

Resumo Detalhado da Aula "Imersão Turbinar"

1. Estruturação do Método Turbinar

A aula foi dividida em **três marcos principais**, que representam a estratégia para escalar um negócio digital:

1. **Conteúdo** – Criar conteúdo estratégico que atraia o público certo.
 2. **Atração de Seguidores** – Gerar seguidores qualificados para a marca.
 3. **Transformação de Seguidores em Reuniões** – Converter seguidores em reuniões estratégicas e potenciais clientes.
-

1º Marco: Conteúdo Estratégico

A importância da Matriz do Cliente Ideal

- A **Matriz do Cliente Ideal** é essencial para produzir conteúdo assertivo.
- Essa matriz deve ser constantemente alimentada com informações sobre:
 - **ICP (Ideal Customer Profile)**: Quem é seu cliente ideal?
 - **Dores e Desejos**: Quais são os problemas e aspirações desse cliente?
 - **MQL (Marketing Qualified Lead)**: Características do cliente qualificado.

O erro comum na criação de conteúdo

- Muitas pessoas **criavam conteúdo sem estratégia** e depois se preocupavam com seguidores e reuniões, gerando confusão.
- A solução foi **estruturar um processo claro** e seguir etapas organizadas.

A construção de conteúdo eficaz

- O **conteúdo deve falar diretamente com as dores do ICP**.
- O segredo está em **ouvir os clientes**, pois o melhor conteúdo vem das perguntas que eles fazem e das objeções que apresentam.

Erros comuns ao definir o cliente ideal

- Criar conteúdo baseado em **pessoas que não podem pagar** ou que não estão qualificadas para comprar.
- A solução é **nichar e testar** perfis diferentes até encontrar o cliente certo.

Como encontrar o cliente ideal?

1. **Clientes Atuais**: Se já tem clientes, analise os melhores e entenda seu perfil.

2. **Pesquisa de Mercado:** Caso não tenha clientes, observe quem você gostaria de atender.
 3. **Chat de IA:** Simule perfis e colete informações sobre dores e desafios.
 4. **Observação Online:** Analise comentários em vídeos do YouTube, fóruns e redes sociais.
-

2º Marco: Atração de Seguidores

Importância de um nicho claro

- Se você fala de **forma genérica**, será engolido pelo mercado.
- **Nichar** desde o começo permite crescer de forma escalável e estruturada.

O conceito da “Poça, Lago e Oceano”

- **Poça:** Comece pequeno, focado em um público muito específico.
- **Lago:** Expanda gradativamente, mas ainda dentro do nicho.
- **Oceano:** Apenas após consolidar autoridade, expanda para um público maior.

Diferença entre conteúdo educativo e conteúdo de expert

- **Conteúdo educativo** é facilmente encontrado no Google e atrai um público menos qualificado.
- **Conteúdo de expert** mostra as **causas** dos problemas e soluções práticas, atraindo clientes mais qualificados.

Exemplo:

- Em vez de ensinar "O que é lucro líquido?", explique **por que as empresas não lucram e quais são os erros comuns**.

Formato ideal de conteúdo

- Deve seguir **quatro pilares**:
 1. **Chamar Atenção** – Uso de ganchos estratégicos.
 2. **Prender Atenção** – Conteúdo envolvente.
 3. **Despertar Emoção** – Criar conexão emocional.
 4. **Chamada para Ação (CTA)** – Incentivar o próximo passo.

Exemplo de ganchos poderosos:

- **Perguntas diretas:** “Mentor, você tem dificuldade de gerar leads qualificados?”
- **Provocação:** “Talvez a odontologia estética não seja para você.”
- **Contra-intuitivo:** “Não coloque lentes de resina nos seus clientes.”
- **Lista:** “Os 5 maiores erros que acabam com seu faturamento.”

3º Marco: Transformar Seguidores em Reuniões

Otimização do Processo

- **Validar seguidores** antes de converter em clientes.
- **Rodar testes estruturados** para entender qual tipo de conteúdo atrai leads mais qualificados.

Como testar anúncios para crescer seguidores?

- **Ciclo de Teste:** Cada ciclo consiste em:
 - 3 posts impulsionados.
 - 5 dias de duração.
 - R\$150 de investimento total (R\$10 por dia por post).
- **O erro mais comum:** Criar poucos posts e desistir rápido.

Fazer pelo suits - Formato para seguir no instagram.

Públicos - Testar público- (usar o mesmo público em cada ciclo de teste)

Automático - Tende a acontecer bem quando o perfil tem seguidores do perfil desejado

Salvo - Tende a performar bem quando é bem segmentado (nos meus testes de 5 a 10 interesses funcionou melhor)

lookalike - quando tem um insumo bom para fazer o público tende a performar muito bem.

Planejamento de Crescimento

1. **Validação dos Seguidores** – Testar e ajustar o custo por seguidor.
2. **Escala Gradual** – Aumentar o investimento apenas no que funciona.
3. **Transformação em Reuniões** – Fazer boas-vindas e abordagens estratégicas.

Taxa Média de Conversão no Mercado

- A cada 100 seguidores, espera-se:
 - 20 a 30 mensagens de boas-vindas enviadas.
 - 3 a 5 calls agendadas.

Método de Conversão

- **Social Selling:** Abordagem natural e estratégica para engajar leads.
- **Abordagem Direta:** Funciona em nichos muito específicos.

Exemplo de Planejamento de Leads:

- Se um negócio quer **10 reuniões por semana**, ele precisa gerar **200 seguidores**.
-

Conclusão

- O **método Turbinar** é um processo estruturado que permite escalar seguidores e vendas **de forma previsível**.
 - Os três marcos garantem que o crescimento aconteça de **maneira estratégica** e sem desperdício de recursos.
 - **O segredo está na paciência e consistência**: Os melhores resultados vêm de testes constantes e ajustes estratégicos.
-

Formato Ideal de Conteúdo: Os 4 Pilares para Conteúdos de Alto Impacto

Criar um conteúdo estratégico não é apenas sobre postar frequentemente, mas sim **sobre comunicar de forma eficaz com seu público**. Para isso, é essencial que seu conteúdo siga **quatro pilares fundamentais** que garantem que ele seja envolvente, persuasivo e capaz de converter seguidores em clientes.

1º Pilar: Chamar Atenção – Uso de Ganchos Estratégicos

Nos primeiros **5 segundos** de um conteúdo (especialmente em vídeos e textos curtos), você precisa **"sequestrar" a atenção do seguidor**. Caso contrário, ele simplesmente passará direto.

Como Chamar Atenção?

- **Ganchos impactantes** (Headlines fortes).
- **Provocações** para desafiar o seguidor.
- **Contra-intuitivo** – Ir contra o senso comum.
- **Listas e números** – Estruturam melhor a informação.

Exemplos de Ganchos Poderosos:

1. **Pergunta Direta**:
 - “Você sente que trabalha muito e não vê crescimento na sua clínica?”

- “Por que seu faturamento não aumenta, mesmo com tantos pacientes?”
- 2. **Provocação:**
 - “Talvez o problema da sua empresa seja você.”
 - “Seus pacientes não voltam porque você está cometendo esse erro.”
- 3. **Contra-intuitivo:**
 - “Pare de vender mais tratamentos. Isso pode estar te impedindo de lucrar!”
 - “Não foque em seguidores, foque nisso aqui primeiro...”
- 4. **Lista e Números:**
 - “Os 3 maiores erros que fazem seu faturamento despencar.”
 - “5 passos para ter uma clínica lotada sem precisar de tráfego pago.”

Dicas Extras:

- Fale diretamente com o seu público-alvo, chamando ele pelo nome ou contexto:
Exemplo: "Dentista, você já perdeu dinheiro por falta de planejamento?"
 - Traga **curiosidade e surpresa**: "A maioria dos empresários comete esse erro e nem percebe..."
 - Use um tom desafiador: "Aposto que você ainda não aplicou essa estratégia na sua clínica."
-

2º Pilar: Prender Atenção – Conteúdo Envolvente

Depois de chamar atenção, **você precisa manter a pessoa engajada**. Se o conteúdo não prende, o seguidor perde o interesse rapidamente.

Como Prender Atenção?

- **Conteúdos com storytelling** (contar uma história cativante).
- **Conversação natural**, como se estivesse falando diretamente com o seguidor.
- **Uso de casos reais** – provas sociais aumentam credibilidade.
- **Uso de metáforas e analogias** – tornam conceitos técnicos mais fáceis de entender.

Exemplos de Como Prender Atenção:

1. **Storytelling (Contar uma História):**
 - "Deixa eu te contar o caso do João. Ele era dono de uma clínica odontológica e estava sempre cheio de pacientes, mas no final do mês... cadê o lucro? Descobri que ele estava cometendo esse erro..."
2. **Conversação Natural:**
 - “Se liga! Você já percebeu que mesmo atendendo um monte de pacientes no mês, o seu lucro não sobe? Eu sei como resolver isso.”
3. **Casos Reais e Provas Sociais:**
 - "A Patrícia, minha cliente, aplicou essa estratégia que vou te mostrar e em 3 meses dobrou o faturamento da clínica dela."

4. **Metáforas e Analogias:**

- “Fazer marketing sem estratégia é como jogar um anzol sem isca. Você pode até pescar algo, mas vai ser sorte.”

3º Pilar: Despertar Emoção – Criar Conexão Emocional

As pessoas tomam decisões **baseadas na emoção** e depois justificam com a lógica. Se seu conteúdo não gera emoção, ele será esquecido rapidamente.

Como Criar Conexão Emocional?

- **Falar das dores e frustrações do público-alvo.**
- **Gerar identificação** – “Isso aconteceu comigo também...”
- **Despertar aspirações** – “Imagine como seria sua vida se...”

Exemplos de Como Despertar Emoção:

1. **Gerar Frustração e Identificação:**
 - “Você já teve um paciente que ficou encantado com seu atendimento, mas nunca voltou? Eu sei como isso é frustrante.”
2. **Criar um Cenário de Desejo:**
 - “Imagine ter uma clínica funcionando sozinha, sem depender de você o tempo todo... isso é possível!”
3. **Mostrar Superação (Herói e Jornada):**
 - “Eu também passei anos lutando para organizar minha clínica e só via dinheiro saindo... até que descobri essa solução.”
4. **Uso de Palavras Emocionais:**
 - Evite apenas dados frios e insira emoção:
 - “perder dinheiro” em vez de “prejuízo”.
 - “matar sua empresa aos poucos” em vez de “baixa lucratividade”.

4º Pilar: Chamada para Ação (CTA) – Incentivar o Próximo Passo

Se o seu conteúdo não tiver uma **orientação clara sobre o que a pessoa deve fazer**, ela simplesmente vai consumir e seguir em frente sem agir.

Como Fazer um CTA Eficiente?

- **Criar urgência** – “Você tem até sexta para garantir sua vaga!”

- **Tornar o CTA irresistível** – "Entre para nosso grupo exclusivo de empresários que estão transformando seus negócios!"
- **Ser específico** – "Comenta 'QUERO' para receber o material gratuitamente."

Exemplos de CTAs Poderosos:

1. **Conversação Simples:**
 - "Gostou desse conteúdo? Me manda um 'SIM' no direct que eu te ajudo."
 2. **Convite para Tomar uma Ação:**
 - "Quer um diagnóstico gratuito da sua clínica? Comenta 'QUERO' e eu te envio!"
 3. **Criar Urgência:**
 - "Tenho apenas 5 vagas para essa mentoria! Me chama no direct agora para garantir a sua."
 4. **Gatilho de Exclusividade:**
 - "Vou liberar esse treinamento gratuito só para quem estiver no meu grupo do WhatsApp. O link está na bio!"
-

Conclusão

- Se qualquer um desses quatro pilares faltar no seu conteúdo, ele perde força e não gera conversões.
- Para que um post tenha alto impacto, ele deve:
 1. **Chamar Atenção** – Com um título forte e envolvente.
 2. **Prender Atenção** – Criar uma história envolvente ou um conteúdo relevante.
 3. **Despertar Emoção** – Conectar-se com o público e gerar identificação.
 4. **Gerar uma Ação (CTA)** – Direcionar o seguidor para o próximo passo