minha lista de
ferramentas exclusiva.

Hospedagem De Sites:

> [Hostgator – Hospedagem barata e simples de usar](#)

Registro De Domínios:

> [Super Domínios – Registro de domínio com preço baixo](#)

Sistema Para Site:

> [Wordpress – CMS gerenciador de sites, totalmente configurável](#)

Temas Premiums Para Sites Wordpress:

> [Epico](#)

> [Wolf](#)

> [Optimizepress](#)

> [Divi](#)

Plugins Premiums Para Wordpress

> [Code Canyon – O maior acervo de plugin que você possa imaginar](#)

Plugins Gerais Para Wordpress

> [Warfare – Compartilhamento social](#)

> [Cloudflare – Estabilidade para sites](#)

- > [Akismet – Bloqueador de spam](#)
- > [Redirection – Redireciona paginas para outros endereços](#)
- > [Pretty Link – Cria links encurtados](#)
- > [Contact Form 7 – Sistema de contato](#)
- > [Yoast SEO – Otimização de SEO](#)
- > [W3 total Cache – Aumenta a performance e velocidade do site](#)
- > [Fixed Widget – Deixa widgets fixos na sidebar](#)
- > [Ad Inserter – Insere códigos automaticamente em vários locais do site](#)

Sistema Para Criar Páginas De Vendas, Captura, Landing Pages Etc.

- > [Optimizepress – O melhor sistema para criação de páginas](#)
- > [Divi – Uma verdadeira revolução de usabilidade e aparência](#)
- > [LeadLovers – Sistema completo de marketing, inclui criação de páginas, similar ao Optimizepress, porem o leadlovers é um sistema de email marketing integrado](#)

Plugins Para Captura De Emails

- > [ThriveLeads – Todas as opções possíveis de criação de formulários de captura de emails](#)

Sistema Para Email Marketing:

- > [LeadLovers – Sistema complete de email marketing em portugues](#)

Sistema Para Melhorar O SEO Do Seu Site:

- > [GuestPost – Troca de guest posts](#)
- > [Keywordtool – Pesquisa de palavra chave](#)
- > [Ahrefs – Analise de SEO do seu site e concorrentes](#)
- > [MOZ – Analise e ideias de SEO](#)
- > [SEM Rush – Analise e ideias de SEO](#)
- > [Planejador de palavra chave – Pesquisa de palavra chave](#)
- > [Google Trends – Pesquisa por tendências](#)
- > [Wordzee – Pesquisa de palavra chave](#)
- > [Keywords Everywhere – Extensão do Google Chrome para pesquisa de palavra chave](#)

Sistema Para Usar O WhatsApp:

- > [Integrazap – Gerencia e automatiza o Wordpress](#)

Sistema De Chat Online

- > [Jivo Chat – Adiciona um chat para falar ao vivo com as pessoas no seu site](#)

Sistema De Chatbot

- > [Manychat – Cria rodos para interagir no Messenger do Facebook](#)

Imagens E Gráficos Diversos:

- > [Freepik – Milhões de gráficos para usar](#)
- > [GraphicRiver – Milhões de gráficos para usar](#)

Criar Imagens Para Blogs

- > [Tinypng – Diminui peso de imagens](#)
- > [Freepik – milhões de gráficos para usar](#)
- > [Photodune – Stock profissional de fotos](#)

Criar Imagens Para Mídias Sociais

- > [Canva – Ferramenta excelente para criação de todo tipo de imagens com centenas de modelos prontos e tamanhos](#)

Criar Ebooks:

- > [Google Drive – Cria documentos na nuvem, sem risco de perder por não salvar](#)
- > [Trakto – Ferramenta com centenas de modelos prontos](#)

Editor De Vídeos:

- > [Adobe Premiere – Editor de vídeo profissional](#)
- > [Camtasia – Gravador de tela e editor de vídeos](#)

Gravador De Tela:

- > [Camtasia – gravador de tela e editor de videos](#)

Criação De Documentos:

- > [Google Drive – Cria todo tipo de documentos na nuvem, sem risco de perda por não salvar](#)

Mapas Mentais:

- > [Mindmeister – Cria mapas mentais na nuvem, pode usar em qualquer dispositivo](#)

Stoks De Vídeos:

- > [Videohive – Milhares de videos para usar em suas edições](#)
- > [Video Blocks – Milhares de vídeos para usar em suas edições](#)

Stock Music:

- > [Epidemic Sound – Milhares de musicas para usar em suas edições](#)
- > [Music Bed – Milhares de musicas para usar em suas edições](#)
- > [Audio jungle – Milhares de musicas para usar em suas edições](#)

Ferramentas Para Designs:

- > [Noun Project – Milhares de ícones](#)

> [Typekit – Milhares de fontes](#)

> [Lingo – Organização de comunicação visual](#)

> [Canva – Cria imagens diversas com milhares de modelos prontos](#)

Automatizar Crescimento Do Instagram:

> [Gerenciagram – Crescimento automático de Instagram](#)

Automatizar Postagens No Instagram:

> [PostGrain – Automatizar postagens no Instagram \(e muito mais\)](#)

Plataforma Para Produtos Digitais

> [Hotmart](#)

> [Monetizze](#)

> [Eduzz](#)

Analise Dos Nossos Sites

> [Google Analytics – Mostra todos os dados em relação aos visitantes do seu site](#)

Ver Métricas De Mídias Sociais

> [Social Blade – Mostra gráficos de crescimento de suas redes sociais](#)

Gerenciamento E Pesquisa Em Mídias Sociais

> [Hootsuite – Automatização e pesquisa em mídias sociais](#)

> [Buffer – Automatização de mídias sociais](#)

Análise De Concorrentes

> [Similarweb – Mostra dados de qualquer site](#)

> [Alexa – Mostra dados de qualquer site](#)

Usabilidade Do Site

> [Crazy egg – Mostra como é a navegação e interação dos usuários no seu site](#)

> [Hotjar – Mostra como é a navegação e interação dos usuários no seu site](#)

Hospedar Vídeos Para Treinamentos

> [Vimeo](#)

Gerenciar Projetos E Equipe

> [Trello – Usa o sistema de colunas como o Scrum](#)

> [Slack – Comunicação focada para equipes](#)

Emissão De Notas Fiscais Eletrônicas Para Produtores A Afiliados

> [Enotas – Emite notas fiscais automaticamente](#)

Notificações:

> [Subscriber – Notificação de navegador](#)

> [Hello Bar – Barra de notificação no seu site](#)

Suporte Online

> [ZenDesk – Sistema de tickets](#)

Webinarios

> [Eplaces – Cria e gerencia eventos e webinarios online](#)

Apps

> Evernote

> Lightshot

Cartão de Crédito

> [Nubank – Cartão de crédito internacional](#)

> [Super Digital – Cartões Pré pagos](#)

Marketing Digital e Criação de Negócios

> [Formula Negocio Online](#)

> [A Essência da Formula](#)

> [Expert Dominante](#)

CONCLUSÃO

Eu costumo sempre orientar os meus alunos que o maior problema que temos hoje não é a falta de conhecimento. Muito pelo contrário, conhecimento não falta. Vivemos na era do conhecimento.

Por exemplo, no meu treinamento Fórmula Negócio ofereço mais de 250 videoaulas, sempre atualizando, e mais matérias de suporte e apoio.

Então, qual o motivo que leva uma pessoa não ser bem-sucedida? O que separa o grupo de quem tem sucesso dos que não tem sucesso?

De forma bem simples o que define o sucesso é aquilo que fazemos com a informação que temos em mão.

Você tem nas suas mãos centenas de estratégias para ter sucesso online. O que você vai fazer com elas? Vai ler o e-book e continuar da forma que está?

Acredito de verdade que se você montar um planejamento baseado naquilo que estou ensinando aqui, suas chances de sucesso vão aumentar consideravelmente.

Agora, é com você! O que você vai fazer com essa informação?

E claro, se quiser minha ajuda estou aqui, basta clicar abaixo:

“Seja o protagonista da sua história”.

De coração, desejo sucesso,
> Alex Vargas,
> NucleoExpert.com
> FormulaNegócioOnline.com