

SEJAM BEM-VINDOS!



Avisos iniciais:

- 1. A aula terá duração de 1:30h a 2h;**
- 2. Olhar o seu e-mail (Spam ou lixeira)**
(Busque por [ALUNO CE])
- 3. A gravação ficará disponível no portal com as minhas anotações;**

- 4. Como vai funcionar a aula/dinâmica;**
- 5. Entra na comunidade exclusiva dos alunos;**

<https://www.facebook.com/groups/comunidadeextrema>

- 6. Sobre suporte e portal de alunos;**
Suporte técnico (campanha, landing page, anúncios, mkt): Portal de alunos e comunidade.

Suporte operacional (senha, pagamento, acesso, imersão...)

contato@conversaoextrema.com

Portal de aluno:

<https://conversaoextrema.club.hotmart.com/>

7. Participe da Imersão Presencial;

=====

TEMA: Como iniciar suas campanhas corretamente em 2022?

PARTE 1: Por onde começar e como iniciar do jeito certo?

PARTE 2: 5 estratégias para você vender mais em 2022.

PARTE 3: Prática - Criação de campanha na Rede de Pesquisa

=====

PARTE 1: Por onde começar e como iniciar do jeito certo?

Primeiro de tudo é você entender em qual das classificações está o seu produto ou serviço:

1. Necessidade;

- Dentista;
- Advogado;
- Farmácia;
- Supermercado;
- Academia;
- Mecânica;
- Limpeza de caixa d'água;
- Imóveis;
- Suplemento;
- Limpeza de sofá;

2. Desejo;

- Delivery;
- Alimentos;
- Roupas;
- Imóveis;
- Suplemento;

Por onde começar?

GOOGLE (Necessidade)

* Planejador de palavras-chave;

Se há buscas, comece pelo Google.

Rede de Pesquisa:

A principal segmentação são as palavras-chave (é o coração da sua campanha);

Ampla: contabilidade em São Paulo = muito tráfego, pouco qualificado;

Frase: “contabilidade sp” = menos tráfego, porém mais qualificado;

Exata: [contabilidade sp] = pouco tráfego, porém ultra qualificado;

Negócio local: *Frase ou ampla;*

Florianópolis. (22 mil buscas por limpeza de sofá)

Localização mais ampla: *exata ou frase;*

Você vai iniciar suas campanhas para quem já deseja comprar de você. INTENÇÃO DE COMPRA.

FACEBOOK/INSTAGRAM (Desejo)

Conversão. (Realizar vendas ou capturar lead) - Pega os dados da pessoa (nome, e-mail etc).

Qual investimento recomendado para iniciar?

- Pelo menos de 10 a 20 reias por dia (investimento baixo) ++ (não gaste tudo de uma vez); 500,00

500 em 7 dias (Não tem resultado - desiste)

500 em 30 dias (Os resultados começam a aparecer, pois você vai ter mais tempo de campanha)

Quando você tem mais tempo de campanha +++, dados, +++, palavras-chave que funcionam pra vc, ++ métricas, ++ ideias, ++ melhorias de comunico, ++ para

quem EU NÃO DEVO APARECER (público negativo);

- Se você tem baixo investimento, comece pela rede de pesquisa.

100 MIL PESSOAS (SEGMENTAÇÃO - TAMANHO)

CURSO DE TRÁFEGO PAGO - 2 MIL SABEM O QUE SIGNIFICA;

98mil???

COMO AUMENTAR O MEU FATURAMENTO (50 MIL)

COMO CONSEGUIR MAIS CLIENTES (100 MIL)

Regras para orçamento baixo:

1. Anúncio com oferta/promessa irresistível (seja o melhor);

2. Palavras-chave bem focadas;
 3. Público negativo;
 4. LP de alta conversão;
 5. Venda uma única coisa;
 6. Faça o trackeamento (tag e pixel);
 7. Tenha metas bem definidas.
-

PARTE 2: 5 estratégias para você vender mais em 2022.

#1 - Benchmarking

Analise o mercado e a concorrência e procure superá-los. Seja o melhor.

CONTABILIDADE EM SÃO PAULO | 50% EM REDUÇÃO DOS SEUS IMPOSTOS
Contabilidade em São Paulo especializada em redução de impostos.

Temos a solução perfeita para você se livrar da papelada e ainda reduzir custos.

#2 - Público comprador e comunicação

- Fale a linguagem do cliente e não a sua.

TRÁFEGO E CONVERSÃO (TÉCNICA)

Domine as maiores ferramentas de vendas da internet.

Público comprador e público-alvo (diferentes)

Público-alvo: São pessoas que tem características do seu público comprador;
Público comprador: De fato, compram.

O meu público-alvo são pessoas 25 a 55 anos e que tem algum tipo de produto ou serviço para vender na internet.

Homem

Mulher

**Idade
Local**

CUSTO POR LEAD: 3,50.

ROAS (RETORNO SOBRE O INVESTIMENTO EM PUBLICIDADE ERA BAIXO)

+70% do meu investimento estava indo em público feminino.

O meu público comprador são 80% homem, 20% mulher. A grande maioria tem de 28 a 40 anos e possuem ou querem possuir uma independência e também alavancar suas vendas.

Homem 80%
São Paulo, Rio...
Idade: 28-40

CUSTO POR LEAD: 6,50
MENOS LEADS

ROAS (RETORNO SOBRE O INVESTIMENTO EM PUBLICIDADE FOI MAIOR)

#3 - Tenha suas metas bem definidas

Quantas pessoas você precisa falar para gerar uma venda?

Quanto você pode pagar por lead?

Quanto que você pode pagar por venda?

#4 - Tenha um processo de vendas

Qual é o próximo passo do seu usuário?

- Ficar no topo do Google;
- LP de alta conversão;
- Chama no what's/cadastra no form;
- Vendedor faz contato;
- Faz a venda;
- e depois????

#5 - Faça o básico bem feito;

- Anúncios;
 - Segmentação;
 - LP;
 - Oferta;
-

PARTE 3: Prática - Criação de campanha na Rede de Pesquisa

CPC Manual: CUSTO POR CLIQUE MANUAL

Contabilidade em São Paulo
Contabilidade no bairro xx
Contratar contabilidade
Contabilidade mais próxima

ESTRATÉGIA DE LANCE AUTOMÁTICA:

**GOOGLE FICA RESPONSÁVEL PELA
ENTREGA DA LISTA**

**NO INÍCIO, QUANTO MAIS ESPECÍFICO
VOCÊ FOR, MELHOR.**

=====

