

Beleza, galera. Então, nessa aula de hoje, nós vamos sair do empate. Vamos sair do prejuízo. Hoje é o dia de... Não, não vou falar o que eu ia falar. Mas assim, hoje é o dia. Hoje é o dia de você melhorar os seus resultados, tá bom? Então, o que a gente vai fazer? Eu vou tentar fazer dessa aula uma aula mais prática. Então, já que nós temos aqui... Até tem uma boa quantidade de pessoas, mas eu vou tentar olhar as campanhas de alguns de vocês, talvez todos, não sei, vamos ver. E aí, nesse meio tempo, vocês vão entendendo já o conteúdo. Porque é nesse tempo, nessa análise de campanhas, que vocês vão saber exatamente o que fazer daqui para frente. Quais serão os próximos passos, as próximas etapas. Antes de mais nada, eu preciso falar algo a vocês. Aqui na área de membros, nessa área de membros premium que nós temos, eu consigo saber quem são as pessoas que mais estão assistindo ou as pessoas que estão assistindo. E eu vejo vários de vocês que estão lá no grupo perguntando que não estão assistindo. Tem casos, por exemplo, que é o caso da Simone, que ela está assistindo muito. Se não me engano, a Simone é a pessoa que mais assistiu até agora, se não me engano. E aí ela pergunta, porque surgem dúvidas. E aí está tudo certo, está tudo ok. Mas assim, assistam, galera. Assistam os vídeos. A maioria das respostas estão lá. E aí na primeira aula já está tudo dividido por conteúdos. Então, vai indo ali pelos conteúdos certinho. Se você não quiser assistir a live toda, aperta ali no menuzinho de conteúdo e pega só a parte que você quer. As duas últimas aulas, elas estão cortadas. Então, aulas de otimização é uma de 13 minutos, outra de 26 minutos, dá para assistir de uma vez. Só a segunda aula que ainda não está com o menuzinho. Então, dá para assistir, galera. Lembrem, o nome do nosso grupo lá é Selfmade. Então, tem que construir. Selfmade são pessoas que constroem o próprio futuro. Então, ao invés de ficar... A cada dúvida que te surge, você já vai lá perguntar no grupo, o que não tem problema nenhum, porque a gente vai responder. Eu estou achando muito legal essa interação que nós estamos tendo. As respostas são muito rápidas, um ajudando o outro e tudo. Mas você precisa ir atrás da resposta, fuçando. Essa é uma das primeiras coisas que eu preciso te falar. Quando você estiver lá dentro do Facebook... Deixa eu até compartilhar minha tela aqui. Agora que minha internet vai começar a pesar mesmo. Porque eu vou agora compartilhar minha internet. Então, vamos lá. Vou pegar aqui uma conta de anúncios para vocês. E aí, eu quero que vocês notem uma coisa. Aqui é uma conta de anúncios no Facebook. E aí tem várias coisas aqui que você não sabe. Por exemplo, o que é esse lapiszinho aqui? Cara, eu não sei o que é esse lapiszinho. Então, o que eu faria? Eu clicaria nele para descobrir. Uau, e agora aparece. Ah, é para trocar o nome. Aí eu posso salvar como rascunho e publicar. Se eu salvar como rascunho, acontece o quê? Se eu publicar, acontece o quê? Clica, fuça. Essa é uma mentalidade self-made, sabe? De ir para cima. Eu não sei o que é isso. O que é isso aqui? Vai lá e dá uma fuçada. É isso que vai te diferenciar. É isso que vai te colocar à frente. Fuça. Ah, mas eu tenho medo de mexer alguma coisa aqui e estragar. Não vai. A única coisa de ruim que pode acontecer aqui é você publicar um anúncio muito ruim. Ou com um orçamento muito alto. E você tomar um bloqueio. Fora isso, o restante é tranquilo. Então, o que é isso? Clica aqui e vê. Ah, isso aqui é detalhamento por tempo. Nenhum dia. O que é esse dia? Ah, parece que se eu colocar dia, aparece a data aqui. Ah, e se eu colocar os últimos sete dias, ele vai aparecer o desempenho dessa campanha nos últimos sete dias. E se eu colocar a máxima aqui, o que acontece? Ah, ele vai mostrar o desempenho da campanha de sempre, todos os dias. E vai mostrar todas as métricas aqui. Ah, exatamente isso que acontece. Legal. Tá bom. E deixa eu continuar aqui. E essa semana aqui, por tempo? Lá era o dia. E essa semana? Ah, a semana ele vai me mostrar os dados da semana. E por aí vai. Então, galera, não percam essa mentalidade. Ou se você não tem, construa essa mentalidade de vir aqui, fuçar e clicar. Fuça e clica. Por exemplo, essa funçõzinha aqui, extremamente importante. Vou olhar aqui hoje. Essas campanhas aqui, hoje, em tempo real, eu quero ver se elas se saíram melhor ou no Facebook ou no Instagram. Aí eu penso, caramba, será que isso é possível? Será que eu consigo saber quanto gastou no Facebook e quanto gastou no Instagram? Será que é possível saber quanto gastou no Feed e quanto gastou no Story? Ah, deixa eu ver. Vou dar uma fuçada. Seria idade? Não, acho que não. Gênero? Não, acho que não. Idade e gênero? Não, não. Pontos comerciais? Cara, não. E aí você vai olhando uma por uma e vem aqui em plataforma. E aí você vai ver que ele vai mostrar pra você. No Facebook, o resultado dessa campanha foi 8,45. No Instagram, foi 25,45. Óbvio que o Facebook tem a meta, o gerenciador de

anúncios, ele não tem entregado todos os resultados. Mas pelo menos no custo por clique, eu consigo ver que o Facebook está gastando bem menos do que o Instagram. Então, galera, fuça. Se você não sabe de alguma coisa, vem aqui e dá uma fuçada. Essa é a melhor forma de se aprender. Beleza? Não tem problema nenhum, repito, não tem nenhum problema você ir lá, fazer sua pergunta, tirar suas dúvidas. Isso é maravilhoso. Inclusive, quando você ajuda, quando você responde, você está promovendo abundância para você mesmo. Porque você está ajudando o outro e, de certa forma, isso vai contribuir para você depois. Deus te ajuda de alguma forma, quando você ajuda os outros. Então isso é muito importante. Mas não esqueça, galera, de fuçar, de clicar, de fazer a sua parte, de ser um self-made. Entendeu? Tenta, tenta, tenta. E aí, se não der, vai lá, pergunta no suporte, pergunta no Facebook, que é bem aqui. Pode ir lá, é rapidinho, às vezes. Então você vem aqui em ajuda, e aí aparece aqui, falar com a equipe de suporte. E você clica aqui, seleciona qual é o seu problema, e não em todas as contas, mas em várias, na grande maioria, vai aparecer um chat em tempo real. Para você falar com eles. Beleza? E aí, óbvio, tem também a galera do grupo, que tem gente bem avançada. Então não tem nenhum problema em você perguntar. Beleza? Contanto que, número um, assista às aulas. Por favor, assista às aulas, que a maioria das respostas estão lá. E número dois, se você não souber, mesmo assistindo às aulas, que é o caso da Simone aqui, que é a pessoa que, até onde eu sei, foi a pessoa que mais assistiu às aulas, mas ainda assim surgem dúvidas, e aí não tem problema nenhum. Pergunte no grupo. Fechou? Nota de rodapé muito importante, essa que eu acabei de te falar. Selfmade constrói a sua realidade. Fechou, galera? Dito isso, vamos agora para as próximas etapas. E eu vou pedir para vocês, para já deixar as colunas de vocês configuradas. Então, lembre-se, vai lá em personalizar colunas, deixa elas configuradinhas. Se você ainda não fez isso, você vai vir aqui em colunas, personalizar colunas. Eu quero que você coloque valor gasto, vou até apagar tudo aqui. Vou apagar o máximo possível, só para, se você ainda não fez, faça agora. Você vai colocar aqui valor gasto. Vamos teclado, vamos teclado. Teclado morreu. Valor gasto. Você vai colocar custo por resultado. Vai colocar CPM, e daqui a pouco eu já te falo a ordem. Vai colocar CPC. Vai colocar CTR. Taxas de cliques no link. Vai colocar finalizações de compras iniciadas. Desmarca essas três aqui. Deixa eu ver se tem mais aqui. Vamos lá, CTR. CPC. Vai colocar visualizações de páginas de destino. Beleza. Vai colocar cliques no link. Vamos lá, valor gasto, cliques no link. Custo por resultado, só vai deixar lá em cima, abaixo do valor gasto. Valor gasto, custo por resultado, cliques no link. Visualizações da página de destino. Finalizações de compras iniciadas. CPC, CTR, CPM. Beleza, pode ser isso aqui para a gente analisar. Fora isso, eu preciso também que vocês deixem aberto o telescópio. O telescópio da Edu. Vou mostrar aqui para vocês como abrir. Só um minuto. Daí vocês já podem ir abrindo aí, beleza, galera? Porque eu vou analisar as campanhas de vocês aqui. Meu 4G está indo. Vou pegar aqui. Vou pegar aqui. O que é o telescópio? Você vai vir aqui na sua Edu. Vai clicar nesses 9 pontinhos aqui. E vai clicar em telescópio. E vai deixar aberto, tá bom? Beleza. Bora lá, quem quer começar? Eu vou começar com o Lucas, que tem campanhas grandes e teve uma pequena queda. Eu não, é pelo amor de Deus. O pessoal não aguentava mais as minhas campanhas. E aí vamos ver as cagadas que eu fiz aí. Você vai me humilhar na frente dos meus colegas? Bora lá então, Lucão. Se é para o bem do povo, e para o avanço da nação, diga ao povo que fico. Beleza. Deixa eu liberar aqui. Então bora, bora nessa. Você vai deixar também o seu Orbita aberto, só que eu não vou abrir aqui na frente da galera. Quando eu precisar, eu vou te perguntar, a gente para o compartilhamento, você vai lá e fala. Beleza? Fechou, então vai no gerenciador de anúncios primeiro. Ok. Solicitar controle remoto. Que aí eu pego o seu controle agora. Vamos lá, Lucão. Então, bora nessa. O Lucas gastou R\$3.717,71. A gente já consegue ver aqui no valor gasto. Calma aí. Caramba, não estou conseguindo não. Ah, foi. Beleza. Então, Lucas, faz o seguinte. Eu imagino que a sua primeira campanha foi essa aqui, teste de criativo Make 8 do 12 ABO, certo? Certo. Abre ela para a gente, por favor. Beleza. Aí, consegui pegar o controle. Beleza. O Lucas colocou aqui já este mês, aqui no período. E aí eu coloquei aqui detalhamento por dia. Eu quero pegar esses conjuntos dele aqui e analisar. Eu tenho uma questão para você, Lucas. A outra foi a sua primeira campanha. A outra foi a sua primeira campanha. Você pode lavar, mas não pode lavar. Não vamos cansar. Deixa eu ver como é que faz isso. Tem um áudio aí. Cadê? Era aqui mesmo. Ah, era o seu? É a minha esposa falando ali as louças para lavar. É,

Lucas. Lava, lava, lava. Bora lá. Então, vamos lá. É... Nossa, velho, está ruim demais aqui. Fica bem. Tá, deixa eu só desativar seu áudio aqui. Aí, qualquer coisa a gente abre de novo. Então, beleza. Então, a sua primeira campanha, ela começou no dia 8 do 12. Cara, eu não estou conseguindo rolar, velho, a página. Ah. Agora vai. 8 do 12. Então, a gente vê aqui que o Lucas tem três conjuntos de anúncios, certo? Esse primeiro conjunto ali, no dia 8 do 12, vamos ver o que aconteceu com ele. Dia 8 do 12, ele gastou R\$4, teve um CTR de 2,17%. Aqui no gerenciador de anúncios não marcou nenhuma venda. E ele teve um custo por clique no link de R\$0,83. Lucas, faz uma gentileza para mim, cara. Compartilha, pega essa aba ali do órbita e coloca uma nova janela e aí você vai compartilhar aqui para a gente só essa janela do gerenciador de anúncios. E aí eu vou te fazendo algumas perguntas e você vai olhando por aí. Você entendeu ou não? Você entendeu ou não? Estamos vendo o seu trelo agora. Lucas? Eu estou aqui ainda? Pronto. Eu estava falando aqui com o microfone, estava mutado. O que você está vendo? Estou vendo o trelo. Eu preciso que você coloque o órbita na nova aba, na nova janela e compartilhe para a gente. E agora? Aí, ótimo. Deixa eu ver o que a Simone falou. Tudo bem, tudo bem, Simone. Está tranquilo, só assistir, a gente está bem no início. Fechou. Então beleza. Então, Lucas, nesse dia 8 de 12 você rodou essa campanha com três conjuntos. Imagino que os três já estavam. Me dá o controle remoto de novo. O que você está vendo aí? Estou vendo o seu gerenciador agora. Agora eu mudei a minha tela para o Edu's. Beleza. Eu acho que o bug é porque se você mexer o mouse lá e eu mexer aqui, é que buga, né? Será? Vamos ver. O ruim é que eu não estou conseguindo controlar a sua tela. Acho que é por isso que eu não estou na mesma tela que você. Então vai. Tenta controlar a tela aí agora. Agora vai. Foi. Foi, mas foi fraco. Vai, mexe para mim, por favor, Lucas. Está bem zoadado aqui de mexer. Então tá. Então dia 8 do 12. Dia 8 do 12, o que é que você rodou no dia 8 do 12? Coloca lá, por favor, gerenciador de anúncios. E aí você rodou essa aí. Esse conjunto você rodou, gastou 4 contos. CTR de 2,17%. Vai um pouco para o lado. CPC de 0,83%. Connect Rate 60%. Vamos lá, galera. Vocês lembram o que é Connect Rate? Sim ou não? Manda no chat, por favor. Lembra o que é Connect Rate? Se você lembra, digita 1. Vou deixar a cola aqui na tela. Se você lembra, digita 1 o que é Connect Rate. Se você não lembra, digita 2. Connect Rate 2. Renata 2, Ellicson 2. Bora, galera. Manda mais. Tem mais gente na live. Manda aí. Se você lembra, digita 1 o que é Connect Rate. Se você não lembra, digita 2. Beleza. 4 pessoas já digitaram 2. Beleza, vou explicar o que é Connect Rate. Connect Rate não aparece no de vocês porque é uma métrica personalizada. É uma métrica que nós criamos depois. Mas calma. Criamos, é um pouco mais avançado. É para a galera de novo entender. Não sei se você lembra mesmo, mas relaxa. Mas eu acho que eu cheguei a ensinar para a galera de dezembro também. Bom, o que é Connect Rate? Connect Rate é, vamos imaginar aquele funil. O funil é, a primeira coisa que a pessoa vê é o seu anúncio. Na frente dela aparece o seu anúncio. Certo? Quando aparece o seu anúncio, ela pode clicar ou não. Se ela clicar no seu anúncio, ela vai cair numa página, na sua página de vendas. Esse caminho entre clicar no anúncio e cair na página é o Connect Rate. Ou seja, a quantidade de pessoas que saíram do link e caíram na página. Esse é o Connect Rate. Beleza? Esse Connect Rate, galera, presta bem atenção. Ele precisa... Desativa o áudio, por favor, alguém que está com o áudio ligado. Por isso que o webinar é muito melhor nesse sentido. Atrapalha muito a gravação isso. Me ajuda o áudio. Beleza, acho que na próxima eu volto para o webinar. Vamos lá, galera. Connect Rate. Saiu do anúncio, caiu na página. A quantidade de pessoas que saem do anúncio e caem na página é a quantidade de Connect Rate. Então vamos lá. De 10 pessoas que clicaram no anúncio, de 10 pessoas que clicaram no anúncio, 8 caíram na página. Quantos por cento nós tivemos de Connect Rate, galera? De 10 pessoas que clicaram no anúncio, 8 caíram na página. Quantos por cento tivemos de Connect Rate? Manda no chat, por favor. 80%. Sim, Eveliz, a gente analisa a sua em seguida. Eveliz, a gente analisa a sua em seguida. Eveliz, a gente analisa a sua em seguida. 80%. 80%. Sim, Eveliz, a gente analisa a sua em seguida. 80%. Ótimo, é isso. De 10 pessoas que clicaram no anúncio, 8 caíram na página. 80%. Qual que é a taxa aceitável de Connect Rate? Acima de 70%. Se está abaixo de 70%, nós temos 3 possíveis problemas, galera. O primeiro problema, um problema no servidor, na hospeda info, no caso, para quem contratou a hospeda info. Segundo possível problema, um problema de site. O seu site pode estar pesado demais, com muitas imagens. E o terceiro possível problema pode ser um

problema de público do Facebook daquele dia mesmo. O Facebook achou um público meio zoadão e aí o público meio que clica no anúncio mesmo e não cai na página. Como eu confio bastante na hospeda info, na maioria das vezes não é lá o problema. Ou é no seu site, ou é no público que o Facebook está entregando na maioria das vezes, não sempre. Pode ser que tenha acontecido também um problema naquele dia com a hospeda info. Tá bom? Então, assim, taxa de Connect Rate acima de 70%. 70% é estourando. Tem que ser assim, acima de 75%. Beleza? Então, se você vê o Connect Rate do Lucas aqui, no geral, dá uma olhadinha aqui. Calma aí, vou pedir a... Deixa eu controlar a sua tela de novo, Lucas, só para eu clicar nas coisas. Você arrasta e eu cliço. Beleza. Então, o Connect Rate do Lucas, geral, o geralzão Connect Rate do Lucas é esse aqui, ó. 83%. Nesse dia 8 de dezembro, foi 60%. Por quê? Muito possivelmente porque ele ainda estava encontrando um público que presta. Então, ele não está prestando. É o primeiro dia, então, o Facebook ele está meio procurando ainda a galera para ver quem é que de fato presta, entre aspas. Todo mundo presta, né? Não, nem todo mundo presta. Tem muita gente que não presta, mas sei lá, talvez a maioria das pessoas prestem ou não, mas para os anúncios aqui, no primeiro dia do Lucas foi ruim. Ele não encontrou um público legal. Então, 60% das pessoas somente clicaram. Depois, anotem que ele estabilizou. Então, nesse primeiro dia, a gente não analisa muitas coisas, galera. Então, vou repetir para vocês. O que é que a gente analisa no primeiro dia? É o Connect Rate? Não. É a persuasão da página? Que eu já expliquei em aula anterior. Opa, o que aconteceu? Eu caí? Não, não fui eu. Não foi eu, foi o Merchan aqui. Beleza. O que a gente analisa? É o CTR todos? Não, não foi o primeiro dia. Volta ali um pouco, Lucas, por favor. Volta um pouquinho. CTR de link. Opa, não está para trás. Ah, está. Então, CTR de link dele, desse conjunto especificamente aqui, que tinha um anúncio dentro, foi 2,17%. Dá uma abaixada agora, Lucas. Vamos ver os outros. Se rodou algum outro no dia 8. Esse Makeup Tutorials. Dia 8, rodou. E o CTR, 49%. De CTR, CPC 061, está lindo, mas não é o ponto ainda. A gente, no primeiro dia, a gente analisa o CTR. E o Connect Rate? 50%. Foi bom ou foi ruim, galera? O Connect Rate desse público aqui. Manda no chat, por favor. Quem acha que foi bom, digita 1. Quem acha que foi ruim, digita 2. Manda aí, por gentileza. É importante vocês participarem, tá? Digita 1, por favor. Bora, bora. 2, foi ruim. Foi ruim, exatamente. Só que eu tive aqui 5, 6 pessoas só que que digitaram 2, galera. Quando perguntar, vai lá, responde. Faz parte, tá? Beleza. Faz parte do aprendizado. Lembra, numa sala de aula, se você fica só sentadão ouvindo o professor falar, você não vai sacar direito. Então, participem, tá? Beleza. E você vai sendo um grande público. E você vai sendo um grande público. E você vai sendo um grande público. E a gente vai estar aqui, eu vou me enrolar com tudo e estourando. Geralmente, tem que ser acima de 75%. Beleza? Eu me enrolo com tudo, demora até pra achar chat. Tá tranquilo, Simone. Tá tranquilo. Beleza, galera. Bora nessa. Então, o que acontece aqui? E aí, aqui eu começo a explicar uma coisa muito importante para vocês, galera. Você analisa as suas métricas. E aí você vê o seguinte. Ah, o meu CTR de link foi legal. Foi tipo 2,99%. Legal demais. O meu connect rate foi 50%. Aí, sabe o que a maioria das pessoas fazem? Elas vêm aqui, ó. E pausam o anúncio. E pausam o conjunto de anúncios. Só que, na real, o problema não está no anúncio. O problema está depois do anúncio. E é isso que eu preciso que vocês entendam. Existem dois níveis aqui dentro do Facebook. Existe o nível de dentro do Facebook e existe o nível de fora do Facebook. Pergunta. Se nós estivéssemos analisando esse connect rate do Lucas aqui, aonde está o problema? Dentro do Facebook ou fora do Facebook? Responde pra mim. Se é dentro, digita 1. Se é fora, digita 2. Se o connect rate é dentro, digita 2. Se o connect rate é fora, digita 3. Se o connect rate dele está 50%, onde está o problema? É dentro do Facebook ou é fora? Se é dentro, digita 1. Se é fora, digita 2. Fora do Facebook. E aí, a maioria das pessoas vêm aqui e pausam o anúncio. Só que, na real, o problema não está no anúncio. O problema está fora do Facebook. E é isso que vocês estão esquecendo. Quase todos vocês, quase toda a maioria de vocês vão estar esquecendo e vocês estão esquecendo de olhar fora do Facebook. Hoje eu estava conversando com o Lucas. O dia dele foi ruim. Hoje acontece também com o Lucas, que está indo muito bem. E aí, galera, o Lucas estava olhando muito para dentro do Facebook. E aí, quando nós fomos olhar lá dentro do telescópio, nós vimos que o problema maior dele não estava dentro do Facebook. Até estava. Ele vai melhorar. E isso aconteceu com o meu tempo e aconteceu com vocês também. Porém, lá fora do Facebook o problema estava muito maior.

Então, a gente precisa saber onde está o erro. Porque se a gente não sabe onde está o erro, a gente vai simplesmente apertando, imagina, uma goteira. Tem lá uma goteira na sua casa. Lá no telhado da sua casa. Aí você vê um furo. E aí você vê aquele furo, mas não é o início. Porque o início, se eu ajeitar o início, talvez aquele furo ali seja tampado. Qual que é a lógica disso? Qual que é a lógica disso? Vocês estão entendendo? A gente precisa descobrir aonde está o furo. É essa a mentalidade que vocês precisam ver aqui para dentro do Facebook. Cara, o meu furo, o problema está onde? O meu CTR. Vai lá. Tem duas respostas aceitáveis aqui. CTR. Tem duas respostas aceitáveis no primeiro dia. 1,5%. 1,5%. Pelo menos 1%, já me falou. Acima de 1%. Ok, acima de 1% é aceitável, mas a gente está buscando mesmo acima de 1%. Ótimas respostas. Exato. Primeiro dia, CTR bateu 1%, o problema não está aqui. Se você não fez venda, o problema não está aqui. O problema está fora. Porém, no primeiro dia a gente ainda não analisa fora. No primeiro dia a gente analisa só dentro. A gente só analisa o CTR. Fechou? Beleza. A partir do segundo dia, galera, começa a acontecer um fenômeno. E eu vou mostrar esse fenômeno aqui para vocês. Vamos lá. Deixa eu ver se eu pego aqui essa tela do Lucas. Bora, bora. Ó, vamos lá. Olha o que aconteceu aqui. Aqui, nessa métrica aqui, CPM, o que é CPM? CPM é como o Facebook te cobra. Ele te cobra tantos reais para mostrar o seu anúncio mil vezes. Então, no primeiro dia, o Facebook cobrou R\$18 para mostrar o anúncio do Lucas mil vezes. E aí, nesse primeiro dia, o Lucas teve 2,99% de CTR. Deixa eu ver se é 2,99%. É menos. É isso mesmo. 2,99% de CTR. Esse CTR aqui, o Facebook faz uma conta lá que eu não sei reproduzir, mas não é tão difícil não. Até tenho anotado. Ele faz uma conta do CPM, o quanto ele está cobrando para mostrar o seu anúncio mil vezes relacionado à quantidade de reais que ele tem. Relacionado à quantidade de pessoas percentuais que clica no anúncio, que é o seu CTR. Então, ele faz a relação do CPM com o C. E aí, o Lucas, por acaso, ele teve sorte aqui. Ai, meu Deus, tem alguém me ligando. Se eu colocar meu celular no modo avião, aí acaba a live. O que eu faço? Bora lá. Eu continuo aqui com vocês, Lucas? Me responde, por favor. Continuo aqui, Lucas? Calma, eu estou aqui. Eu dei uma travada quando a pessoa te ligou pela primeira vez, mas acho que já parou. Beleza. Joga lá, então, o gerenciador de anúncios, por favor. Pior que é minha mãe, ela vai me ligar mil vezes. Então, vamos lá. Estava explicando sobre a relação entre o CPM e o CTR. O CPM é o quanto o Facebook te cobra para mostrar o seu anúncio mil vezes. No caso do Lucas, a gente acabou de ver, cobrou R\$ 18,99. E 2,99% dessas mil pessoas que viram, 2,99% clicaram no anúncio e foram para... e teoricamente tentaram fazer o mesmo. E aí, a relação entre essas duas métricas, entre o CPM e o CTR, é o que vai gerar o CPC. Porém, galera, atenção, e aí tem alguém com áudio ligado, desativa, por gentileza. Atenção, no primeiro dia, o seu CPM é muito instável. O seu CPM, tem casos aqui, o caso do Ian, por exemplo, acaba tendo acima de R\$ 50,00 o CPM do Lucas aqui, está R\$ 18,00 já no primeiro dia. Então, de certa forma, o Lucas foi premiado, e sim, acaba tendo essa parte da sorte aqui também. O Lucas acabou sendo premiado, entre aspas, porque não necessariamente ele foi premiado. Daqui a pouco eu explico para vocês como manipular essa métrica do CPM aqui. Mas o fato é que o Lucas teve um CPM de R\$ 18,00 e um CTR de 3%, praticamente. Então, gerou um custo por clique para ele de R\$ 0,60. Mas se o Lucas tivesse esse mesmo anúncio, tivesse um CPM de R\$ 80,00, ele teria um clique bem alto. Então, é por isso que nesse primeiro dia a gente não analisa nada além do CTR. Por quê, galera? Primeiro dia, eu só quero saber qual anúncio que apresentou, que chamou a atenção. Essa é a melhor forma de resumir. No primeiro dia, eu quero saber qual anúncio chamou mais a atenção. Eles todos têm que chamar a atenção minimamente de 1% das pessoas, um e-mail de preferência. Mas tem alguns, como no caso do Lucas aqui, que disparou para 3%, gastando só R\$ 6,00. Isso significa que esse anúncio tendencialmente é um bom anúncio. É a melhor forma de testar? Não, a melhor forma seria você deixar rodando 7 dias, 3 a 7 dias. Aí você teria, com muita certeza, desse número. Porém, a gente usa a calculadora da margem de erro, uma teoria que eu já expliquei em aulas anteriores para vocês. E com essa métrica de R\$ 6,00, a gente tem uma assertividade média. E aí por isso nós pegamos esse criativo campeão do primeiro dia, ou seja, o que teve o CTR mais alto e jogamos na campanha de públicos. Isso aqui eu já expliquei para vocês, beleza? Mas estou só recapitulando. Agora as suas campanhas dos últimos 3 dias. Vamos analisar essas campanhas dos últimos 3 dias. Olha aqui tudo. 11 fez mal, R\$ 20 mil e eu acertava. R\$ 12,12. Mais R\$ 770, R\$ 1.782. Olha, ainda bem que a Jaque

fez a conta certa, senão ia parecer a Dilma fazendo conta. E ao vivo ainda. Ao vivo não tem erro. 17, 17, 17. Aqui, esse aqui são os últimos 3. Beleza. Aí você coloca ali na data os últimos 3 dias mesmo. Ah, tá. Entendi. Isso aqui é o princípio da coisa. E aí coloca as suas campanhas para eu ver a quantidade de campanhas que tem que rodaram. Que rodaram mesmo. Posso tirar os detalhamentos por dia? Pode. Pode por enquanto. Daqui a pouco a gente coloca. E aí, mano, você vai pegar só as que gastaram mesmo, vai selecionar ali naquele cantinho. Só as campanhas que realmente gastaram. Seleciona ali no cantinho na caixinha. Todas gastaram. Todas estavam gastando. Ah, beleza. Você gastou nesse dia 700 conto. Nos últimos 3 dias. Ah, é real. Nos últimos 3 dias. Fechou. Coloca ali agora o detalhamento por dia, por gentileza. Beleza. Então vamos lá. Vamos analisar primeiro no dia 27. Tira aí, tira aí. Não sai, bicho. Larga. Beleza, vamos analisar a primeira do dia 27. Vamos ver o que gastou ali no dia 27. Então tem essa aqui. Entra nela. Você tem que ter 18, 20. Teste de criativo. Essa teste de criativo que ele fez em algum momento até hoje estava até o dia 27 ainda estava rodando. Notem o que aconteceu com essa campanha aqui. Coloca agora, Lucas, por favor o período. Não, calma. Desce só mais um pouquinho. Beleza, então vamos lá. Nesse dia ela teve um CTR de 2,08%. Deixa eu ver se eu consigo. CTR de 2,08%. CPC de 1,54%. E aí agora vamos falar sobre o CPC. O CPC, galera, para você ter lucro dentro da estratégia aqui, se o bug não estiver lá fora do Facebook, o CPC precisa necessariamente estar abaixo de 1,50. R\$2 é assim estourando, mas 1,50 você vai ter que pagar. Você tende a ter lucro. Passou disso, tende a ser ruim. Então, beleza. 1,54 de CPC. Pode ir passando. Connect Rate. Olha o Connect Rate como aumentou. Olha como o Facebook vai entendendo melhor o público com o decorrer dos dias e ele vai entregando um público melhor, mais qualificado. Ele teve 95% de Connect Rate. Pode passar. Vamos falar agora sobre persuasão da página. O que é persuasão da página? Então, assim, Connect Rate, a galera clicou no anúncio, caiu na página. Esse caminho se chama Connect Rate. Da galera que caiu na página, eles podem ir somente para o checkout ou sair da página. Essa galera que veio da página e chegou no checkout, a gente chama de persuasão da página. Então, isso é 25%, mas 25% você tende a ficar ainda empatado, eu diria. 25% você tende a ficar empatado e você vai ter que focar muito na recuperação, que é algo que nós vamos falar se a minha internet permitir, mas possivelmente vai. Beleza. Agora, a persuasão da página, galera, é o número de pessoas que caiu na página relacionado ao número de pessoas que caíram no checkout. Isso a gente precisa ter acima de 25%, mas assim, tem que ser acima de 25% mesmo focando em conseguir 30%. Se a gente consegue 30% de persuasão da página, que já tende a ter lucro, ainda não muito grande, mas tende a ter lucro. Ideal é buscar 40%. 35% ali já está maravilhoso. 25% é o mínimo aceitável de persuasão da página. 30% você já começa a encontrar lucro. O Lucas aqui, nesse dia, ele teve 19%. Antes de você não entender de onde está surgindo esses percentuais, depois eu explico para você como criar isso aqui, você mesmo pode fazer mesmo sem os percentuais. Como? Então vamos lá, arrasta para o lado aqui, como você faz isso? Então vamos pensar aqui, por exemplo, no Connect Rate. Connect Rate é o quê? Visualizações da página dividido por cliques no link. Então faz a conta, faz aí Lucas, abre a calculadora no seu computador, por favor. 21, não tem calculadora? É meu computador de pobre. Tá, então a conta seria 21 dividido por 22. Você pode até colocar no Google direto, 21 dividido por 22 21 dividido por 22. 21 dividido por 22. Ou seja, ele teve 95% de Connect Rate, que é exatamente o que estava lá no Facebook. Vamos para a próxima, para o gerenciador. Outra conta aqui que a gente faz, se você não tiver aquelas métricas personalizadas ainda, você vai pegar finalizações de compras dividido por visualização de cliques e por visualizações da página de destino. Ou seja, o número de pessoas que iniciaram o checkout dividido pelo número de pessoas que visualizaram a página de destino. Faz a conta, por favor, Lucas. Calculadora, 4 dividido por 21. 4, 4 dividido por 21. 19%. Porém, aqui tem uma nota de rodapé muito importante. Vá lá no seu telescópio no dia 27 de dezembro. Na maioria das vezes o Facebook não marca direitinho. Então, aqui no dia 27 de dezembro, se o Lucas filtrar os checkouts dele, possivelmente vai dar mais do que 4. Põe lá, só 27. Aqui, ó. É porque a Liz está vendo só de uma campanha, só de um conjunto de anúncios. Ah, real, real, real. Coloca todos, Liz, só para a gente ver rapidinho. Só um conjunto de anúncios. Vamos ver se vai pegar igual. Você vê todas as campanhas? Isso, desse dia 27 somente. Só do dia 27. Então, olha só. Ele me fala que teve 63 finalizações de compra. Vamos ver quantas

tiveram. Coloca lá no telescópio. No dia 27, tivemos 73 finalizações de compra, ou seja, 11 a mais que o Facebook está marcando. Então, na real, coloca lá, por favor, Lucas, de novo. Então, na real, galera, o que aconteceu aqui? Nesse dia 27, analisando o geralzão de todas as campanhas do Lucas, não estamos olhando ainda campanha por campanha. Então, analisando o geralzão, eu vi que foram 197 cliques no link. Desses, 162 caíram na página. Desses, 63 foram para o checkout. Beleza. Vamos fazer a conta. Calculador, Lucas. 162, que foi o número de pessoas que caíram na página, dividido por 192. Então, o connect rate do Lucas, galera, foi de 84%. Pergunta. Foi bom ou não esse connect rate? Se foi bom, digita 1. Se foi ruim, digita 2. Foi bom, exato. Ótimo, muito bem vocês participando. Top demais. Beleza, sinal que vocês estão entendendo. Show de bola. Vamos agora para a próxima etapa. Vamos lá, Lucas. Volta para o gerenciador. Beleza. Nós temos ali mais um número. Dos 162 que visualizaram a página de destino, 63 finalizaram as compras. Certo ou não? Me manda aqui no chat. Certo ou não? Foram 63 que finalizaram as compras nesse dia ou não? Sim ou não? Manda no chat. Se sim, digita 1. Se não, digita 2. Uma pessoa colocou 1 ali. A maioria colocando 2. Não, não foram 63. 63 é o que o Facebook marcou, mas ele não marca todos. E aí como que a gente vai analisar então? Vai lá no telescópio. Esse é o lado bom da Edu. A Edu tem vários lados ruins. Mas esse é o lado bom. Ele mostra a quantidade de pessoas que caíram no checkout. Não foram 62. Foram 73. Então, Lucas, coloca na calculadora. Coloca na calculadora. 73. 73 dividido por 162. E tivemos 45% de persuasão da página. 45% das pessoas que chegaram na página foram para o checkout. Pergunta. Isso está bom ou não? Manda no chat. Se está bom, digita 1. Se está ruim, digita 2. Pergunta. Isso está bom ou não? Manda no chat. Se está bom, digita 1. Se está ruim, digita 2. Pergunta. Bom, bom, bom. Ruim. Está bom. Está bom. Por quê? Porque qual é o aceitável da persuasão da página? 25%. Eu quase que diria para vocês que é 30%. 25% é para você ficar empatado e buscar muito ali na recuperação. Porém, você precisa buscar acima de 30% na persuasão da página nesse produto de R\$10. Se um dia vocês resolverem colocar um produto mais caro, é aqui que muda o jogo. Tem gente falando para mim que queria testar um produto mais caro. Posso? Pode. Você pode fazer o que você quiser. O dinheiro é seu, a estratégia é sua. Você pode fazer como você quiser. Porém, o ponto que você precisa analisar é aqui, na persuasão da página. Então, se você tem um produto de R\$10, ele tem que virar do produto para o checkout pelo menos, cara, pelo menos 25% em um mês, empatadão, mas ele tem que virar pelo menos 30% para ficar legal. O caso do Lucas aqui, ele teve um clique barato nesse dia. Quer dizer, eu nem vi o clique. Volta lá, Lucas. Vamos ver o quanto você pagou no clique. Então, vamos lá. Ele pagou R\$1,70 no clique. Está bom? Está. Não está péssimo. Ele está um pouquinho ruim, mas está ok. Entre R\$1,50 e R\$2,00 ali está ok. Beleza. O Lucas também teve uma persuasão da página, um connect rate de 82%. Beleza. Está ok aqui também. Persuasão da página de 45%, não foi só 38%. Nós vimos baseado ali no telescópio. Nós vimos baseado ali no telescópio. Beleza. Então, até aqui está tudo certo com o Lucas. Eu ainda nem sei os resultados dele, mas eu tendo a imaginar que ele se saiu bem nesse dia, a menos que, a menos que, o checkout dele tenha convertido pouco. Então, galera, eu ainda não sei quanto o Lucas fez nesse dia. Eu só digo uma coisa para vocês. O problema do Lucas não está no gerenciador de anúncios dele, galera. Essa é a virada de chave que eu preciso que vocês coloquem na cabeça de vocês hoje. O problema que nem quase, o problema nem sempre está no gerenciador de anúncios. O problema do Lucas não está no gerenciador de anúncios. Ele teve um clique barato. Também não está na página de vendas, porque muita gente foi para a página, mais de 75% foi para a página. Da galera que caiu na página, nós também tivemos mais de 45% indo para o checkout. E agora vamos descobrir quanto, deixa eu ver quanto você gastou nesse dia, Lucas. Volta um pouquinho. O Lucas gastou nesse dia R\$335. Vamos ver quanto que o Lucas vendeu nesse dia. Vai lá no telescópio mesmo, telescópio. Ele vendeu R\$354. Só que na real isso aqui é um faturamento bruto. Na real, nesse dia aqui ele deve ter feito de líquido uns R\$320, mais ou menos. Então, de certa forma, ele saiu no prejuízo. Só que onde que está o ponto? Tem dois pontos aqui importantes. Primeiro deles, o Lucas não tem primeiro ponto importante, ele não tem nenhum problema na frente. Ele não tem nenhum problema no Facebook, ele não tem nenhum problema na página. Só que ele tem um problema aqui. O problema do Lucas é que o checkout dele, desce um pouquinho, Lucas, por favor. O checkout dele converteu muito menos do que deveria. Esse é o

primeiro problema. Inclusive tem uma pessoa online aí agora, Lucas. Vai rolar uma vendinha aí agora. Tomara. Tomara. O que que rola? O Lucas, aqui no checkout, galera, o mínimo aceitável para esse produto de R\$10 é de 40%. No mínimo, 40% no mínimo. O Lucas, ele precisa converter aqui no checkout e todos vocês também. Vocês precisam converter no checkout. Comprou! Comprou! Ele precisa converter aqui no checkout pelo menos 40% porque a galera já veio, já veio do anúncio sabendo o preço, já veio da página sabendo o preço. Se ele não converteu aqui, o problema está aqui. Ah, e outro detalhe, antes de eu entrar fundo nessa parte, se o problema do Lucas estivesse na página de vendas, ou seja, a persuasão da página está abaixo dos 30%, 30% é assim, começa a dar lucro com 30%, com 30%. 25% você vai ficar empatado, 25% de persuasão da página. Mas o ideal mesmo é acima de 35% daquela página de vendas. Se não está virando, galera, onde está o problema? Na página. E aí eu preciso falar uma coisa para vocês, isso é uma coisa muito séria, vou até tirar aqui o compartilhamento rapidinho, daqui a pouco a gente já volta aqui no Lucas. Ó, presta atenção. Apesar de vocês terem recebido esse template da página de vendas, eu preciso falar uma coisa para vocês, esse template não é eterno, não é eterno. Ainda mais, tem muito mais gente rodando. O produto vai saturar? Não. Sempre vai ter gente procurando produto de maquiagem. Basta você olhar para o lado e perguntar para uma amiga. Você gostaria de aprender a fazer maquiagem? Sei lá, a cada cinco, acho que uma pelo menos, diria que sim. É um público com alta demanda, tem alta demanda, tem interesse, está barato, sempre vai ter. O produto não vai saturar. O que é que vai saturar? A oferta vai saturar. A oferta é basicamente, vocês utilizarem os mesmos anúncios que todos os outros estão usando, vocês têm que ter criatividade, têm que mudar. Vou passar uma ferramenta para vocês hoje de espionagem de anúncios russa, paga, é 300 conto por mês essa ferramenta. Eu vou passar aqui para vocês, hoje, e aí vocês vão aprender a espionar anúncios e criar anúncios novos. Precisa de anúncios novos. Outra pegada, não é só mudar a cor. Muitos de vocês estão mudando a cor, mudando as letras, beleza. Mas assim, eu estava vendo hoje, por alto, eu vi um anúncio da Eve. Não vi o anúncio dela, eu só vi as métricas que ela mandou no Facebook. Mas estava escrito assim, anúncio vídeo, só que eu não passei nenhum template em vídeo. Então ela já deu uma inovada, ela colocou alguma coisa nova ali. E as métricas de CTR dela, aparentemente, estavam bem legais. Então assim, tem que mudar o anúncio e tem que mudar a página. E aí deixa eu mostrar para vocês uma parada. Deixa eu mostrar aqui. Calma aí. Ó, vamos lá, deixa eu mostrar aqui. Cadê o... Mickey. Então vamos lá. O que é que você muda, então, dentro de uma página de vendas? Então assim, primeira coisa, eu já até disponibilizei para vocês, e aí saindo da aula vocês vão ver isso aí. Eu já disponibilizei para vocês vários templates de páginas de vendas. Muito, muito, muito bonitas. Muitas delas eu utilizei, validadíssimas. Calma aí, deixa eu só tirar o áudio. Deixa eu ver se ela está aqui já. Aqui, aqui ó. Páginas com layout exclusivos testadas e validadas. Deixa eu ver se já está no ar. Está no ar. Então eu disponibilizei para vocês, tem várias páginas de vendas aqui. Nichos variados. Já estão aqui, ó. Vários nichos, inclusive de maquiadora. Páginas de vendas, mais 50 páginas de vendas diferentes. Páginas lindas. Olha essa. Eu precisava criar uma página de vendas em minutos para um lançamento que eu estava fazendo. E essa página aqui, ó, eu simplesmente peguei um desses templates aí que eu não vou falar para vocês, mas é uma qualidade do Fuso e clica. E aí, ó, está com problema no vídeo aqui, acho que é por causa da internet, mas olhem a página. Eu peguei essa página aqui em dez minutos, eu só coloquei a foto da especialista aqui, ó, coloquei os depoimentos e boa. E rodei praticamente a página do jeito que ela estava, mudei só o texto, obviamente, mas a página ficou linda. Deixa eu atualizar aqui só para o vídeo mostrar agora. A página ficou linda. E isso aqui eu peguei de uma dessas, beleza? Então eu vou deixar aqui para vocês. São mais de 50 páginas de vendas aqui, mais de 14 páginas de vendas aqui e vocês vão ter que testar, vão ter que ser inteligentes o suficiente para fazer o quê? Pegar etapas daqui, ó, que vocês vejam aqui, colocar ela na sua nova página. Você pode usar essa aqui também, mudar as cores, se for o caso. Você pode alterar a ordem das coisas aqui, alterar a ordem das coisas aqui. O ponto é que a maioria das pessoas estão clicando no anúncio e estão achando que é o mesmo vendedor, que é a mesma empresa, justamente porque está tudo igual. Deu certo? Deu certo? Muita gente fez grana aí. Eu repito, teve gente que fez 6 mil reais aí, 5 mil, 3 mil, teve gente que fez grana já nesses poucos dias. Tem 20 e poucos dias aí que a galera começou basicamente a fazer a

campanha. Galera de novembro. Galera de dezembro começou a uma semana. Tem gente que já fez milhão aí. Então, assim, fez grana, fez grana. Pode continuar testando? Pode continuar testando. Como que você vai saber se saturou ou não? Analisando as métricas. Que métricas? Connected rate, número de pessoas que clicaram no anúncio e caíram na página e persuasão da página, número de pessoas que chegaram até o checkout. Galera chegou ao checkout, o problema não está aqui então. Não lembro mais, mas acho que esqueci daquele dia ali. Quanto foi, Lucas, de persuasão da página? Do dia 27? Persuasão da página foi 27. Alô, eu estou aqui ainda? Teste de som. Tá me ouvindo aí, Igor? Tô aqui, galera. Tá me ouvindo, Igor? Eu tinha per... Pode falar. Perguntado qual que era o... Exato. Quanto foi? Não lembro, mas era 29%, alguma coisa assim. Beleza, então temos um pequeno probleminha na página, ela poderia converter mais, mas ainda está aceitável. Porém, ou seja, vamos lá, 25% ela precisa no mínimo converter isso aí. Tá menos que isso, a página está péssima. Ou o público que está indo para a página está péssima. Significa que o... Calma aí, galera, estou meio desfocado aqui. Deixa eu só dar uma pausa aqui, rapidinho. Fechou, galera. Então assim, a página precisa persuadir pelo menos 25%, assim, bem ruim. Para estar ruim, tem que converter 25%. A do Lucas está convertendo 29%. Está ruim ou está bom? Mas nesse dia ela não foi tão boa. Então o que o Lucas poderia fazer? E é isso que eu queria mostrar para vocês. O que o Lucas poderia fazer? Ele poderia otimizar a página de vendas dele. O que é que ele poderia otimizar? Número um, ele pode trocar o template. Entreguei para vocês aí mais de 60 templates, 14 aqui, 50 aqui. São 64 templates diferentes de páginas muito bonitas. Até mostrei um aqui para vocês, que é legal, bem boa. E aí basicamente o que tem dentro de uma página de alta conversão? Inicialmente tem uma promessa. Tem que ter uma promessa. E no caso de vocês, galera, especificamente, tem que ter o preço aqui logo de cara, porque a pessoa vem pelo preço. Então vou te ensinar todos os segredos da maquiagem perfeita do básico ao avançado. Sai mosquito. Por apenas R\$10, necessariamente já no topo da sua página tem que ter. Em seguida tem que ter um botão. Esse botão, até foi uma pergunta de hoje que alguém fez, esse botão não pode ir direto para o checkout. Querem ver? Vamos analisar aqui algumas páginas. Vou colocar aqui no Edge Library do Facebook. E aí eu vou vir aqui e vou pesquisar. Isso aqui é uma biblioteca de anúncios do Facebook. É uma das formas de você espionar anúncios. Vamos aqui pegar alguém grande. Vou pegar o Endel Carvalho. O Endel... Não, o Endel Carvalho é mais lançamento. Perpétuo, perpétuosão, assim. Vou colocar alguma coisa de maquiagem aqui mesmo. Ó, maquiagem. Não, bicho, não coloca esse não. Por que vai aparecer o seu aqui? Ah, porque você quer roubar esse anúncio depois e não quer que a galera passe igual. Tá, vamos pegar esse aqui. Ó, tô vendo o Datainali. Não vou falar qual que é, né? Ó, pegar esse anúncio aqui. Tá, tá aqui. Tá, vou pegar esse anúncio aqui. Curso profissional maquiagem com certificado. Vamos ver, vamos clicar nesse botão aqui. O dele tá R\$12,99. Vamos ver pra onde vai. Pra onde foi? Foi direto pro checkout. Possivelmente ele tá tendo prejuízo nesse produto aqui. Ou empatado. Por quê? Porque ele só tem o de R\$10,00, o mais barato. Você até consegue vender. Mas não vira. A menos que ele tenha order bumps. Ele tem, tem vários order bumps aqui. Então talvez ele seja virando no order bump. Possivelmente, inclusive. Já que o anúncio dele parece estar sendo veiculado há algum tempo. Mas assim, ó, no caso de vocês, tem o order bump, mas além do order bump, vocês ainda tem uma coisa a mais, que é esse botão aqui, ele tem que mandar para a parte do preço, a parte da oferta. No caso aqui da Make, se eu quero começar agora, manda pra oferta. Como fazer isso? Falei hoje no grupo, mas vou falar aqui pra quem não viu. Vou editar a página, só pra vocês verem. Isso aqui é importantíssimo, ter nas outras páginas que vocês vão criar. Então bora. Inclusive apagar. Não, não vou apagar. Mas o que você vai fazer? Você vai vir aqui, vai clicar nesse bloco, tá vendo aqui esses seis pontinhos? Você clica sobre ele, clica aqui nesses nove pontinhos aqui, aí você digita âncora. Calma aí. Âncora. Aí ó, âncora do menu. Ele vai aparecer, ele vai estar em branco, você vai colocar o nome nele. Eu geralmente coloco oferta. Oferta. E aí ele vai ficar aqui. Aí em seguida o que você vai fazer? Vou até excluir ele daqui, senão vai ficar doidão. Em seguida o que você vai fazer? Em todos os botões, ao invés de você colocar um link no botão, você vai colocar o quê? Você vai vir aqui no lápis, e vai digitar aqui ó, jogo da velha oferta, hashtag oferta. Oferta por quê? Porque foi o nome que você colocou lá embaixo. Se você colocasse o nome aqui, cadê? Se você colocasse aqui ó, oferta 19, oferta 19, o que é que você teria

que colocar aqui em cima? No botão. Você teria que colocar oferta 19. Oferta. Beleza? E aí daria certo. Então você tem que colocar hashtag e o nome que você colocou aqui. Vou até tirar aqui para não bugar o meu rolê. Calma aí. Oferta. Beleza? Isso aí é importante. Então, coisas importantes. Número um, você precisa ter boas promessas. Eu também vou adicionar aqui, nesse mesmo drive aqui, eu vou adicionar um banco de headlines. Então é isso aqui. Vou te ensinar todos os segredos da maquiagem perfeita do básico ao avançado. Geralmente essa mais básica, a headline mais básica já vira bem. Mas você pode inovar, você pode testar. À medida que a sua página vai convertendo mal ou que você não vai alcançando, você pode testar. Então, aprenda a maquiagem do básico ao avançado por apenas R\$10. Você pode tirar esse, vou te ensinar todos os segredos. Você pode colocar, o básico ao avançado por apenas R\$10. Enfim, eu vou te dar um banco de headlines também para você se inspirar, digamos assim. Porém, você também pode fazer isso. Você pode vir aqui e ver, nesses anúncios que você está espionando, você pode ver quais são as headlines que ele está usando. Aprenda a maquiagem de forma profissional para melhorar seu visual até mesmo conquistar uma boa renda. Olha que legal. Você pode testar. E aí, vou voltar aqui. Como que você, então, espiona anúncios? Então, vou voltar. Você vai digitar aqui no Google assim, Edlibrary, em português. Aí vai aparecer aqui a biblioteca do anúncio do Facebook. E aí você vem aqui em todos os anúncios e coloca o termo maquiagem. Não encontrou muita coisa? Você vai dar um Enter, né? Mas não encontrou muita coisa que você gostaria? Pesquisa outra. Pesquisa, por exemplo, um termo parecido, make. Vamos ver o que aparece de make. Começa a aparecer uns anúncios também. Inclusive de vocês. Olha aqui, anúncio de vocês. Daniela e Silva Make. Vamos espionar a Daniela e Silva Make e ver o que ela está fazendo? Vamos ver. Quem é essa, será? Quem é esse? Página. Vamos ver se está. Colocou o 27 acima do R\$10. Isso aqui vocês também precisam testar. Fez um dia com o 27 aqui e deu bom, beleza. Vai para o próximo dia. Não deu bom, volta. O trabalho fica automático, mas chega o momento que as coisas vão... Nem tudo é eterno. Esse é o ponto. Nem tudo é eterno. Então às vezes você está virando bem mas uma hora vai mudar, vai piorar o seu resultado até porque vai sofisticando o mercado mais gente vai anunciando e você precisa mudar. Ou você senta e chora e reclama ou você se adapta às regras do jogo e vira o jogo. Então nesse caso aqui, você colocou 27, beleza. Está dando bom? Continua. Na hora de mudar, assim como no teste criativo você precisa isolar variáveis. Como assim? Ah, então hoje eu já vou mudar a minha headline e vou mudar junto com a minha headline o bloco de preço. Não, muda um dia a headline e vê como ela saiu. Ah, ela aqui saiu bem. Beleza, então continua com ela. Não virou? Testa outra. Não virou? Testa outra. Não virou? Testa outra. Não aumentou a minha taxa de... até porque a taxa de persuasão da página não está péssima aqui nesse caso. Se estiver péssima, você muda o template todinho muda várias coisas, não sei o que. Você não tem nada a perder. Mas se você está convertendo 30% como é o caso da página do Lucas ali persuadindo, saindo da página e indo para o checkout nesse caso, então você vai mudando uma coisinha de cada vez. Beleza? A menos, é óbvio, se você estiver muito na merda você já pega logo um template novo mesmo e aí se atenta a esses detalhes. Headline, botão na primeira dobra então vamos lá, vou colocar aqui no mobile. Como que você vê no mobile? Vamos lá. O que é mobile? Mobile é celular. É assim que a pessoa vai visualizar o seu anúncio a maioria delas. Então você vai no Google Chrome, você clica com o botão direito e clica em inspecionar e é mais ou menos assim que vai aparecendo o celular da pessoa. E aí, qual que é a regra? Regra básica. Esse botão tem que estar na primeira dobra necessariamente. Então já te falei da headline já te falei que tem que ter o preço aqui já te falei também que o botão tem que estar na primeira dobra beleza? Esse botão também tem que mandar, tem que ancorar lá para baixo, lá para a página lá para a parte das ofertas. Beleza? Só um minutinho. Deixa eu só pausar aqui a gravação um segundo deixa eu ver o que a minha esposa falou. Então galera, esses aqui são basicamente os passos mais importantes de uma página. É a headline esse botãozinho aqui mandando lá para a ancoragem. Depois disso, tem algumas etapas que é para quem é esse curso você também pode adicionar uma nova etapa dizendo para quem não é esse curso e o que essa pessoa vai aprender. Isso aqui são passos essenciais. Fora isso, tem também os bônus então assim ó, vamos lá ó headline, o preço, o botão primeira coisa e isso em todas as páginas que vocês forem pegar daqui para frente, vocês têm que se ligar nisso aí. Para quem é o curso isso aqui é muito

importante vamos pegar aquela página ali essa paginazinha aqui ó aqui ele quis ir direto né aqui ele só aqui ele só colocou a headline um mockup template aqui o que vai receber depoimentos depoimento em vídeo o que a pessoa vai como que é o treinamento que tem lá no OQ também e os bônus e aí ele faz um resumo e joga o preço de novo perguntas frequentes e boa tá e ele colocou um negócio legal aqui ó somos associados Associação Brasileira de Educação à Distância que na real qualquer produto online bom não sei na real eu ia falar merda eu acho não sei verificado por reclame aqui isso aqui qualquer um pode usar ó esse aqui qualquer um pode usar esse aqui eu não tenho certeza mas pode ser um ponto aí e aí deixa eu falar uma outra coisa para vocês ó eu vou pegar agora esse site agora a gente está falando de coisas muito avançadas eu vou pegar essa URL desse maluco aqui vou copiá-la vou entrar num sitezinho chamado similarweb a gente está falando de otimização e ao mesmo tempo de espionagem então eu entro nesse site similarweb.com e aí eu venho aqui ó e colo coloco aqui clico em pesquisar e eu vejo que na real esse site desse cara nem está tão escalado assim porque se tivesse ele iria aparecer aqui até mostrar aqui para vocês ó ó esse segredosnanet.com alguma espionagem que eu estava fazendo aí já sei nem o que é esse site aqui bom enfim não importa o ponto é eu vim para espioná-lo e vi que ele tem mais de 61 mil visitas esse aqui é uma outra estratégia que a galera da mentoria vai pegar é mas isso aqui é um é um vídeo de vendas um VSL é diferente tá mas enfim não importa o importante aqui é você pode pegar esse site que está aqui na biblioteca de anúncios que vai aparecer aqui para você e jogá-lo dentro do similar web e aí você vai descobrir quantas visitas esse site teve quer ver ó como o que eu lembro aqui como ficar forte acho que é assim como ficar forte não é assim não ah é como ficar alto só para vocês verem caralho ah esqueci velho vamos pegar em tempo real aqui vamos ver o que está escalado vamos lá falando um pouco de espionagem agora você vai pegar os filtros aqui ó e vai tentar buscar é por datas anteriores aos últimos 15 dias aqui então assim ó de 7 de maio até 15 de dezembro então eu quero ver campanhas do termo make que estão rodando já tem mais de 15 dias porque continuam ativos ó então se está rodando possivelmente está dando rói mas aqui eu vou usar o termo maquiagem mesmo para melhor as pesquisas maquiagem beleza desse cara aqui na real é o mesmo lá já tem mais de 15 dias que está rodando esse mesmo anúncio pode ser que esteja escalado mas eu estou vendo já conhece nosso kit de revenda não vou ver um curso aqui no bot você encontra bases que aí já foi representada não sabe o que comprar para revender não, estou procurando por um curso de maquiagem se você quer iniciar essa aula de maquiagem não sabe o que comprar depois descobri que estava falhando cara e maquiagem não calma aí galera e é isso, é isso aqui ó esse processo mesmo você vai olhando não tem nada aí aqui já entramos em dezembro então vou pegar de outro vídeo para baixo porque aqui está pegando muita loja mesmo que vende a própria maquiagem né então o que eu posso fazer eu posso vir aqui ó e filtrar mais ainda curso maquiagem vou adicionar meus filtros colocar aqui galera eu vou deixar o curvature eu vou mostrar flares fake exage tenei uma pioria não, tem mais até lá classe qualquer keyword ou qualquer elemento tem dados bits em o que dá pode dar e eu vou como galera e aí a gente vai olhando a estratégia esse aqui tá bugado mandou pro facebook entre em contato com os nossos consultores tá, então vamos continuar olhando curso gratuitos instituto beleza esse aqui possivelmente ele tá mandando pra cadastro por isso que não tá abrindo tá aprendeu uma profissão qualificando para o mercado de trabalho inativo, inativo ativo, achei um aqui ó achei um que tá ativo desde setembro vamos ver esse produto que procura não está mais disponível e tá ativo tá ativo a pessoa tá perdendo grana tá gastando dinheiro com anúncio gastando dinheiro com anúncio esqueceu esqueceu, perdeu assim andando na bm vamos lá mas vamos lá de junho ativo, ativo quer aprender a se maquiar de forma profissional então vamos nesse make forever o meu maluco vamos lá, vamos lá no instagram vamos lá no instagram vamos lá no instagram de qualquer forma eu já descobri uma parada aqui o link de exibição que ele colocou foi maquiagenaweb.com possivelmente é um afiliado tentando vender então vou colocar esse site aqui pra gente ver a escala dele maquiagenaweb.com vamos ver quanto de tráfego esse site tem recebido por mês maquiagenaweb.com esse site recebe por volta de 37.500 visitas isso aqui é o mais importante se esse site tem tanta entrega vale a pena dar uma olhada inclusive eu acho que foi esse site que eu modelei pra pegar esse nosso template aí um site que tem bastante visitas que converte bem geralmente aqui tem 37.500 visitas dependendo

do preço vai ter em torno de de 10 a 15% de conversão se fosse uma página fria com VSL seria 1% de conversão aqui deve ter por volta de uns 10% isso aqui é a média mensal então esse site aqui ele deve estar convertendo mais ou menos 37.500 visitas ele deve estar convertendo mais ou menos vezes 10% isso aqui nem deveria ir pra calculadora 3.750 vendas por mês se ele tiver com ticket médio de R\$27 que é uma tendência da galera dá R\$101.000 ele está faturando por mês então esse site é um dos sites que vale a pena ser modelado qual é a próxima coisa que vocês podem fazer? então aqui eu estou falando de coisa muito avançada primeira delas vocês podem vir aqui e pesquisar se esse site está recebendo tráfego suficiente para você modelá-lo outra coisa você vê se os anúncios estão sendo veiculados há mais de 15 dias vale a pena você pegar anúncios mais antigos porque se ele está aqui ou a pessoa é doida e deixou rodando aí e se brincar está rodando centavos por dia sei lá como que essa pessoa está fazendo mas está dando bug deve ser uma pessoa muito escalada que não está nem aí esqueceu os anúncios ou esses anúncios estão performando bem não esse necessariamente porque esses aqui não estão virando nada mas se os anúncios estão antigos essa é uma das formas de você olhar outra forma de você olhar é você pegando o site a URL e jogando dentro desse site que você faz o cadastro gratuitamente inclusive acho que eu nem iniciei a sessão aqui para cadastrar nem estou com a sessão iniciada então essa também é uma das formas de você rastrear de você espionar e qual que é a outra forma eu não sei se essa eu ensino para vocês essa é muito avançada é... cara eu não sei se eu ensino velho vamos ver deixa eu ver qual que está o ânimo de vocês aí manda aí no chat manda aí no chat eu vou usar a técnica que tem mais conversão que eu conheço que quando você quer alguma coisa você usa essa técnica que é assim ó ei ei ei quem não ensinar é gay ó a gente tem 15 pessoas aqui se as 15 falar sim não se as 15 falar quero eu ensino se faltar uma eu não ensino beleza? então vai uma, duas, três, quatro cinco, seis opa Simone repetiu aaaah Simone repetiu sete a cara sete pessoas velho a não então deixa oito comigo aqui pai oito, nove tá bom vou ensinar o Igor tu tá contando errado tô mesmo? um, dois, três, quatro cinco, seis, sete oito, nove, dez a já passou acho que já passou com certeza alguém repetiu tá me enrolando que eu sei deve ter sempre tem aquele que não fala mas bora galera vocês tem que usar isso pro bem tem que usar isso pro bem cara vamos lá vou pegar então esse site maquiagenaweb.com como exemplo já que a gente tá mexendo nele então vou colocar aqui na minha url maquiagenaweb.com esse é o site beleza? eu cara eu não vou gravar isso quem não tá quem não está ao vivo perdeu isso aqui não faz parte mesmo é um bônus quem não tá ao vivo perdeu isso aqui é um segredo e eu vou parar de gravar até amanhã eu preciso que vocês pensem numa coisa analisem esse funil constantemente galera analisem esse funil constantemente então assim cpc ele essencialmente tem que tá abaixo de 1,50 essencialmente pode chegar até 1,70 2 reais assim é o limite de cpc tá bom? porém não parem prestem atenção nisso não parem uma campanha não parem um conjunto se ele tá com cpc alto mas teve venda se o cpc tá 3 conto e teve uma venda de 10 reais deixa deixa indo porque se ele gastar ali 10 reais e tudo ficar empate beleza tá tudo bem tá? então cpc tá acima de 1,50 tá acima de 2 reais mas teve venda você vai continuar como que você sabe se teve venda? com os parâmetros de url tá lá na página eu acho que vou fazer o seguinte eu vou deixar o Lucas vamos fazer o seguinte cara eu vou te deixar aqui como anfitrião e você dá uma ajuda pra galera de 15, 20 minutos aqui pra tirar dúvidas mais tem a Thayná também mais antiga básicas é tá bom? dúvidas mais das primeiras etapas eles vão ajudá-los beleza? fechou aí galera atenção cpc até 2 reais no máximo se passou disso cara você precisa ver assim gastei 3 reais não tive venda meu cpc tá acima de 2 reais não tem porque você continuar com aquele conjunto pausa ele não continua o que tá ruim mata essa é a regra de corte o que tá ruim mata não antem isso também que pode tá impedindo vocês de terem um ROI maior outra coisa se aqui na parte da frente essa parte do cpc tá legal então lá na página de venda você precisa ter uma persuasão acima de 30% 25 é se quiser ficar empatado mas tem que tá acima de 30% cuidado Lucas acima de 30% beleza quando chegar no checkout galera tem que tá beleza persuasão na página se ela não estiver acima de 30% o que você vai fazer expliquei pra vocês muda headline muda botão muda a cor do botão muda é inclusive essa página de vendas eu modelei ela daquele site lá que eu mostrei pra vocês galera então como eu modelei de lá e aquele site é muito escalado então talvez o site já esteja saturando e aí vai ser legal vocês mudarem o template buscarem

templates novos trocarem a a imagem trocarem a cor trocarem a cor do botão aquela cor de roxo você pode colocar um verde verde é uma cor que converte muito sabe troca headline enfim muda a página e note o quanto você tá tendo de persuasão da página tem que tá acima de 30% como que você descobre a persuasão da página 1 pelo gerenciador de anúncios mas não sempre porque lá na maioria das vezes não vai estar preciso e 2 fazendo aquela conta lá dentro do telescópio você vai descobrir quantas pessoas finalizaram o checkout e dentro do facebook quantas pessoas acessaram a sua página de destino aí você vai fazer essa conta o Walter deu uma sugestão aqui e aí o Lucas vai conseguir com certeza ajudar ele vai ensinar vocês a criar o connect rate a persuasão e o IC vezes o checkout ele vai ensinar vocês é beleza é isso chegou no checkout taxa de conversão tá abaixo de 40% abaixo de 40% aí você precisa deixar o seu checkout mais confiável possível e você precisa fazer recuperação e é isso o que eu vou ensinar amanhã como fazer recuperação de forma automática só que de forma automática você vai pagar um pouco por isso e aí eu tô buscando soluções mais baratas possíveis ou então faça a recuperação de forma manual mesmo mas tem que ser feita a recuperação também estão perdendo muito dinheiro nisso aí ah, outro detalhe importante ali nessa taxa de persuasão da página galera o número de pessoas que estão saindo do seu da sua página não é o número de pessoas que estão saindo da sua página e indo para o seu checkout você precisa ter acima de 30% certo porém uma outra coisa que vocês precisam analisar é das vendas que vocês estão fazendo quantos por cento estão vindo de combo porque também tem um percentual para isso e a galera que é mais visual eu sei que tem gente visual aqui faça uma planilha um mapa mental alguma coisa nesse sentido que aí eu vou mandar para um designer que eu tenho e vou pedir para ele deixar mais redondinho mas assim ó o que vocês vão fazer faça essa planilha de quanto tem que ser um CPC de quanto tem que ser a persuasão da página de quanto tem que ser o checkout e também a galera que sai da página e vai para o checkout 20% das compras tem que vir de combo ou seja teve 10 vendas duas delas tem que ser combo se não for combo o que você faz? o que você faz se não for combo? o que vocês acham que faz? se 20% não for combo o que vocês fazem? entre em contato com eles entre em contato com eles beleza essa é uma das coisas o que mais? o que mais galera? não sabe senta e chora ó vocês vão fazer o seguinte se 20% das pessoas que chegam se você fez 10 vendas e 20% ou enfim se você fez 100 vendas 200 vendas 50 vendas no dia você vai analisar sempre diariamente isso aí tudo aqui a gente vai analisar sempre diariamente tudo é sempre diariamente se você fez 50 vendas só para não falar 10 aqui se você fez 50 vendas 20% dessas vendas tem que ser combo ou seja 10 vendas tem que ser combo então vamos lá 50 vendas vou fazer a conta aqui vou compartilhar minha tela aqui para vocês verem legal hein ó vou fazer aqui minha calculadora vocês estão vendo né 50 vendas estão vendo né Lucas sim 50 vendas das 50 vendas 20% tem que ser combo ou seja 10 vendas tem que ser combo ou seja 10 são combo e 40 são normais 40 normais você teria 400 reais de faturamento e 10 combos você teria 270 reais de faturamento ou seja no total 670 reais de faturamento sabe o que isso significa? que você poderia gastar em anúncios para ter um ROE 2 aqui você poderia gastar até 335 reais em anúncios ou seja 50 vendas 50 vendas você fez para você fazer 50 vendas e com a página tendo deixa eu fazer uma conta mais simples ó bom enfim não vou fazer essa conta aqui para não complicar só quero que vocês lembrem do seguinte 20% da conversão das vendas tem que vir de combo se não vir de combo o que você vai fazer? algumas coisas primeiro você pode vir aqui calma aí deixa eu só pegar aqui a página já abri zilhões de páginas aqui cadê ela? essa você pode fazer e essa é uma das coisas que você pode fazer você pode trocar a ordem você pode vir aqui ó pegar aqui nesse lápis calma aí calma aí que eu esqueci agora como é que troca a ordem eu mostrei para vocês mas eu esqueci caramba calma aí calma aí calma aí galera eu esqueci agora como é que troca é nesse lápis aqui mesmo ó é só pegar esse quadradinho aqui e jogar para cá mesmo e aí vai o zoom não estava permitindo mas exatamente do jeito que estava sendo beleza? você pode trocar essa ordem é uma das coisas que você pode fazer qual é a próxima coisa que você pode fazer para ter esse 20% das vendas você pode aumentar o número de entregáveis aqui e aí isso vai da sua capacidade de criar produtos de ter produtos de ter ebooks de colocar mais coisas aqui para dentro você adiciona mais coisas aqui até ficar insano outra coisa que é legal você fazer é você colocar assim ó curso completo make perfeito do zero avançado acesso vitalício aí você coloca aqui ó aí

you coloca aqui ó bônus 1 pele negra bônus 2 bônus 3 bônus 4 bônus 5 bônus 6 bônus 7 bônus 8 aí você vai numerando e aí vai ficando na cabeça da pessoa uma coisa meio caramba isso tudo sabe é e uma outra coisa que você pode fazer trocar esse preço de 27 para 19 e depois de 27 de 19 para 17 mas você precisa ter necessariamente pelo menos 20% de conversão se não você vai sair no prejuízo se não você vai sair empatado é isso isso aqui é muito importante galera tem que estar atento a essas métricas pelo menos 20% aqui tem que converter tem que virar o combo beleza essa é uma das coisas qual que é essas são várias coisas na real que eu te falei e a outra a outra é a pessoa que comprou o custo de 10 reais e não comprou de 27 você vai até ela e oferece ou sabe aquele de 27 você recebeu o acesso certinho dos 10 reais recebi beleza então agora aquele de 27 se você pegar ele aqui agora comigo você recebe ele junto com os outros lá na página de unhas ou de sobancelhas não sei o que por 10 reais todos eles por 10 reais mas e aí como que eu faço cria um produto desse lá dentro da OiDus de 10 reais lá entrega coloca lá tudo certinho você cria um novo produto e aí entrega tudo isso por somente 10 reais cara a taxa de conversão é de mais ou menos uns 40% da galera que compra de 10 reais que vai comprar tudo depois por mais 10 ele só precisa ter recebido certinho o custo se ele recebeu possivelmente ele vai comprar também ele vai querer beleza então isso aí são coisas muito importantes pelo menos 20% de conversão do combo pelo menos 20% e aí o que vocês fazem então adiciona mais bônus coloca numerado bônus 1 bônus 2 bônus 3 preço de 27 para 19 de 19 para 17 até alcançar esses 20% aí fechou são coisas muito importantes é feito isso chegou lá no checkout galera quando chega no checkout o que você faz você precisa ter uma taxa de conversão de pelo menos 40% e se não tiver essa taxa de conversão de 40% aí você vai olhar uma coisa você vai olhar isso aqui eu sempre acho que eu estou acabando a real eu preciso dar os créditos dar ideia para o João cadê o João? tá aí ainda? a ideia de adicionar o preço de mudar o preço ali foi do João eu não sou Zé Ruela de não dar os créditos quando você aprender alguma coisa com alguém dá os créditos foi o João que me falou essa parada de alterar o preço ali eu ainda não testei com a mostragem muito grande para ver se dá bom ou não mas foi o João que me deu a ideia beleza? mas deu bom, no geral deu bom o que vocês vão fazer então se vocês não tiverem mais 40% de conversão de checkout o que vocês vão fazer vou mostrar aqui ah já consigo mostrar ó descritório beleza, vocês vão ver aqui tem duas formas de vocês saberem a galera que não comprou forma número 1 é aqui em leads ó eu vi gente esquecendo disso aqui leads esses leads aqui galera tem vários tipos aqui você vai colocar tipo abandono de carrinho coloca a data de hoje tem dos últimos 7 dias tem dos últimos 15, tem de hoje coloca de hoje e aí essa galera aqui é tudo galera que abandonou o carrinho o que você vai fazer então você vai entrar em contato com essa galera e vai ver o porquê que essa pessoa abandonou o carrinho e vai tentar recuperar a venda entendeu? como? que gera o pitch e não paga né isso vou mostrar uma coisa esse é um ponto esse aqui o que é abandonar o carrinho deixa eu só pegar esse produto aqui meio que perfeito copiar aqui ó san.eduz.com barra colocar esse produto aqui o que é abandonar o carrinho aqui dentro da eduz colocar aqui no mobile e aí aqui colocou o nome, cpf, email, celular e apertou em continuar mas quando chegou na parte do de preencher os dados do cartão ele não quis deixa eu ver se 000 vai não vai 0001 será que vai? não vai vou colocar um cpf aqui vou colocar um cnpj ó pan beleza a pessoa clicou ali e chegou aqui e falou ah não vou comprar mais não então no meu caso eu tive 17 pessoas chegaram a esse nível, viram o preço no anúncio viram o preço na página de vendas chegou aqui e não sei por que que essa pessoa fez isso ah até sei, acho que ele imaginou que tinha boleto talvez grande parte e aí ela chega aqui e não vê boleto e aí ela fala ah não vou querer e aí você chama ela e fala você não comprou porque não tinha boleto você pode fazer um pix direto que aí você já recebe agora e aí na maioria das vezes ele não gera não quer pôr os dados do cartão porque não se sentiu confiante o pix também não se sentiu confiante então quando você chama ela no whatsapp você tem uma tendência a vender mais, beleza? galera, essa aula ela tá ficando bem completa apesar do tempo que eu tô aqui aparentemente correndo ela tá ficando bem completinha pra vocês já usarem amanhã outra coisa antes da próxima fase que eu vou dar amanhã também que é a parte de recuperação de forma automática que é o que eu vou fazer e deixar pra amanhã é... outra coisa que você pode fazer se você estiver empatado o que você vai fazer, ó aqui embaixo de tudo você pode até colocar em cima do pergunto frequentes você vai vir aqui, ó nesses três

pontinhos vai digitar aqui botão vai pegar esse botão e vai colocar ele bem aqui, ó olha, ele apareceu bem branquinho aqui você centraliza ele muda a cor em estilo você vem aqui em cor de fundo coloca um verde beleza aí agora já apareceu ali o clique aqui você vai falar assim é... ainda tem dúvidas? fale comigo no whatsapp vai ter muita gente no seu whatsapp? talvez, bem mais porém aqui você começa a ver a galera que não comprou, chegou na página e não comprou ela vai te falar o porquê e aí você vai conseguindo descobrir por exemplo, certificado, eu comecei a adicionar certificado quando eu vi muita gente pedindo certificado então fui adicionando e aí beleza, o que mais? você vai ter que pôr um link aqui como que você vai pôr esse link? vai vir no google e vai digitar o mais fácil possível, link pro whatsapp aí vai ter vários aqui, ó gerador de links do whatsapp converte agência digital você pode usar deixa eu ver o que eu sempre uso aqui vamos ver esse aqui esse segundo aqui zap convert, é esse aqui pode ser você vem aqui, coloca o seu número 320 e-mail não precisa e aí você mesmo digita a seguinte mensagem olá pode digitar exatamente assim eu quero adquirir o make alguma coisa né depende do seu produto make perfeita por exemplo mas ainda tem algumas dúvidas dúvidas beleza clica aqui em gerar link grátis ele vai gerar um link você vai copiar esse link e vai fazer o que? vai copiar esse link e vai colocar lá dentro do botão, aonde? link ctrl v e pronto agora todo mundo que caiu aqui e está em dúvida, ele já passou por toda a página não comprou ainda quis falar mais ficou com alguma dúvida, ele vai vir, vai te chamar aqui isso aqui vai fazer vocês converterem muito mais vai dar um pouco mais de trabalho? vai vai tirar um pouco daquela coisa da venda automática? vai um pouco não todos e aí o pessoal que chegou aqui e não comprou ela vai te chamar no whatsapp porque ela está em dúvida como que é? você pode me mandar uma aula? você manda uma aula tem boleto? não, não tem boleto mas tem um pix aqui, você faz agora e já recebe agora enfim como que você vai falar com a pessoa no whatsapp? manda áudio, manda foto manda emoji seja o mais pessoal possível beleza a galera vai chegar muito quente ela já foi convertida pela página de vendas você só vai mandar ela vai clicar aqui e aí ela vai entrar em contato com você muito, muito, muito, muito, muito muito aquecida muito, muito aquecida então aqui vocês tendem a sair do empate só com esse botão aqui agora não quero fazer isso aí duas notícias pra te dar número um cara mas mais sentido você ter isso aqui do que você ficar trabalhando oito horas por dia num lugar que talvez você não gostaria tá mas e eu que tenho e eu que trabalho e não quero sair do trabalho agora tem uma forma de semi-automatizar isso e aí eu vou mostrar amanhã só que é pago aí você precisa pagar o preço tá bom? então tem duas opções ou você responde ou você semi-automatiza perde um pouquinho da conversão mas como a galera vai muito aquecida você tende a ter um resultado legal também beleza? então se clicar nesse botão aqui olha o que que aconteceria calma aí deixa eu só publicar não vou publicar isso aqui é vou publicar então pelo bem da nação publiquei vou visualizar vou clicar naquele botão e vou mostrar pra vocês pra onde vai ó cliquei no botão e aqui já inserei uma conversa no whatsapp fechou? então isso aqui é uma das coisas que vocês podem fazer também qual outra coisa que vocês podem fazer? vocês vão ver aqui no SAM isso aqui foi uma das coisas que eu já mostrei pra vocês né mas bora mais uma vez estamos falando de otimização então assim tem muita coisa ainda pra você fazer que possivelmente você ainda não fez e por isso você tá ficando empatado então fez isso a parada vai começar a virar ó vou pegar esse produto aqui acesso italiano grupo VIP clico no lapisinho clico em chat clico em whatsapp calma aí que os controles estão na frente clico aqui em whatsapp coloco o meu número e aí esse chat vai aparecer também no checkout pra você não ter furo pra pessoa te chamar mesmo se ela tiver em dúvida beleza? então eu salvo eu salvo aqui ó e aí se eu fosse pra esse checkout ó vou lá vou pra ele vou pra esse checkout e ó o botãozinho aqui do whatsapp tá aqui então galera façam isso façam essas coisinhas aí se você não tá tendo taxa de conversar acima de 40% de checkout coloca o whatsapp lá na sua página de vendas porque é uma etapa antes da pessoa ir pro checkout mas pouquinho antes mesmo já passou pela página de vendas todinha já passou pelo anúncio coloca lá então já fala o nome da ferramenta aí Igor pra gente conhecer a ferramenta ferramenta vou até passar ela aqui pra vocês logo cara eu não consigo não entregar muito pra vocês deixa eu ver se tô gravando tô gravando beleza, nome da ferramenta ó, primeiro de tudo galera, essa ferramenta ela me é concedida pela hospeda info porque eu tenho um plano boladão lá então eles me pediram uma coisa, eles me pediram pra baixar um navegador diferente não pode ser direto pelo chrome porque é

um acesso simultâneo então o que que vocês vão fazer vocês vão baixar esse navegador aqui ó brave browser brave browser é o certo a pronúncia né ou não brave browser, só baixar ele depois que baixar como que você baixa o brave browser vamos lá, mastigado como diz o lan cadê o lan? o lan não tá aqui mais o lan não tá aqui ó, nível macaco nível macaco, o lan falou de facilidade até o macaco entenderia mas o macaco é inteligente né ó, brave browser inteligente perto dos animais né perto dos animais ele é inteligente perto do humano ele é burro exato brave browser você digita aqui brave browser ó, calma aí brave browser download vou colocar brave browser download aqui ó brave download browser é nesse site www.brave.com e aí você baixa depois que você baixar ele e instalar no seu computador você vai calma aí, deixa eu só pegar ele aqui vou pegar ele você vai entrar nele quando você entrar nele você vai entrar aí quando você entrar nesse navegador aí você vai digitar aqui no topo você vai digitar edhurt.me essa é uma ferramenta de espionagem de anúncios russa edhurt.me e aí o login vou até colocar no chat aqui ferramentas arroba hospeda info.com copiar colocar aqui no chat beleza é e a senha calma aí eu tenho que descobrir a senha deixa eu só dar uma pausa aqui então beleza você tem duas formas a primeira é colocando aqui frase exata você pode colocar curso de maquiagem ele vai procurar anúncios que tenha o termo exato curso de maquiagem ou inclusive olha esse aqui é de algum de vocês ó aparecendo os textos aí uuuu os anúncios de vocês tudo aqui tem um do lucas aí ou vocês podem colocar espalha é através de todo o texto curso de maquiagem ele não vai pesquisar a frase exata ele vai pesquisar cursos em algum lugar maquiagem em outro lugar ele não necessariamente pesquisa a frase exata beleza essa é uma das formas. Qual uma outra forma muito legal cara essa aqui mata essa é muito boa porque você pode vir aqui e colocar a url você vem aqui ó é maquiagem na web vamos pesquisar todos os todos os anúncios que estão mandando pra esse site não precisa nem colocar o site completo, você só coloca aproximado ali maquiagem na web e manda procurar e aí ó esses anúncios estão mandando pra lá não é do próprio produtor é de afiliados e aí você pode também colocar aqui ó dias ativos você pode colocar de 5 dias e aí ele vai aparecer de 5 dias pra trás beleza então você pode colocar isso aí, isso aqui é muito legal você pode colocar a url aqui dentro e ele vai aparecer com mais a atenção do que lá no facebook beleza e aí depois disso o que vocês vão fazer? Viu o anúncio? o que vocês vão fazer? vão entrar lá no site vão ver como que é o site vão ver se o anúncio está escalado primeiro né, depois do anúncio escalado primeiro, você entra no site e vê como que é o site olha uma página de vendas diferente você entra aqui, pega essa url, coloca lá dentro do similar web pra ver se ele está muito escalado ou não deixa eu só pegar aqui pode entrar dentro do similar web cola aqui ó vamos ver portal mulher empreendedora não está muito escalado porque ele aparece acima de 5 mil visitas ele aparece aqui mas você pode também ver se esse anúncio por exemplo estivesse escalado, você pode vir aqui e dar aquela pesquisada básica no funil dele pra ver como que é quais são as páginas quais são os upsells que são vendas depois você pode vir aqui e dar uma pesquisada não são todos os sites que você vai conseguir isso aqui tá a nota de rodapé é só se o site foi feito em wordpress e a maioria é feita em wordpress então nesse caso eu conseguiria ver todas as ofertas ó se essa pessoa está vendendo curso de manicure curso de maquiagem, curso de alongamento de fibra eu consigo ver tudo isso se a pessoa conseguiu bloquear isso aqui uma das coisas que eu costumo fazer nos meus sites e eu vou ensinar pra vocês depois tem uma outra forma de você espionar mas depois eu falo pra vocês sobre isso é isso galera então eu vou mandar pra vocês o login e senha dessa ferramenta vou conseguir isso hoje ainda já mando pra vocês lá dessa ferramenta de espionagem lembrando, não entrem pelo chrome se entrar pelo chrome pode dar pau lá então entrem pelo brave browser que foi o que eles me recomendaram pra não ser pra ferramenta russa não rastrear o ip e ver que tem pessoas diferentes utilizando meio que uma uma não sei a palavra exata o brave é um navegador o brave é um navegador pra ficar na moita na moita essa é a palavra, essa é a expressão fechou? beleza, o nome do site é [edhurt](http://edhurt.me) deixa eu colocar aqui edhurt.me porém pra vocês acessarem tem que acessar pelo browser pelo brave fechou? esse navegador é bonito com isso isso é pra quem gosta de navegar de web isso aí fechou galera então é isso por hoje aqui nessa aula eu ia parar ali no meio do caminho pra ver as minhas questões caraca o moleque não para de vomitar mas eu fui, fui adiante aqui vocês vão vão pra cima com esse conhecimento já dá pra vocês fazerem muita coisa analisem os funis de vocês analisem cpc analisem persuasão da

página analisem a quantidade de pessoas que estão caindo dentro da página tem que estar acima de 70% se estiver abaixo tá com problema no servidor, tá com problema no público ou tá com problema no seu site, tá com imagens muito pesadas e aí depois eu vou gravar uma aula com vocês aqui fazer só falando sobre como otimizar o site aí eu vou trazer um cara que manja mesmo e aí as imagens elas tem que estar otimizadas tem que mudar o formato não pode estar em png tem que estar em web não sei nem como que fala o formato é webp webp até digitar aqui é melhor, tem que estar nesse formato aqui é o formato mais rápido png e jpeg os formatos antigos mais lentos mas isso não é um problema pra vocês se preocuparem agora, é só se o site tá muito lento todos os dias não tá virando de jeito nenhum ou o facebook tá mostrando para o público muito ruim ou a hospeda info tá com o servidor ruim ou o site tá com muitas imagens, tá muito pesado entendeu? e aí vocês vão otimizar mas não é problema pra se preocupar ainda com esse servidor que eu mostrei eu mostrei pra vocês vocês não vão ter problema com o servidor facebook é coisa de um dia de um público ali e depois você vai acertando tanto que o do lucas ali tava bem péssimo depois melhorou como eu mostrei pra vocês persuasão da página tem que estar acima de 30% 25% se quiser ficar empatado e buscar recuperação ali nas vendas da galera que comprou de 10 vender pra eles o de 27% também tem que estar acima de 30% buscando 40% 40% é lindo se você tiver uma persuasão de página com 40% você vai ter muito resultado então se você conseguir buscar isso aí encontrar isso aí vai dar bom check out check out tem que converter 40% no mínimo não pode converter menos que isso tá convertendo menos que isso vai ter que fazer o que colocar um botão de whatsapp no seu site colocar um botão de whatsapp no seu check out do jeito que eu mostrei aqui e além disso coloca imagens também no seu check out se for o caso eu tenho notado um pouco de queda no check out da edu se for o caso a gente pode testar novos check outs também justamente por conta de uma coisinha que eu até falei com o lucas hoje vou compartilhar com vocês um detalhe esse aqui é o check out da edu o que que acontece uma semana atrás esse check out só tinha 3 informações esse check out tinha nome, email e celular eram as únicas 3 coisas que eram solicitadas aqui por conta da lgpd foi o que eles me disseram e eu acredito porque a grande maioria das plataformas já estavam assim eles tiveram que adicionar o cpf também e aí muita gente deixa de adicionar os dados com medo de passar o cpf já nessa fase antes não tinha que nessa fase antes só adicionava o cpf aqui na hora de passar o cartão e as vezes nem precisava quando a pessoa fazia por pix então não precisava antes passar os dados infelizmente isso aqui é uma coisa que já está em praticamente todas as plataformas se tiver alguma que não tem o cpf ou cnpj essa aí deve estar convertendo mais porque a pessoa ela tem muito medo de ser golpe então ela não quer passar os dados dela nem mesmo o cpf então infelizmente a edu precisou adicionar isso aí há uma semana atrás eu senti a diferença aqui nos meus resultados e talvez por isso vocês tenham sentido também um pouquinho ou muito até nessas últimas semanas então para resolver duas opções senta e chora e reclama ou segunda se adapta as regras do jogo já que elas mudaram para a gente mudou para todo mundo então é assim que vai ser agora então a gente precisa se virar como que se vira? adiciona o botãozinho de whatsapp aqui e adiciona o botãozinho de whatsapp lá na página e começa a converter essa galera a edu também não tem um check out tão bom você poderia colocar depoimentos você poderia colocar depoimentos de persuasão mostrando que é confiável e tal mas a edu não dá para fazer pelo check out padrão dela até tem uma opção mas aí você vai ter que colocar dentro do seu próprio site vou mostrar aqui essa opçãozinha aqui check out elementos ele basicamente vai te dar o check out para você colocar no seu site ou seja você meio que constrói o seu check out todinho no seu site só pega a parte de preencher os dados e coloca dentro do seu site tem como? não vou ensinar aqui porque eu mesmo não costumo usar talvez a gente precise usar daqui para frente ou não talvez simplesmente a gente mude de plataforma vai para um que dá para realizar dá para fazer o check out por exemplo a gente estava olhando aqui daquele cara daquele anúncio que estava escaladinho deixa eu achar ele aqui de novo é tanta aba comecei com nada de aba deixa eu ver se eu estou com ele ainda aberto acho que não estou mais vamos ver o check out dele como que é olha o check out dele como é legal esse aqui é na que o Wi-Fi certificado blocos de depoimentos além disso tem uns bloquinhos fora os order bumps vamos ver como que fica no celular porque existe uma regra do que os americanos ensinam que é First Mobile que é primeiro mobile,

otimiza sempre o seu site para o mobile primeiro então os blocos estão lá embaixo caso a pessoa ainda fique com dúvida estão lá embaixo no caso daqui o Wi-Fi também uma coisa que eu não gostava muito antes mas que agora talvez seja interessante é que eles agora colocaram eles não, eles colocaram todos os dados aqui em uma única página notem a diferença então eu estou aqui no check out da edus eu coloco todos os dados eu coloco parte dos dados aqui nessa página e o restante na outra, somente na outra página e eu gostava muito disso talvez agora a gente precise otimizar como que otimiza? aqui em tema e agora já está ficando muito conteúdo mas vocês vão revendo como que você faz? você coloca um nome teste aí você pode escolher esse padrão, pode escolher hotsite pode escolher widget, não sei nem como é que fala isso aqui continuar e ó, ele apareceu calma aí, deixa eu ver como é que ele calma aí ó, mobile é esse aqui, ele apareceu todos também parte dos dados também deixa eu ver se a edus vai dar alguma opção para aparecer todos os dados de uma vez, acho que não vai dar teste é a edus não dá a edus sempre vai aparecer desse jeito então então galera talvez se o check out, se vocês fizeram tudo isso e o check out não está convertendo mais de 40% aí talvez vale a pena sair da edus é ruim, é uma notícia ruim mas talvez seja o ponto check out mais de 40% então ó, cravem esses números na cabeça de vocês cpc 1,50 o ideal personalização da página 40% é o ideal mas assim, 25% é até aceitável para você sair empatado 30% para cima começa a dar lucro já e check out 40% de conversão de check out das vendas se você fizer, 20% precisa necessariamente ser de combo, não está sendo faz aquelas etapas que eu falei para vocês sobre o combo adiciona mais coisas, coloca enumera, bônus 1, bônus 2 até o bônus 8, uma pessoa vê que faz muita diferença mesmo além disso muda o preço de 27 para 19, de 19 para 17 até você alcançar essa marca 20% de conversão do produto combo beleza? amanhã eu vou ensinar para vocês como acelerar mais isso, que é basicamente o seguinte, só para vocês já irem fazendo manualmente a pessoa comprou o produto de 10 reais você vai chegar nela e vai oferecer o de 27 ou seja, o restante que ela não comprou o combo no caso, vai oferecer o combo para ela, vai oferecer os 3 order bumps junto com o combo que você ofereceu você vai oferecer somente mais 10 reais você chega nela e fala recebeu o produto certinho? recebi, tá bom agora eu vi que você adquiriu esse mas não sei se você chegou a ver os outros então assim todos eles, o combo e mais os 3 que estão lá no checkout eles sairiam por 47 reais se você pegar comigo aqui agora você paga só 10 mas esse link expira em 2 horas beleza? e manda e é isso essa é uma das coisas outra coisa, a pessoa comprou o combo mas não comprou nenhum order bump, você vai chegar para essa que você comprou o combo e vai oferecer a mesma coisa tem 3 ali no final de unhas, de sobancelhas, o vitalício que custaria 20 e pouco reais 27 reais se não me engano por 10 reais você pega agora mas esse link expira em 2 horas beleza? outra coisa que você pode fazer, a pessoa foi lá comprou o de maquiagem de 10 reais, comprou um order bump mas não comprou os outros 2 o que você faz? oferece os outros 2 por mais 10 reais os outros 2 dariam 17, 18 se você pagar 10 reais você pega agora e aí galera, vai fazendo isso o de 27, comprou o de 27 não, comprou um order bump oferece os outros 2 não tenha medo de vender desbloqueia essa mentalidade de cara, eu to com medo de vender, até porque nem tá aparecendo seu rosto manda um audio para a pessoa se for o caso amanhã eu vou mostrar como automatizar tudo isso, aqui é pago mas você pode fazer isso manualmente como? buscando lá em meus leads, que eu tava mostrando pra vocês vou mostrar mais uma vez aqui então você vai lá em meus leads aqui leads coloca a data calma aí coloca abandono de carrinho filtra e aí eles vão aparecer aqui, você pode chamar no 1 a 1 por enquanto, enquanto você não automatizou isso outra coisa que você tem que fazer a galera que que tentou comprar e não concluiu a compra essa galera eles vão aparecer aqui pra você assim deixa eu compartilhar de novo compartilha a tela desktop e tá aqui, eles vão aparecer assim aberto chama eles também no 1 a 1 e vende pra eles o que aconteceu, você tentou concluir não deu certo posso te ajudar sabe? vai testando o script como você vai falar com muita gente você vai acertar o seu script certinho, beleza? vai chamando nesse caso aqui tem muita gente aberta nesse meu caso aqui tem uma automatização e aí as pessoas vão sendo chamadas no 1 a 1 e aí eu tenho um atendente que atende essas pessoas aqui desse produto no seu caso se você não tem como pagar alguém vai você e responde mesmo ah, mas eu trabalho durante o dia sem problema, nesse caso aqui você tem uma ferramenta automática responde no final do dia coloca ali o mais automático possível e aí no final do

dia você vai lá e responde galera, desse jeito é muito difícil você sair no prejuízo muito, muito, muito difícil você sair no prejuízo se vocês estão saindo no prejuízo com certeza vocês estão falhando em alguma dessas etapas aqui seja nos anúncios seja na persuasão da página seja no checkout ou seja na falta de recuperação consegue já adiantar deixa eu ver aqui consegue já adiantar o valor da automatização cara, a melhor a melhor, Ademilson ela custa trezentão ela tem duas que elas conseguem meio que criar um fluxo elas conseguem meio que criar esse fluxo, tem uma que é muito boa é a melhor e ela cria esse fluxo então assim a pessoa comprou de dez reais e comprou um order bump qual mensagem ela recebe? tem isso a pessoa comprou o combo e não comprou nenhum order bump qual mensagem ela recebe? você consegue ah, mas ela comprou o order bump agora você consegue configurar dessa ferramenta mas é trezentão tem uma outra que você consegue colocar os botões pra ela, assim você recebeu certinho é trezentão por mês trezentão por mês é grana essa é uma o que eu estou tentando fazer aqui é mostrar uma cara, uma adaptação uma adaptação de uma ferramenta que não consegue fazer esse delay esse fluxo eu estou tentando fazer por metade desse valor que é um essa ferramenta só dispara mensagem a pessoa abandonou o carrinho ela já recebeu a mensagem só que eu estou tentando criar esse fluxo dentro dela essa coisa de apertar um botão por exemplo principalmente pensando na galera que trabalha fora apertou um botão já recebe uma mensagem automática essas duas que eu falei de trezentão elas fazem isso essa não, ela custa só noventa e sete aí eu estou tentando adicionar uma outra ferramenta de cinquenta conto pra pagar cento e cinquenta por mês só, assim, só não é pouco mas ela faria esse trabalho ou vocês fazem manualmente mesmo até começar a fazer grana e aí é opcional mas amanhã eu vou entregar esse conteúdo para aquela galera que quer fazer desse formato mas assim, eu sempre recomendo a vocês o seguinte primeiro façam grana antes de gastar e talvez fique um pouco mais manual tem que fazer muito mais coisas não sei o que, mas é assim que todo mundo começa eu tenho o zap turbo e o bot conversa seria uma delas? seria bot conversa seria o bot conversa, Evelice dá pra fazer demais, ela é uma dessas zap turbo não, zap turbo é outro rolê é uma ferramenta de disparo e massa zap turbo não, mas o bot conversa sim e a outra é o selflux vou até colocar o nome das duas aqui pra vocês já irem dando uma olhada bot conversa e selflux são as duas mais caras porém eu estou tentando inventar uma parada barata só pensando em vocês eu pago as bot conversa e selflux apaga essa última aí bot conversa e selflux fechou esse do selflux quando a pessoa tá vendo aberto então recebe mensagem automática? recebe esse que é o top das galaxies e tem um botão também cara, o bot conversa tem um botão o selflux não tem um botão só que o bot conversa não consegue criar um fluxo como assim um fluxo? ela não consegue por exemplo a pessoa comprou de 10 reais daqui 5 minutos ela foi lá e comprou o order bump não, porque na real ela tem que comprar tudo junto no caso de vocês o bot conversa já resolveria, não precisa de um fluxo então acho que o ideal vai ser o bot conversa mesmo, é que no caso de ter um upsell pra quem ainda não saca upsell é uma venda que acontece depois da pessoa já ter concluído essa primeira compra comprou de 10 reais, comprou os 3 order bumps aí ao invés dela cair já direto no curso ela cairia numa página de obrigado e aí teria um vídeo ali pra convencer ela e ela compraria um outro produto e aí nesse caso o selflux seria muito bom porque ele meio que espera pra ver, opa essa pessoa vai comprar ou não vai comprar ou não comprou, comprou não recebe uma mensagem de tentar vender ela recebe só uma mensagem de boas vindas o bot conversa ele não consegue fazer essa leitura ele só vai saber assim, opa comprou chegou aqui o webhook, chegou aqui a mensagem da idus pro bot conversa que a pessoa comprou, mandou a mensagem o máximo vai dar um delay mas ele manda pra venda que tá em aberto também? manda pra venda que tá em aberto manda pra venda que tá em que tá em abandono manda pra venda aprovada, manda pra todas as etapas dá pra separar se comprar um produto ou se comprar outro também né dá incluindo os order bumps só que assim eu fiz um teste com o webhook deles e ainda não essa ferramenta ela ainda não é completa apesar de ser 300 reais por que? eu fiz um lançamento grande até, mais ou menos um lançamento que eu faturei uns 60 mil reais utilizando o bot conversa pra disparar mensagem de abandono de vendas aprovadas e tal e ele falhou muito ele não mandava o nome certinho e aí ele chama a pessoa de nan n-a-n é eu vi aqui que você não comprou não sei o que e tal e aí meio que perdi o nome da pessoa chamava a pessoa por nan sacou? e a outra coisa é que ele não disparava

pra todo mundo então pra dar certo o bot conversa nossa é uma baita de uma ferramenta muito boa ela tem o botão inclusive que a pessoa clica nesse botão e você meio que configura os fluxos recebeu certinho? recebi ah legal, então você pode mandar um áudio pra pessoa e tal é até um anúncio que mostra bem escalado que mostra assim sexta feira eu estava num bar com os meus amigos e vocês não sabem o que aconteceu alguém já viu esse anúncio? não não né? e aí o meu celular caiu dentro do rio, mas tudo bem eu tava configurado automaticamente bot conversa automase e tal é esse anúncio do bot conversa o bom do bot conversa o lado bom, a grande coisa do bot conversa é essa possibilidade de criar fluxos dentro dele criar fluxos de acordo com a resposta do usuário você manda dois botões pra ele, ele clica no de baixo vai pra um lugar cara, amanhã eu vou mostrar o bot conversa eu tenho, amanhã eu já iria mostrar agora, mas eu realmente tenho que parar bot conversa bot conversa e self flux e aí eu to tentando uma terceira mais barata, por metade desse valor aí uma que é 97 reais só que eu to tentando linká-la com mais duas ferramentas vai ser um pouco mais complexo e tal, mas talvez fique legal é uma coisa que eu to estudando aqui, só pensando em vocês porque eu já uso o bot conversa junto com uma outra ferramenta eu uso o bot conversa e é essa ferramenta que vai mandar as informações certas pro bot conversa tem a edus, tem o bot conversa e tem uma ferramenta no meio a edus ao invés de mandar direto pro bot conversa manda pra essa ferramenta e essa ferramenta manda pro bot conversa mas relaxem sobre isso eu nem deveria ter iniciado esse assunto agora só que surgiu aqui a pergunta não fiquem abismados não fiquem assustados com essas informações amanhã eu vou falar sobre isso aí tá bom? eu chamo quem tiver na hora, não sei exatamente que horas vai ser mas amanhã eu chamo aqui talvez de manhã, talvez a tarde e aí quem puder a gente entra fechou galera? não esqueçam dos funis não esqueçam dos dados não esqueçam das métricas beleza? é aqui que tá o ponto aqui vocês não tem mais achismo a partir de hoje não tem mais achismo tem dados então, o dado tá bom? os dados estão bons? mantém os dados estão ruins? para pausa, otimiza, tá bom? valeu galera, um abraço tentei entregar tudo aqui pra vocês dentro do tempo na real eu entreguei muito mesmo só faltou mesmo essa parte que eu vou entregar amanhã essa live, assim que eu terminar com a minha família ela já sobe rapidinho no zoom e aí eu já mando ela lá pra dentro na página da área de membros eu tô meio desfocadão desculpa, às vezes eu tô pensando em outra parada aqui e às vezes perco as palavras e tal mas é isso galera, tá junto, um abraço outra coisa muito importante talvez você já tem que ir também para as próximas etapas porque sabe o que vai acontecer às vezes? às vezes o seu produto naquele dia não tá dando bom e aí você não pode ter todos os ovos na mesma cesta então talvez seja interessante você também já utilizar todo esse conhecimento que você tem as páginas de vendas, mais de 64 templates lá e criar um produto novo, um funil novo porque aí você vai sair da manada, entre aspas, né? manada é forma de dizer manada é o coletivo de quê? porque eu tô chamando a galera aqui elefantes elefantes é só uma forma de dizer como assim manada? tá, todo mundo anunciando esse produto ele ainda tá dando bom? tá, ele ainda tá dando bom, eu conheço pessoas que estão tendo lucro, eu mesmo tô tendo lucro apesar que eu tô numa escala pequena porque eu tive umas contas de anúncio derrubadas esses dias mas eu vou voltar e vou começar a testar com vocês de novo, mas ele ainda tá dando bom mas ó, já começa já começa a alterar criativos, já começa a alterar a página de vendas altera a oferta, a oferta é o que satura, o produto não sempre vai ter gente querendo comprar um curso de maquiagem tanto que teve gente aí que comprou dois cursos de pessoas diferentes na mesma semana então sempre vai ter gente, diga-se de passagem, uma pessoa meio bronca, né? compra dois cursos a mesma oferta, a mesma página a mesma pessoa consegue comprar dois cursos mas beleza fecha parênteses então galera, qual que é o detalhe tentem subir produtos novos, tá bom? as páginas de vendas são validadas essas aqui, são muito boas eu já usei dessas 64 aí, eu já usei umas 20 pelo menos, eu não vou dizer quais são porque agora é o full ciclica, você vai olhar, você vai ver você vai colocar pra rodar e vai ver as métricas, as suas próprias métricas agora você já sabe quando pausar, quando melhorar quando otimizar a página quanto tem que converter o combo você já sabe tudo isso aí, beleza? então agora é contigo pega esses produtos novos que vão subir lá também e simultaneamente sobe eles, mas ó sobe com pouca verba, esse é um outro erro que vocês estão cometendo muito não sobe com, ah vou, ah vou, eu tenho um grana aqui, eu vou subir

quatro campanhas de teste criativo, não, sobe uma sobe uma campanha de teste criativo, vai devagarinho vai com calma ah agora esse aqui deu bom, eu vou passar de seis reais pra duzentos não faz isso, vai fazendo devagarinho, com paciência, com calma e aí como que você escala? das formas que eu mostrei aumentando um pouquinho o orçamento duplicando de quatro a seis vezes, pausando os ruins, aí você já vai escalando bastante mas também você pode escalar com novos produtos, porque agora você já aprendeu como fazer, então vão subir, junto com essa aula vão subir mais três ou quatro produtos hoje e aí vocês já podem meter a mão na massa disso aí também, fechou? Fechou galera, então é isso tudo que eu prometi lá tá sendo entregue, no dia que vocês compraram tudo que eu prometi tá sendo entregue uma entrega absurda, já de conteúdo aqui, a gente já tem mais de quatro horas de conteúdo, tem o suporte lá o tempo inteiro pelo preço que vocês pagaram, já valeu muito a pena viu? Tá barato tá barato, cobrar mais caro Fechou galera? Tamo junto é nós, não esqueçam de otimizar as métricas analisar e otimizar as métricas é aí que tá o sucesso, tá bom? Um abraço, até mais A lá, tá gravado já tinha que voltar, não sei se o Igor vai colocar junto isso lá na mentoria né, porque é dele, mas vou deixar gravado aqui, depois quando ele ver, ele decide lá como fará então assim ó, pra criar métricas personalizadas você vem aqui nas suas colunas de visualização clica aqui em personalizar colunas você pode colocar as colunas que você gostaria de ver, tem tudo, então é todos possíveis, tem como colocar aqui, já teve uma outra aula que o Igor mostrou as melhores para você ter a ideia da sua conversão dos seus resultados vou criar algumas métricas personalizadas como essa aqui que é o Connect Rate que é, aqui do lado vocês conseguem ler que é visualização da página de destino dividido pelo clique no link ou seja, você quer saber quantas pessoas clicam no link dessas que clicam no link, quantos realmente chegam a sua página, porque tem uma perda nesse processo, então você vem aqui em cima em criar métrica personalizada aí nós vamos chamar ela aqui de Connect Rate eu não vou criar, porque eu já tenho eu vou só escrever aqui, por exemplo é o formato, não é numérico, a gente quer porcentagem ok, então tem aqui formato, aí você escolhe se é moeda, porcentagem ou numérico agora você vai saber quantos por cento das pessoas que clicam no link caem na página de vendas então você vai clicar aqui embaixo na fórmula e aí você vai falar assim ó, pra calcular a porcentagem a gente coloca o número menor primeiro, né então no caso é página página métrica custo por engajamento engajamento custo por engajamento visualizações da página de destino essa métrica aqui ó visualizações da página de destino então o número menor, que é as pessoas que caem na página dividido eu cliquei em dividir aqui no teclado, mas você pode clicar aqui também nos botões aqui dividido pelos cliques no link, tá vendo ó tem aqui outras métricas, mas a gente quer o cliques no link, então o número de pessoas que clicam no link, dividido pelo número de visualizações da página de destino colocou aqui pronto, criar métrica aí ela vai vir com esse nomezinho, aí ela vai aparecer aqui ó, do jeito que apareceu o meu só que vai estar desmarcada essa caixinha aí ela não vai aparecer, então eu vou clicar aqui e colocar pra marcar então primeiro nós criamos o connect rate, repetindo o connect rate é, clicou no anúncio e chegou na página de destino, quanto por cento chega na página de destino, esse é o primeiro ponto depois, a gente quer saber quantas pessoas que caem na página e clicam lá em quero comprar, no botãozinho então tem essa segunda aqui que é a persuasão da página, então o connect rate é pra gente saber como é que tá o nosso site, se ele tá demorando a carregar, se as pessoas clicam e não carregam ou se elas clicam e desistem, e a persuasão da página, o nome já é autoexplicativo, você quer saber de quantas pessoas que caem na página, que elas falam assim, cara eu vou querer comprar eu entrei nessa página, eu gostei, eu quero comprar então pra saber a persuasão da página a gente vai dividir, aparece aqui do lado também ó, opa a gente vai dividir a finalização de compra iniciada pelo número de visualizações da página ou seja, essa finalização de compra iniciada é aquela pessoa que clicou em comprar e iniciou o processo de compra dela, que ela iria colocar os dados dela então nós vamos fazer esse processo, então criar métrica personalizada aí o nome vai ser persuasão persua persuasão da página mudando aqui novamente o formato pra percentual ou porcentagem, e aí você vai colocar finalização de compra iniciada dividido visualizações da página de destino visualizações da página de destino tá aqui, aí é só clicar aqui em criar métrica e boa o último é o ICC vs C que diabo é isso? compras iniciadas ou melhor iniciação de compra vs as compras efetivamente esse ICC vs C não é tão

confiável por quê? porque o Facebook não capta através do pixel todas as compras era pra captar, mas infelizmente ele não capta então é uma métrica que a gente não pode confiar muito, pra confiar o número de compras real a gente só pode confiar no relatório de reduz, mas esse aqui dá pra ter uma ideia de como está é uma métrica, vamos dizer assim, só pra dar uma ideia, ela não é 100% confiável tá? apesar de nenhuma delas ser 100% confiável essa aqui do ICC é a menos confiável então nós vamos dividir quantas pessoas começaram a comprar e quantas realmente compraram então nós vamos começar pelo criar a métrica personalizada nós vamos chamar de ICC pode chamar outro nome, claro, né? mas a gente coloca esse aqui porque já tá prático, muda pra percentual então nós vamos dividir o número menor sempre, pra descobrir a porcentagem, a gente divide o número menor pelo número maior, então o número menor é quem compra, né? então só dividir aqui, compras tá aqui ó, métrica compras dividido inicialização de compra iniciar finalizações de compra iniciada, só isso criar métrica e boa assim vocês criaram os três, vão aparecer esses nomes aqui, então ainda parece somente você porque é uma coisa que não existe, é do você que criou, inclusive você pode criar todo tipo de métrica claro, usando fórmulas, tipo assim ó eu quero saber eu quero saber o meu CPC o meu CPC vezes o gasto, o valor gasto por exemplo é um exemplo e tudo isso aí dividido pelo CPM CPM é um exemplo, isso aqui é uma conta maluca que eu tô fazendo só pra você, às vezes você quer chegar num número que pode determinar melhor o seu custo por aquisição ou enfim, dá pra você criar tudo tipo lembra de principalmente, isso aqui é uma coisa que o pessoal esquece é de mudar o formato aqui, porque senão não vai funcionar, beleza? vou até mostrar aqui no meu acho que vocês viram lá no outro ponto da aula, deixa eu tirar esse negócio aqui do zoom da frente então aqui ó, deixa eu colocar os últimos estímulos aí você vem aqui pro ladinho olha aí que então dá pra ver a persuasão da página em determinados conjuntos de anúncios, deixa eu tirar esse detalhamento aqui que ele buga tudo então aqui dá pra você ver a persuasão da página que é de 40 e poucos por cento, o ICC.C só que esse aqui como eu disse ele é complicado porque o Facebook não pega todas as vendas aqui o connect rate que lembra tem que estar acima de 80%, ou melhor acima de 75%, então atualmente todos os meus conjuntos estão acima de 75, com exceção desse aqui que tá beirando 76 e esse aqui 78, mas por exemplo esse aqui já é de 90% e aí tem o CTR que você já conhece enfim então, ah sim, outra coisa que eu esqueci de falar, vocês já viram isso mas eu vou reforçar, então você quando você personalizar as colunas que você quer ver também tem aqui como você colocar a ordem é você clicando aqui nesses três negócios elas vão aparecer primeiro aqui embaixo aí depois vocês arrastam pra ficar tudo na ordem bonitinha aqui, depois você pode salvar esse aqui como predefinido e colocar um nome então, quando você não clicou aqui não aparece nada, você clicou aqui do ladinho e tem que predefinir, você coloca o nome, o meu nome, eu coloquei conversão, por indicação do Igor aí eu apliquei, e também quando você vem aqui embaixo você pode clicar aqui em definir como padrão porque de outra forma você abriu e navegou o gerenciador de anúncios, vai ter por padrão já essa visualização que te diz a conversão de tudo tanto do anúncio, com CPR, CPC o CTR e o CPC mas também o Connected a persuasão e o ICC versus C resumidamente é isso tem alguém o Lucas não deve estar vendo o chat seria interessante gravar é isso mesmo, resumidamente é isso, pessoais, se vocês querem fazer alguma pergunta básica lembrando que eu não sou o mentor se tiver alguma dúvida básica a hora é agora, antes que eu vá pra minha caminho não? Lucas? Diga-me Aqui é o Alexson, boa noite Fala Alexson Cara, depois do teste público que a gente analisa depois do segundo dia é basicamente pegar o melhor público e quadruplicar ele mantendo os mesmos assuntos cereais e quadruplicar como ele está saindo logo no terceiro dia é isso? Sim e não precisa sim só voltando do começo primeiro você faz o teste com pelo menos quatro criativos encontra o campeão desses criativos esses testes você fez com públicos gerais pega um público para todos os quatro um público geralzão achou o melhor não precisa pausar esses aqui vamos falar só desse primeiro campeão encontrou esse campeão você vai fazer o teste de público vai testar esse campeão com outros públicos ah, esse aqui que deu bom você não pausa ele, você continua ele rodando lá do jeitinho que estava lá porque se ele está dando bom, ele continua dando bom vai criar uma nova campanha com outros quatro criativos iguais a esse primeiro e aí você vai ter cinco o campeão, mas o campeão continua lá e mais quatro você vai fazer o teste de público nesse teste público você vai pegar o

criativo campeão da primeira campanha e colocar em novos públicos não precisa necessariamente ser quatro eu gosto de quatro porque não é nem pouco nem muito mas pode ser cinco também e aí novamente você vai fazer com seis reais cada só que quando você validar o melhor público com o melhor criativo você aumenta o valor por dia deste criativo campeão com o público campeão então se estava seis você já pode passar para um vinte, aí se manteve bem aí você vai aumentando de vinte em vinte por cento o investimento naquele que está dando melhor ou naqueles que estiverem dando muito bem aí vai escalando assim primeiro você escala por uns dois dias você escala o valor o orçamento diário com aquele público e criativo campeão depois de uns dois dias que você continua dando bom, que está tudo certo, mesmo você não aumentado o valor, vai chegar um momento que você não vai poder aumentar tanto porque quando você aumenta muito o orçamento, os índices começam a cair, o CTR e principalmente o CPC que é o que mais importa agora depois que você já validou tudo o CPC começa a diminuir, então você precisa em vez de só aumentar em vez de colocar, tipo assim, ah, eu quero gastar cem reais por dia com esse criativo nesse público, em vez de gastar cem reais por dia naquele conjunto de anúncios e criativo você vai quadruplicar ou até sextuplicar este mesmo conjunto com este mesmo criativo ou seja, vai ficar igualzinho, a mesma coisa só vai ter outro nome, vai ser conjunto um conjunto dois, três, quatro e aí em vez de ser um com cem você vai ter quatro com vinte e cinco e assim por diante desses quatro com vinte e cinco, dois vão dar ruim por que que dá ruim? Não sei não tem lógica nenhuma, visto que é o mesmo criativo e o mesmo público não mudou nada, só mudou o nome que só aparece para você, mas dois deles tendem a dar ruim e logo você vê que os números estão ruins o CPC principalmente está ruim e aí você pausa esses aí e assim você faz sucessivamente paralelamente a isso pelo menos a cada semana, pelo menos você precisa criar novos quatro criativos para você voltar lá para o começo da fila, que é testar os criativos, encontrar o campeão, depois encontrar o novo público, por que? Em algum momento aquele que você já fez um processo todinho de validação de público e de criativo, ele vai e depois você duplicou, quadruplicou em algum momento ele vai começar a minguar, quando ele começar a minguar você já terminou o processo com o outro para encontrar novos criativos que continuam dando resultado só que tudo isso que você vai fazendo você não precisa pausar os que estão dando bom você só pausa os que estão dando ruim, estão abaixo das métricas de CPC de CPC de 2 reais de CPR abaixo de 1% então por exemplo, eu tenho agora, acho que eu pausei algumas campanhas, mas eu tenho cerca de 6 campanhas, eu mais ou menos criei uma por semana mais ou menos e todas elas tem criativos funcionando em todas elas desde o primeiro lá, que era o primeiro teste de criativo que está lá rodando até hoje, porque ele continua dando bom ou continua dando razoavelmente bom, então você vai acumulando criativos funcionando e no momento ele para de funcionar, mas enquanto funciona você mantém ativo eu acho que respirei sua pergunta, então testou criativo, testou o público depois quadruplica mas além de quadruplicar você também aumenta o orçamento, o orçamento diário você começa com 6 reais mas quando você validou você aumenta o orçamento do campeão e quadruplica depois de uns dois dias certo? beleza, cara, e combinado a isso você usa o Impulsionar também do Instagram? sim, eu uso nas minhas primeiras semanas deu muito resultado para mim o Impulsionar hoje em dia não dá tanto então é algo que eu invisto bem pouco eu invisto menos, eu acho que eu invisto 11 reais por dia em uma ou outra publicação eu sei que talvez para alguns ele investe 11 reais todo dia parece muito, mas é que eu invisto cerca de 300 reais por dia com anúncios, 200 a 300 reais com anúncio no no gerência de anúncios se um invista 300 e o outro invista 10 é bem menos e não é todos os dias que eu anuncio não no Impulsionar, porque os meus resultados lá estão diminuindo ao longo do tempo então é mais minha estratégia principal beleza, cara, valeu carnosas any questions? de boas de boas Renata não fez nenhuma pergunta quer fazer alguma pergunta? Renata não tanto sucesso bem pessoal vou encerrar por aqui Deus abençoe vocês, uma boa noite sucesso e muitas vendas para todos boas noites tchau tchau deixa eu ver para a gravação aqui stop recording