

COMO CRIAR UM FUNIL DE VENDAS MILIONÁRIO PARA PLR

@kaykyjaniszewski

// QUEM SOU EU?

Bom, primeiramente para quem não me conhece meu nome é Kayky Janiszewski, eu tenho 18 anos e trabalho no mercado de PLRs, que é basicamente comprar o direito de revenda de um produto americano e vender no Brasil.

Não vou falar muito da minha história aqui, mas você pode me conhecer melhor no meu Instagram: [@kaykyjaniszewski](https://www.instagram.com/kaykyjaniszewski)



// POR QUE VOCÊ DEVE APRENDER ISSO?

Bom, um bom funil de vendas pode literalmente mudar a sua vida e a vida do seu negócio assim que forem implementados, realmente da noite para o dia.

Para entender a importância de um bom funil, você tem que entender 2 conceitos:

#1

O que é um funil em si

#2

O que é AOV



// O QUE É UM FUNIL?

Um funil é uma sequência de páginas que as pessoas seguem pela sua estrutura de vendas. Desde o quiz, que normalmente é a primeira página do funil, até a página de obrigado, que é a última.

Aqui nesta apresentação vamos focar mais nos 3 últimos itens desse funil, que são as páginas que seus clientes veem DEPOIS de comprar seu produto principal.

Quiz

Página de Vendas

Checkout

Upsell

Downsell

Página de Obrigado

// UPSELL

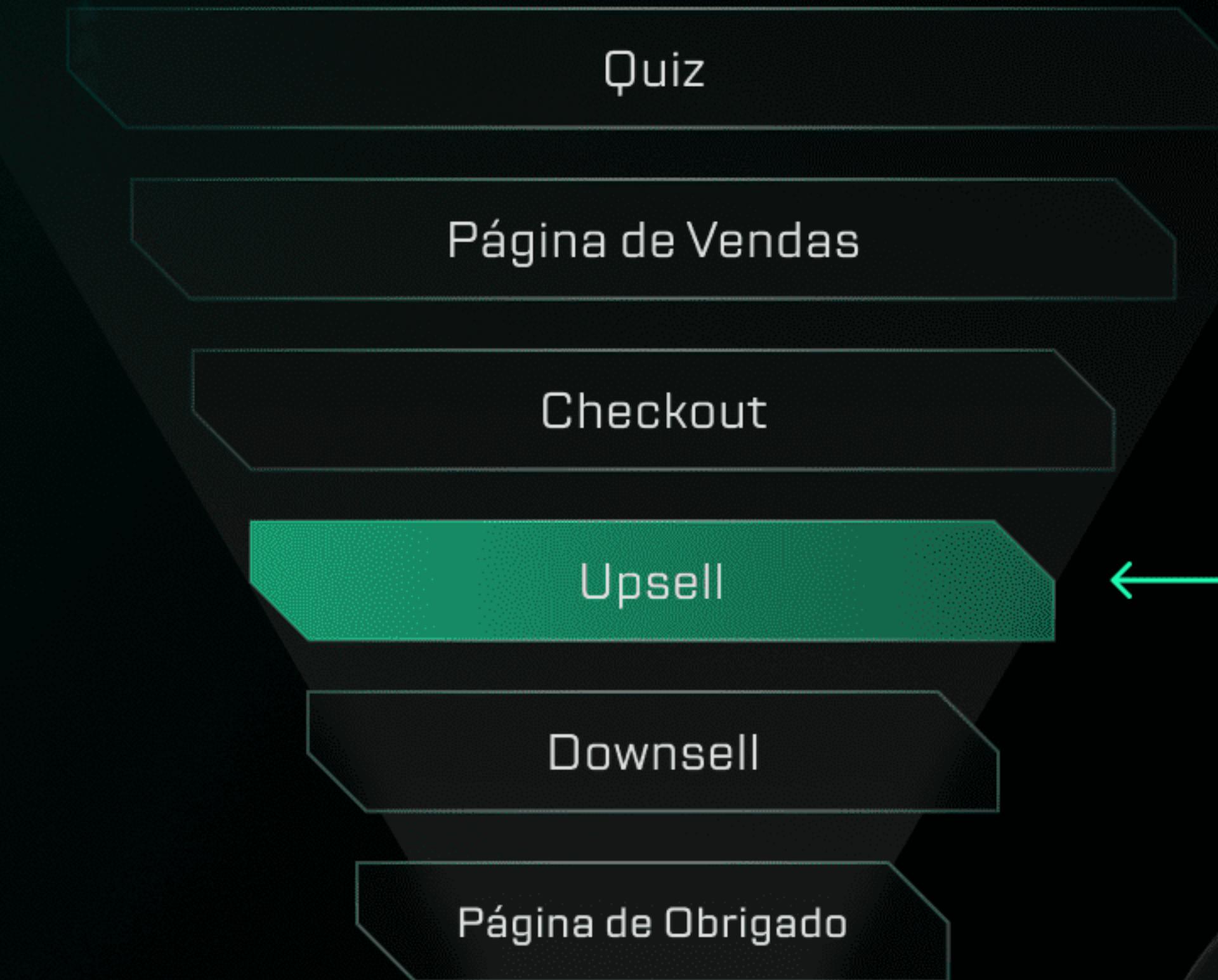
Um upsell é uma oferta que você faz logo após a pessoa completar uma compra, seja do seu produto principal, o que seria o Primeiro Upsell, ou que de qualquer outro upsell, o que seria o Segundo, Terceiro, Quarto e por aí vai.

Vale lembrar que na maioria dos casos o upsell é one ou two cliks, ou seja, a pessoa com um ou dois cliques consegue comprar sem precisar passar por outro checkout.

E, por conta disso, existem dois botões na página de upsell: de aceitar ou de rejeitar o upsell. Tipo assim:

SIM, EU ACEITO ESSA OFERTA ESPECIAL!

[Não, eu gostaria de recusar essa oferta](#)



// DOWNSELL

Um downsell é uma oferta que você faz para a pessoa quando ela recusou um upsell, quando ela clica nesse botão:

SIM, EU ACEITO ESSA OFERTA ESPECIAL!

Não, eu gostaria de recusar essa oferta

Aí com isso fazemos outra oferta para convencer o cliente a comprar.

Quiz

Página de Vendas

Checkout

Upsell

Downsell

Página de Obrigado

// PÁGINA DE OBRIGADO

A página de obrigado não tem como objetivo vender nada, é literalmente uma página agradecendo a pessoa pela compra e mostrando para ela informações básicas de acesso, suporte e etc.

Então nem vou falar muito sobre ela aqui, até porque as próprias plataformas de vendas já tem uma página de obrigado padrão.



// O QUE É AOV?

AOV (average offer value), traduzido do inglês é algo tipo Valor Médio do Pedido.

O Valor Médio do Pedido é o valor que as pessoas gastam no seu funil dividido pelo número de vendas do seu produto principal.

Vou mostrar dois cenários aqui que vão exemplificar muito bem o quanto importante é um funil na sua operação de PLRs.



AOV

Average Order Value



Total Revenue



Number of Orders



// PRIMEIRO CENÁRIO: SEM FUNIL

Seu AOV é exatamente igual ao preço do seu produto, se for R\$ 147, seu AOV vai ser R\$ 147.

Usando a fórmula para calcular o AOV, 10 vendas vão te gerar R\$ 1470 de faturamento. Dividido pelo número total de vendas (10), o resultado vai ser exatamente R\$ 147.



// SEGUNDO CENÁRIO: COM FUNIL

Seu AOV já vai ser AUTOMATICAMENTE maior que no cenário anterior, pois você está vendendo de novo para a mesma pessoa, sem custo nenhum de tráfego.

Adicionar um upsell que converta 20% no ticket de R\$ 197 já faz com que o AOV do cenário anterior salte para R\$ 186,40. Um aumento de 27% no seu faturamento, só adicionando uma simples oferta a mais.

Isso impacta muito na sua escala, pois são 30 reais a mais que você pode pagar no CPA. E é aquele velho ditado: "**A empresa que pagar mais para conseguir um cliente, ganha.**"



OS DOIS PASSOS PARA CRIAR UM FUNIL **MILIONÁRIO**

PLANEJAMENTO



CRIAÇÃO

// PLANEJAMENTO

A partir daqui, você vai me ver falando quase a apresentação inteira sobre o Primeiro Upsell, o primeiro upsell é o 80/20 do seu funil. Por que? Porque o primeiro upsell é a única oferta que TODOS os seus clientes vão ver depois da compra, mas nenhuma oferta vai ter a atenção de 100% dos seus compradores, então você deve colocar toda a sua energia nessa primeira oferta e fazer ela converter o máximo possível.

Então nosso planejamento vai ser voltado principalmente para o Upsell 1.



// INÉRCIA EMOCIONAL

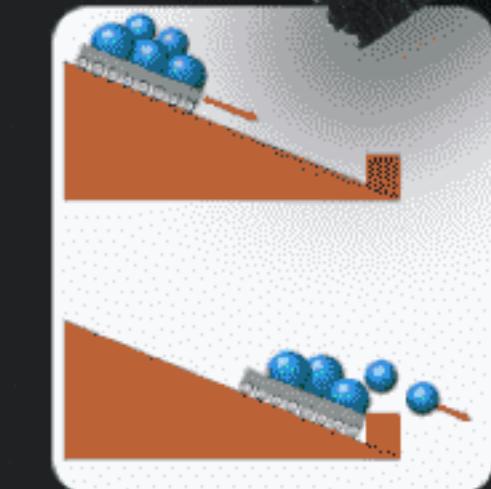
Bom, esse é um conceito muito importante, talvez até o mais importante quando lidamos com funis de vendas.

Ao lado está o conceito físico de inércia, e a inércia emocional nada mais é do que esse conceito aplicado à vontade da pessoa continuar comprando.

Você tem que causar uma inércia na pessoa em seu funil que quanto mais ela compre, mais ela cria resistência em parar de comprar.

O que é inércia é um exemplo?

A inércia é a **tendência natural de um objeto em resistir a alterações em seu estado original de repouso ou movimento**. Em outras palavras, um objeto parado sempre tende a permanecer parado, e um corpo em movimento tende a manter o movimento.



[//brasilescola.uol.com.br > O que é > O que é Física? ▾](http://brasilescola.uol.com.br/oque/01/oqueefisica.html)
[é inércia? - Brasil Escola](#)

PLANEJAMENTO

// INÉRCIA EMOCIONAL

Para criar essa sensação em seu funil, você tem que criar um Primeiro Upsell pensando em como você pode projetar essa oferta de uma forma tão irresistível ao ponto do cliente pensar:

**"Eu seria um completo idiota se não tentasse isso,
não faz o menor sentido não tentar"**

Tá, mas como fazemos isso?



// FUNDAMENTOS

Ofereça algo que as pessoas querem: pode parecer simples mas muita gente peca nisso. Se alguém acabou de comprar um produto de emagrecimento, não faz sentido você oferecer um hambúrguer de upsell. Usei um exemplo extremo apenas para exemplificar esse conceito. Nesse caso seria melhor você oferecer algo complementar. Ex: um produto para a pele, estrias ou flacidez

Sua oferta precisa ser SIMPLES e DIRETA AO PONTO: Se seus clientes não souberem o que é seu produto e como ele o ajudará, ou eles não vão comprar, ou vão comprar por engano pensando que é outra coisa e acabar pedindo reembolso depois por não ser aquilo que eles imaginavam.

// FUNDAMENTOS

Ok, já entendemos que nossa oferta precisa ser algo que a pessoa quer e precisa ser fácil de ser entendida. Mas o que vamos oferecer então?

Existem 3 principais tipos de ofertas de Upsell que você pode fazer, existem mais também porém essas são as 3 mais comuns.

// FUNDAMENTOS

MAIS DO MESMO

Isso é mais aplicável para produtos físicos, que é você oferecer exatamente o mesmo produto só que de novo. Uma forma de você fazer isso com PLR é entregar algumas receitas a mais para a pessoa, se você oferecer 5, coloca mais 5 no upsell.

ACELERADOR / AMPLIFICADOR DE RESULTADOS

Você vende algo que faça com que as pessoas cheguem naquele resultado em um tempo menor ou com um resultado melhor. Exemplo: se você vende um plano para as pessoas ganharem dinheiro, você vai vender como upsell algo que faça com que elas tenham resultados mais rápidos, um plano mais detalhado, coisas do tipo.

DONE-FOR-YOU (FEITO PARA VOCÊ)

É literalmente você entregar algo pronto para a pessoa. Por exemplo, se você vende um produto de concurso ensinando a pessoa a como estudar para passar na prova, você pode usar de upsell provas já corrigidas como um jeito da pessoa seguir.

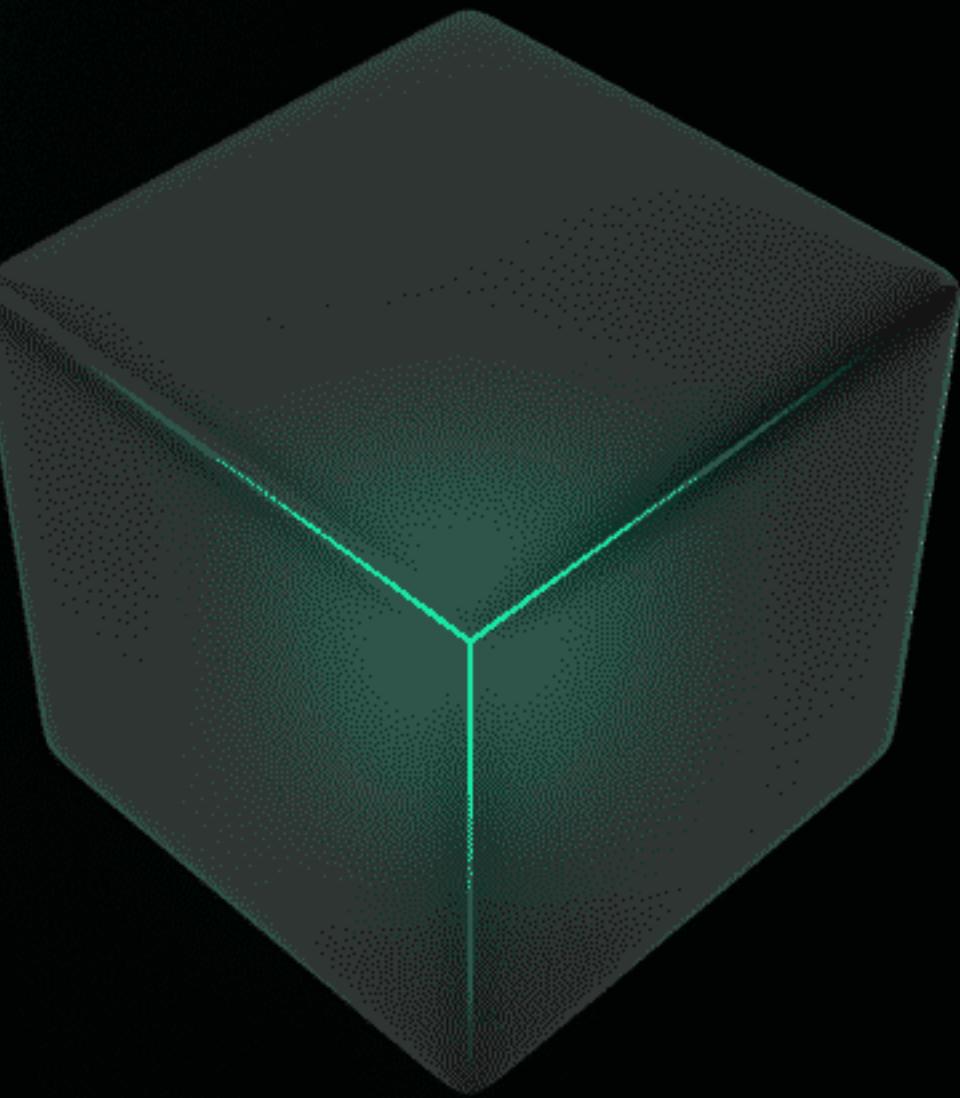
// FUNDAMENTOS

É muito importante você escolher um tipo específico e focar nele, a pessoa precisa ter clareza de qual resultado ela vai esperar do seu produto.

Você pode usar os outros tipos combinados como elementos para gerar ainda mais desejo na pessoa.

Por exemplo: Você pode vender um plano que vai acelerar os resultados das pessoas e ainda vai fazer com que ela tenha ainda mais resultados.

Ou até vender mais do mesmo produto e por consequência, acelerar os resultados dos clientes.



// FUNDAMENTOS

- Complemento - Seu produto vai ser a peça que falta no quebra cabeça do produto principal para dar certo.
- Desconto
- Lógica - Por que faz sentido comprar "isso"?
- Urgência - Por que agora é o único momento? Depois disso nunca mais conseguirei ter acesso.
- Oportunidade
- Exclusividade - Eles estarão em um grupo seletivo.

// COMO ESCREVER UM UPSELL?

Primeiro de tudo: Deixe BEM CLARO o que está acontecendo (no layout e no início de sua copy). As pessoas estarão MUITO confusas e céticas. Então no Primeiro Upsell você deve parabenizar a pessoa pela compra, dizer que o acesso dela já será liberado e aí sim você começa com a sua oferta.

Outro ponto, não se preocupe com o tamanho do seu upsell, diferente da sua oferta principal, você não está lidando com um público frio, então sua copy não precisa ser muito longa.



// ESTRUTURA DE UM UPSELL

- #01 Se concentre em onde eles estão no funil e reforce a boa decisão tomada.
- #02 Reforce brevemente os benefícios do produto que a pessoa já comprou.
- #03 Apresente novos benefícios e plante a semente na cabeça do cliente de uma nova oportunidade.
- #04 Aborde o ceticismo que a pessoa provavelmente está sentindo.
- #05 Apresente o motivo da oportunidade, e por que agora [prova + urgência]
- #06 Como funciona e por que vai funcionar para eles [lógica + benefícios].
- #07 Provas sociais.
- #08 O que seus clientes vão receber na nova oferta.
- #09 Recapitular tudo o que eles vão receber na nova oferta, incluindo a original.
- #10 Ridicularização do preço + chamada para a ação.
- #11 Apresente a garantia.
- #12 Justifique por que faz sentido comprar e por que agora [urgência].
- #13 Recapitulação de tudo o que eles estão recebendo (incluindo os bônus) e mais uma chamada para a ação.
- #14 Mostrando a dor e os problemas que a pessoa vai ter se não comprar.
- #15 Revisão de tudo o que os clientes vão receber e a última chamada para a ação.

// ESTRUTURA DE UM DOWNSELL

A estrutura de um downsell é basicamente a mesma, mas lembre-se que a pessoa recusou o upsell, então você precisa MELHORAR a oferta do seu upsell.

Adicione mais bônus, maior garantia, ofereça um desconto e pegue bem mais pegado na urgência, como se você estivesse abrindo uma exceção para a pessoa ter mais uma chance de compra.

// CONCLUSÃO

Um funil de vendas vai te trazer uma margem maior instantaneamente, isso implica em maior faturamento e maior escala para a sua operação.

O 80/20 do seu funil de vendas é o primeiro upsell, pois é a única oferta que 100% dos seus clientes vão ver. Então até você ter um primeiro upsell com uma taxa de conversão altíssima, nem faz sentido você pensar em uma segunda oferta.