



BB

# BLACK B\$K

POR ELIZA LENHARDT



# **“OU VOCÊ CONSTRÓI O SEU SONHO, OU FARÁ PARTE DA CONSTRUÇÃO DO SONHO DE ALGUÉM”**

Antes de escrever esse e-book, eu me considerava apenas o primeiro tipo de pessoa, a que quer construir seus próprios sonhos apenas. Mas, agora eu me considero os dois tipos de pessoas citadas nessa frase, porque a minha missão com esse e-book é exatamente essa; **auxiliar você a construir os seus sonhos também a partir do conhecimento que irei passar nas próximas páginas.**

Porém, **eu preciso que você acredite nisso tudo também**, porque eu acreditei quando decidi investir meu tempo para escrever esse e-book e entregar por um valor tão simbólico para que milhares de pessoas tenham a **oportunidade** de conquistar a vida dos sonhos.

Acorde todos os dias **pensando no objetivo que te fez começar e tenha autorresponsabilidade para colocar em prática o que você aprendeu para alcançá-lo**, foi dessa forma que eu iniciei e conquistei tudo que tenho conquistado até hoje.





# SUMÁRIO

## 1. SEJA BEM-VINDO

Pág. 5

- 
- Autora
  - Objetivo
  - Suporte
  - Certificado

## 2. TENHA UMA MENTALIDADE EMPREENDEDORA

Pág. 8

- Mentalidade Empreendedora
- Acredite na sua nova realidade
- As 3 fórmulas do sucesso
- 4 Técnicas poderosas
- Pontos principais do empreendedorismo

## 3. CONHEÇA O MERCADO DIGITAL

Pág. 17

- O mercado digital do zero
- Não cometa o erro dos afiliados iniciantes
- Os melhores nichos do mercado digital
- Como escolher o nicho ideal
- Defina o seu público-alvo
- As plataformas digitais
- O link de afiliado e a comissão
- Termos técnicos





# SUMÁRIO

## 4. PRATIQUE O MERCADO DIGITAL

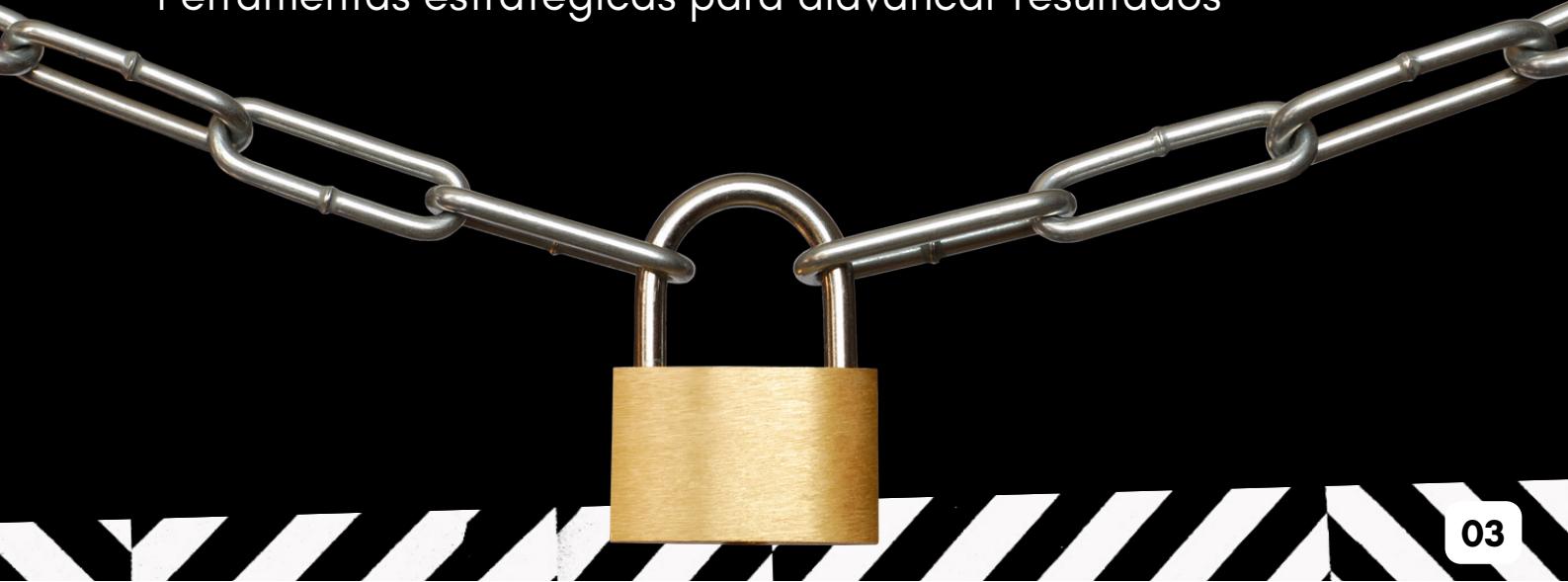
Pág. 37

- Venda automática e venda humanizada
- O segredo do aplicativo que vende todos os dias
- Conversão de venda na prática
- O poder do storytelling
- Copy e abordagem matadora
- Como quebrar qualquer objeção
- O real segredo por trás das vendas
- Os gatilhos mentais mais poderosos

## 5. DOMINE O MERCADO DIGITAL

Pág. 53

- Passo a passo para aplicar as provas sociais na sua estrutura
- Captação de clientes qualificados
- Identidade visual
- Estruturando o seu Instagram para transformá-lo em uma máquina de vendas
- Entenda o algoritmo do Instagram
- Ferramentas estratégicas para alavancar resultados





# SUMÁRIO

## 6. COMECE A GANHAR DINHEIRO COM O MERCADO DIGITAL

Pág. 69

Utilize o seu perfil ao seu favor para ganhar muito dinheiro

Posicionamentos

Venda sem vender

A melhor estratégia para iniciantes de sucesso

## 7. SEM APARECER OU APARECENDO; SEM INVESTIR OU INVESTINDO

Pág. 78

Estratégia 1

Estratégia 2

Estratégia 3

Estratégia 4

Estratégia 5

Estratégia 6

Estratégia 7

Estratégia 8

Estratégia 9

Estratégia 10

Estratégia 11

Estratégia 12

## 8. IMPORTANTE

Pág. 131

Torne-se autoridade mesmo sendo iniciante

3 conceitos revolucionários para a sua vida

Ferramentas avançadas

## 9. DIREITOS AUTORAIS





# AUTORA



Olá, seja bem-vindo! Meu nome é Eliza Lenhardt, mais conhecida como "**a menina que vive da internet**", possuo 19 anos e resido no Rio Grande do Sul desde o meu nascimento.

Sou **especialista** no Mercado Digital **há 2 anos** e nesse período ensinei **milhares de pessoas a conquistarem a sua independência financeira através da internet**, usando apenas um celular, onde se quer estivessem, de uma maneira totalmente **segura e confiável**.

## ELIZA LENHARDT



# OBJETIVO

O objetivo desse e-book é **facilitar do primeiro ao último passo** de milhares de pessoas que querem se tornar empreendedores digitais estrategistas. Porque nesse material, eu me comprometo de mostrar, de forma **clara e objetiva**, o passo a passo que eu e outras milhares de pessoas seguimos para nos tornarmos **afiliados de sucesso**, começando do **absoluto zero**.

# SUporte

Daqui **1 dia** o seu acesso ao nosso **grupo de suporte** será liberado e lá você vai encontrar várias dicas extras, terá um **acompanhamento exclusivo** comigo e com a minha equipe, poderá tirar dúvidas a vontade e ouvir sugestões de pessoas que já tem experiência no mercado.

# CERTIFICADO

E, assim que você finalizar todos os módulos, você já terá aprendido o conhecimento necessário para receber o seu certificado, então a opção "**imprimir certificado**" irá aparecer para você no Nutror. Mas, lembre-se que conhecimento não é poder, é apenas um potencial, porque nada adianta você ter muito conhecimento e um certificado, se você não colocar nada em prática. **O conhecimento só se tornará poder quando você coloca em ação tudo o que você aprendeu.**



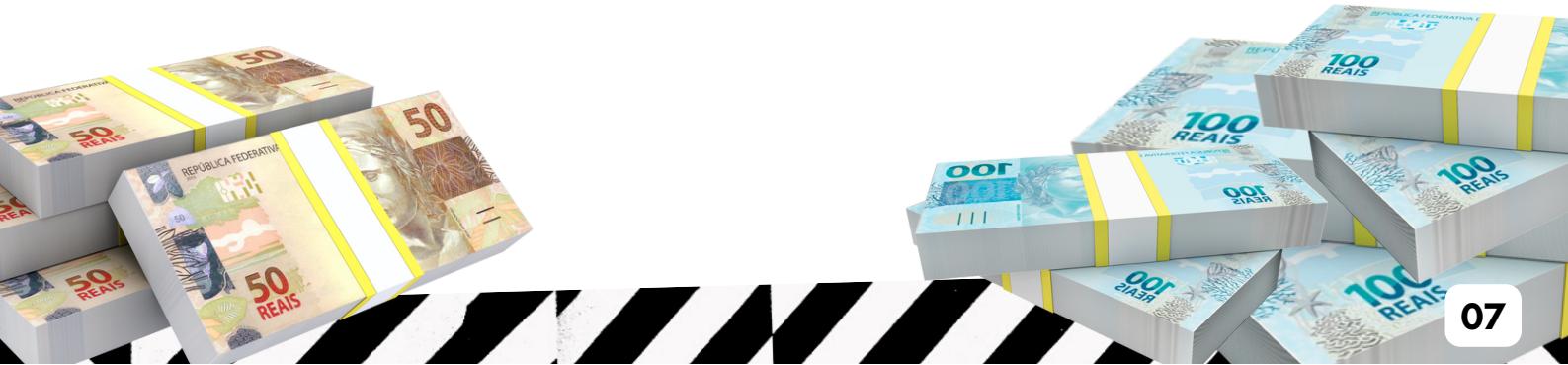
# QUATRO OPÇÕES ESTRATÉGICAS PARA VOCÊ ESCOLHER:

- 1. SEM APARECER E SEM INVESTIR;**
- 2. SEM APARECER E INVESTINDO;**
- 3. APARECENDO E SEM INVESTIR;**
- 4. APARECENDO E INVESTINDO.**

Antes que você fique em dúvida de qual estratégia seguir, fique tranquilo, todas opções citadas acima proporcionam os mesmos resultados, pois são **utilizadas e comprovadas** por mim e por todos meus alunos que crescem e se destacam continuamente todos os dias. Então, se até hoje você não começou a ser um empreendedor digital, por medo de ter que aparecer ou não aparecer, ou sem saber se é necessário investir ou não investir, parabéns, você adquiriu o e-book ideal, porque além de te explicar, eu vou te mostrar na prática como **todas essas opções são possíveis**.

Mas, gostaria de lembrar a você algumas coisas muito importantes, que as vezes, com a correria do dia a dia esquecemos; **você consegue, você é capaz e você tem potencial para fazer qualquer coisa que quiser dar certo, lembre-se disso sempre.**

Não importa se você mora em cidade pequena, se você não conhece muitas pessoas, se você não tem o melhor aparelho celular ou computador e nem se você se considera uma pessoa tímida etc. Pela internet você tem acesso ao mundo inteiro e tem lugar para todo mundo. A teoria de que o mercado digital está saturado foi feita por alguém que não tem a mínima noção sobre o assunto, na verdade, no Brasil, o **Mercado Digital** recém está dando os seus primeiros passos. Por isso, você é privilegiado por estar começando agora, você é um dos **pioneiros**.





# MENTALIDADE EMPREENDEDORA

Vou iniciar esse módulo com uma pergunta: Por acaso você já ouviu alguém falar para você algumas destas frases; **"Para ficar rico, só nascendo rico, casando-se com uma pessoa rica ou ganhando na loteria"** ou **"quem nasce pobre, morre pobre"**? Eu aposto que sim, porque eu também já ouvi. Porém, você precisa descartá-las da sua mente, exatamente como eu fiz quando iniciei, vou explicar o porquê.

Nos meus **2 anos de experiência** trabalhando como afiliada, conheci muitas pessoas e suas formas de pensar, desenvolvi estratégias, aprendi técnicas e meios de vendas antes de desenvolver este ebook. Mas, existe algo me diferenciou desde o dia que eu decidi iniciar no empreendedorismo digital, que me permitiu faturar **5 mil reais** no meu primeiro mês com **apenas 17 anos**, sem ter experiência alguma, a minha mentalidade.

Mesmo sendo muito jovem, eu comecei a entender que sem uma mentalidade empreendedora, nenhum e-book, vídeo aulas ou até mesmo a melhor estratégia do mundo vão fazer milagres. **Não espere chegar longe, enquanto as suas crenças limitarem você de chegar lá.**

Talvez tudo que estou falando agora seja um choque para você, infelizmente, a maioria das pessoas pensam que por ter nascido em uma família de baixo nível econômico, jamais serão capazes de viver uma vida acima da média, **então crescem e desenvolvem crenças limitantes** em relação a dinheiro e prosperidade.

É mais “normal” pensarmos em conseguir um emprego para apenas nos sustentar, já que iremos morrer pobre mesmo do que pensarmos em ser um empresário, para provar que **quem nasce pobre, também pode morrer rico.**



# ACREDITE NA SUA NOVA REALIDADE

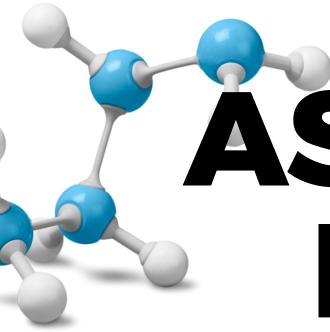
E, assim como esse tipo de crença, existem outras milhares que fazem com que as crianças, cresçam e se desenvolvam pensando dentro da caixa. Isso faz com que quando adultos **percam oportunidades incríveis** e se tornem pessoas frustradas, não só no âmbito profissional, mas em outras áreas da vida também.

Confesso, que antes de entrar para o mercado digital, eu pensava; **"isso deve ser muito difícil, ou até mesmo impossível"**. Ou seja, durante toda a minha vida, eu tinha no meu inconsciente, que ter muito dinheiro em pouco tempo era impossível, surreal e extremamente distante para mim.

Porém, quando iniciei e comecei a estudar a fundo, percebi que eu não iria conseguir faturar nem um centavo mesmo se eu não mudasse esse pensamento. **Entendi que antes de viver a vida que eu sonhava, eu precisava realmente acreditar que ela seria possível.**

Entendeu agora o porquê de começar a mudar a sua forma de pensar é tão importante? Espero que sim, porque a partir de agora vou passar a **virada chave para a sua vida** que eu apliquei para reformular as minhas crenças e para tornar aquela realidade cada vez mais próxima.





# AS 3 FÓRMULAS DO SUCESSO



## AUTOESTIMA

A sua autoestima interfere nos seus resultados, então é muito importante que você esteja com a autoestima elevada porque ela quem vai cuidar dos seus resultados e ela quem vai fazer com que você tenha um **bom desempenho** em tudo que for fazer, seja no mercado digital quanto na sua vida pessoal. Abaixo vou passar **3 passos** que você pode seguir para aumentar a sua autoestima:

### 1. Não se compare com os outros

O mundo em que vivemos é sustentado pela **competitividade** e isso nos faz acreditar que nosso próprio sucesso pessoal ou profissional só será alcançado quando superarmos o de outras pessoas. Mas isso não faz sentido, então procure deixar todas as comparações de lado para conseguir o seu próprio sucesso.

### 2. Filtre as críticas que você recebe

Precisamos ter a ciência de que quanto mais resultados tivermos, mais sujeitos a críticas estaremos, e na maioria das vezes, essas críticas vêm de pessoas que nunca construíram nada na vida, mas estão ali criticando o seu trabalho ou as suas atitudes. Então, você precisa encontrar um **equilíbrio** entre não dar ouvidos para nenhuma crítica ou filtrar demais alguma crítica recebida.

Para isso, existem **duas técnicas** que você pode praticar para qualquer crítica que você receber; **valide** se essa pessoa tem domínio sobre o assunto, se essa pessoa é de confiança, se essa pessoa não está somente te criticando; você vai **filtrar** se é apenas uma pessoa que está falando sobre esse assunto ou se mais pessoas estão repetindo isso, se é somente uma pessoa, guarde para você. Se for mais de uma pessoa, procure analisar mais sobre o real motivo dessas críticas e defina alguma ideia para melhorar isso. Assim, você irá conseguir lidar melhor com todas as críticas que você possa receber.



### 3. Comemore as suas vitórias

Cada novo objetivo alcançado, seja ele grande ou pequeno, você deve fazer com que ele seja um **impulso positivo**, ou seja, que ele te leve em direção ao seu equilíbrio físico e mental, para que cada vez mais você possa agir de maneira correta para chegar aonde você tanto almeja.

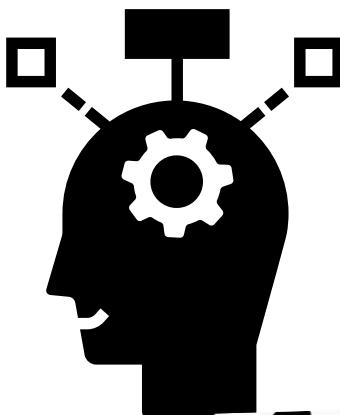
## AUTOCRÍTICA

A autocritica pode ter a sua utilidade, ela nos ajuda a **reavaliar condutas, hábitos, opiniões e crenças** que já não são adequados para a nossa realidade, cujo objetivo não é a perfeição é construtiva.

Quando iniciamos algo novo, por exemplo, podemos recorrer à autocritica para analisar quais comportamentos são ou não compatíveis. Outra ocasião é quando cometemos um erro, para não o repetir, podemos refletir sobre o nosso comportamento e encontrar formas melhores de lidar com a mesma situação no futuro.

## AUTORRESPONSABILIDADE

Milhares de alunos que ganham acima de 10, 20, 30 (...) mil reais por mês PROVAM que tudo o que eu vou te ensinar realmente funciona. Porém, eu também tive alunos que provaram que sem aplicar com **constância** o que é ensinado, o conteúdo se torna indiferente. Então, lembre-se, nós somos responsáveis pelos nossos resultados, sejam eles bons ou ruins, e, que não depositemos nos outros a responsabilidade sobre as nossas vidas. Vou citar abaixo as 6 leis da autorresponsabilidade de acordo com o autor Paulo Vieira, para que você também conquiste a sua.





“

- 1. SE É PARA CRITICAR OS OUTROS, CALE-SE;**
- 2. SE É PRA RECLAMAR, DÊ SUGESTÃO;**
- 3. SE É PARA BUSCAR CULPADOS, BUSQUE SOLUÇÃO;**
- 4. SE É PARA SE FAZER DE VÍTIMA, FAÇA-SE DE VENCEDOR;**
- 5. SE É PARA JUSTIFICAR SEUS ERROS, APRENDA COM ELES;**
- 6. SE É PARA JULGAR AS PESSOAS, JULGUE SUAS ATITUDES.**





# 4 TÉCNICAS PODEROSAS

Já que estamos falando sobre pensamentos, vou te ensinar quatro técnicas poderosas que aplico desde o princípio, e que, para mim, fazem diferença no dia a dia e **auxiliam na evolução da mentalidade de empreendedora**. Mas, que fique claro, você não é obrigado a seguir nenhuma dessas técnicas se não quiser e está tudo bem, ok?

## LEI DA ATRAÇÃO

É fácil, basta **escrever** o que você deseja manifestar como se estivesse acontecendo agora. Portanto, escreva em primeira pessoa, no tempo presente. E coloque também as emoções positivas que você sente durante essa realização. Deixe sua imaginação fluir e realmente sinta como se estivesse realizando seu desejo agora.

## TÉCNICA 369

A técnica 3 · 6 · 9 consiste em escrever **afirmações** 3 vezes pela manhã ao acordar, 6 vezes ao longo do dia e 9 vezes antes de dormir, sendo importante que sejam de agradecimento. Por exemplo, se você deseja encontrar um emprego, sua declaração seria: "Estou grato por ter encontrado um novo emprego".



# ARQUÉTIPOS

Os Arquétipos são as **primeiras emanações** da fonte criadora. Eles vêm de dimensões superiores e mais sutis da realidade, mas nos influenciam diretamente, por estarem implantados em nossa mente individual e coletiva, podendo estar ativados ou não.

## MURAL DOS SONHOS

Primeiramente, entenda que o mural dos sonhos é uma **técnica de visualização criativa**. Escreva no centro da folha o seu nome completo e a sua data de nascimento, ao redor adicione imagens, ilustrações, fotos, montagens e palavras em um quadro, a fim de ser uma representação visual de tudo aquilo que se almeja, trazendo empolgação e ajudando na manifestação dos sonhos e objetivos.

**LEMBRE-SE:  
ATRAÍMOS AQUILO  
QUE PENSAMOS.**



# PONTOS PRINCIPAIS DO EMPREENDEDORISMO

Todos somos capazes de sermos empreendedores, mas, existem algumas características que precisamos desenvolver ao longo do tempo para nos tornarmos não só empreendedores, mas **empreendedores de sucesso**. Por isso, separei alguns tópicos para você definir o seu posicionamento e entender como você deve ver a sua nova realidade.

## PLANEJAMENTO

A curva de aprendizado também compreende o monitoramento das informações de uma empresa. O empreendedor precisa estar atento para **analisar e monitorar** constantemente os seus resultados. Isso vai dar munição para correções e melhorias. Selecione períodos de análise do negócio. Nessas épocas sazonais, identifique possíveis erros de operação e gestão para buscar soluções.

### META ANUAL DE FATURAMENTO R\$149.000,00

MÊS 1	R\$ 1.000,00
MÊS 2	R\$ 2.000,00
MÊS 3	R\$ 3.000,00
MÊS 4	R\$ 5.000,00
MÊS 5	R\$ 8.000,00
MÊS 6	R\$ 10.000,00
MÊS 7	R\$ 12.000,00
MÊS 8	R\$ 15.000,00
MÊS 9	R\$ 18.000,00
MÊS 10	R\$ 22.000,00
MÊS 11	R\$ 25.000,00
MÊS 12	R\$ 28.000,00



Com metas desse tipo, é possível manter a constância e ainda monitorar seu progresso.



# PERSISTÊNCIA

Aquela história de que a gente aprende com os erros é uma meia verdade. A realidade é que **a gente aprende com a correção dos erros**. Ou seja, não desista depois de um fracasso.

As dificuldades são as experiências de uma jornada de aprendizado. Com elas, são adquiridas muitas lições que podem ser úteis para reavaliar os planos e metas ou, até mesmo, modelo de negócio.

# AUTOCONFIANÇA

Da mesma forma que é preciso coragem para começar, **é necessário confiança para transmitir as suas opiniões**. O empreendedor precisa passar credibilidade para os seus clientes e fornecedores.

A melhor forma de conquistar isso é tendo conhecimento profundo do negócio para extrair todas as informações necessárias e demonstrar que você sabe o que está fazendo diante de algum risco ou na tomada de uma decisão estratégica.

# DIFERENCIACÃO

Vivemos em uma era digital, em que a cada momento surgem coisas novas na internet e é exatamente isso que faz as com que as pessoas fiquem cada vez mais conectadas. Porque elas gostam de tudo que é **novo e diferente**, que foge do comum. Por isso, ter diferenciação, é essencial para se tornar referência no mercado.

# VISÃO A LONGO PRAZO

Permite levar a um **desempenho superior ou a saltos significativos nos níveis de desenvolvimento**. A liderança pela antecipação está associada a um grande ganho político, estratégico e de bem-estar de países, estados ou cidades. Na verdade, o futuro não se adivinha, o futuro se constrói.



# MERCADO DIGITAL DO ZERO

Para que você entenda de forma simples como funciona o mercado digital, vou te explicar as 3 principais funções que uma pessoa pode ter.

## PRODUTOR

É o responsável pela **produção do infoproduto**, desde a criação até a entrega ao cliente.

## AFILIADO

É o **revendedor do produto criado pelo produtor**. Tem a função de divulgá-lo e atrair clientes que efetuam a compra. Essa será a sua função, divulgar e vender produtos que já existem na internet.

## CONSUMIDOR

É o **cliente final**, é quem vai comprar aquilo que você como afiliado estará indicando.

## OS INFOPRODUTOS

Na internet existem **diversos infoprodutos**, como por exemplo, **Cursos online, E-books, Treinamentos, Podcasts, Apostilas, Websites, Aplicativos e entre outros**. Nas quais são vendidos e entregues ao cliente final de forma **100% digital**. Logo, você não precisa ter um produto físico, muito menos um estoque, para iniciar as suas vendas.

Existem infoprodutos de todas áreas e nichos que você possa imaginar, como o de **beleza, saúde, emagrecimento, relacionamentos, desenvolvimento pessoal, áreas de profissão, conteúdos sobre uma disciplina específica, renda extra, linguagens etc.** Dito isso, vamos entender agora como um afiliado de um produto digital realmente ganha dinheiro.

# NÃO COMETA O ERRO DOS AFILIADOS INICIANTES

**"PARE DE VENDER APENAS PRODUTOS,  
VENDA SOLUÇÕES E TRANSFORMAÇÕES".**

As pessoas não querem apenas comprar mais um produto, elas querem, na verdade, a **solução e a transformação** que o produto ou serviço pode proporcionar na vida delas. E, um dos maiores erros dos iniciantes é divulgar e oferecer um produto destacando as características técnicas e os benefícios do produto.

## ALGUNS EXEMPLOS PARA SIMPLIFICAR A EXPLICAÇÃO:

Se você atua na área de cursos de extensão de cílios, você não deve dar ênfase aos módulos desse curso, nem aos materiais que os alunos devem ter para realizá-lo. O que pode fazer com que uma pessoa se interesse por esse produto? O fato de aprender a fazer extensão de cílios profissional, poder trabalhar nessa área e automaticamente ganhar dinheiro com isso.

**Então, no lugar de divulgar o produto dessa forma:**



**"Curso de extensão de cílios, com 50 aulas, mais certificação, usando apenas 1 tipo de fio".**

**Você vai divulgar desta forma:**



**"Torne-se uma extensionista de cílios profissional e reconhecida na área da beleza através deste treinamento".**





Se você vende o Black Book, você não deve dar ênfase somente ao sumário e aos conteúdos. O que faz com que uma pessoa queira adquirir o Black Book? O fato de aprender a ganhar dinheiro na internet.

**Então, no lugar de divulgar o produto dessa forma:**



**"E-book completo para aprender à trabalhar na internet".**

**Você vai divulgar desta forma:**



**"Aprenda a ganhar dinheiro na internet, usando um celular e conquiste a sua liberdade financeira de forma 100% segura e confiável".**

Então, você precisa entender que **ninguém sonha** com um curso específico de cursos de extensão de cílios, **mas pessoas** sonham em serem extensionistas de cílios.

**Ninguém sonha** em adquirir o Black Book, **mas muitas pessoas sonham** em conquistar a sua liberdade financeira através da internet.

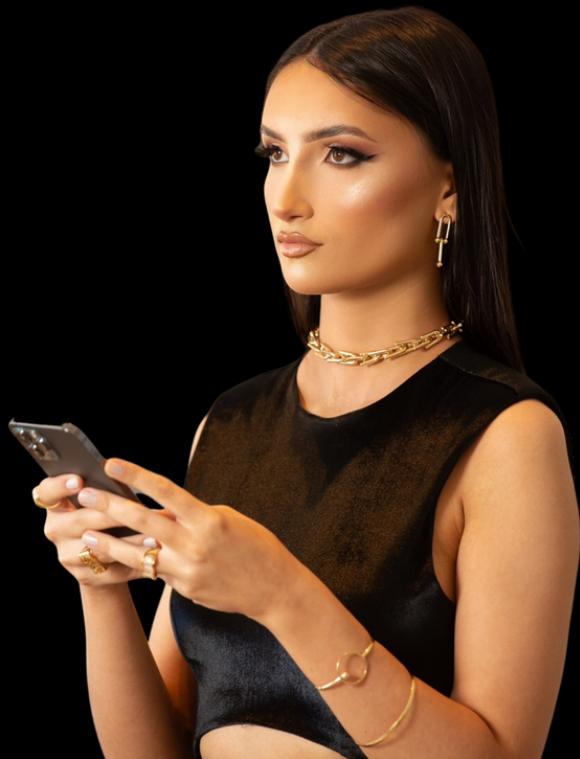
Errar na oferta pode afastar os seus clientes. Para isso não acontecer, lembre-se sempre que você não vende apenas as informações técnicas de um produto, você vende o **desejo** das pessoas.





# OS MELHORES NICHOS DO MERCADO DIGITAL

Selecionei alguns dos melhores e mais lucrativos nichos do mercado digital para auxiliar você nessa importante escolha.



## RENDA EXTRA

O ramo de renda extra tem uma particularidade que o torna o melhor nicho do mercado: O público, porque todas as pessoas querem ganhar mais dinheiro, sejam elas; Mulher ou homem, do mais pobre até o mais rico, dos mais jovens aos mais velhos. Ou seja, você atinge todo tipo de público, sem exceções. O que facilita a captação de clientes na conversão de vendas.

## ESPECIALIZAÇÃO DE CARREIRAS

O mercado mudou, as pessoas mudaram. Por isso, áreas como a nutrição, o direito, a psicologia, a arquitetura, entre outras, estão tão em alta no mercado digital. Trabalhar com esse tipo de produto pode ser muito lucrativo para você, afiliado. Já que você pode aproveitar a credibilidade deste profissional que criou o produto, já conhecido na área, para alavancar as suas vendas.





# VIDA SAUDÁVEL



O nicho de Saúde e Fitness é um dos mais competitivos e lucrativos, principalmente se você entregar bons conteúdos que vão ajudar essas pessoas a viver melhor.

Falar sobre estética ou saúde é falar sobre dores que afetam muito as pessoas no seu dia a dia. Afinal, quem não quer emagrecer, ter um corpo bonito e ter mais qualidade de vida?

Embora seja o nicho de maior concorrência na internet e teoricamente um pouco saturado, as opções de segmentação de mercado são bastante dinâmicas e diversificadas.

# MUNDO PET



Os animais de estimação já se tornaram membros das famílias e para os donos de cães e gatos não existe crise. De acordo com dados do IBGE, 46,1% das famílias têm pelo menos um cachorro em casa e 19,3% pelo menos um gato.

Não à toa, o mercado de animais de estimação não para de crescer e assim traz um enorme potencial lucrativo. Donos de pets estão sempre em busca de novas soluções para melhorar a qualidade de vida, a saúde, o lazer e a estética dos seus bichinhos de estimação.

Você pode, por exemplo, criar uma loja virtual com venda de artigos para pets ou produzir conteúdos com dicas e técnicas de adestramento.

Não há necessidade de você ser um veterinário. Basta gostar e ter interesse em conhecer bastante do assunto.



# FINANÇAS PESSOAIS



Se tem um assunto que o brasileiro sabe muito pouco, é sobre finanças pessoais. Tanto é que um levantamento do SPC indicou que 8 a cada 10 brasileiros não sabem controlar suas despesas.

Por isso, há muito espaço para explorar esse nicho. Especialmente, porque ele tem várias especializações.

Por exemplo, você pode divulgar materiais que ensinam como sair do dívidas, fazer um planejamento financeiro e criar objetivos financeiros.

# RELACIONAMENTO



É um tema que te ensina a se relacionar com outras pessoas. Você vai perceber que essa é uma dor que muitas pessoas têm.

Relacionamento é um nicho que continua entre os mais procurados e lucrativos de 2022.

Como ter um relacionamento sem brigas? De que forma apimentar a relação depois de anos de casado? Como perder a timidez e conquistar alguém?

Quando você dá respostas para essas pessoas, elas passam a ser fiéis a você, e por isso vão te acompanhar sempre e “gastar” para terem mais respostas.



## BELEZA



Automaquiagem, skincare, manicure, alongamento de unhas, cílios, sobrancelhas, consultoria.

Tudo o que tem a ver com estética e imagem tende a crescer cada vez mais, principalmente no meio digital.

Por isso, escolher um desses micro nichos é muito inteligente e lucrativo.

## CULINÁRIA

A alimentação é um setor que sempre alcança bons resultados, uma vez que ele tem relação com uma necessidade básica. Desde o começo da pandemia, ainda houve um aumento por comidas mais saudáveis. Isso porque as pessoas começaram a cozinhar mais em casa e essas experimentações geraram um crescimento na busca por cursos online e novas receitas.

Ainda existe a possibilidade de vender algum material que foque em dicas práticas para o dia a dia. Isso ajuda nesse momento em que muitas pessoas voltam ao escritório e têm menos tempo para cozinhar. Por todos esses motivos, a alimentação é um dos nichos lucrativos do ramo de afiliados. Ou seja, se você gosta, invista. Vale a pena!



## MATERNIDADE

Por fim, existe o segmento da maternidade. Esse é um dos nichos mais procurados, porque as mães estão sempre se renovando, especialmente as de primeira viagem. Ou seja, há muitas possibilidades. Dessa forma, há muitas alternativas para aproveitar e complementar sua renda.



# O NICHO IDEAL

**UMA DÚVIDA MUITO COMUM DOS INICIANTES É:  
“COMO ESCOLHER O NICHO IDEAL?”**

A primeira etapa para escolher um nicho é identificar aquilo que você realmente gosta. Para isso, faça uma **listinha com as suas preferências**, análise e separe apenas aquelas atividades que você tem conhecimento.

Por exemplo, vamos supor que você goste de inglês e de cabelo. Mas, você não tem conhecimento algum na área da beleza, mas entende inglês perfeitamente. Neste caso, seria ideal que você atue na área do idioma, porque, além de gostar, você entende sobre o assunto.

Supondo, que você goste do nicho de renda extra. Você ainda não entende sobre o assunto, mas depois de adquirir o conhecimento desse e-book, você terá o **domínio suficiente** para atuar nesta área também.





# DEFINA SEU PÚBLICO ALVO

Você já ouviu aquela frase "**é melhor um pássaro na mão do que dois voando?**", então, vamos aplicá-la em quesito de vendas agora; É melhor você possuir apenas um cliente interessado em adquirir seu produto do que dois completamente desinteressados.

Mas, para isso, você **definir o seu público-alvo através de pesquisas e estudos** que consistem em um grupo específico de consumidores com características semelhantes e que estão mais dispostos a adquirir os produtos que você oferece, é um perfil de pessoas que tem **potencial** para se tornar cliente, a fim de **aumentar a sua conversão de vendas de forma exponencial**.

Ao responder as **seguintes perguntas** sobre o seu público, você vai **entender e dominar as expectativas** e desejos dos seus potenciais clientes, podendo **utilizá-las ao seu favor** durante a comunicação e conexão.



**QUAL O MAIOR DESAFIO DO SEU PÚBLICO?**



**QUAIS OS DESEJOS DO SEU PÚBLICO?**



**QUAIS OS MAiores MEDOS?**



**O QUE OS TORNARIAM PESSOAS REALIZADAS?**



**QUAIS SÃO AS MAiores REFERÊNCIAS DE VIDA?**



# E, AO DEFINIR O SEU PÚBLICO ALVO, VOCÊ AINDA CONSEGUE:

- CONHECER MELHOR OS SEUS INTERESSES;
- APROXIMAR O PRODUTO DO CONSUMIDOR;
- USAR UMA LINGUAGEM QUE CONVERSE COM TODOS OS INTEGRANTES;
- UTILIZAR UMA ABORDAGEM QUE ATENDA SUAS NECESSIDADES E DESEJOS;
- FAZER COM QUE O CONSUMIDOR SE IDENTIFIQUE COM VOCÊ;
- DEFINIR UM POSICIONAMENTO ÚNICO;
- SE DIFERENCIAR DA CONCORRÊNCIA.



# AS MAIORES PLATAFORMAS DIGITAIS

Vou te apresentar as maiores e 100% seguras plataformas da internet, as quais hospedam todos os nichos e produtos citados no módulo anterior e outros MILHARES. E, a função de uma plataforma é exatamente essa:

- 1 **HOSPEDAR;**
- 2 **LIBERAR A SUA AFILIAÇÃO AOS PRODUTOS;**
- 3 **COMPENSAR OS PAGAMENTOS E AS SUAS COMISSÕES;**
- 4 **ENTREGAR O INFOPRODUTO AO CLIENTE (OU SEJA, VOCÊ NÃO SE RESPONSABILIZA POR ESSA ENTREGA E SIM APENAS A PLATAFORMA).**

**CLIQUE** NOS BOTÕES ABAIXO PARA CONHECER CADA PLATAFORMA:





# REALIZANDO O SEU CADASTRO NA EDUZZ:



<https://orbita.eduzz.com>

- 1 Acesse o site do Órbita clicando no link abaixo e clique em "Criar uma conta", conforme a imagem abaixo:



**orbita**

 eduzz Account

Entre com sua conta Eduzz.

E-mail

Senha  

[Esqueci minha senha](#)

Ainda não tem uma conta?  
[Criar uma conta](#) 

Copyright © Eduzz 2021 - Termos de Uso - Políticas de Privacidade - Contato





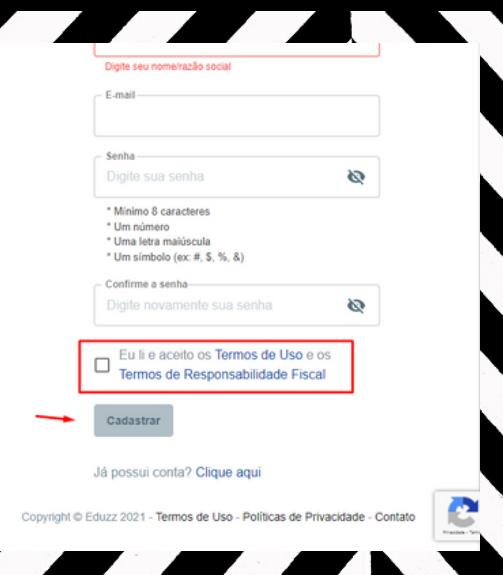
2 Preencha os campos requisitados com os dados de sua empresa ou com seus dados de pessoa física. Sua senha precisa conter impreterivelmente:

- Mínimo 8 caracteres;
- Um número;
- Uma letra maiúscula;
- Um carácter especial.



The image shows a woman sitting at a wooden desk, working on a laptop. To her left is a large black desk lamp. The background features a window with a view of the sky. To the right is a screenshot of the Orbita account creation page. The page has a header with the Orbita logo and the text "eduzz Account". Below it is the instruction "Cadastre sua conta.". There are four input fields with red arrows pointing to them: "Nome/Razão Social" (Digit your company name or social reason), "E-mail" (Digit your e-mail), "Senha" (Digit your password), and "Confirmar a senha" (Digit your password again). Below these fields are password strength requirements: "Mínimo 8 caracteres", "Um número", "Uma letra maiúscula", and "Um símbolo (ex: #, \$, %, &)." At the bottom of the form is a checkbox labeled "Eu li e aceito os Termos de Uso e os Termos de Responsabilidade Fiscal" with a red arrow pointing to it, and a "Próximo" button.

3 Leia e aceite os Termos de Uso e Termos de Responsabilidade Fiscal e pronto! Agora você já é nosso parceiro! O Eduzzinho vai fazer um tour na plataforma com você para te mostrar nossas principais funcionalidades.



The image shows the same woman at her desk, working on her laptop. To the right is a screenshot of the Orbita account creation page. The page layout is identical to the previous one, with fields for name/social reason, email, password, and password confirmation, along with their respective validation rules. A red arrow points to the "Cadastrar" (Create) button at the bottom of the form. At the very bottom of the page, there is a link "Já possui conta? Clique aqui" and a copyright notice "Copyright © Eduzz 2021 - Termos de Uso - Políticas de Privacidade - Contato".



- 4 Dentro da plataforma acesse o ícone Vitrine Select para conhecer e pesquisar os produtos disponíveis para se afiliar.

- 5 Você será direcionado para a pagina abaixo. Navegue, escolha os produtos do seu interesse para se afiliar e solicite a afiliação.

- 6 Para pegar o seu link de afiliado, acesse o ícone Links e vá até a aba Produtor. Salve o link para começar a trabalhar como aprenderá aqui.



# REALIZANDO O SEU CADASTRO NA HOTMART:



<https://www.hotmart.com/pt-BR>

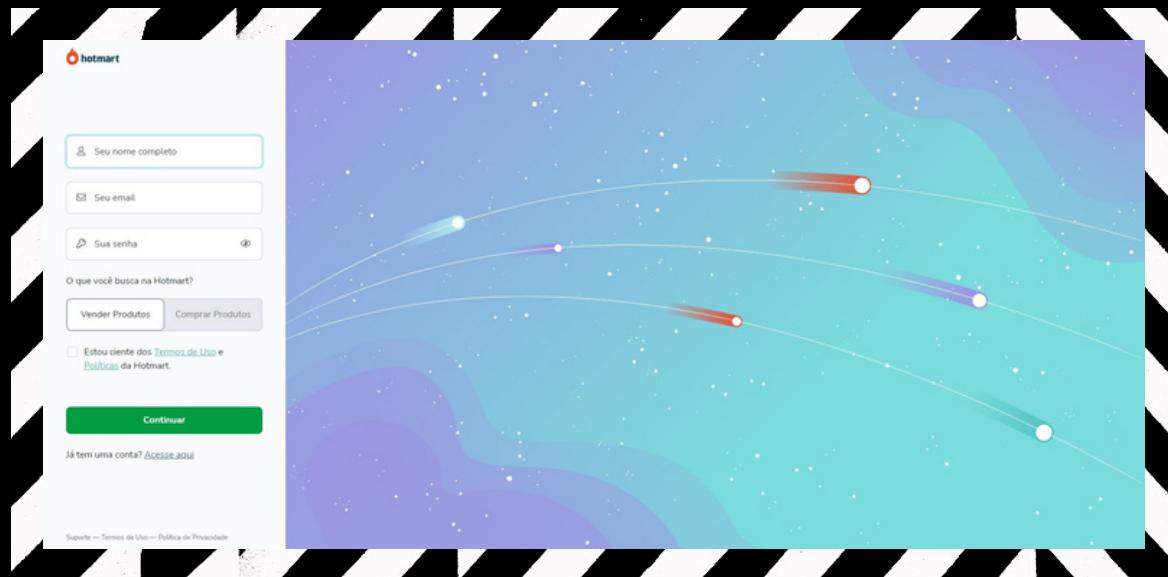
- 1 Acesse o site da Hotmart clicando no link abaixo. Feito isso, essa tela irá aparecer. Confira:





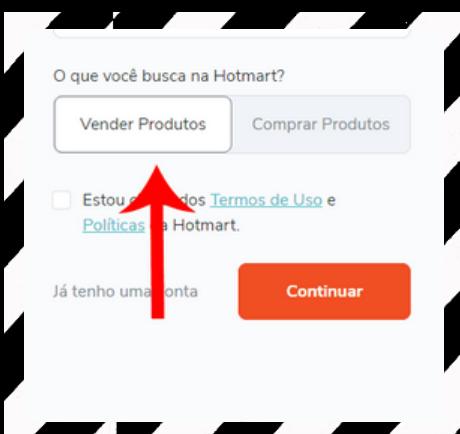
- 2 Com esta tela aparecendo para você, é hora de começar o seu cadastro. Primeiro você vai clicar em "Cadastre-se", na lateral direita da tela, na parte de cima.

Ao clicar em Cadastre-se, uma nova aba vai abrir para você continuar a fazer seu cadastro. Veja como é esta aba aqui embaixo:



- 3 Pronto! Agora basta seguir preenchendo algumas informações como:
- Seu nome completo;
  - Seu email (você pode escolher um email que você vai usar, por exemplo);
  - Sua senha (crie uma senha segura, com letras e números).

Na tela seguinte você irá selecionar "Vender Produtos".





- 4 Logo em seguida o Mercado de Afiliação irá abrir para você. Assim como mostra a imagem abaixo. Pesquise e escolha os produtos de sua preferência e solicite a sua afiliação.

The screenshot shows the Hotmart Marketplace interface. At the top, there's a search bar with filters for language and categories. Below the search bar, a banner for 'Mês do EMPREENDEDOR' features several product cards: 'CONIEX PREMIUM' (21 palestras), 'APRENDA A ENVELOPAR EM 5 PASSOS', 'EDITE IMPRIMA E VENDA!', and 'CURSO COMPLETO DE EXCEL'. Each card includes a rating and a 'Mais detalhes' button.

- 5 Para pegar seus links de afiliado, vá em "Produtos > Sou Afiliado". Após isso, irá aparecer uma lista com os produtos que você é afiliado. Clique nele e você chegará na seguinte página:

The screenshot shows the 'Links de Divulgação - HotLinks' page. It displays two URLs under 'Página de Vendas Externa' and 'Página do Produto'. A large red arrow points from the text 'SEU LINK!' to the URL in the 'Página do Produto' field: [https://igo.hotmart.com/T26544016P#p=](https://igo.hotmart.com/T26544016P).

Bem, esse é o seu link de afiliado e é por ele que você ganhará sua comissão.

Trouxe o passo a passo de 2 grandes plataformas, mas você também pode conhecer as outras que citei no início desse módulo.



# O LINK DE AFILIADO E A COMISSÃO

Depois de escolher e se afiliar a um bom produto, a plataforma irá disponibilizar o link de afiliado e é através dele que a venda será contabilizada.

Importante ressaltar que se a venda ocorrer pelo link errado, o afiliado perde a comissão. Então os links corretos para divulgar, são os que estão dentro da plataforma de vendas, conforme ilustrado na imagem abaixo:

Para concluir, não basta apenas copiar e colar o link de afiliado pela internet e esperar que a venda aconteça de forma milagrosa. É necessário aplicar as estratégias certas e isso será mostrado nesse livro digital.

E então, você se pergunta: "Mas, como essas comissões chegam para mim?" Conforme você vai fazendo vendas, os valores vão acumulando na sua conta da plataforma. Depois, basta cadastrar a sua conta bancária e assim que o saldo estiver disponível, você solicita a transferência/saque e normalmente leva de 1 à 3 dias úteis para o valor cair na sua conta bancária cadastrada.

## INFORMAÇÕES BLACK:

- **Se você é Pessoa Física: você pode transferir até R\$1.900 por mês para a sua conta;**
- **Caso você quiser realizar transferências até R\$7.000 por mês, você pode criar um MEI (Microempreendedor digital). Pesquise no Google o passo a passo para criar um MEI, é gratuito e super simples;**
- **Caso você queira realizar transferências de forma ilimitada, você deve criar um CNPJ;**
- **Para realizar a declaração de imposto de renda e demais assuntos relacionados à empresa, indico que entre em contato com o seu contador de preferência.**



# TERMOS TÉCNICOS

## E-BOOK

É um livro num formato digital, como este, por exemplo. Existem e-books de todas as áreas que você imaginar.

## LEAD

No Marketing Digital, a palavra lead é muito usada, pois significa um potencial cliente que demonstra interesse em seu produto ou serviço. Então, lead = Possível cliente.

## CONVERSÃO

Esse é sem dúvida um dos termos mais usados, especialmente no marketing digital. Mas o que significa?

Sempre que alguém cumpre o objetivo principal de uma página, seja por baixar um material, pedir um orçamento ou se registrar para um teste gratuito, ocorre uma conversão.

## ALGORITMO

Em poucas palavras, algoritmo é uma sequência de instruções para que um computador possa realizar alguma função. É como uma receita de bolo para que a máquina possa fazer algo por nós.

O Google usa um algoritmo para determinar os resultados de buscas na internet e outro para trabalhar com anúncios no Google AdWords. Já o Facebook possui um para o feed de notícias dos seus usuários, e o Twitter também.



## ENGAJAMENTO

O engajamento é uma métrica de marketing digital associada à interação do usuário com elementos de uma página. Regularmente é atribuída às redes sociais, onde cliques, curtidas, comentários, compartilhamentos e outros sinais sociais são comuns.

## TRÁFEGO ORGÂNICO

Basicamente, é a captação de leads na qual NÃO é investido um centavo em anúncios ou parcerias com influenciadores. É o “tráfego GRATUITO” que eu vou te ensinar neste e-book.

## TRÁFEGO PAGO

É outra excelente forma de captação, na qual você precisa investir dinheiro para trazer um lead para a sua oferta, por exemplo: um anúncio pago no Instagram, que eu também vou te ensinar neste e-book.

## CTA - CALL-TO-ACTION

Significa uma “chamada para ação”. São frases e palavras feitas para que os clientes tomem alguma ação desejada pelo produtor de um determinado produto. Podem ser botões, banners ou mesmo textos com links. Em geral, utilizam verbos no imperativo. Exemplos: “clique aqui”; “arraste pra cima”, etc.





# PRATIQUE O MERCADO DIGITAL

Existem, na internet, **inúmeros meios de divulgação que você pode utilizar para divulgar e vender o seu produto como afiliado.** Vou citar abaixo os meios mais importantes, e, fique tranquilo, você vai aprender a utilizá-los da forma correta para gerar muitas vendas. São eles:



INSTAGRAM



TIKTOK



YOUTUBE



FACEBOOK

**OLX** OLX



ANUNCY



PINTEREST



KWAI



# VENDA AUTOMÁTICA E VENDA HUMANIZADA

Mas, antes de entender sobre esses inúmeros meios de divulgação, você precisa escolher de que forma você irá vender; pelo que chamamos de **VENDA AUTOMÁTICA**, na qual você tem a opção de colocar o link de afiliação diretamente nessas plataformas citadas acima ou pelo que chamamos de **VENDA HUMANIZADA**, na qual você irá primeiramente encaminhar os leads para o seu WhatsApp.

## DICA BLACK:

**Se o seu nicho for Renda Extra, aconselho a venda humanizada (encaminhar os leads primeiramente para o seu WhatsApp).**

## O SEGREDO DO APPLICATIVO QUE VENDE TODOS OS DIAS

É mais aconselhável o uso do aplicativo **WhatsApp Bussines** porque ele conta com ferramentas que o WhatsApp pessoal não possui. Nas quais vão ajudar você a otimizar o seu tempo e automaticamente deixar o seu cliente mais satisfeito porque o tempo de espera para ser atendido vai ser muito menor.

## MENSAGEM DE SAUDAÇÃO

É disparada **automaticamente** quando o cliente entra em contato pela primeira vez, podem ser a sua apresentação, a apresentação do seu produto e benefícios.



## RESPOSTA RÁPIDA

Com ela você **cria respostas prontas** para a dúvidas frequentes sobre o seu produto, reduzindo tempo de espera do cliente.

## MENSAGEM DE AUSÊNCIA

Nelas quando os clientes que lhe enviarem mensagens receberão **automaticamente** uma mensagem personalizável, indicando que não está disponível ou que não tem acesso ao seu celular no momento.

## CATÁLOGO

Ficam disponíveis para quem entra no perfil do seu WhatsApp, nele você consegue **adicionar itens, informações** sobre o produto que você vende e provas sociais.

## ETIQUETA

Com ela você consegue **organizar o status** da conversa com o seu cliente. Como por exemplo, separar os clientes que tem interesse em adquirir o seu produto dos que já adquiriram.

## LINK CURTO

Você consegue **gerar um link do seu WhatsApp**, para encaminhar as pessoas ao seu WhatsApp com apenas um clique, assim facilitando o contato entre vendedor e cliente.





# CONVERSÃO DE VENDA NA PRÁTICA

Vou te apresentar uma estratégia de conversão para as suas vendas, mas antes vou exemplificar com uma situação que eu aposto que você já vivenciou, assim você entenderá melhor; sabe quando você entra em uma loja e chega aquele vendedor que não “larga do seu pé” e não deixa você escolher as suas compras à vontade? Esse tipo de vendedor existe no mercado digital também, e é o vendedor que você **não deve ser**, vou explicar agora o porquê.

Muitos afiliados se desesperam quando o cliente demora para responder, o que não é necessário, porque você deve abordar o cliente já **respeitando o seu tempo de resposta**. Os clientes também são pessoas comuns, com compromissos ou afazeres do dia a dia, e nem sempre estarão disponíveis para conversar pelo celular sem dar uma pausa.

Então, ao invés de abordar o cliente enviando inúmeras mensagens informando sobre a transformação que você e seu produto podem causar na vida dessa pessoa, você vai **estruturar e separar essa abordagem em partes que despertem o interesse e o desejo do cliente**.





# E, PARA VOCÊ QUE TRABALHA COM O NICHO DE RENDA EXTRA, VOCÊ PODE DIVIDIR A SUA ABORDAGEM EM 4 ETAPAS:

**EXPLICAÇÃO INICIAL SOBRE O MERCADO DIGITAL DE AFILIADOS;**

**INFORMAÇÕES SOBRE O E-BOOK  
E PROVAS SOCIAIS;**

**BÔNUS E CUSTO;**

**LINK DE COMPRA.**

Mas, lembrando, em cada etapa você deverá respeitar o tempo de cada cliente, perguntando se ele está preparado para continuar recebendo as informações naquele momento.

E, antes de começar enviar as explicações iniciais, você sempre deve perguntar se o cliente **já salvou o seu contato e se ele está com tempo disponível para ouvir/ler as informações**, é muito importante para você criar essa conexão com os clientes; **“consegui salvar o meu contato? Já salvei o seu e gostaria de saber se você teria alguns minutos disponíveis agora para ouvir/ler a explicação sobre o assunto?”**





**Se sim**, você envia a primeira etapa da abordagem e antes de enviar a segunda você deve perguntar se o cliente gostaria de mais informações sobre o e-book; **"Você gostaria de ter informações sobre o e-book que eu adquiri?"**

**Se sim**, você envia a segunda etapa abordagem e antes de enviar a terceira você deve enviar; **"Caso você tenha interesse em adquirir, posso te enviar o valor promocional do e-book além de vários bônus"**.

**Se sim**, você envia a terceira etapa da abordagem e antes de enviar a quarta você deve enviar; **"Caso você consiga realizar o cadastro agora mesmo, eu consigo te enviar o link promocional e o seu acesso ao bônus"**.

**Se sim**, você envia a quarta etapa da abordagem que é o próprio **link dos produtos e acesso o acesso aos bônus para o cliente**.

Dessa forma, a sua relação com o cliente mudará totalmente, você deixara de usar aquela **metodologia passiva, mais robótica, para uma metodologia ativa, mais humanizada**, que de fato você conversa e dialoga com o cliente e sabe o posicionamento dele a cada informação, tornando o processo de venda muito mais leve.



# O PODER DO STORYTELLING

Storytelling é a arte de **contar histórias**, para que gere **identificação, emoção e encantamento** nas pessoas. E, é isso que você precisa fazer para ter uma maior persuasão nas suas vendas, porque quando você conta uma história de que seu produto foi a **solução** para você ou para outra pessoa em determinada situação, a pessoa se sente mais **convencida** de o seu produto é o certo para solucionar o problema dela também.

Supondo que você queira muito ganhar massa muscular, mas você não está podendo gastar com academia, então você **adquiriu um produto** que te ensina a treinar em casa, sem gastos.

E, melhor ainda, você decidiu **ganhar dinheiro** com esse produto, começou a vende-lo para outras pessoas. O que é muito válido, porque **você vai poder ser a sua prova social, ou seja, você vai utilizar a sua própria história de superação.**

Essa estratégia, **você poderá aplicar com qualquer outro produto** que tenha solucionado algum problema seu ou de outra pessoa, é só saber aproveitar a história de superação que você com certeza vai **transformar seus clientes em verdadeiros compradores do seu produto.**





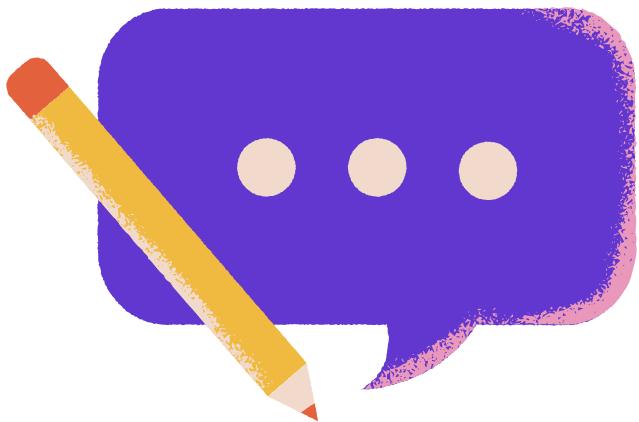
# COPY E ABORDAGEM MATADORA

Copywriting é uma técnica em que conteúdos são produzidos com o objetivo de **convencer a pessoa que o lê a realizar uma ação específica**, tais como; realizar uma venda, promover um produto, se inscrever em algo e com isso trazer mais clientes para o seu negócio, independente do que ele seja.

Mas, para desenvolver uma copy infalível, você precisa colocar em prática algumas estratégias que resultam em 4 seguintes passos:

## ATENÇÃO

Através de **promessas cativantes**, a atenção do público precisa ser conquistada, em primeiro lugar. Muitas vezes essa atenção precisa ser conquistada já no **título de um texto, ou precisam ser imagens que chamem atenção ou em vídeos** bem elaborados que gerem curiosidade e desejo de compra.





# INTERESSE

Depois da atenção, precisa existir o **despertar do interesse para a mensagem que está sendo transmitida através do material utilizado**. Apenas dessa forma o usuário vai consumir a informação até o final. Aqui você precisa criar identificação com o leitor, a partir de **argumentos bem elaborados, frases persuasivas, gatilhos mentais e provas sociais**.

# DESEJO

O desejo aparece no texto de copy de vendas através da exposição dos benefícios daquele produto.

**Como o seu produto desperta o interesse do desejo do consumidor?**

**Qual a necessidade de adquiri-lo?**

**Como entrega exatamente a transformação que ele procura?**

Essas perguntas devem ser respondidas antes do último passo.

# AÇÃO

Aqui você já conseguiu atingir os passos mais importantes, a atenção, o interesse e o desejo do seu cliente. Então, agora, você precisa fazer uma **chamada para a ação**, ou seja, conduzir os seus clientes a realizar a compra do seu produto que deve ter como foco o benefício e a transformação que ele terá ao comprá-lo. E, por fim, revelar o valor, pois, depois de apresentar tantos pontos positivos, o cliente entenderá que o custo do produto não será um gasto, mas sim um investimento, visto que ele estará ciente de tudo que ele está prestes a receber.





# ABORDAGEM

Para aplicar uma abordagem matadora, você precisa em primeiro lugar entender qual é a maior **necessidade** daquele cliente que você está atendendo, se ele prioriza **qualidade ou preço baixo**.

Após reconhecer qual a necessidade do cliente, você vai precisar **escolher uma das duas opções de abordagem** de acordo com a sua urgência para **convencê-lo** de forma eficiente a comprar o seu produto.

## ABORDAGEM 1:

### COMO ABORDAR QUANDO O CLIENTE PRIORIZA QUALIDADE?

Você deve ressaltar as qualidades do seu produto, antes de falar sobre o preço.

## ABORDAGEM 2:

### COMO ABORDAR QUANDO O CLIENTE PRIORIZA PREÇO BAIXO?

Você deve ressaltar esse aspecto primeiro, antes de mostrar as qualidades do produto.





# COMO QUEBRAR QUALQUER OBJEÇÃO

Objeção é quando você apresenta o seu produto e os clientes surgem com as famosas “**desculpas**” para não o adquirir. Porém, fique tranquilo, irei ensinar uma “**regra geral**” para você estar preparado para quebrar qualquer objeção e assim não perder nenhuma venda, independente do produto que você venda.

A melhor forma de quebrar objeções é contando histórias, ou seja, você vai relacionar a objeção dessa pessoa com a antiga objeção de um cliente que já teve sucesso.

## EXEMPLO DE OBJEÇÃO:

Supondo que a pessoa tenha **interesse em adquirir o e-book de renda extra**, porém ela possui a objeção de que **ela não tem dinheiro para investir**, pois ela está desempregada.

## EXEMPLO DE QUEBRA DE OBJEÇÃO:

Mostrando os **resultados expressivos de um aluno que também estava desempregado**, mas que mesmo assim adquiriu o e-book e pode colocar o aprendizado em prática e hoje em dia **fatura mais de um salário-mínimo por mês no mercado digital**.





## EXEMPLO DE OBJEÇÃO:

Supondo que a pessoa tenha **interesse em adquirir um e-book de culinária**, porém ela possui a objeção de que **ela não tem tempo para cozinhar**, pois ela estuda e trabalha.

## EXEMPLO DE QUEBRA DE OBJEÇÃO:

Mostrando as **receitas de um aluno que mesmo estudando e trabalhando**, conseguiu se dedicar uma hora por dia para ler o e-book para **colocar o aprendizado em prática**.





# O REAL SEGREDO POR TRÁS DAS VENDAS

Durante esses 2 anos de especialização no Mercado Digital, ouvi muitas pessoas falando que **não gostavam de vendas ou até mesmo que não sabiam vender**. E, tudo bem, eu também pensava assim, até descobrir que se eu escolhesse trabalhar em qualquer **emprego convencional, eu estaria vendendo também, e o pior, sem saber**.

Como assim? Exatamente, acredite, ao dividirmos o salário pela quantidade total de horas trabalhas no mês, chegaremos ao valor de sua hora de trabalho. E é isso que o empregado **está vendendo ao seu patrão, o seu tempo**. No empreendedorismo, existe um método simples e didático de vendas para que você finalmente possa entender como vender um infoproduto, e ele consiste em 4 passos:

**INCONSCIÊNCIA DO PROBLEMA**  
**CONSCIÊNCIA DO PROBLEMA**  
**CONSCIÊNCIA DA SOLUÇÃO**  
**CONSCIÊNCIA DO PRODUTO**





# INCONSCIÊNCIA DO PROBLEMA

A **primeira fase** da venda é quando o cliente desconhece o problema a ser resolvido.

# CONSCIÊNCIA DO PROBLEMA

Na **segunda fase**, ela se tornou consciente de que existe um problema, e assim surge uma preocupação de como resolvê-lo.

# CONSCIÊNCIA DA SOLUÇÃO

E, aqui, você apresenta, uma **solução** para resolver esse problema, o seu produto! Então, ela passa a se sentir aliviada e encorajada e é aqui que vem a conexão.

# CONSCIÊNCIA DO PRODUTO

Nesse momento, você deve gerar uma **identificação** no seu cliente, de que você e o seu produto são a solução que ela procura. Feito isso, chegue mate, a conexão está feita e a venda também.





# OS GATILHOS MENTAIS MAIS PODEROSOS

Os gatilhos mentais são estímulos que **agem diretamente no cérebro**, capazes de **provocar uma reação nas pessoas**. E, saber estimular esses gatilhos é uma poderosa forma de **gerar grandes resultados**.

## URGÊNCIA

Esse gatilho se assemelha muito ao da escassez, uma vez que os dois estão ligados ao tempo, os produtos ou serviços têm um **prazo limitado** para serem adquiridos em condições especiais. Também é muito eficaz, visto que leva as pessoas a agir de forma mais rápida pelo simples medo de ficar sem o produto ou serviço depois que o prazo terminar.

**POR EXEMPLO:**

**QUANDO VOCÊ DIZ QUE TAL PROMOÇÃO, POR EXEMPLO, IRÁ ATÉ DETERMINADA HORA DE DETERMINADO DIA.**

## ESCASSEZ

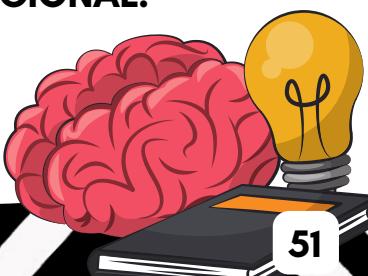
Geralmente, as pessoas dão mais atenção para aquilo que é **escasso**. A ideia por trás disso é que quanto mais difícil for a obtenção de algo, mais valioso ele será (justamente por ser raro).

**POR EXEMPLO:**

**"ÚLTIMAS VAGAS COM O SUPORTE GRATUITO!"**

**"RESTAM AS ÚLTIMAS 5 VAGAS COM O VALOR PROMOCIONAL!"**

**"DESCONTO LIMITADO!"**





# HISTÓRIAS

Desde os primórdios as pessoas contam histórias para se **conectar** umas às outras, transmitir conhecimento, oferecer relatos importantes, entre outros motivos. Atualmente, as narrativas têm sido utilizadas por diversas empresas para atrair mais atenção a respeito de um produto ou serviço.

Ao contar a história de como o negócio começou ou de como uma solução foi criada, por exemplo, **fica mais fácil fazer o público se identificar e estreitar o relacionamento**, já que isso costuma mexer com as nossas emoções e ajuda a criar uma experiência diferenciada.

## EXCLUSIVIDADE

Todas as pessoas **gostam de se sentir especiais e únicas** e por isso é extremamente importante oferecer bônus, conteúdos, close friends, e-book, mentoria gratuita, grupo vip ou suporte individual. Quantos **mais benefícios** o lead tiver, maiores as chances de ele fechar a venda com você e não procurar outra pessoa com mais adicionais.

## MOSTRE-SE AUTORIDADE

Quando um cliente procura uma empresa em determinado produto ou serviço, ele espera que ela **saiba tudo sobre ele**. Por isso, coloque para jogo todo o seu conhecimento e conquiste consumidores pela **confiança**.





# PASSO A PASSO PARA APLICAR AS PROVAS SOCIAIS NA SUA ESTRUTURA

Quantas vezes você já foi **influenciado** a fazer algo porque outras pessoas já estavam fazendo? Várias, eu imagino, porque eu também! E é exatamente isso para que servem as provas sociais, para persuadir um cliente, ou seja, **convencê-lo a realizar uma compra através de feedback de clientes.**

No mercado digital, existem diversos tipos de feedbacks que você pode utilizar, não só depoimentos de clientes, mas comentários, quantidade de alunos, faturamento e seu histórico no mercado. Que, se aplicados de **maneira correta** na sua estrutura de vendas, com certeza **irão auxiliar e aumentar a sua conversão de vendas.**

## PASSO A PASSO PARA APLICAR DE MANEIRA CORRETA:

Tire **prints** de depoimentos de alunos do produto que você indica, se forem seus alunos melhor, mas se não forem, nunca diga que são seus alunos, mas sim do produto.

Se você trabalha com renda extra, procure postar prints de depoimentos com conquistas, seja um celular, um carro, uma casa, compra do mês ou afins, porque assim as pessoas vão entender que **realmente é dinheiro de verdade** e não moedas digitais etc. Procure postar apenas os prints que sejam printados por você e não os printados por outra pessoa, porque é perceptível quando o print já vem de outro print, a qualidade fica péssima, a imagem pode ficar cortada e as pessoas podem perceber que aquele print não é do seu celular, o que não gera credibilidade aos clientes e remove toda a sua autoridade.

## EXEMPLOS PARA APLICAR DE MANEIRA CORRETA:

Nos stories, nos status do whatsapp ou facebook, em vídeos do reels ou tiktok, em anúncios e no seu script.



# CAPTAÇÃO DE CLIENTES QUALIFICADOS

A qualificação de leads é uma das **etapas mais importantes** de todo o processo de vendas. Um lead bem qualificado, que sabe o que precisa, quando e quem pode fornecer, **aumentam as possibilidades de vendas e otimizam todo o processo de vendas**. mas, como fazer essa qualificação de leads?

## IDENTIFICAR A SUA NECESSIDADE

A primeira atitude que você deve tomar é **identificar o grau de necessidade que ele tem em relação ao seu produto**.

Nem sempre cairá um lead que, de fato, tem uma dor que a solução pode resolver, por isso o primeiro passo da identificação e qualificação de um lead é a necessidade.

**Fazer algumas perguntas** pode te ajudar a entender qual, ou quais são as necessidades dele e a partir disso, concluir se ele está qualificado para a próxima etapa da qualificação.

### EXEMPLOS DE PERGUNTAS:

**QUAL A MAIOR NECESSIDADE DO SEU CLIENTE?  
COMO VOCÊ ACHA QUE O PRODUTO PODE AJUDÁ-LO?**





# VERIFICAR O SEU ORÇAMENTO

Verificado que o seu produto se adequa para o cliente, **chega o momento de entender se ele está disposto a pagar os custos.**

Seus clientes precisam **entender qual o custo para obter a solução**, já que esse é um fator que se não bem esclarecido pode arruinar toda a sua futura negociação. Deixe bem claro qual é o valor e o que receberá por esse custo.

## EXEMPLOS DE PERGUNTAS:

**O MEU PRODUTO ESTÁ DENTRO DO ORÇAMENTO DO CLIENTE?**

**O CLIENTE CONSEGUE PAGAR PELA MINHA SOLUÇÃO?**

**O CLIENTE ESTÁ CIENTE DO PREÇO?**

# MENSURAR A SUA AUTORIDADE

Nem sempre quem decidirá se, de fato, existe possibilidade de comprar o seu produto, é a pessoa que está falando com você. **É importante identificar se o seu lead tem autoridade para tomar decisões**, ou, pelo menos, tem o poder de influenciar essa decisão.

## EXEMPLOS DE PERGUNTAS:

**SEU LEAD TEM AUTORIDADE PARA COMPRAR O SEU PRODUTO  
OU DEPENDE DE UM TERCEIRO?**

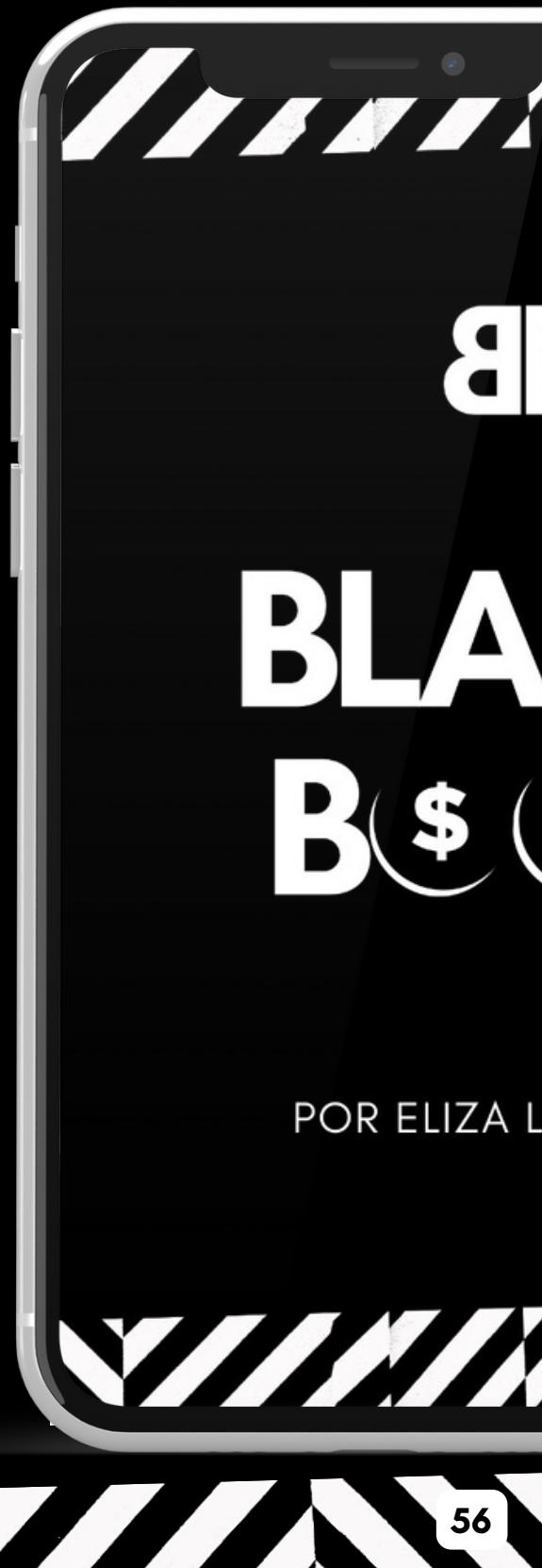


# IDENTIDADE VISUAL

Mas, antes de falarmos sobre os principais meios de divulgação, primeiramente preciso explicar para você sobre identidade visual, **essencial para gerar credibilidade, profissionalismo, transparência e, claro, despertar o desejo do consumidor nos meios de divulgação.**

Identidade visual se caracteriza com elementos como, **nome, logo, cores, fonte e símbolos** que tem o poder de ficarem marcada na mente das pessoas, ou seja, esse conjunto de elemento faz com que a sua **audiência lembre de você.**

A identidade visual deve ser definida com **clareza, segurança e autoridade** tendo a capacidade de **posicionar o seu preço e captar o público mais qualificado possível** para a sua estrutura de vendas. No Pinterest e Canva Colors existem combinações de paletas e você consegue aplicá-las de forma autêntica.



POR ELIZA L



# ESTRUTURANDO O SEU INSTAGRAM PARA TRANSFORMÁ-LO EM UMA MÁQUINA DE VENDAS

Sabemos que nos últimos anos o Instagram cresceu consideravelmente, e continua crescendo, figurando entre as maiores Redes Sociais do mundo, com um público muito conectado e atualizado. É a Rede Social mais atualizada e, muito provavelmente, a maioria das pessoas que você conhece têm uma conta no Instagram. E, por esse motivo, **ele é uma poderosa ferramenta de vendas**, então, eu não poderia deixar de passar as principais estratégias para serem seguidas para que você consiga atrair pessoas qualificadas de cara com que elas comprem qualquer produto através da sua indicação.



## NOME DE USUÁRIO

Evite utilizar símbolos e números no nome de usuário, isso dificulta a busca. O indicado é sempre utilizar **nome e sobrenome apenas**.

## FOTO DE PERFIL

Ela deve ser de boa qualidade, clara, próxima ao seu rosto, sem acessórios, como óculos e chapéu que cobrem o seu rosto e que remeta a imagem que queira transmitir. Lembre-se sempre que "**Pessoas compram de Pessoas**".



# BIOGRAFIA

Ela é praticamente o seu **cartão de visita**, por isso a biografia precisa ser clara, objetiva e estratégica, pois é o que fará com que o seu visitante fique ou não.

**A primeira frase deve conter:** O que você faz/oferece.

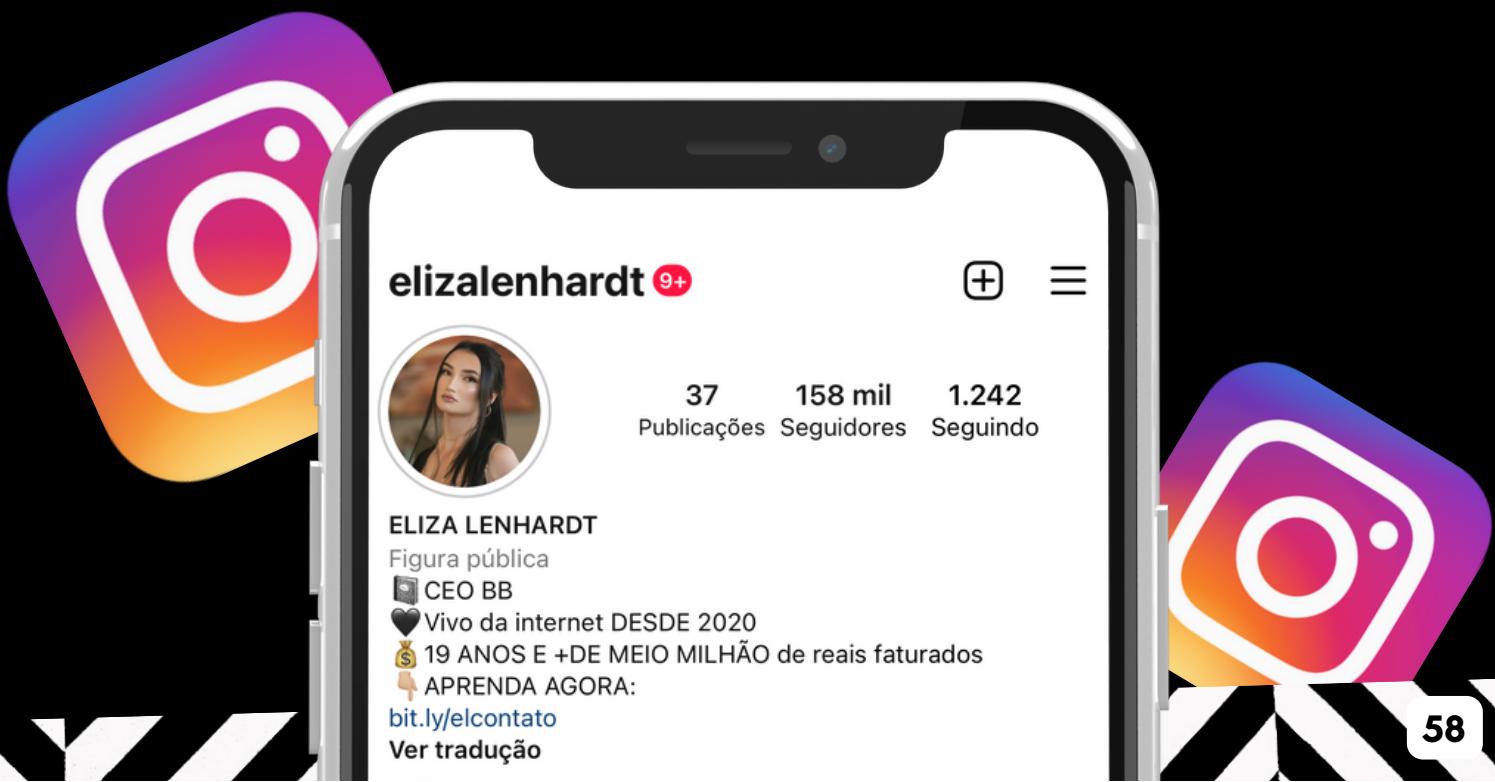
**A segunda frase deve conter:** Para quem você faz/oferece.

**A terceira deve conter:** Chamada para ação + link.

Você pode colocar um link único ou criar um link personalizado pelos aplicativos bit.ly, biosite ou linktree, o que fará com que o seu perfil fique mais profissional e visualmente harmônico.

## DICA BLACK:

**Muito cuidado com os eventuais erros de português, um empreendedor deve escrever corretamente. Portanto, atente-se aos erros. Revise tudo o que escreveu. Na dúvida sobre uma palavra, termo ou acentuação, faça uma pesquisa na internet.**





# DESTAQUES

Imagine você em uma loja física em que tudo está muito **bem-organizado**; separações adequadas e de fácil entendimento. Esta é a importância da ferramenta "Destques". Ela **auxilia na captação de um público altamente qualificado**, pois ao compartilhar e salvar provas sociais e gatilhos mentais, quebramos muitas objeções. Mas, para isso, você precisa seguir a base de um perfil estratégico com foco em conversão de vendas.

**É IMPORTANTE QUE SEMPRE AO ADICIONAR UM DESTAQUE, VOCÊ:**

Pense na intenção que tem por trás dele;  
Deixe um destaque para cada tema;  
Adicione capa em cada um deles.

## A BASE DE UM PERFIL COM DESTAQUES ESTRATÉGICOS:





## **DESTAQUE “QUEM SOU EU, COMECE AQUI, INFORMAÇÕES SOBRE MIM, MINHA HISTÓRIA”;**

Você vai aplicar o **storytelling** contando como foi sua jornada até aqui, medos e inseguranças que enfrentou e como está feliz atuando onde está.

## **DESTAQUE “COMO FUNCIONA O MEU TRABALHO?”;**

**Conte** o que e como faz.

## **DESTAQUE “FEEDBACKS”;**

Coloque **provas sociais** dos seus alunos ou do método que trabalha, depoimentos de conquistas materiais, conquistas pessoais e afins.

## **DESTAQUE “CONQUISTAS”;**

Coloque suas **conquistas através do mercado**, caso trabalhe com o nicho de renda extra.

## **DESTAQUE “SAQUES”;**

Compartilhe alguns **saques** (Isso chama mais a atenção do seu seguidor pois prova que não é "moeda digital" e que todo ganho você transfere para a sua conta);

## **DESTAQUE “DÚVIDAS”;**

Deixe todas as respostas que fizer nas **caixinhas de perguntas**, de forma estratégica, assim você consegue quebrar objeções.

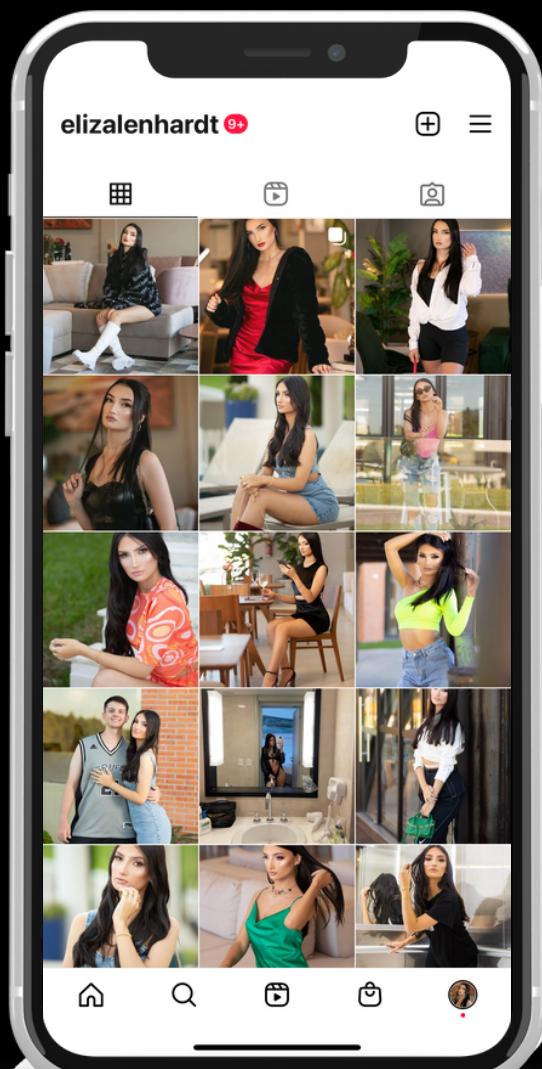


# TIPOS DE PERFIS NO INSTAGRAM

Vou apresentar três tipos de perfil no instagram e você pode escolher qual você se identifica mais.

## PERFIL LIFESTYLE

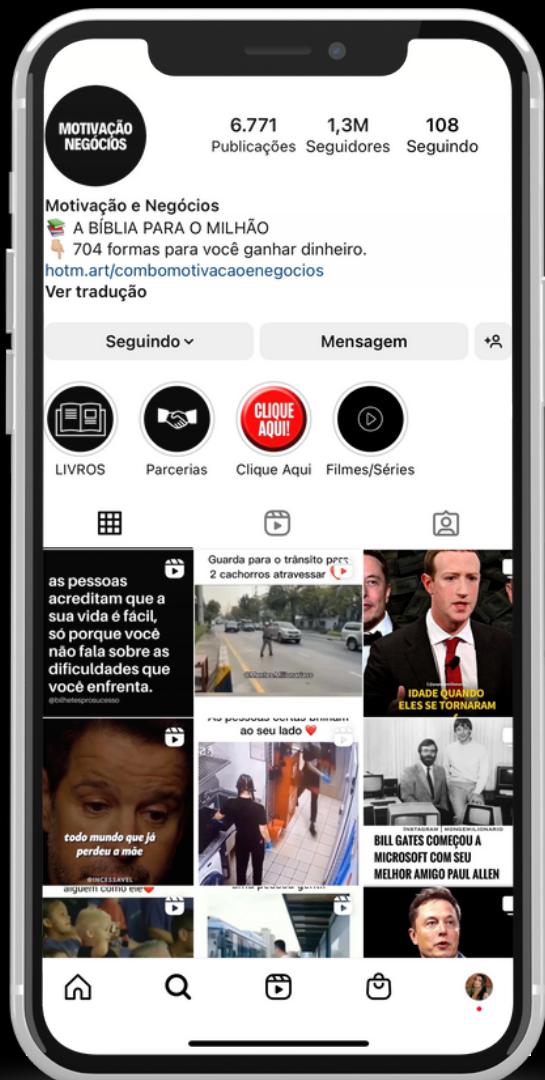
É o perfil do estilo de vida de uma pessoa de maneira humanizada, em outras palavras, o seu dia a dia resumido em muitas fotos e videos no feed ou stories de maneira extrovertida. O que gera muita conexão e transforma seguidores em fãs.





# PERFIL DE CONTEÚDO

É o perfil indicado para quem **não gosta de aparecer e nem de se comunicar em público**. Porque no feed e nos stories, você pode se comunicar com o seu público em texto. Mas, lembre-se de manter o perfil humanizado e evitar o **"perfil panfleto"**, que só tem informações. Você pode fazer isso adicionando algumas fotos sua ou até mesmo fotos sem direitos autorais do Pinterest.





## PERFIL NICHADO

É o perfil focado em **um nicho somente**. Supondo que o seu nicho seja sobre maternidade, a maior parte dos seus posts, stories e do seu conteúdo em geral, serão sobre maternidade. E, ainda, fica ao seu critério **aparecer ou não**.





# ENTENDA O ALGORITMO DO INSTAGRAM

O algoritmo do Instagram tem o uso da inteligência artificial, inúmeros dados são analisados como as curtidas, comentários, tempo de visualizações e suas buscas, tudo isso para definir o que é, de fato, **relevante para cada usuário no Instagram**.

O objetivo é que a experiência de quem está utilizando a rede social seja a melhor possível, e isso passa diretamente pelos conteúdos que ela exibe a cada usuário. É por isso que você precisa entender como o algoritmo do Instagram funciona e **usá-lo ao seu favor**.

Quando fazemos uma postagem, ela é entregue para 10% dos seus seguidores, se nessa porcentagem muitas pessoas interagirem, ele entrega para mais 10%, se a performance se mantém alta, a postagem vai para o explorar, fazendo com que o seu post **viralize e trazendo muitos seguidores em massa para o seu perfil**. O Instagram é uma empresa, ele quer que os usuários fiquem mais tempo na plataforma e consumam cada vez mais conteúdos. Por isso, **o tempo de visualizações é o que mais conta nas postagens**.

E, cada ferramenta tem uma forma de ser analisada e seguem uma ordem de relevância específica, que é a seguinte:



## DIRECT



É a métrica mais importante do Instagram, o algoritmo entende que se essa pessoa está te mandando mensagem, é porque deseja ter um **relacionamento e conexão maior**, quanto mais directs enviam, mais ele entende que seu perfil é engajado, ou seja, tem muita interação.

## SALVAMENTO

É o segundo mais importante do Instagram, pois significa que o **conteúdo é muito bom** e que ele com certeza ajudou de alguma forma, então a sua audiência o salvou para ver novamente no futuro e isso tem muita relevância.

## ENCAMINHAMENTO

É o terceiro mais importante e é uma das **melhores métricas** para você conhecer seus seguidores e entender quais tipos de conteúdos eles mais gostam, pois cada vez que ele é encaminhado para outras pessoas, entende-se que a sua audiência gostou tanto do seu conteúdo que não poderia deixar de fazer o encaminhamento.

## COMENTÁRIOS

O comentário é uma forma mais ativa de **interação** que exige esforço verdadeiro do seguidor, porque a pessoa parou o que estava fazendo para escrevê-lo e interagir com o seu post.

## CURTIDAS

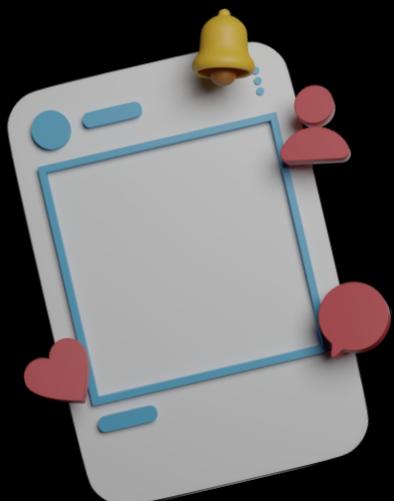
É o que importa para o algoritmo, pois é a **ação mais rápida** do Instagram e ela passa despercebida, sem tanto valor.



# FERRAMENTAS ESTRATÉGICAS PARA ALAVANCAR RESULTADOS

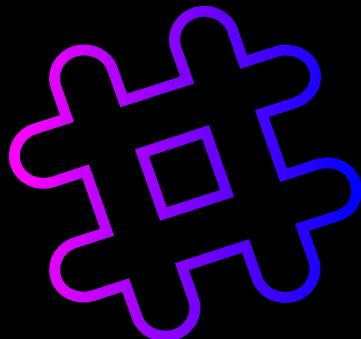
Existem nove ferramentas que vão te auxiliar no engajamento da sua conta, mas, elas precisam ser feitas com estratégias e se bem-feitas você consegue identificar as maiores dores da sua persona, facilitando a conversão.

## FEED



É importante **manter uma constância no feed**, mas, nunca poste algo apenas por postar, porque a publicação precisa ser de boa qualidade e nítidas, sejam fotos ou criativos. Para gerar engajamento na publicação, você pode adicionar na legenda alguma pergunta de interação para seus seguidores responderem nos comentários.

## HASHTAGS



As hashtags vão **trazer pessoas** que tenham pesquisado pela hashtag ou pessoas que tenham interesse pelo assunto da hashtag.

## CAIXA DE PERGUNTAS



Através da caixa de perguntas, seus clientes podem **tirar as dúvidas**, gerando uma conexão com o seu negócio e com o seu produto. Mas, é muito importante que você direcione a sua audiência a fazer uma pergunta específica, porque quando você não o direciona, ele acaba não sabendo o que perguntar e não interage.

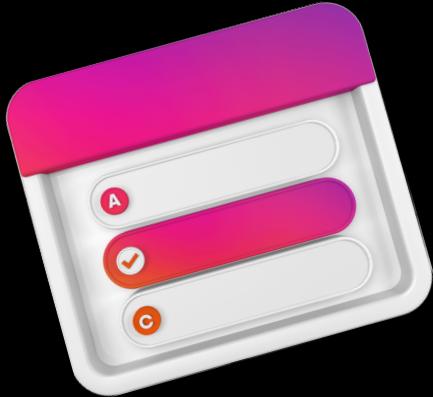


## ENQUETES



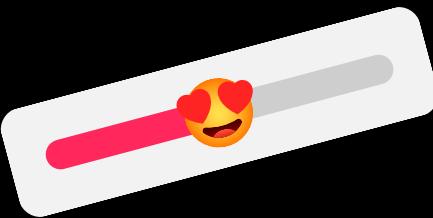
Com as enquetes **você se mantém mais próximo do seu público**, porque a partir delas você consegue descobrir quais temas são do interesse dele, o que auxilia na produção de conteúdos mais relevantes. E, dessa forma, você interage com os seus seguidores, gerando conexão, credibilidade, confiança e automaticamente muitas vendas.

## TESTE



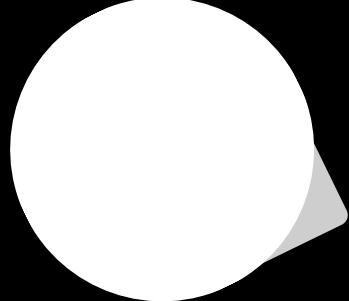
Você pode testar o **conhecimento da sua audiência**, além de gerar mais conexão tentando conhecer melhor o seu público e fazendo com que eles também te conheçam. É excelente para a interação e engajamento.

## TERMÔMETRO



É uma ferramenta pouco utilizada, mas serve para enxergar e entender o **nível** do seu seguidor em relação a alguma emoção demonstrada. Você pode colocar algum emoji no início, no meio ou no fim e as pessoas arrastam até o nível que estão se sentindo.

## FIGURA DE REAÇÃO



Essa ferramenta chegou com as últimas **atualizações** do Instagram. É basicamente um balão branco, em que você consegue adicionar um emoji da sua escolha e assim as pessoas podem clicar para reagir ao seu conteúdo, ele também auxilia na interação e no engajamento.



## REELS

São um formato de vídeos curtos, de no máximo **60 segundos de duração**, gravados na vertical e que podem combinar áudio, imagens, textos, efeitos visuais. E, o melhor, ele é entregue a usuários que não te seguem, dessa forma, você **capta clientes em massa e de forma orgânica**. Mas, para isso, o seu conteúdo precisa ser nichado para não atrair seguidores desqualificados e atrapalhar o topo de funil.



## IGTV

Para aquele **conteúdo mais longo** ou mais técnico que não dá para ser explicado facilmente em apenas um post.



## LIVES

É a ferramenta que você deve utilizar para **passar autoridade** para o seu público, abordando conteúdos técnicos com foco em vendas, se conectando, agregando valor e resolvendo as dores da sua persona.



# UTILIZE O SEU PERFIL AO SEU FAVOR PARA GANHAR MUITO DINHEIRO

Agora você vai aprender como funciona o processo de vendas através do seu perfil. O **funil de vendas** representa todo o processo de fechamento de uma venda, desde o momento da **captação estratégica separada por estágios, estruturação, de forma visual, até a conversão final**.

É o acompanhamento de um cliente desde o momento em que ele tem o primeiro contato com os produtos até o momento em que a venda é fechada. E, em cada uma dessas etapas você vai utilizar das **ferramentas citadas nos módulos anteriores para gerar conteúdos no seu perfil**.





## TOPO DE FUNIL (APRENDIZADO E DESCOBERTA)

Essa é a **primeira etapa**, considerando um cliente que não está ativamente buscando por determinado produto, mas é impactado por algum conteúdo.

Conteúdo que deve ser feito com foco em **captação de novos seguidores** e o melhor jeito de fazer com que isso de certo é produzindo **conteúdos compartilháveis que gerem identificação e conexão**.

## MEIO DE FUNIL (RECONHECIMENTO E RELACIONAMENTO)

Na **segunda etapa**, é quando você e seu conteúdo já geraram identificação e conexão com o seu cliente, transformando-o em seu “fã”, porque os seus **conteúdos vão resolver dores, problemas, ensinar a agregar algo para quem está consumindo**.

## FUNDO DE FUNIL (VENDA)

A **última etapa** é para fechar a venda e transformar oportunidades em clientes, ou seja, quando você **apresenta o seu produto e faz a oferta pelo WhatsApp**.





# POSICIONAMENTO

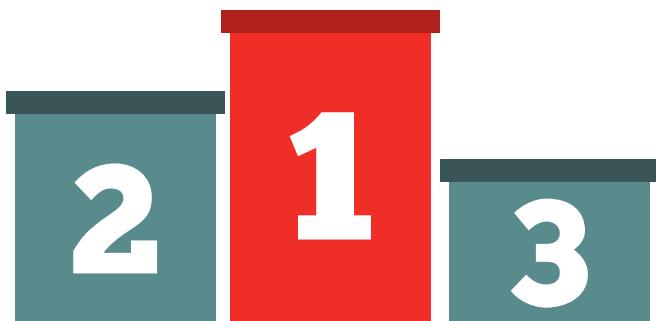
O seu posicionamento pode ser definido como **forma que você quer ser visto pela sua audiência**, característica que ganhou mais importância no mundo atual, pois com todos disputando a atenção dos consumidores, **quem oferece a melhor imagem é quem consegue se destacar diante a concorrência**. Saber se posicionar exige segurança em você mesmo, o que vai transmitir mais autoridade, confiança e credibilidade ao seu público. Mas, existem vários **tipos de posicionamento** no mercado e você precisa entender sobre cada um.

## POSICIONAMENTO POR PREÇO

As estratégias podem ser desenvolvidas com **base no preço, ou seja, no valor que é pago por determinado produto ou serviço**. Nesse tipo de estratégia, é fundamental que seja feito um bom trabalho de branding e de posicionamento com a marca e que conversem entre si para que, consequentemente, **captem clientes que ganhem acima da média, para que paguem pelo produto independente do valor**.

É o caso, por exemplo, das bolsas da marca **Gucci**. Elas costumam custar bem mais caro do que as de outras marcas, mas seu preço está aliado à simbologia da marca, que representa **luxo e sofisticação**.

Se você quiser vender como afiliado um produto de **alto ticket, isto é, um produto com valor maior de 300 reais**, você vai precisar aplicar essa estratégia de posicionamento por preço.





## POSICIONAMENTO POR DIFERENCIAÇÃO COMPETITIVA

Nas estratégias de posicionamento com base na diferenciação competitiva, as marcas precisam **trabalhar naquilo que elas têm de melhor para que sejam diferenciadas da concorrência.**

Um exemplo clássico desse tipo de estratégia de posicionamento é da marca de aparelhos eletrônicos, **Apple**. É bem provável que você já tenha ouvido "é bom, mas não é melhor do que um iPhone, MacBook, iPad". Tal frase virou uma expressão popular, que faz parte do dia a dia das pessoas e mostra como essa marca é vista com **superioridade, com um diferencial competitivo.**

Você pode aplicar essa estratégia na sua estrutura dando **ênfase aos seus diferenciais**, que podem ser bônus, materiais extras e proporcionando uma alta qualidade de entrega.

## POSICIONAMENTO POR MONOPOLIZAÇÃO DO MERCADO

As estratégias com base na monopolização de um segmento do mercado são colocadas em prática quando uma empresa, de forma intencional ou não, monopoliza determinado setor, ou seja, se torna a única que oferece determinado produto ou serviço. Um exemplo de monopólio é a **Petrobras**, que realiza 98% do refino de combustíveis comercializados no Brasil.

Você pode utilizar essa estratégia criando um **produto inovador**, que ainda seja algo inédito no mercado. Ou, como afiliado, você pode se posicionar dessa maneira caso o produto que você venda seja inovador em alguma área, um exemplo de **produto inovador é o Black Book.**



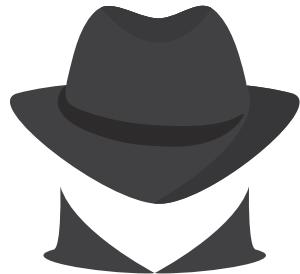
## POSICIONAMENTO POR BENEFÍCIO

Também é comum que as empresas tenham um posicionamento estratégico com base no benefício oferecido. Nessas situações, **a gestão de marcas é feita com foco nos resultados que os clientes terão quando usarem determinado produto ou serviço.**

A **Nike**, por exemplo, tem feito um grande trabalho nas mais diversas mídias, com foco na saúde, bem-estar, velocidade, desempenho e performance. Dessa maneira, quem compra um tênis da marca, por exemplo, não está adquirindo apenas um calçado, mas comprando um **benefício**, que será obtido ao utilizar esse produto.

E você pode fazer o seu produto se posicionar dessa forma também, fazendo com que ele **venda uma transformação para as pessoas e você pode fazer isso através de storytelling, provas sociais e gatilhos mentais.**





# VENDA SEM VENDER



Ao finalizar a estruturação do seu perfil do Instagram e começar a interação com os seus seguidores, por menor número que seja, você já consegue aplicar a estratégia de **abordá-los sem ser inconveniente**.

Mas, pode ficar de consciência limpa, **você não vai precisar correr atrás de ninguém e nem vai precisar ser invasivo se aplicar a técnica de maneira adequada**. Para que você entender de maneira prática, eu vou explicar primeiramente, como eu aplico essa estratégia. Lembrando que, **você vai poder aplicar essa estratégia com qualquer pessoa que quiser, desde pessoas comuns a profissionais**.

Antes de ir direto ao ponto, ou seja, antes de apresentar o seu produto ou explicar o motivo pela qual você chamou essa pessoa, você vai enviar uma mensagem de **boas-vindas**, como por exemplo:

**“Oi, como você está?”**

Fique à vontade, você pode se dirigir a pessoas com as palavras que você mais usa ou as que se sentir melhor. O importante é que a pessoa **fique curiosa** em saber o que você tem a dizer, afinal, por que estaria chamando-a se não tivesse nada para falar, não é? Então, feito isso, **basta aguardar o retorno e assim que a pessoa retornar você inicia a abordagem**.



Supondo que você está vendendo um produto no **nicho de renda extra** e encontra uma pessoa, então você percebe que ela faz faculdade e que ela tem uma rotina bem corrida. Você faz a abordagem da seguinte forma:

**"Então, acabei encontrando seu perfil a partir de... (você explica como encontrou o perfil das pessoas) e vi que você faz faculdade e tem uma rotina bem corrida! Eu também faço e nesse mês comecei ganhar uma renda extra graças ao meu trabalho na internet. Vi suas fotos e stories e pensei que talvez você possa interessar, porque nada melhor do que termos a nossa independência financeira, sem precisar depender dos nossos pais ou até mesmo só de estágio da faculdade, né? Caso tenha interesse, posso te explicar!"**

Agora vamos entender o que você fez apenas com essa mensagem:

Você conseguiu aplicar o ponto principal da copy que é **mexer com a dor das pessoas**, e ainda **criou uma conexão ao dizer que você também faz faculdade**.

Mas, isso foi apenas um exemplo, **lembrando que você pode aplicar em qualquer tipo de perfil**, independente do que a pessoa já faz, se ela é um profissional em alguma área ou não.

Vamos supor que **você** acompanhe alguma loja ou um professor de inglês de dá aulas online, por exemplo, você pode chamar esses profissionais e dizer que o e-book que você oferece, ajuda as pessoas a **alavancarem o seu negócio na internet**, ensinando estratégia de venda de captação de clientes.

Qual profissional que não gostaria de **aumentar o seu número de clientes?** Por isso, abordar pessoas que já possuem negócio próprio é muito inteligente e benéfico.



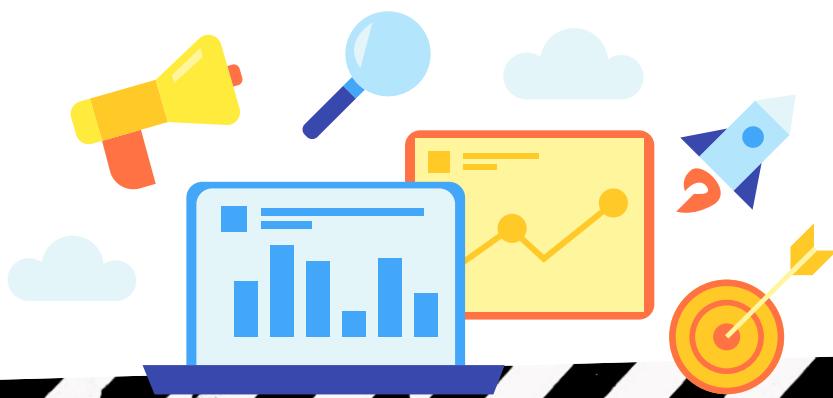


# A MELHOR ESTRATÉGIA PARA INICIANTES DE SUCESSO

Sabe quando vamos ao cinema e antes do filme passam diversos trailers de filmes que ainda serão lançados? Essa é uma estratégia para que o público **crie o desejo pelo seu produto** e, mais tarde, quando for lançado, se torne um cliente.

Em outras palavras, eles estão usando o **gatilho da antecipação** que não envolve captação direta, mas envolve captação indireta e conversão infalível. O gatilho mental de antecipação tem como objetivo **estimular o público em relação a algo ou a alguma coisa que está por vir**.

Como por exemplo, **criar boas perspectivas** para um lançamento, seja de algum produto ou serviço, utilizando de divulgação através de plataformas e rede sociais para **instigar o desejo em aproveitar essa nova oportunidade**, sem contar que você consegue mostrar os seus benefícios de como esse produto pode ajudar as pessoas a **resolverem uma dor**, solucionar um problema ou realizar seus desejos sem antes mesmo de você falar diretamente do produto.





Agora, vamos para dois exemplos de antecipação:

## NICHO RENDA EXTRA:

“Vou ensinar você a faturar a partir de 5 mil reais por mês através de uma nova profissão que será anunciada em breve.”

## NICHO VIDA SAÚDAVEL:

“Vou ensinar você a emagrecer 10kg em 1 mês através de uma nova fórmula que será anunciada em breve.”

**Quem não ficaria curioso ou ansioso pensando e desejando isso que você vai anunciar em alguns dias?** E então, no momento que você anunciar, já existirá um público qualificado que será captado e eles com certeza estarão predispostos a realizar a compra quando for possível. Então, se você vai começar do zero, o mais aconselhável é gerar esse desejo e curiosidade entre 5 e 3 dias antes de anunciar o produto.

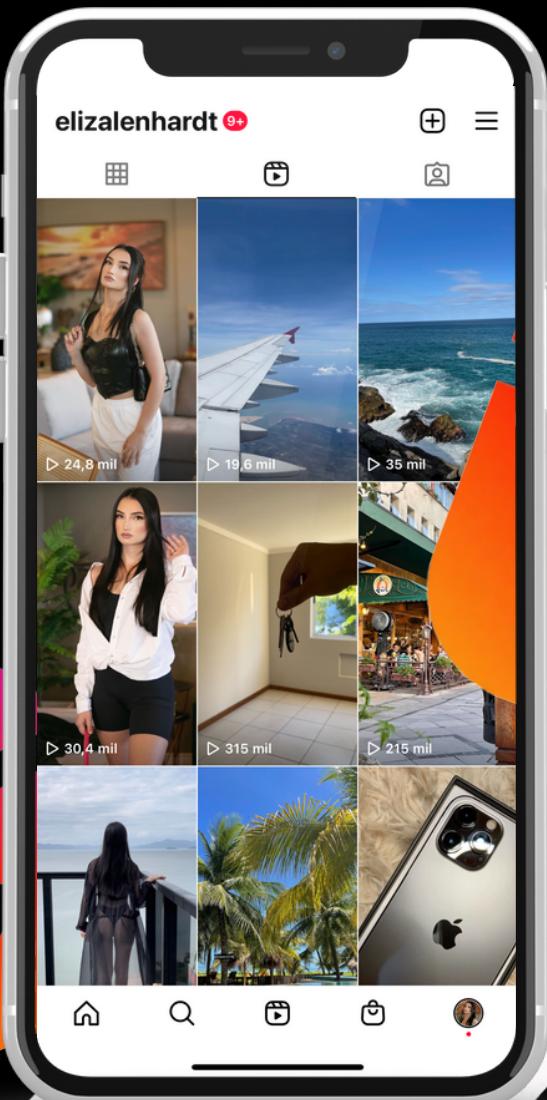




# REELS

O Reels é o recurso mais recente e mais popular do Instagram que permite você criar vídeos de até **30 segundos de vídeo**, com o intuito de fazer com que as pessoas passem mais tempo no aplicativo diariamente e como forma de se estabelecer o Instagram como uma plataforma de **entretenimento de vídeo também**.

Esse é o melhor momento para experimentá-lo como maneira de **captar novos clientes, independente do seu nicho e da sua estratégia, se você vai aparecer ou não**. Mas, para isso, você precisa estar por dentro de como esse recurso funciona e quais as **melhores estratégias** e isso eu vou te mostrar nas próximas páginas, para que você consiga entender e colocar em prática para que capte muitos clientes e além disso consiga inúmeras vendas.





# ALGORITMO

Primeiramente, você precisa entender como o algoritmo reels funciona para que o Instagram entenda seu conteúdo é **relevante**, isso potencializara a entrega dos seus vídeos para outras pessoas.

## FERRAMENTAS

O grande segredo dos reels é, quanto mais você usar as **ferramentas essenciais do próprio Instagram** (áudio, Velocidade, data e hora, localização, marcação de pessoas, efeitos, timer) mais seus vídeos serão entregues para outras pessoas.

## FREQUÊNCIA

Este ponto é fundamental para o sucesso no reels, postar de **2 a 3 vídeos por semana**. Cada vídeo dura em torno de 10 a 30 segundos, então se você se dedicar 1 hora do dia para criar conteúdo para o reels, você com certeza terá tempo suficiente para gravar conteúdos para toda a semana.

## REELS NO FEED

Quando você for postar um reels, você precisa certificar-se de que a opção **"compartilhar no feed"** esteja ativada, isso fará com que o seu reels seja visualizado por mais pessoas.

## REELS NO STORY

Depois de postar o seu vídeo no reels, procure **repostar ele nos storys** para que mais pessoas entrem no seu perfil e no seu vídeo, sem contar que as visualizações dos stories também somam nas visualizações do vídeo do reels



# VIRALIZAR

Os reels são rápidos de fazer, mas, você precisa **utilizar das estratégias** certas para fazer com seja mais propenso de ser altamente consumido, fazendo com que ele viralize.

## TENDÊNCIAS

Fique atento nas tendências que aparecem no explorar do Instagram, elas podem envolver o uso de uma **determinada música, filtro ou algum tipo de piada**. E pronto, é só se inspirar e usar essa tendência ao seu favor, relacionando-a sempre com o seu nicho, e lembre-se também de manter um padrão de qualidade de vídeo, afinal, os reels serão a vitrine do seu perfil.

## CONTEÚDO

No reels, independente do seu nicho, é interessante você sempre trazer vídeos “simples”, criativos, inspiradores e compartilháveis sim mas também é necessário você trazer vídeos que **agreguem valor** para as pessoas, ou seja, algum conteúdo, seja ensinando algo novo, compartilhando alguma dica ou truque, isso fará com que você vire referencia no seu nicho, trazendo cada vez mais autoridade para você e para o seu perfil.

## TEMPO DE RETENÇÃO

Você precisa prender a atenção do público no seu vídeo pelo menos nos **3 primeiros segundos**, porque isso fará com que o Instagram entenda que o seu conteúdo é relevante, então ele passa a entregá-lo para mais pessoas, fazendo com que um maior número de pessoas consuma seu conteúdo por completo.



# INTERAÇÃO

Sempre **incentive os comentários** nos seus vídeos do reels, seja oferecendo algum bônus em troca, seja fazendo alguma pergunta no próprio vídeo, isso auxiliara na viralização do seu vídeo.

## CHAMADA PARA AÇÃO

Sempre faça uma chamada para ação na legenda do seu reels para que as pessoas sejam **motivadas** a entrar no seu perfil, interagir com você, e assim encaminhá-las para a sua estrutura de vendas.

## HASHTAGS

É necessário que você tenha cuidado com o uso de hashtags no Instagram porque existem diversas hashtags banidas da rede social que se utilizadas podem remover o engajamento do seu perfil por meses, mas, basta pesquisar no google “lista de hashtags banidas” que você encontra todas elas. Tirando isso, o uso de hashtags **são bem-vindas sim**, desde que você use as corretamente e de acordo com o seu nicho, mas claro, lembre-se de usá-las com cautela sempre.

## HORÁRIOS

Nos horários abaixo, seus posts têm grandes chances de atingir um novo público e, assim, trazer mais tráfego para o seu perfil. Os melhores horários para postar vídeos no reels são:

**9H | 12H | 18H | 21H**



# COMO UTILIZAR ESSA ESTRATÉGIA APARECENDO OU SEM APARECER

Vou deixar na sequência exemplos de nichos com vídeos aparecendo ou sem aparecer que podem viralizar.

## RENDA EXTRA

### APARECENDO

Um vídeo utilizando uma música, uma dancinha ou um filtro que estejam em alta no Instagram, você pode fazer vinculando com algum contexto sobre o mercado digital; curiosidades, dicas, conquistas suas.

### SEM APARECER

Um vídeo chamativo como fundo, acompanhado a uma frase motivacional/empreendedora.

## CULINÁRIA

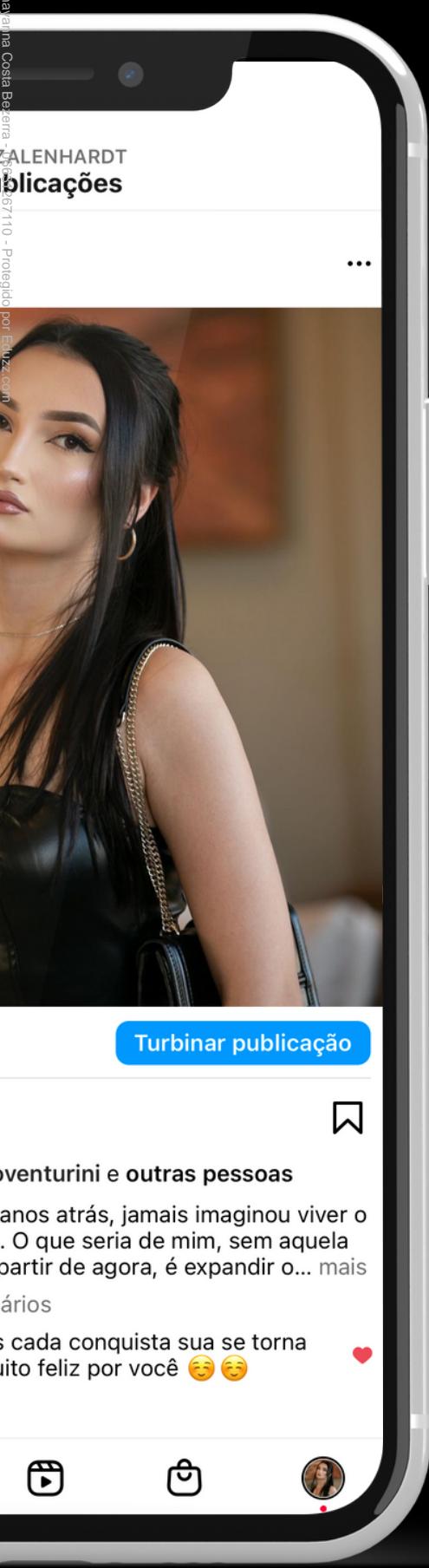
### APARECENDO

Um vídeo utilizando uma música, uma dancinha ou um filtro que estejam em alta, você pode fazer vinculando com algum contexto sobre a área de culinária, como por exemplo, dicas de alimentos mais saudáveis.

### SEM APARECER

Um vídeo de uma receita mostrando o passo a passo apenas narrado, sem aparecer.

Você pode aplicar em qualquer nicho, podendo vender milhares de produtos da maneira que achar melhor; aparecendo ou sem aparecer, basta saber usar a criatividade para se inspirar, e claro, sempre mantendo a constância.



# BOTÃO TURBINAR

O bom de patrocinar no Instagram é conseguir **fazer com que o seu conteúdo chegue a mais pessoas, sem precisar depender do algoritmo ou do alcance orgânico para isso**, conseguir direcionar para o público-alvo que você deseja e alcançar novas pessoas que ainda não te conhecem.

**Então, pra começar, você precisa:**

Já ter ou transformar o seu perfil do IG em um perfil comercial e já ter ou criar um gerenciador de anúncios do Facebook. Parece básico, mas muita gente não sabe, o Instagram usa a mesma ferramenta do Facebook para os ADS.

Basicamente existem **quatro formas** de veicular anúncios para exibir no IG:

- 1.Criar anúncios diretamente no Instagram;**
- 2. Criar campanhas de anúncio no Gerenciador de Anúncios;**
- 3. Usar os anúncios ou posts do Facebook, para que veiculem no Instagram também;**
- 4. Criar anúncios nos Stories.**



# EXPLICANDO A DIFERENÇA DO BOTÃO TURBINAR PUBLICAÇÃO PARA A CAMPANHA FEITA ATRAVÉS DO GERENCIADOR DE ANÚNCIOS

Já vi muitas pessoas falando **horrores** sobre a ferramenta do Instagram o botão "impulsionar" ou "promover" como era conhecido antes. Muitos falam que o botão não funciona, que você vai só jogar dinheiro fora.

Mas a verdade é que **botão funciona sim e muito, mas ambos possuem finalidades diferentes**. Obviamente o gerenciador de anúncios é bem mais completo, mas isso não quer dizer que o botão "turbinar publicação" não funcione.

Hoje, você consegue **segmentar bem o seu público através do botão turbinar publicação**, consegue escolher qual é o seu objetivo e investindo apenas **R\$6 por dia** você já consegue fazer um bom anúncio e converter vendas.

## BOTÃO TURBINAR PUBLICAÇÃO

Serve para entregar mais os posts do Instagram, serve para **atrair mais leads**, atrair pessoas interessadas no assunto que você fala, aumentar a audiência, ganhar seguidores interessados no seu produto e assunto.

Ou seja, **atrair pessoas do topo do fúnil de vendas**. O objetivo não é vendas, mas com certeza se você tiver um perfil bem estruturado, com um bom conteúdo e link na biografia, as vendas vão sair sim e eu falo isso por **experiência própria**.

## GERENCIADOR DE ANÚNCIOS

Funciona para todos os objetivos acima, mas o seu mais **objetivo é gerar vendas**, principalmente se você tem um site bem estruturado.



## DICA BLACK:

**Ao promover uma foto ou vídeo no Instagram, analise bem a qualidade do conteúdo e analise se a sua postagem vai impactar o seu público. Caso você promova algo que não chama atenção, que não impacta, você não alcançará a sua meta!**

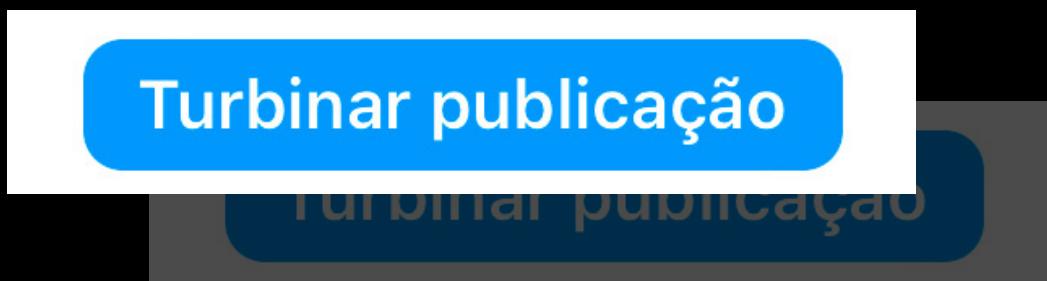
Pense como se fosse o cliente do seu negócio e se pergunte "Vendo esse post, me sinto chamada, impactada?"

Se a resposta for **SIM**, siga esse passo a passo:

## CRIAR ANÚNCIOS DIRETAMENTE NO INSTAGRAM

Através do aplicativo do celular, usando o botão "**TURBINAR PUBLICAÇÃO**" que está abaixo do post do seu feed:

**CLIQUE NESTE BOTÃO:**



Essa opção é a ideal para quem não tem conhecimento em tráfego, mas mesmo assim quer impulsionar seu conteúdo e mostrar para outras pessoas.



# PASSO A PASSO PRA FAZER PELO BOTÃO IMPULSIONAR É SIMPLES, MAS FIQUE ATENTA AO PASSO A PASSO:

Você clica no botão “**TURBINAR PUBLICAÇÃO**” e escolhe:

O objetivo do **DIRECIONAMENTO** do anúncios;

**PÚBLICO-ALVO** em que você pode escolher público **AUTOMÁTICO** (que o IG direciona para pessoas como seus seguidores) ou pode optar por clicar em;

**CREIE O SEU** onde você pode escolher a localização, interesses, idade e gênero (confesso, um direcionamento BEM AMPLO e MELHOR);

**ORÇAMENTO E DURAÇÃO** você escolhe quanto gastar diariamente e por quanto tempo seu anúncio vai rodar e, por fim, você vai para a tela;

**ANALISAR** e clica em **criar promoção**.





Escolha se o seu objetivo, se é mais visitas no perfil, mais acesso ao seu site ou se você quer receber mensagens no direct.

Depois clique no botão azul "**Avançar**".

Você pode escolher a opção de público automático, o Instagram vai entregar o post para pessoas como seus seguidores.

## DICA BLACK:

**Recomendo sempre criar o seu público, assim a entrega será melhor e mais nichada.**





Depois clique no botão azul "**avançar.**"

Crie o seu **público** escolhendo um nome para ele, depois escolha a localização que pode ser para todo o Brasil ou Local (Regiões próximas);

Escolha com cuidado os **interesses**, eles devem estar de acordo com o post;

Escolha a **idade e o gênero** que você quer que o Instagram entregue o post;

Após clicar na seta, essa será a próxima tela, veja que já aparece o público que eu criei. Depois clique no botão azul "**avançar.**"



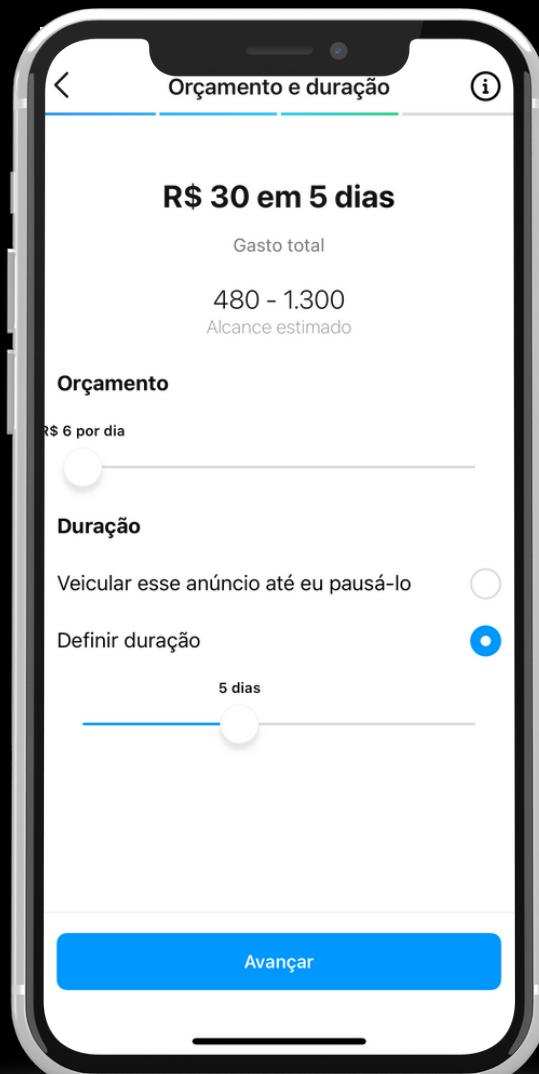


## Finalizando:

Após conferir os dados para pagamento, você volta para a tela de conferir e pode ver uma prévia de como ficará seu anúncio no feed, stories e no explorar.

Após conferir tudo, clique em "**Turbinar Publicação**" e seu anúncio será enviado para análise e em até **24h** ele será aprovado.

Clicando em "**insights**" no post que você turbinou, você consegue acompanhar o desempenho da sua promoção.



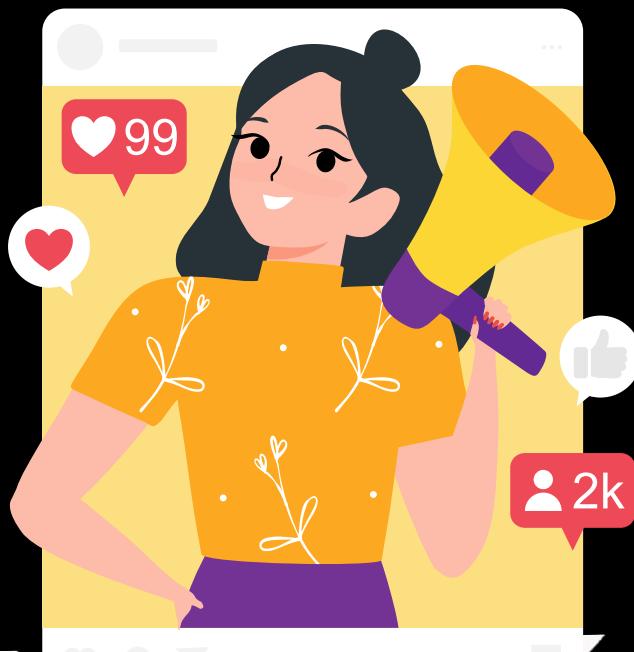


# INFLUENCIADORES

Ações com influenciadores digitais nesses canais de comunicação **possibilitam criar uma imagem ideal de seu produto.** Isso estimula a compra, por criar nos consumidores a sensação de que **vale a pena** investir naquilo que está sendo oferecido.

Os influenciadores digitais são pessoas ou grupos que, por alcançarem grande número de usuários nas redes sociais, **conseguem formar opinião e lançar tendências.** Esses perfis possuem voz ativa e, geralmente, se destacam em seu nicho de atuação com uma grande base de fãs e seguidores.

**O número de seguidores certamente é um dos elementos que compõe o conceito de digital influencer, mas isso não é tudo.** Um dos pontos que essas personalidades compartilham é a **produção de conteúdo impactante e de qualidade.** O que vai definir o melhor influencer para sua estratégia é a persona mapeada para seu negócio, ou seja, o perfil de seu consumidor ideal. Nem sempre o influenciador mais popular será o ideal para sua divulgação, **cuidado.**





# VANTAGENS DE TER UMA PARCERIA COM UM INFLUENCIADOR DIGITAL

## PÚBLICO SEGMENTADO

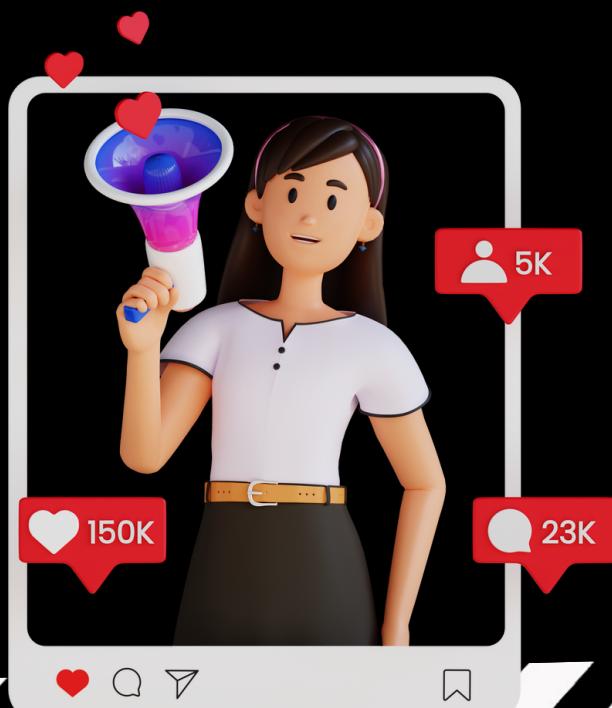
Em cada mercado, existe um ou mais influenciadores digitais. Ao promover campanhas com esses perfis, você estará falando para um público que tem **características bem semelhantes ao seu público-alvo**.

## AUDIÊNCIA ENGAJADA

As pessoas que acompanham os influenciadores digitais admiram o tipo de conteúdo que estes profissionais produzem. Sendo assim, maiores são as chances desses **usuários receberem bem a indicação de um produto ou serviço**.

## PRODUÇÃO DE CONTEÚDO TERCEIRIZADA

Ao invés de simplesmente produzir conteúdo por conta própria, você poderá deixar que o influenciador **fale em nome do seu produto**.





## FACILIDADE PARA MEDIR OS RESULTADOS

Você pode contar com o **social mídia do influenciador** para enviar os prints das visualizações dos stories para **avaliar** quantas pessoas foram atingidas com aquele determinado conteúdo.

## INVESTIMENTO PARA TODOS OS BOLSOS

Existem inúmeros influenciadores, os que possuem mais credibilidade do que outros, com diferentes números de seguidores, engajamento etc. E, isso **interfere no valor cobrado por uma publicidade**, por esse motivo você deve sempre **pesquisar e em entrar em contato com vários influenciadores para ver qual investimento se encaixa melhor no seu bolso no momento**.

Porque claro, se você entrar em contato com um de grande credibilidade, muito conhecido, com certeza ele terá um preço maior do que os demais que não possuem tanta credibilidade assim.





# COMO NEGOCIAR COM OS INFLUENCIADORES DIGITAIS

Para começar agora mesmo a criar parcerias com influenciadores digitais, é fundamental que você saiba como **negociar com essas personalidades**. É muito importante saber **escolher, abordar e repassar ao influenciador as necessidades da sua divulgação**.

Identifique quem fala para o mesmo público que você quer atingir a primeira etapa é **escolher o influenciador ideal com base em sua persona, e não na popularidade dele**. Pense na audiência que você quer atingir e no público que segue o influencer, assim, a parceria tem mais chances de ser certeira.

Selecione os perfis com maior engajamento, dentre os influenciadores que falam diretamente para sua persona, dê prioridade para aqueles que conseguem maior engajamento, que estão **mais presentes no mundo digital**. Nem sempre o influenciador com maior número de seguidores é o melhor, uma vez que o engajamento pode variar.

## ENTRE EM CONTATO COM O INFLUENCIADOR

Nunca utilize as redes sociais para o contato, principalmente se seu perfil for pessoal e não profissional. Prefira sempre o e-mail profissional do influenciador. Normalmente, eles contam com **serviços de assessoria e possuem páginas em seus sites específicas para parcerias**. Evite falar em valores logo no primeiro e-mail. Estabeleça o contato, entenda o trabalho do influenciador e comece a negociação sem pressa.





# PÁGINAS

E, além de parceria com influenciadores, existem as parcerias com as páginas (de fofoca, memes, notícias) do instagram. Hoje em dia elas são **responsáveis pela maior parte do engajamento** dos influenciadores e são um dos **maiores canais de informações**, porque estão sempre **atualizadas**, trazendo tudo a partir de um clique. A maioria das notícias atuais, por exemplo, fiquei sabendo a partir de alguma página e não da televisão.

E, por que não transformar o seu perfil, **os seus vídeos ou algum outro conteúdo seu em notícia ou polêmica para postar em uma página?** Isso resultaria em **muita curiosidade nas pessoas**, então elas com certeza entrariam no seu perfil, gerando muito engajamento. E, é nesse momento que você deve **aproveitar para gerar conexão com esse público**, fazer com que a pessoa goste do que você oferece e **comece a seguir o seu perfil.**

Mas, antes disso, assim como em parceria com os influenciadores digitais que você precisa **definir a melhor página para a sua estratégia**, com as páginas funcionam de uma maneira parecida, porque existem diversos tipo de páginas; de notícias, fofoca, memes, motivacionais etc. Porém, com elas, você só vai descobrir qual é a melhor, **testando**, porque as páginas, diferente de um influenciador, tem um publico muito mais variado, em todos os sentidos. Mas, em compensação você tem mais chances de ter resultados expressivos porque **o engajamento delas é muito maior**, na maioria das vezes.





# VANTAGENS DE TER UMA PARCERIA COM UMA PÁGINA

## AUDIÊNCIA ENGAJADA

As pessoas querem **manter-se cada vez mais atualizadas** e hoje em dia a mais fácil forma de fazer isso é acompanhar essas páginas todos os dias. Sendo assim, elas se tornam **seguidoras fiéis e menores são as chances desses usuários pararem de seguir essas páginas.**

## NÃO VAI PARECER UMA PROPAGANDA

Você poderá enviar o conteúdo que você deseja ser utilizado (foto, vídeo etc.) e deixar que o dono da página faça uma montagem e adicione uma legenda para a publicação, porque ele já conhece a melhor forma de chamar atenção do público para que a publicação **não pareça apenas mais uma propaganda**, mas sim que gere interesse das pessoas e engaje muito.

Mas, claro, é importante que você **opine também** e já chegue pelos menos com uma ideia de como você quer a publicação. Afinal, você é o especialista sobre seu produto, por isso é a pessoa ideal para dar mais informações sobre.

## MAIS FACILIDADE PARA MEDIR OS RESULTADOS

Diferentemente da parceria com influenciadores, onde você depende de o social mídia enviar os prints das visualizações dos stories para avaliar quantas pessoas foram atingidas com aquele conteúdo, nas páginas, você consegue **acompanhar em tempo real** o número de curtidas se for foto ou número de visualizações se for no reels da página.



## INVESTIMENTO PARA TODOS OS BOLSOS

Assim como inúmeros influenciadores, existem inúmeras páginas, as que possuem mais credibilidade do que as outras, com diferentes números de seguidores, engajamento etc. E, isso **interfere no valor cobrado por uma publicidade**, por esse motivo você deve sempre pesquisar e em entrar em contato com várias páginas para ver qual investimento se encaixa melhor no seu bolso no momento. Porque claro, se você entrar em contato com uma página de grande credibilidade, muito conhecida, com certeza ela terá um preço maior do que as demais que não possuem tanta credibilidade assim.

## COMO NEGOCIAR COM AS PÁGINAS

Para começar agora mesmo a criar parcerias com páginas **é mais fácil e mais direto do que com influenciadores**, mas é fundamental que você saiba como negociar com os donos das páginas também é muito importante saber escolher, abordar e repassar as suas necessidades.

### ENTRE EM CONTATO COM O RESPONSÁVEL PELA PÁGINA

Na hora de formalizar o contato com a página escolhida, é importante seguir algumas dicas pois você pode utilizar as redes sociais mesmo para o contato, as **páginas geralmente disponibilizam contato por direct ou por algum número de WhatsApp**.

Comece o contato se apresentando e apresentando a sua ideia, qual seu nicho ou produto, e logo pergunte se ele(a) fecha publicidade da sua área, se ele responder que sim você já pode perguntar sobre os valores para entender como a página trabalha.

HOT NEWS



# DICAS BLACK PARA PARCERIAS:

## DEIXE AS METAS DE PERFORMANCE BEM CLARAS

As regras da parceria devem estar bem claras **para que não haja questionamentos em nenhuma das partes**. Estabeleça previamente o tipo e a quantidade de material a ser produzido, a frequência de divulgação e os canais que serão utilizados.

## REGISTRE TODAS AS DESPESAS QUE FORAM FEITAS

Lembre-se de manter um registro, **desde o começo**, de todos os custos envolvidos na campanha desde o pagamento de cachê, os anúncios publicitários, pessoal extra contratado e qualquer outro custo.

## ANALISE O IMPACTO QUE A AÇÃO TROUXE PARA AS VENDAS

Durante o período de veiculação do material contratado, seja um vídeo ou um post, por exemplo, é importante **acompanhar o tráfego no seu perfil**, a interação com os usuários, os comentários etc. Esses números devem ser comparados com os obtidos antes da parceria, para verificar seu real impacto nas conversões.

## ALINHE O QUE DEVE SER FALADO E ESCRITO

É importante **repassar de maneira clara todas as ideias do projeto**, alinhar o conteúdo é o melhor caminho para não perder de vista os resultados pretendidos.



## DEIXE TODAS AS CONVERSAS DOCUMENTADAS

Não se esqueça de que o **contato é profissional**. Então, deixar tudo registrado é um hábito importante que você deve observar. Sempre que fizer uma comunicação por telefone ou pessoalmente, digitalize as mesmas informações discutidas para que tudo fique registrado.

## MENSURE OS RESULTADOS DA PARCERIA

Tão importante quanto firmar parcerias é mensurar os resultados obtidos. Essa mensuração pode ser o número de pessoas atingidas pela campanha, **a quantidade de vendas após a divulgação do material**, o feedback dos clientes e muito mais, o importante é entender que todos esses dados devem ser analisados.

## QUANDO FECHAR UMA PARCERIA

Procure fechar parcerias no **início do mês**, porque é quando as pessoas estão mais propensas a gastar, pois recém receberam o seu salário mensal.

## PAUSAS

De uma pausa de no mínimo **2 semanas** para fechar novamente com determinado influenciador ou página, para que o seu conteúdo não fique repetitivo para aquele público que está consumindo.

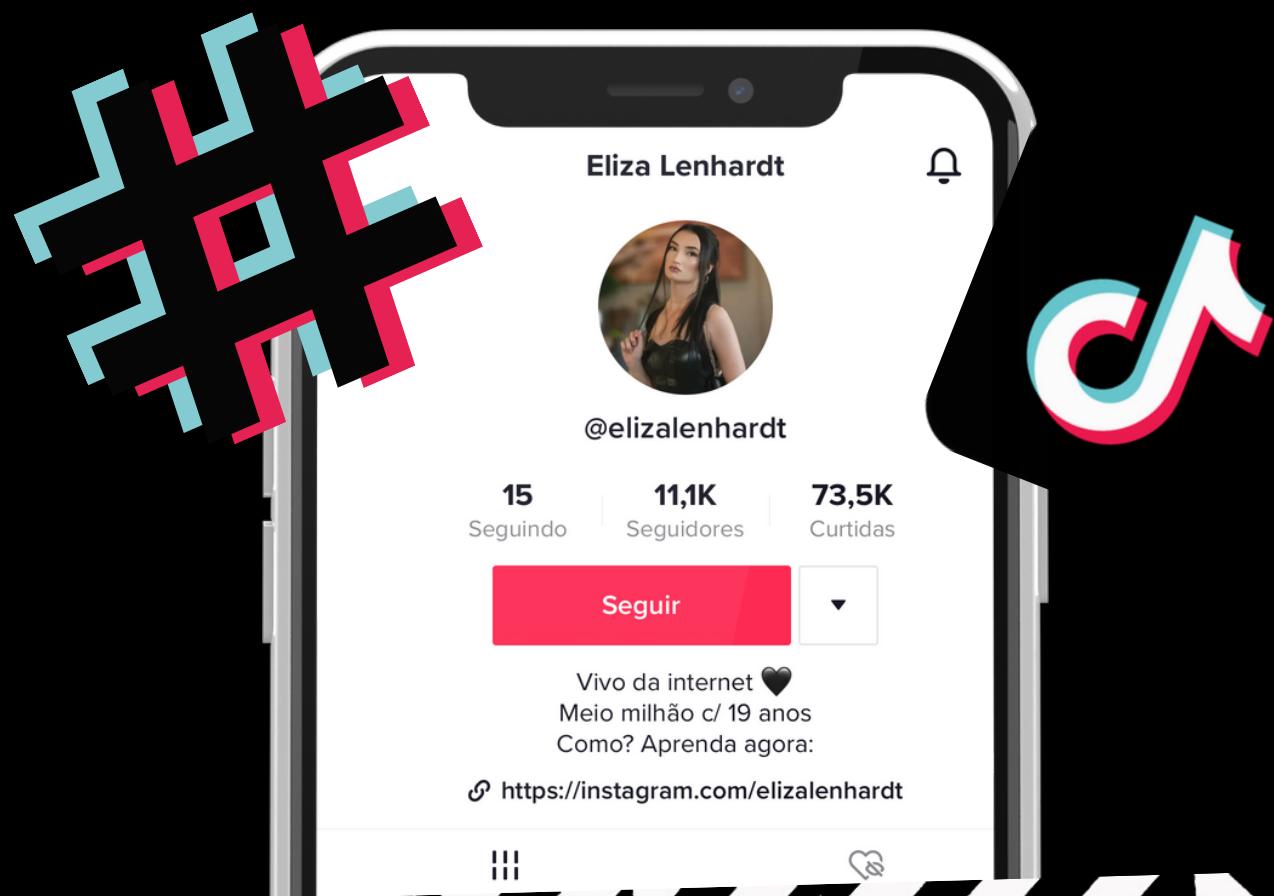
## FERRAMENTA SECRETA

Existe uma ferramenta útil para te ajudar a ver o engajamento de qualquer perfil no Instagram, mais conhecida como **Ninja Analytics**.



O TikTok é a nova rede social com o **maior alcance da internet**, ou seja, com ela, maior é a chance de captar novos clientes, e o melhor, de várias maneiras, **aparecendo ou não**, vendendo dentro do nicho de renda extra ou não, você quem escolhe.

Porém, para isso acontecer, você precisa **entender primeiro como a plataforma funciona e quais as principais estratégias** e claro, vou passar tudo isso para você de maneira prática e de fácil entendimento que faca com que você capte muitos clientes e tenha uma alta taxa de conversão.





## PERFIL

Seu perfil do TikTok for a chave para a captação de clientes, você precisará certificar-se de que seu perfil pareça **acessível e atraente**, porque será a primeira coisa que as pessoas irão analisar e se gostarem. elas podem facilmente virar seus seguidores, não só do TikTok, mas do seu Instagram, e principalmente possíveis clientes.

## FOTO E USER

O aconselhável é que você use **a mesma foto de perfil** e o mesmo user ou similar do Instagram no TikTok.

## BIOGRAFIA

É interessante que você adicione uma biografia com uma **chamada pra ação**, como por exemplo; me chama no IG para ter informações, entre em contato comigo agora, etc.

## LINK

Quando você alcançar mil seguidores, o que é **muito fácil no TikTok**, você consegue adicionar um link que ficara abaixo da sua biografia, e nesse link você irá encaminhar os clientes para o seu Instagram e nunca diretamente para WhatsApp, para não ter riscos de perder na conversão.

## CONECTE A SUA CONTA DO INSTAGRAM

Além do link direcionando as pessoas ao seu Instagram, **conecte a conta do TikTok a sua conta do Instagram**, porque caso o link não abra no celular da pessoa que está desejando abrir, ela conseguira entrar pelo botão que ficara do lado da opção “seguir” assim que você vincula as duas contas.



# ALGORITMO

Por mais que eu tenha falado sobre seguidores no tópico anterior, eles **não são tão importantes** para o TikTok, existem outras que você deve se preocupar mais quando se trata de algoritmo, são elas:

## CONTA NICHADA

É necessário que a sua conta seja nichada, porque no TikTok existe uma **alta segmentação do público-alvo**, então postar vídeos aleatórios, sem um nicho específico, diminui o alcance. É por isso que é necessário encontrar seu público-alvo no TikTok, que é composto por pessoas que realmente interagirão e aumentarão o engajamento do seu conteúdo no TikTok.

## CONTA DO ZERO NÃO DEVE SER CORPORATIVA

Você não deve configurar a sua conta como corporativa, deve manter ela como pessoal porque as contas corporativas são indicadas para perfis que já possuem um alto engajamento e com milhares de seguidores, então se o algoritmo percebe que você tem uma conta corporativa possuindo uma conta do zero ele **julga seu conteúdo como inútil** e assim diminui o seu engajamento.

## FREQUÊNCIA

Este ponto é fundamental para o sucesso no TikTok, postar de **1 a 3 vídeos por dia, todos os dias**. Cada vídeo dura em torno de 10a 20seg, então se você se dedicar 1 hora do dia para criar conteúdo para o TikTok você terá tempo suficiente para gravar conteúdos para a semana inteira.

### DICA BLACK:

**Você não deve apagar e nem arquivar vídeos, porque fazer isso prejudica todo o seu engajamento por no mínimo um mês, então tenha cuidado.**



# VIRALIZAR

## TENDÊNCIAS

É bom ser **único e criativo**, mas se você quer captar novos clientes pelo TikTok, você deve ficar de olho nas tendências que aparecem na **for you (timeline do TikTok)**, elas podem envolver o uso de uma determinada música, filtro ou algum tipo de piada. E, pronto, é só se **inspirar e usar essa tendência ao seu favor**, relacionando-a sempre com o seu nicho, e lembre-se também de manter um padrão de qualidade de vídeo. Dessa forma, você vai começar a criar conexão com o seu público.

### DICA BLACK:

**Para ficar por dentro das tendências do TikTok sem precisar ficar muito tempo no aplicativo, você pode seguir o @marketingcompedro e o @pedrodecarvalho0. Eles postam diariamente todas as músicas, filtros e piadas que estão em alta.**

## TEMPO DE RETENÇÃO

É o tempo que uma pessoa fica assistindo o seu vídeo, e **quanto maior esse tempo melhor, mais alcance o seu vídeo vai ter**. E, para fazer com que isso aconteça, é necessário utilizar algumas estratégias de retenção. Como por exemplo, sempre preferir vídeos mais curtos (**8-12seg**), além disso usufruir de gatilhos mentais para que as pessoas tenham interesse em assistir o vídeo até o final, algumas ideias: “**e o melhor eu ainda deixei para o final**”, “**o final do vídeo é a melhor parte**”, “**o final me representa**”, “**eu não estava preparada para esse final**”.





# INTERAÇÃO

**Interaja com seu público curtindo e respondendo aos comentários.**

Mostre que você está aberto a receber críticas e sugestões, o que faz com que as pessoas se sintam conectadas a você e seus vídeos terão mais chances de viralizar.

## CHAMADA PARA AÇÃO

Na legenda do vídeo, sempre peça para que as pessoas **copiem o link, curtam e sigam você no Instagram**, assim o algoritmo vai entender que seu conteúdo é de qualidade e que as pessoas interagem com você, então automaticamente o seu alcance aumentará.

## HASHTAGS

É necessário que você tenha cuidado com o uso de hashtags, porque ao mesmo tempo que elas podem ajudar o seu vídeo ter um alto alcance, **elas podem prejudicar se usadas de maneira incorreta**. Você deve usar hashtags que tenha a ver com o seu **nicho**, se você é da área emagrecimento e utiliza hashtags usadas pelo nicho de automaquiagem, o seu vídeo de emagrecimento poderá até ter um alto alcance, mas pouca interação, porque as pessoas que irão ver, se interessam em ver vídeos sobre automaquiagem e não sobre emagrecimento. Então, o correto é você pesquisar e **testar até encontrar as melhores hashtags** para o seu nicho, lembrando que o TikTok é muito relativo.

## HORÁRIOS

Nos horários abaixo, seus posts têm grandes chances de atingir um novo público e, assim, **trazer mais tráfego para o seu perfil**. Os melhores horários para postar vídeos no TikTok são:

**DAS 10H ÀS 12H | DAS 14H ÀS 15H | DAS 19H ÀS 22H**



# COMO UTILIZAR A NOVA REDE SOCIAL APARECENDO OU SEM APARECER

Vou deixar na sequência exemplos de nichos com vídeos aparecendo ou sem aparecer que podem viralizar.

## RENDA EXTRA

### APARECENDO

Um vídeo utilizando uma música, uma dancinha ou um filtro que estejam em alta, você pode fazer vinculando com algum contexto sobre o mercado digital; curiosidades, dicas, conquistas suas.

### SEM APARECER

Você pode aplicar os mesmos exemplos acima sem aparecer também, porque no TikTok você tem a opção de utilizar a voz robótica para narrar os vídeos.

## BELEZA

### APARECENDO

Um vídeo utilizando uma música, uma dancinha ou um filtro que estejam em alta, você pode fazer vinculando com algum contexto sobre a área de beleza, como por exemplo, dicas de como acelerar o crescimento de cabelo,

### SEM APARECER

Indicação de produtos de maquiagem/skincare sem aparecer, utilizando também a voz robótica disponível no TikTok.

Você pode aplicar em qualquer nicho, podendo vender milhares de produtos da maneira que achar melhor; aparecendo ou sem aparecer, basta saber usar a criatividade para se inspirar, e claro, sempre mantendo a constância.

# TIKTOK ADS



Assim como no Instagram você tem a possibilidade de utilizar o Botão Turbinar para fazer com que o seu conteúdo **chegue a mais pessoas**, sem precisar depender do algoritmo ou do alcance orgânico para isso, no TikTok você também possui essa possibilidade. E, apenas recapitulando, chamamos isso de **tráfego pago**.





# CRIANDO SEU GERENCIADOR DE ANÚNCIOS DO TIKTOK

O primeiro passo antes de criar seu anúncio é criar uma conta no Gerenciador de Anúncios. O ideal é que você já tenha uma conta pessoal na rede para se familiarizar com os formatos de vídeo e os conteúdos que aparecem na plataforma.

<https://ads.tiktok.com>

## CREIE SEU LOGIN

Vá à página de Gerenciador de Anúncios do TikTok e preencha os campos com seu e-mail ou telefone e senha. Clique em “**Enviar código**” para receber seu código de verificação e não se esqueça de concordar com os termos e condições da plataforma. Caso queira entender melhor as permissões, leia com calma as cláusulas. Depois disso é só criar em “**Inscrirer-se**” para criar seu login.

TikTok For Business

Português (Brasil)

Inscrirer-se

Já tem uma conta? [Fazer login](#)

E-mail [Usar telefone](#)

Insera o seu endereço de e-mail.

Senha

A sua senha deve ter de 6 a 20 caracteres

Confirmar senha

Insera a sua senha.

Código de verificação

Inserir código de verificação [Enviar código](#)

Clique aqui para aceitar os [Termos e Condições](#) do TikTok for Business e confirmar que leu a nossa [Política de Privacidade](#).

Inscreva-se em e-mails com notícias, eventos e informações do TikTok For Business e do TikTok Shop. Você pode cancelar a qualquer momento em suas configurações de usuário.

[Inscrirer-se](#)





## ABRA A SUA CONTA

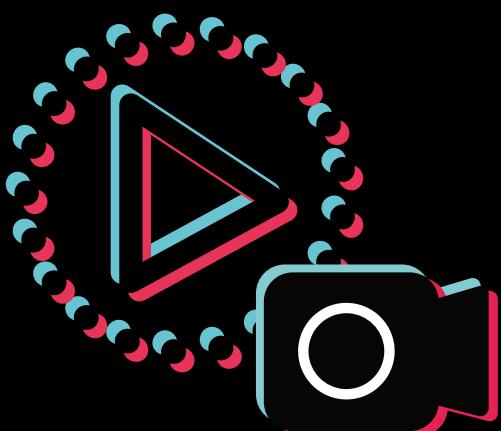
Preencha os campos com **informações básicas sobre seu negócio**, incluindo país/região onde está, seu fuso horário e moeda para cobrança. Você também precisa inserir o nome da sua empresa, usando o mesmo ou o mais próximo possível do nome legal da sua marca.

Depois disso, basta verificar se as informações estão corretas – em especial o fuso horário, pois não será possível trocá-lo depois. Aí é só clicar em **"Registrar"** para abrir sua conta.

## INSIRA AS INFORMAÇÕES DA SUA EMPRESA

No seu primeiro login, vai aparecer um formulário em pop-up pedindo mais algumas informações sobre sua empresa e os dados de cobrança, incluindo endereço, estado e CEP. Outro dado importante é o seu site, você precisa que a URL esteja no formato <https://www.suaempresa.com.br/>.

Para passar pela fase de revisão, **é necessário que todas as informações estejam certas**, que o site funcione bem e tenha todas as informações necessárias para os potenciais clientes. Caso prefira preencher essa parte depois, **é possível acessar as configurações de conta e clicar em informações de conta para voltar a essa etapa**.



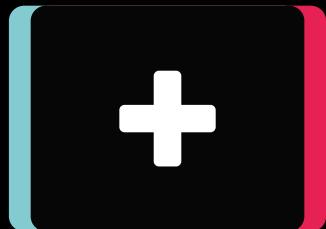


## SELECIONE O MÉTODO DE PAGAMENTO

Você pode escolher entre **pagamento manual ou automático** (caso disponível na região). Contudo, depois de inseri-lo não será mais possível alterar essa configuração.

## ENVIE SEUS DADOS PARA APROVAÇÃO

Depois que preencher todos os dados, clique em “**Enviar**” no final da página. A equipe do TikTok irá revisar sua conta em até **24h**. Depois disso, enviarão a confirmação ou rejeição do perfil para anúncios.



## RAZÕES PARA TER A CONTA NO GERENCIADOR DE ANÚNCIOS DO TIKTOK REPROVADA

O nome do negócio enviado não corresponde ao nome no seu site ou em documentos oficiais;

O seu site foi enviado em um formato que não seja  
<https://www.suaempresa.com.br>;

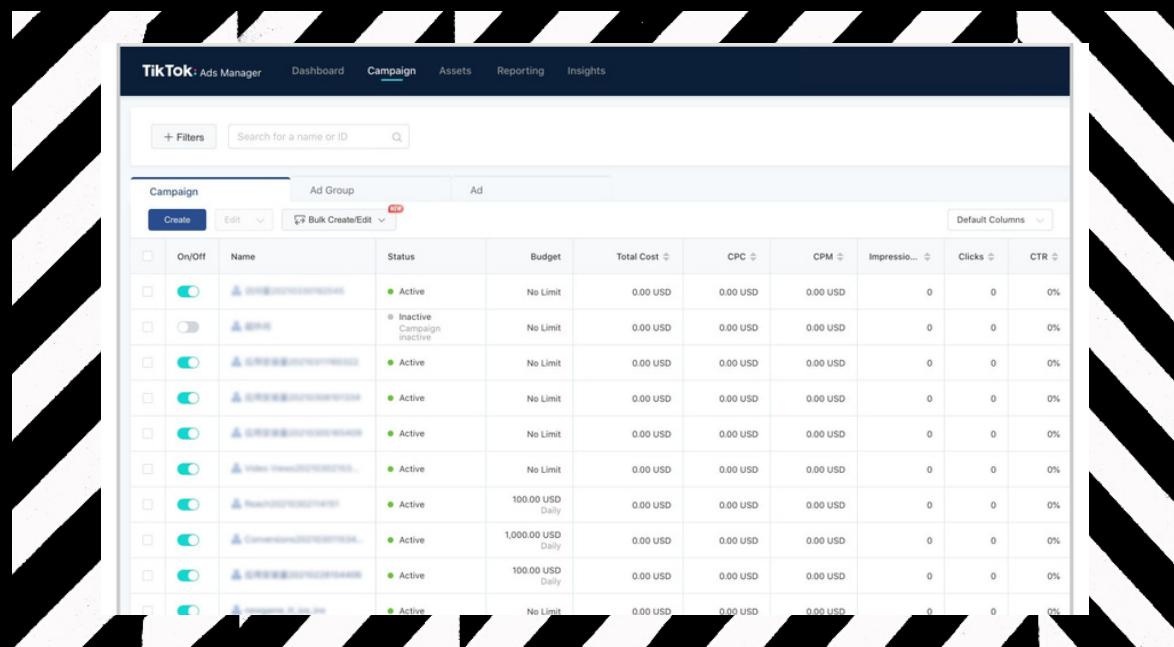
O seu site não promove claramente um produto ou não tem informação válida na Landing Page;

A promoção de serviços ou produtos pode ser proibida no seu país. Por exemplo, não é possível anunciar cigarros, lança-chamas ou marfim de elefantes no TikTok.



# COMO CRIAR UMA CAMPANHA DE TIKTOK ADS

Depois de criar sua conta no Gerenciador de Anúncios do TikTok, é só começar a desenvolver sua campanha.



## 1. ESCOLHA SEU OBJETIVO DE ANÚNCIO

Existem algumas categorias de anúncios no TikTok, vou citar as principais:

### RECONHECIMENTO

Mostrar o anúncio para o maior número de pessoas possível.





## CONSIDERAÇÃO

### TRÁFEGO

Direcionar a uma página específica;

### DOWNLOAD DE APP

Tráfego direcionado para baixar seu aplicativo;

### VISUALIZAÇÕES DE VÍDEO

Maximizar os views do seu anúncio;

### GERAÇÃO DE LEADS

Formulário pré-pronto para coletar prospects.

## CONVERSÃO

### CONVERSÃO

Tráfego para uma ação específica no seu site, como compra ou inscrição em lista de e-mails;

### VENDAS DE CATÁLOGO

Anúncios dinâmicos baseados em produtos do catálogo (está disponível apenas para as contas com representantes de vendas).





## 2. DÊ UM NOME À CAMPANHA E DEFINA UM ORÇAMENTO

Dê um nome com até **512 caracteres** para sua campanha e, em seguida, defina um limite de orçamento para seu grupo de anúncios. É possível colocar metas de gastos ou deixar um consumo diário pré-definido (similar aos anúncios no Facebook Ads).

O importante aqui é saber qual o gasto mínimo permitido pelo aplicativo, qual o seu **orçamento total** e como isso será conectado a toda a sua campanha.

## 3. NOMEIE SEU GRUPO DE ANÚNCIOS E SELECIONE ONDE IRÁ VEICULÁ-LOS

Cada campanha pode ter de **1 a 999 grupos de anúncios**, e cada grupo de anúncios pode ter um nome com até 512 caracteres.

Você pode escolher diferentes locais para veicular cada grupo de anúncios, sendo que nem todos estarão disponíveis para sua região. Alguns dos mais comuns são:

- FEED DO TIKTOK;**
- FEED DE NOTÍCIAS DO BUZZVIDEO, TOPBUZZ,  
NEWSREPUBLIC E BABE;**
- REDE DE ANÚNCIOS DE AUDIÊNCIA DO TIKTOK;**
- VEICULAÇÃO AUTOMÁTICA (PERMITE UMA ENTREGA DE  
ANÚNCIOS AUTOMÁTICA E OTIMIZADA).**





## 4. ESCOLHA SE VAI USAR A OTIMIZAÇÃO DE CRIATIVOS AUTOMATIZADA OU NÃO

Você não vai subir seus criativos até o estágio de criação de anúncios individuais, mas nesse ponto você pode decidir se quer deixar o TikTok criar automaticamente combinações de suas imagens, vídeos e texto. O sistema de anúncios vai mostrar apenas as que **performam melhor**. A plataforma recomenda que pessoas sem experiência prévia deixem essa opção ligada para garantirem melhores resultados.

## 5. SEGMENTE SUA AUDIÊNCIA

Assim como a maioria dos social ads por aí, o TikTok permite que você **segmente sua audiência** para encontrar o público ideal. Você pode usar uma audiência personalizada baseada em: gênero, idade, localização, língua, interesses, comportamentos, detalhes do smartphone.

## 6. DEFINA O ORÇAMENTO DO SEU GRUPO DE ANÚNCIOS E AGENDE A PUBLICAÇÃO

Pode parecer que estou repetindo uma dica anterior, mas não é verdade. Depois de definir o orçamento para sua campanha inteira, você deve definir o orçamento para o grupo de anúncios em que está trabalhando.

Obviamente, se você só tem um grupo de anúncios, todo o orçamento irá para ele. Mas com essa opção, é possível **separar diferentes partes da mesma verba para campanhas distintas**.

Além disso, também é possível selecionar aqui a **data de começo e fim para os anúncios**, além de escolher, com base no seu fuso horário, os melhores momentos do dia para rodar o anúncio.

## 7. ESCOLHA SUA ESTRATÉGIA DE LEILÃO E OTIMIZAÇÃO



Primeiro, escolha seu objetivo de otimização: conversão, cliques ou alcance. O seu objetivo de campanha pode automaticamente determinar essa meta. Em seguida, escolha sua estratégia de leilão.

### **LIMITE DE LANCE: CUSTO MÁXIMO POR CLIQUE (CPC), POR VISUALIZAÇÃO (CPV) OU POR 1.000 IMPRESSÕES (CPM);**

**Custo de lance:** um custo médio por resultados otimizados de CPM, que vai variar acima e abaixo do lance, mas deve acabar na média a longo prazo;

**Menor custo:** o sistema de anúncios usa o orçamento do grupo de anúncios para gerar o máximo de resultados possível com o menor custo por resultado.

**Depois, basta escolher o seu tipo de entrega de anúncios:** padrão ou acelerada. A entrega padrão divide seu orçamento igualmente pelas datas da campanha, enquanto a entrega acelerada gasta o seu orçamento o mais rápido possível.

## 8. CRIE SEU ANÚNCIO

Depois de tantas configurações, **chegou a hora de finalmente configurar o criativo do seu anúncio.** Cada grupo de anúncios pode ter até 20 anúncios, com nomes de até 512 caracteres para uso exclusivo interno (identificação).

**Primeiro, você escolhe o formato do anúncio:** imagem, vídeo ou Spark. Caso queira focar exclusivamente no TikTok e não nos outros aplicativos da empresa, deve ficar entre vídeo e Spark.

**Adicione as fotos ou vídeos e crie um vídeo com o Gerenciador de Anúncios na ferramenta interna do TikTok.** Pesquisas da própria plataforma, inclusive, mostram que fazer isso reduz seu custo por ação em até 46%. Em seguida, escolha uma thumbnail ou envie uma opção sua. Depois é só completar com o texto do anúncio e o link.

O anúncio passará por um processo de **revisão e aprovação** antes de começar a rodar. Para criar um Spark, é necessário autorização do criador original do conteúdo que quer usar – eles enviarão um código de acesso para você inserir no gerenciador.





# PROMOVA CONTEÚDO EXISTENTE NO TIKTOK

Assim como o Instagram permite que você impulsionne conteúdo pré-existente, o TikTok tem a mesma funcionalidade. Para fazer isso, basta:

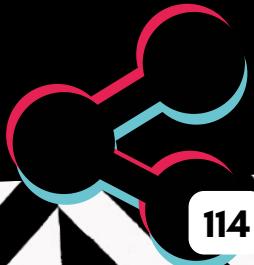
- ✓ Entrar no perfil do TikTok, clicar nos três pontos para abrir as configurações e selecionar as ferramentas de Criador;
- ✓ Escolher Promover;
- ✓ Escolher o vídeo que quer impulsionar;
- ✓ Definir o objetivo do anúncio: mais visualizações, mais visitar em site ou mais seguidores;
- ✓ Escolher sua audiência, orçamento e duração;
- ✓ Preencher as informações de pagamento e começar a rodar.

## CONFIGURAÇÕES DO TIKTOK ADS

Os vídeos do TikTok rodam em uma proporção de 9:16, 1:1: ou 16:9, mas os vídeos 9:16 (verticais) tem uma melhor performance. A resolução mínima é de 540x960px, mas os vídeos com resolução de 720px tem os melhores resultados. Além disso, os formatos aceitos são mp4, .mov, .mpeg, .3gp e .avi.

A duração dos anúncios permitida atualmente é de **5 segundos a 1 minuto**, mas o **TikTok recomenda que as empresas fiquem entre 21 e 34 segundos para melhores resultados**.

A imagem de perfil deve ser quadrada e não pode passar de 50KB, enquanto o vídeo deve ter no máximo 500MB. Já para os anúncios do Spark, qualquer configuração é válida.



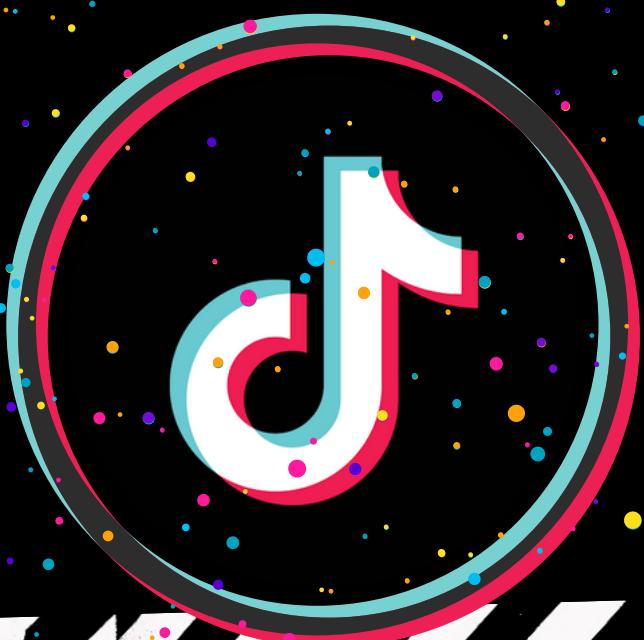


# QUANTO CUSTA ANUNCIAR NO TIKTOK?

Atualmente, os anúncios do TikTok são baseados no **modelo de leilão**. É possível controlar os gastos diariamente ou com um limite total. Para as campanhas, o mínimo é de 50 dólares diários ou para duração máxima. Os grupos de anúncios pedem um mínimo de 20 dólares diários e para duração máxima há um cálculo de acordo com o número de dias escolhidos.

O TikTok, contudo, não fala sobre os custos para anúncios individuais, mas dá três dicas fundamentais para quem quer fazer seu TikTok Ads rodar:

- ✓ Caso esteja usando o Limite de Leilão ou Custo de Leilão, escolha seu orçamento de campanha como Sem Limite e o orçamento diário do grupo como 20 vezes o custo por ação desejado (CPA);
- ✓ Para Otimização de Eventos em App, escolha um orçamento inicial de pelo menos 100 dólares ou 20 vezes seu objetivo (CPA) - o que for mais alto;
- ✓ Para campanhas de Conversão usando o Menor Custo, escolha um orçamento inicial de ao menos 100 dólares ou 20 vezes o seu objetivo (CPA) - o que for mais alto.





# BOM AMIGO

Vou te explicar como aplicar a estratégia orgânica do Bom Amigo.

## PRIMEIRO PASSO:

Pegue um bloco de notas ou um caderno e liste o **nome de 10 amigos ou parentes que você tenha um bom relacionamento**. Em seguida, você vai **anotar ao lado do nome, um objetivo, necessidade, ou sonho que a pessoa tenha no momento**. Caso não saiba, chame a pessoa e descubra.

## POR EXEMPLO:

**Tia Rosângela, está tentando emagrecer.**  
**Prima Fernanda, gosta de maquiagem.**

Feita essa lista, é hora de entender o coração dessa estratégia; Vendas tem a ver com **soluções de problemas**. Pois então, se você já sabe o que essas 10 pessoas de confiança estão buscando, por que não os ajudar?

Mas, como você vai fazer isso? **Você vai procurar produtos de qualidades de acordo com a necessidade de cada um**, que vai **ajudá-los a conquistar seus objetivos**.





## POR EXEMPLO:

Se a **tia Rosângela** está tentando emagrecer, porque não se afiliar ao um curso de emagrecimento, ou a um e-book com receita de sucos detox, ou a um treinamento para realizar exercícios em casa para indicar a ela?

Se a **prima Fernanda** gosta de maquiagem, por que não indicar um curso de automaquiagem, ou curso de maquiagem profissional?

Você percebe que a **intenção é sempre ajudar?** A sua missão é simplesmente apresentar o produto para alguém de sua confiança que está precisando naquele momento.

A técnica se chama **“Bom Amigo”** justamente porque a sua abordagem será em tom de indicação, e recomendação, e não em tom de **“Vendedora”**.





## SUA ABORDAGEM PARA A TIA ROSÂNGELA SERIA ASSIM:

**"Oi Tia, tudo bem? Eu lembro que dá última vez que conversamos você me disse que estava querendo emagrecer e estava difícil. Então, eu estava mexendo no meu celular hoje e vi um curso de emagrecimento em casa, que promete emagrecer 2 kg por semana, lembrei de você na hora! Dá uma olhadinha, só apertar nesse link."**

E então, nesse momento, você envia o seu link de afiliado da página de vendas e pronto, você acabou de fazer uma **indicação** de um produto que vai solucionar o problema de uma pessoa que estava precisando.

Não tem palavras ou técnicas mirabolantes, nessa estratégia o seu objetivo é mostrar um caminho que provavelmente seu amigo, ou parente não conheça! As **chances de vendas são grandes**, porque você é uma pessoa de confiança e que está realmente buscando ajudar.

### DICAS BLACK:

**Procure produtos com boas avaliações antes de indicar;**  
**Não escolha produtos acima de R\$300,00, para não ter objeções,**  
**como por exemplo “está muito caro”.**





# FACEBOOK

Você pode estar achando que por você não usar muito o facebook mais, ele está decaindo, mas, na verdade, ele segue sendo a rede mais utilizada pela população mundial. Então, eu não poderia deixar de trazer ela como uma das melhores estratégias para **captação de clientes de forma orgânica, ou seja, sem gastar 1 real**, e que você pode utilizar **aparecendo ou não**.

No facebook você tem a opção de entrar em **grupos para criar anúncios** do seu produto, para dessa forma **divulgar e vender o seu produto** para os usuários que também participam do grupo.

Os anúncios de venda podem ter fotos, vídeos, preço e detalhes do produto, e eles ficam em destaque no feed do grupo para que os membros possam visualizar, e claro, se tiverem alguma dúvida podem comentar ou entrar em contato com o vendedor.

## PASSO A PASSO PARA VENDER ALGO EM UM GRUPO DE COMPRA E VENDA DO FACEBOOK

Acesse o seu Feed de notícias e clique em “**Grupos**” no menu de opções;

Escolha o grupo de compra e venda do qual você é membro  
e no que quer anunciar;

Clique em “**Vender algo**”;

Escreva a descrição do produto que você quer vender;

Vá em “**Avançar**”;

Selecione o público desejado;

Clique em “**Publicar**”.





# 4 ETAPAS E ESTRATÉGIAS NECESSÁRIAS QUE VOCÊ PRECISA CONSIDERAR ANTES DE ANUNCIAR ALGUM PRODUTO:

## ENTENDA AS REGRAS DO GRUPO

Sempre que entrar em um grupo lembre-se de **checar as normas estabelecidas pelo administrador**, para que você não corra o risco de ter algum anúncio excluído ou até mesmo acabar expulso por violar alguma regra do grupo.

## O GRUPO DEVE TER UM BOM ALCANCE

Para que o seu anúncio traga leads para a sua estrutura, você deve **verificar que a interação seja alta**, ou seja, os posts já feitos devem ter vários comentários, likes, perguntas, e o máximo de comunicação possível entre usuários.



### DICA BLACK:

**Não se limite com um único grupo, pesquise os mais engajados e anuncie no maior número de grupos possíveis.**

## PROCURE GRUPOS DO SEU NICHO

O melhor a fazer é procurar grupos onde **todos os usuários estejam interessados em um tema comum**. Em uma breve pesquisa, você descobrirá que existem milhares de grupos sobre vagas de emprego, vida saudável, beleza, pets, culinária, estudos etc. mas, você deve escolher os mais relevantes para o seu nicho.

## PÚBLICO CONSCIENTE

Escolhendo um grupo do seu nicho, o público que está no grupo já é **consciente do seu problema**, então você deverá saber trabalhar com isso para tornar o seu produto o solucionador desse problema.



# OLX

Com o OLX, nós podemos anunciar diversos infoprodutos de **maneira gratuita e sem precisar aparecer**, basta baixar o aplicativo da OLX no celular, realizar o cadastro e preencher seus dados, feito isso, você já poderá inserir anúncios na plataforma, e para isso, você deve seguir as seguintes etapas:

## INserir anúncio

Clique no botão “**inserir anúncio**”, na parte superior direita da tela.

## CATEGORIA

Escolha qual é categoria do produto que você deseja vender no OLX. Em seguida, selecione a subcategoria mais adequada. Por exemplo: se você está vendendo um curso de “**como tocar determinado instrumento**”, **selecione a categoria “música e hobbies”;** e **na subcategoria, selecione “música”**.

## TÍTULO

O título será o **principal fator para atrair possíveis clientes**, pois é o primeiro contato do público com o produto anunciado. Dessa forma, faça uma boa escolha das palavras de forma estratégica e seja criativo para chamar a atenção. Uma boa estratégia para captar leads no OLX é usar títulos pequenos, pois eles costumam ter um retorno melhor, já que a pessoa interessada consegue saber do que se trata apenas passando o olho pelo anúncio.



## DESCRIÇÃO

Depois de chamar a atenção do possível comprador com um título bem elaborado, é a hora de fazer a descrição do anúncio. Nesse momento, é importante que você **detalhe minuciosamente** tudo que seja relevante sobre o produto, de modo que o comprador tenha segurança em adquirir.

## DICA BLACK:

**Na hora de preencher o campo de descrição do anúncio, leve em consideração todas as informações que você gostaria de saber se estivesse procurando esse produto para comprar, mostrando todas as vantagens e benefícios do mesmo e sempre dando ênfase para a transformação que o produto faz na vida dos clientes. Além disso, sempre disponibilize o seu WhatsApp fazendo uma CTA (chamada para ação), para que os clientes possam tirar dúvidas sobre o produto.**

## CEP

No CEP você poderá **escolher qual região deseja atingir**, ou seja, de onde virão os compradores do seu produto. É indicado colocar CEPS de ruas mais conhecidas e movimentadas de alguma região maior. Você pode conseguir os CEPS pesquisando no Google "Ruas movimentadas de Porto Alegre/São Paulo/Rio de Janeiro".

## FOTOS

Não é obrigatório inserir fotos, mas quanto mais detalhes do produto, **mais fácil será conseguir clientes**. Tenha um cuidado especial com a qualidade das imagens, pois elas transmitem mais profissionalismo, além de fazer com que o possível lead sinta mais segurança em fechar negócio. Evite imagens "poluídas", com muitas informações ou elementos que não façam parte do que está sendo vendido.



## PREÇO

Assim como acontece com as fotos e com a descrição, não é obrigatório inserir o preço do produto, **mas a chance de alguém se interessar por algo que não tenha preço é consideravelmente menor.**

## FINALIZE O SEU ANÚNCIO

Após realizar os passos anteriores, incluindo título atraente, descrição detalhada e fotos reais do produto, agora é hora de aguardar. O anúncio será enviado para **análise e você receberá uma notificação** assim que ele for publicado, geralmente essa etapa não demora muito tempo.

Existe ainda a possibilidade de você impulsionar sua publicação para que ela receba mais destaque e, consequentemente, tenha mais acesso e mais chances de ser vendida. Se optar por fazer isso, pense em um valor que, se investido, ainda torne a venda do produto rentável.

E, pronto, seu anúncio estará concluído e os clientes começarão entrar em contato, então, nesse momento, **lembre-se sempre de atender todos com muita atenção**, para que eles se sintam únicos e que eles entendam que o seu atendimento e seu produto são únicos, tudo isso, claro, evitando parecer invasivo.





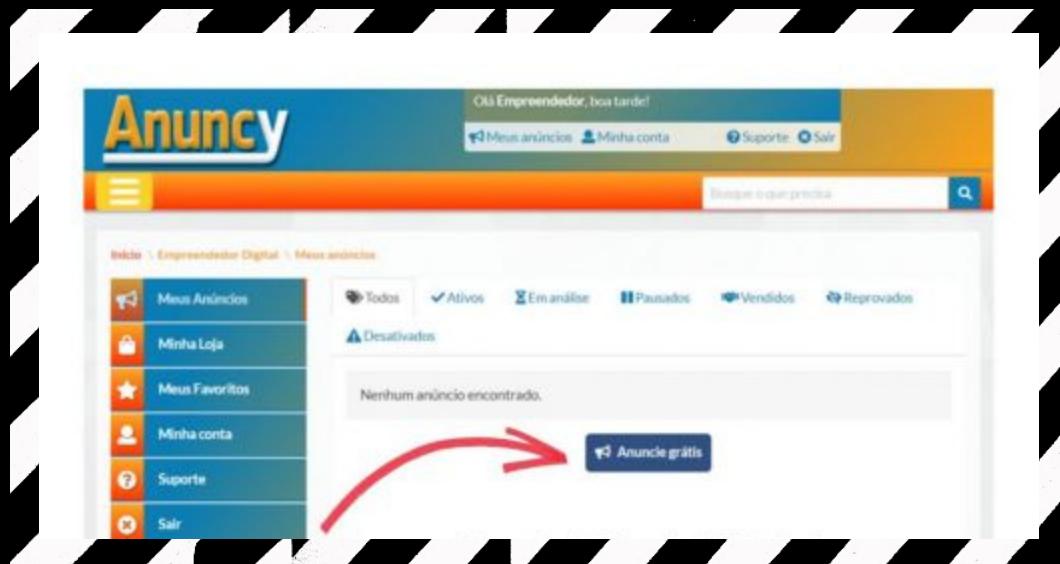
# ANUNCY

A Anuncy é uma plataforma parecida com o OLX, na qual podemos divulgar qualquer tipo de produto **de forma gratuita e sem aparecer**, com o intuito de alcançar e captar muitos clientes.

Para se cadastrar na plataforma é supersimples, basta entrar no site, criar uma conta, preencher os dados. E, para começar os anúncios é só seguir o mesmo padrão do OLX; Título, descrição e imagens.

Mas, o diferencial da Anuncy é que ela possui categorias e subcategorias que **abrangem o Mercado Digital**, como as categorias “site, blogs e infoprodutos”, “empregos” com a subcategoria “aulas e cursos” na quais você pode facilmente vender um e-book/curso de renda extra ou até mesmo profissionalizante.

E, se, por acaso você for vender o **Black Book**, não esqueça de sempre priorizar uma copy altamente persuasiva, com gatilhos mentais e, claro, do CTA para o seu WhatsApp.





# PINTEREST



O Pinterest é uma plataforma de vídeos e fotos que servem de **ideias de inspiração para milhares de usuários**, mas, você pode **utilizá-la para vender seus produtos**, porque o poder da entrega e o alcance orgânico da plataforma é surpreendente e além disso você não precisa investir em anúncios e se você seguir as técnicas corretas, tenho certeza que você irá captar muitas pessoas e automaticamente muitas vendas também.

Basta baixar o aplicativo do Pinterest no celular, **realizar o cadastro** e responder algumas perguntas sobre você, essas informações precisam ser **de acordo com o público que você quer alcançar e não os seus dados**, isso irá ajudar na entrega do conteúdo. Nessa finalização, vão aparecer várias categorias que você deve selecionar que sejam do interesse do seu nicho.

Após esses primeiros passos, você deve **transformar sua conta em business**, basta apertar nos três pontinhos ao lado direito e clicar em configurações e depois em configuração da conta, clique em converter em uma conta business e depois em converter conta.





# CRIANDO SEU PRIMEIRO PIN

"PIN" é a foto postada no feed do Pinterest.

**1 Passo:** Crie uma arte chamativa, para postar, que é o seu pin;

**2 Passo:** Utilize frases de impacto que desperte o gatilho da curiosidade e chegue a clicar na sua página de vendas/link;

**3 Passo:** Crie seu pin no Canva e use as dimensões 1.000 x 1.500 (Tamanho para pin no Pinterest).

## DICA BLACK:

**Cuidado com fontes diferentes ao criar a imagem, use sempre padrão. Não use letras em itálico, isso diminuirá seu alcance.**

**Coloque em negrito o título da sua pasta e dos pins para destacá-los.**

**4 Passo:** Abra o álbum que você criou e aperte no "+" e logo em seguida "PIN" e adicione a imagem;

**5 Passo:** Coloque um título chamativo com palavras-chave;

**6 Passo:** Utilize uma boa copy na descrição;

**7 Passo:** Na opção "SITE" é onde você irá colocar seu link de afiliado ou site.





# CRIANDO SEU PRIMEIRO IDEA PIN

**"IDEA PIN"** É basicamente um stories do Instagram, o alcance dele é maior do que o pin sozinho. por isso você precisa utilizar os dois em sua conta!

**1 Passo:** Abra sua pasta;

**2 Passo:** Aperte em "**ideia pin**" e já pode postar.

## SEU PIN DE SUCESSO

### NICHO

É necessário que você já tenha o seu **nicho definido**, para ficar mais fácil de definir os conteúdos certos para alcançar o maior número de pessoas interessados nos assuntos.

### PRECISA TER:

- ✓ Títulos chamativos e diretos;
- ✓ Cores que impactam;
- ✓ Imagem com qualidade;
- ✓ Descrição do Pin;
- ✓ Chamada para ação.





# FREQUÊNCIA

Poste de **3 a 4 PIN** por dia;  
Poste de 2 a 4 **IDEA PIN** por dia.

# HORÁRIO

Nos horários abaixo, seus posts têm grandes chances de atingir um novo público e, assim, trazer **mais tráfego para o seu perfil**. Os melhores horários para postar vídeos no Pinterest são:

**00H | 9H | 12H | 18H**

# HASHTAGS

Utilize no **máximo** 10 hashtags de acordo com o seu nicho.





Kwai é uma rede social que utilizamos para **captar clientes em massa pois ela tem uma boa entrega logo nas primeiras postagens**, para isso, basta seguir algumas estratégias essenciais.

## ALGORITMO

### FERRAMENTAS

Utilizar as **ferramentas de edição do próprio aplicativo** aumentará o seu alcance.

### FREQUÊNCIA

Um **perfil ativo** tem mais chances de engajamento e alcance do que um que não posta tanto. Publicar pelo menos um vídeo por dia pode ajudar.

### DICA BLACK:

**Evite apagar os vídeos já postados.**





# VIRALIZAR

## RETENÇÃO

Você precisa **chamar a atenção do público nos 3 primeiros segundos, por isso seja estratégico e chamativo.** Quanto mais os vídeos são vistos até o final, maiores as chances de você viralizar o seu conteúdo, e consequentemente aumentam seus números de compartilhamentos, comentários e likes, o que também ajudam a impulsionar este conteúdo.

## HASHTAGS

Não utilize **#foryou #foryoupage** pois elas **não funcionam**. Utilize hashtags do seu nicho e persona, elas vão fazer seu vídeo ser entregue para o lead qualificado.

## HORÁRIOS

Nos horários abaixo, seus posts têm grandes chances de atingir um novo público e, assim, trazer **mais tráfego para o seu perfil**. Os melhores horários para postar vídeos no Kwai são:

**9H | 12H | 14H | 18H | 20H | 21H**

## CURIOSIDADE

A plataforma tem como foco **vídeos curtos** no conteúdo principal a ser apresentado. Logo, você pode oferecer, de forma indireta, produtos de qualquer nicho. Sempre gerando CURIOSIDADE.



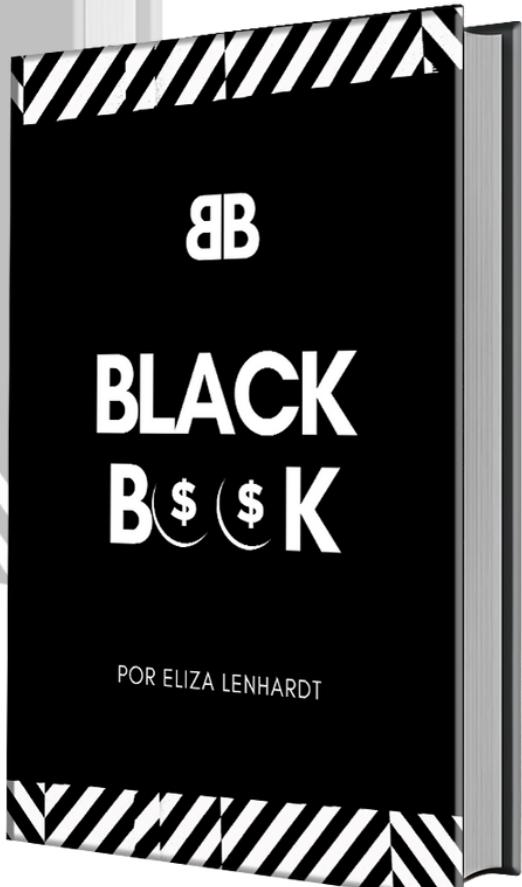


# TORNE-SE AUTORIDADE MESMO SENDO INICIANTE

Vou ser sincera com você, se há dois anos eu tivesse iniciado com todo o **conhecimento que eu passo neste e-book**, eu aposto que meus resultados teriam sido muito melhores, porque eu já teria iniciado possuindo autoridade sobre o assunto. Mas, não foi o que aconteceu, **eu precisei estudar, descobrir e aprimorar estratégias para hoje em dia estar aqui passando para você.**

Então, **aproveite essa oportunidade**, porque após adquirir todo o conhecimento deste e-book, você já poderá se considerar uma **autoridade no assunto**, pois você está adquirindo de uma vez só o conhecimento de quem já está **há 2 anos estudando** sobre esse mercado.

Porque quando você **conquista credibilidade e se torna autoridade, a confiança das pessoas em você tende a aumentar**. Desta forma, as pessoas passam a confiar mais na sua palavra, a levar mais em consideração a sua opinião e a aceitar com mais facilidade as suas indicações e recomendações. E, com tanta abertura na confiança delas, **torna-se muito mais fácil para você convencer mais pessoas e converter mais clientes**.





# 10 DICAS PARA SE TORNAR UMA AUTORIDADE

- ✓ Reconheça e entender as dores do seu público;
- ✓ Foque no público alvo;
- ✓ Crie conteúdo em diversas plataformas;
- ✓ Seja original;
- ✓ Utilize todas as ferramentas de cada plataforma;
- ✓ Não pense somente na venda;
- ✓ Saiba se posicionar;
- ✓ Trabalhe com a emoção das pessoas;
- ✓ Use a escassez;
- ✓ Cuide a sua reputação.



# 3 CONCEITOS REVOLUCIONÁRIOS PARA A SUA VIDA

## CONSTÂNCIA

Não espere que você vai se tornar rico do dia para noite, assim como tudo na vida, ter sucesso também exige persistência. É necessário que você faça metas, **crie objetivos e dedique-se todos os dias a esses objetivos, só assim você terá resultados.**

## RESILIÊNCIA

O segredo é ter resiliência, **se não der certo de uma maneira, teste de outra, uma hora vai dar certo.** Teste estratégias diferentes, aparecendo ou não, produtos diferentes, públicos diferentes. Experimente até achar a sua forma de trabalho ideal, sua estratégia ideal, produto ideal e seu público ideal.

Sinta-se à vontade para trabalhar da forma que você mais se sinta confortável e se identifique. Lembrando que um dos principais benefícios do mercado digital é a **liberdade.**

## DISCIPLINA

Sinto te dizer, mas as vezes **não basta apenas ter motivação, você precisa ter disciplina, ou seja, fazer o que precisa ser feito, mesmo quando você não quer fazer.** Não adianta nada você ter motivação para ler ou ouvir o e-book, mas não ter disciplina todos os dias para colocar tudo o que aprendeu em prática.



“

**TENHA SEMPRE EM  
SUA MENTE QUE A  
DISCIPLINA IRÁ  
LEVAR VOCÊ PARA  
LUGARES ONDE A  
MOTIVAÇÃO NÃO  
LEVARÁ.**





# FERRAMENTAS AVANÇADAS

## PLANNER



Muitas pessoas preferem anotar tudo no papel então nesse caso a melhor opção seria o planner que é um produto físico.



O trello é uma agenda onde você consegue colocar etiquetas como: pendente, em progresso, feito, à fazer e afins. Você pode colocar todas as tarefas separadas por dia da semana. Exemplo: Segunda, terça, quarta, quinta, sex, sáb, dom, e definir por horário suas tarefas diárias. Em seguida separar por etiquetas e urgência de execução.



É uma agenda virtual e você consegue se programar da mesma forma que o Trello.



Mapas mentais.



O bit.ly é um site grátis que permite encurtar links, mas também possui diversas outras funções. Entre elas, uma das mais conhecidas e usadas é a de personalizar a URL. Também é possível acompanhar a quantidade de cliques.



Pinterest é uma rede social que funciona como um quadro de inspirações no qual os usuários podem publicar, pesquisar e salvar imagens de referência sobre temas de interesse.



O Pexels oferece fotos profissionais de alta qualidade e inteiramente grátis licenciadas sob a licença do Pexels. Todas as fotos estão indexadas por tags, disponíveis pelo mecanismo de busca e podem ser visualizadas em nossas páginas de descobertas.



Edição de imagens, criativos até e-books. Também tem uma camada gratuita. Também usa como Presell.



A Color Story é um aplicativo disponível para Android e iOS (iPhone e iPad) que permite, além de editar fotos com filtros especiais, organizar a grade do seu perfil no Instagram e agendar publicações. O aplicativo conta com muitas ferramentas gratuitas, ou disponíveis para baixar.



Construído como um subgrupo de funções complementares ao Photoshop, o Lightroom é ao mesmo tempo editor e gerenciador de imagens, frequentemente usado para manipulação em grande quantidade de arquivos.



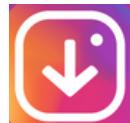
Desenvolvido pela ByteDance, empresa responsável também pelo famoso TikTok, o CapCut é um programa de edição de vídeo gratuito que disponibiliza recursos como efeitos de transição, filtros, legendas e faixas de áudio para ajudar o usuário em sua produção audiovisual.

## FRASES DE MOTIVAÇÃO



O aplicativo Frases de Motivação possui um sistema de atualização de frases que lê a base de dados mais recente de nosso servidor. Tudo de forma automática e rápida. Toda semana novas frases são incluídas para que você você tenha sempre novas frases para compartilhar em suas redes sociais.

## A DOWNLOADER FOR INSTAGRAM



Video Downloader for Instagram é um aplicativo compatível com Android que ajuda o usuário a baixar fotos e vídeos do Instagram pelo celular. O recurso é gratuito e simples de usar e o destaque é que não precisa expor o nome de usuário e senha, mantendo a segurança da sua conta.

## PINTEREST DOWNLOADER



Você só precisa ter Pinterest Downloader e ele irá baixar qualquer vídeo ou fotografia a partir Pinterest facilmente com passos simples. Com esse aplicativo você pode baixar fotos, download de vídeos ou baixar o Gif de Pinterest.



## DIREITOS AUTORAIS

Este material está protegido por leis de direitos autorais. Todos os direitos sobre esse material são reservados. Sendo exclusivamente destinado para uso pessoal.

Você não tem permissão para vender, copiar ou reproduzir o conteúdo desse material em sites, blogs, jornais ou quaisquer outros veículos de distribuição de mídia. Qualquer tipo de violação dos direitos autorais, estará sujeito à ações legais.