
MAPA
LX

MAPA LX

ATALHO DE NAVEGAÇÃO DAS FASES

Clique na cor para ir para a fase desejada

PRETO
FASE 00

VERDE
FASE 01

BRANCO
FASE 02

ROSA
FASE 03

ROXO
FASE 04

AZUL
FASE 05

LARANJA
FASE 06

FASE 00

MAPA LX

• POSICIONAMENTO

DEFINIR ATUAÇÃO - AMBOS

ESPECIALISTA

Username massa
Criar conteúdo
Estar em movimento
Jogar o jogo da sedução
Não espere um lançador - Rode um MVP

LANÇADOR

Passar imagem profissional: fotos adequadas, bio explicativa
Fotos trabalhando, em reuniões de negócio
5 posts de conteúdo
2 Posts em evento
Se tiver, mostrar os cases de sucesso
Domínio e e-mail profissional

• ABORDAGEM

LANÇADOR ABORDANDO EXPERT

ESTUDO DO ESPECIALISTA

• Identificar o que o move (dinheiro, fama, família, reconhecimento)
• Identificar se já lançou, o nível de conhecimento de lançamento
• Análise de erros (pixel, página, rede social, promessa e etc)
• Procurar a melhor forma: pessoalmente, através de uma ponte - conhecido, amigo em comum - ou online. Preferencialmente direct ou email.
• Abordagem: tentar criar rapport, pontos em comum, identificação. Explique o que você faz, os seus melhores números, os melhores números do mercado na área dele dentro do digital, e como você vê o futuro dos dois, em curto, médio e longo prazo (3 meses, 1 ano, 2 anos)

ESPECIALISTA ABORDANDO LANÇADOR

ANALISAR O LANÇADOR

Resultados. Conversar com as pessoas que ele já lançou, se tiver acesso. Ver se tem alguma ponte.

“Olá, meu nome é Marcos. Acompanho seu trabalho e gosto muito. Gostaria de falar com você. Qual seu contato?”

“Estou querendo escalar, gostaria da sua ajuda”.

NEGOCIAÇÃO

LANÇADOR INDO PRA ESPECIALISTA

ANALISAR O LANÇADOR

Lançador indo para especialista: normalmente é 50/50, no investimento e no lucro. O lançador faz o bastidor, o especialista faz o palco. Mudando as obrigações, muda a porcentagem.

Se alguém entra com 100% do dinheiro,

normalmente a porcentagem fica maior.

LANÇADOR

Se você quer conquistar o especialista, vale a pena fazer a técnica de inversão de risco. Você assume todo o risco, o especialista assume o lucro ou parte maior do lucro no primeiro momento, visando um relacionamento a longo prazo.

LEMBRETE: Fale de namoro, noivado e casamento.

COPY

PESQUISA

PÚBLICO

- [ ] Rodar pesquisa no Instagram (Google Forms / Stories [Enquetes])
- [ ] Comentários no YouTube / Insta / Podcast
- [ ] Google Trends
- [ ] Principais livros e comentários do nicho (Amazon)
- [ ] Analisar depoimentos (se houver)

CONCORRENTES (NO MÍNIMO 3)

- [ ] Analisar os principais conteúdos (YouTube / Instagram / Facebook)
- [ ] Analisar Produtos (preço / promessa / público)

PROMESSA DO EVENTO

...

- [ ] Nome do evento
- [ ] Definir a grande mudança - evento e curso O que faz?

  Como faz?

  Em quanto tempo?

  Exemplo 1: correr bem

  Exemplo 2: correr 10km

  Exemplo 3: Correr 10 km em 60 min

  Exemplo 4: Descubra como correr 10 km em até 60 minutpos do absoluto zero em até 90 dias.

  QUANTO MAIS SMART MELHOR.

  Mensurável, Tangível, Específica, Relevante, Tempo.

CONEXÃO CURSOS
t.me/cursossgratisbr

TRÁFEGO

PESQUISA

...

- [ ] Números dos lançamentos anteriores (investimento, leads, custo por lead, google ou face)
- [ ] Acessos Facebook ads e Google Ads
- [ ] Validar domínio na BM

...

- [ ] Organização
  - [ ] Configurar contas de anúncios Face e Google ads
  - [ ] Criar públicos - Face e Google
  - [ ] Pixels - Face e Google - Configurar eventos (API de conversão)
  - [ ] Configurar pagamento
  - [ ] Campanhas de nutrição (distribuição de conteúdo) (se houver) (alcance)

...

- [ ] Distribuição de Verba entre as fases (Distribuição, captação, rmkt) - Planilha do Tráfego

DESIGN

- Reunião de Brandbook - Apresentação do Brandbook

CHRISTIAN BARBOSA



ELISIANE MOREIRA



LA CASA DIGITAL 2



O PIOR ANO DA SUA VIDA



MARCOS PAULO / M1P



CONTEÚDO

...

- [ ] Análise de perfil (ferramenta: Number reports)
- [ ] https://www.modash.io/
- [ ] Estudo de conteúdos existentes
- [ ] Criação de Conteúdo e Calendário de Publicação

INICIO DE DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDO FORMATO TACCOH

- [ ] T.A.C.C.O.H (Técnico, Autoridade, Crescimento, Conexão, Objeção e Hype)
- [ ] Definição de Redes Sociais - Youtube, Instagram, TikTok, LinkedIN, Twitter, Facebook, podcast

CONEXÃO CURSOS
t.me/cursossgratisbr

FUNIL

COPY

PÁGINAS

- [ ] Captura (Landing Page)
- [ ] Obrigado (Thank You Page)

COMUNICAÇÃO INICIAL

- [ ] E-mail de confirmação de inscrição
- [ ] Descrição dos Grupos do WhatsApp
- [ ] Mensagem de boas-vindas grupo WhatsApp
- [ ] Mensagem Automática de Saudação (Caso alguém chame algum administrador do grupo)
- [ ] E-mail para a base antiga (se houver)
- [ ] Pesquisa de leads

ANÚNCIO DE CONVITE

- [ ] Criativos Convite (Vídeo / Imagem)
- [ ] Descrição dos anúncios

FASE 02

MAPA LX

TRÁFEGO

...

- [ ] Double Check - Páginas de captura (pixels e conversões)
- [ ] Double Check - Criativos
- [ ] Double Check - Orcamento
- [ ] Subir campanha Captação/Convite
  - [ ] Remessa 01
  - [ ] Remessa 02
  - [ ] Remessa 03
  - [ ] Remessa 04
  - [ ] Remessa 05

...

- [ ] Otimizações diárias (recorrente)
- [ ] PLANILHA DE ABASTECIMENTO DE LEADS
- [ ] Métricas diárias para analisar (CTR, %conv. da página de captura, %conv. da página de obrigado, CPL diário/n de leads , CPL total/n leads total, meta de leads diária)
- [ ] Dar ideias de criativos em cima dos que performam melhor.

FASE 02

MAPA LX

INFRA

...

- [ ] Comprar o domínio
- [ ] Hospedar o domínio
- [ ] Criar um e-mail profissional
- [ ] Contratar a plataforma de CRM (Email marketing) (Usamos o Active Campaign)

...

- [ ] Criar uma automação de boas vindas
- [ ] Plataforma de Ura (Voip) (Usamos o IPBox ou Ligue Lead)
- [ ] Contratar uma plataforma de SMS (Usamos Mister Postman) www.misterpostman.com.br

CONTEÚDO

...

- [ ] T.A.C.C.O.H
- [ ] Iterar

DESIGN / WEB

...

- [ ] Criativo de Imagem
- [ ] Página de Captura de Exemplo
  - [ ] Modelo 01
  - [ ] Modelo 02
- [ ] Capa do Grupo de Whatsapp
  - [ ] Modelo 01
  - [ ] Modelo 02
  - [ ] Modelo 03
- [ ] Criativos estáticos e vídeos
- [ ] Criativos antecipação

FASE 03

MAPA LX

COPY

CAPTAÇÃO ORGÂNICA

- [ ] Modelos

ANTECIPAÇÃO CRIATIVA

- [ ] Modelo 01
- [ ] Modelo 02
- [ ] Modelo 03

Obs.: Seja criativo pois contagem regressiva no orgânico, não chama atenção e criatividade sim.

COMUNICAÇÃO

- [ ] Antecipação (Contagem regressiva para o evento)
  - [ ] Criativo Genérico
  - [ ] Faltam 7 dias (MÍNIMO)
  - [ ] Faltam 6 dias
  - [ ] Faltam 5 dias
  - [ ] Faltam 4 dias
  - [ ] Faltam 3 dias
  - [ ] Faltam 2 dias
  - [ ] É AMANHÃ
  - [ ] É HOJE
  - [ ] ESTAMOS AO VIVO
  - [ ] AINDA DÁ TEMPO

    (enviar 15 minutos depois do início da live)

CANAIS

- [ ] Email
- [ ] WhatsApp
- [ ] Telegram
- [ ] Ura
- [ ] Sms

URA: Geralmente usamos em lançamentos de múltiplos 8 dígitos para aula 1 ao vivo, e inscrições abertas

ANÚNCIOS DE ANTECIPAÇÃO (REMARKETING)

- [ ] Criativos antecipação (Vídeo / Imagem)
  - [ ] Faltam x dias
- [ ] Descrição dos anúncios
  - [ ] Faltam x dias

FASE 03

MAPA LX

TRÁFEGO

...

- [ ] Campanha Aquecimento
  - [ ] Campanhas Antecipação (Faltam x dias)
  - [ ] Criativo genérico lembrando do evento
  - [ ] Criativos de faltam x dias de todos os dias
  - [ ] Posicionamento: AD discovery, rede display, in Stream, Youtube
- [ ] Planilhamento e relatório diário (recorrente)
- [ ] Métricas diárias para analisar (CTR, %conv. da página de captura, %conv. da página de obrigado, CPL diário/n de leads , CPL total/n leads total, meta de leads diária)
- [ ] Métrica de RMKT (Frequência, alcance)

INFRA

...

- [ ] Definir a frequência de envio de e-mail de conteúdo, podendo ser até 3 n semana.
- [ ] Verificar taxa de abertura de e-mail

CONTEÚDO DE AQUECIMENTO

...

- [ ] Antecipação
- [ ] T.A.C.C.O.H
- [ ] Lives com Collabs (com outros experts)
- [ ] Live com Case de Sucesso
- [ ] Lives de Conteúdo

DESIGN

...

- [ ] Criativos de Captação
- [ ] Criativos de Remarketing

FASE 04

MAPA LX

COPY

MODELO EVENTO DE 1 DIA

- [ ] Criar script

MODELO EVENTO 4 DIAS

- [ ] **DIA 1** / Criar script
- [ ] **DIA 2** / Criar script
- [ ] **DIA 3** / Criar script
- [ ] **DIA 4** / Criar script

ANÚNCIOS DO EVENTO (REMARKETING)

- [ ] Criativos do evento (Vídeo / Imagem)
  - [ ] Antecipação da aula (Vídeo / Imagem)
  - [ ] Estou ao viv / Aula no ar (Vídeo / Imagem)
  - [ ] Aula x liberada (Vídeo / Imagem)
- [ ] Descrição dos anúncios
  - [ ] Antecipação da aula
  - [ ] Estou ao vivo / Aula no ar
  - [ ] Aula x liberada

PÁGINA DE VENDAS

- [ ] Escrever Copy - Exemplo
- [ ] Escrever vídeo de vendas - Exemplo

ANÚNCIOS DO EVENTO (REMARKETING)

- [ ] Criativos vendas (Exemplos)
  - [ ] Inscrições abertas (Vídeo / Imagem)
  - [ ] Faltam 48 horas (Vídeo / Imagem)
  - [ ] Último dia / Últimas horas / Últimas vagas (Vídeo / Imagem)
  - [ ] Recuperação (Compras nao concluidas) (Vídeo / Imagem)
- [ ] Descrição dos anúncios
  - [ ] Inscrições abertas
  - [ ] Faltam 48 horas
  - [ ] Último dia / Últimas horas / Últimas vagas
  - [ ] Recuperação (Compras nao concluidas)

FASE 04

MAPA LX

COPY DE VENDAS

- [ ] Email
  - [ ] Inscrições abertas
  - [ ] Faltam 48 horas
  - [ ] Último dia / Últimas horas / Últimas vagas
  - [ ] Recuperação
- [ ] WhatsApp / Telegram
  - [ ] Inscrições abertas
  - [ ] Faltam 48 horas
  - [ ] Último dia / Últimas horas / Últimas vagas
  - [ ] Recuperação

...

- [ ] Ura / Sms
  - [ ] Inscrições abertas
  - [ ] Faltam 48 horas
  - [ ] Último dia / Últimas horas / Últimas vagas
  - [ ] Recuperação (Compras não concluídas)
- [ ] Suporte
  - [ ] Preparar a FAQ

FASE 04

MAPA LX

TRÁFEGO

...

- [ ] Double Check orçamento
- [ ] Campanhas Evento
  - [ ] Criativo ‘’hoje tem live, ative o lembrete’’ genérico Criativo ‘’ao vivo’’ Criativos ‘’aula x liberada’’ Criativo antecipação último dia (pitch) Inscrições abertas 4 motivos (bônus) 3 dias para encerrar as inscrições 2 dias ... Encerra hoje Última chance/últimas horas
  - [ ]
  - [ ]
  - [ ]
  - [ ]
  - [ ]
- [ ] Planilhamento e relatório diário (recorrente)

DESIGN / WEB

...

- [ ] Página de vendas
- [ ] Página de upsell
- [ ] Página de obrigado

INFRA

...

- [ ] Cadastrar produto na plataforma - 7 dias antes
- [ ] Por pixel no checkout
- [ ] Configurar e-mails e mensagens de recuperação
- [ ] Subir vídeo de boas vindas/ cronograma de liberação das aulas

FASE 05

MAPA LX

COPY

...

- [ ] Página lista de Espera
- [ ] Pesquisa com os alunos
- [ ] Pesquisa para quem não comprou
- [ ] Página de upsell
- [ ] Descrição do order bump

TRÁFEGO

...

- [ ] Tráfego do order bump e upsell para os novos alunos e recuperação ativa com o time comercial.

INFRA

RECUPERAÇÃO DE VENDAS

- [ ] Integrar a plataforma de pagamento com ActiveCampaign
- [ ] Criar as listas no email marketing com a xgrow (Eventos: abandono de carrinho, compra cancelada, boleto gerado, compra aprovada e reembolso realizado).

...

- [ ] Compra Aprovada
- [ ] Reembolso realizado

FERRAMENTA QUE PODE SER USADA NA RECUPERAÇÃO DE VENDAS

- [ ] Devzapp para recuperar vendas automáticas Colocar
- [ ] WhatsApp na página de vendas Uma opção é vender nos
- [ ] últimos dias de carrinho através de boleto parcelado. Empresas que prestam esse serviço:
  TMB, PROVI, PARCELEX (Pesquise no google)

CONEXÃO CURSOS
t.me/cursossgratisbr

CONEXÃO CURSOS
t.me/cursossgratisbr

- [ ] Ativar página de espera
- [ ] Iteração
- [ ] Coleta de depoimento - roteiro de perguntas
- [ ] Pesquisa para alunos e funil ampulheta
- [ ] Entre safra

CONEXÃO CURSOS
t.me/cursossgratisbr

CONEXÃO CURSOS
t.me/cursossgratisbr