

MÉTODO LTV

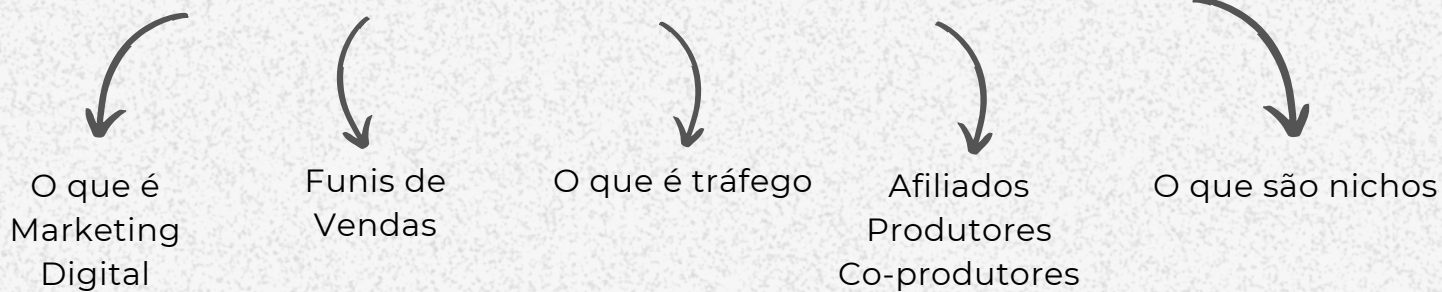
MARKETING DIGITAL

MATEUS DIAS



AULA 1

MARKETING DIGITAL - NÍVELAMENTO



AULA 2

O QUE É MARKETING DIGITAL?

Será que é pirâmide?



Se você se faz essa pergunta é porque ainda não entendeu a importância

Empreendedorismo digital/online

São estratégias de marketing em negócios aplicadas no meio digital

NÃO EXISTE CONCORRÊNCIA!
Icaro de Carvalho



MARKETING TRADICIONAL



MARKETING DIGITAL



AULA 2

MARKETING DIGITAL

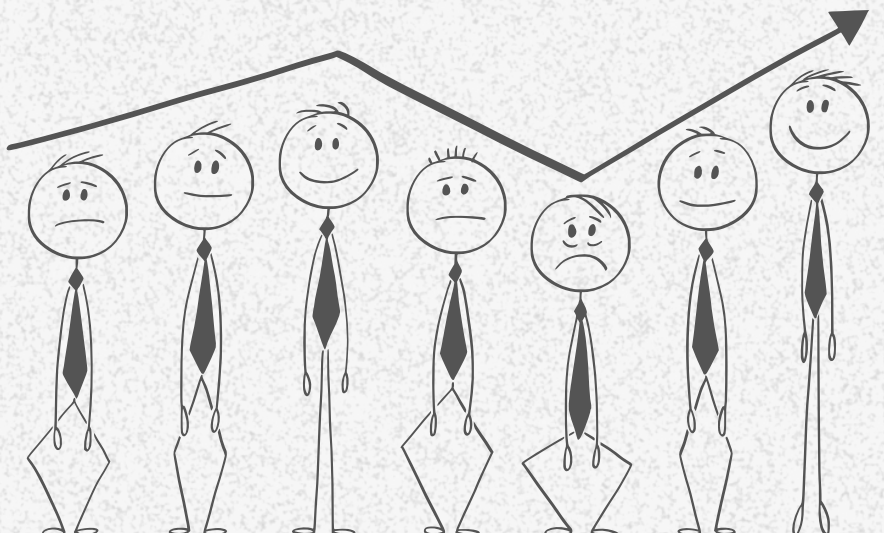
PERMITE MAIOR:

ESCALA → ATINGE MILHÕES PESSOAS

DIRECIONAMENTO → SABE ESPECIFICAMENTE PARA QUEM MOSTRAR OS ANÚNCIOS

ALCANCE → ALCANÇA QUALQUER PESSOA QUE QUISER

PODER → PODER DE USAR A INTERNET AO SEU FAVOR

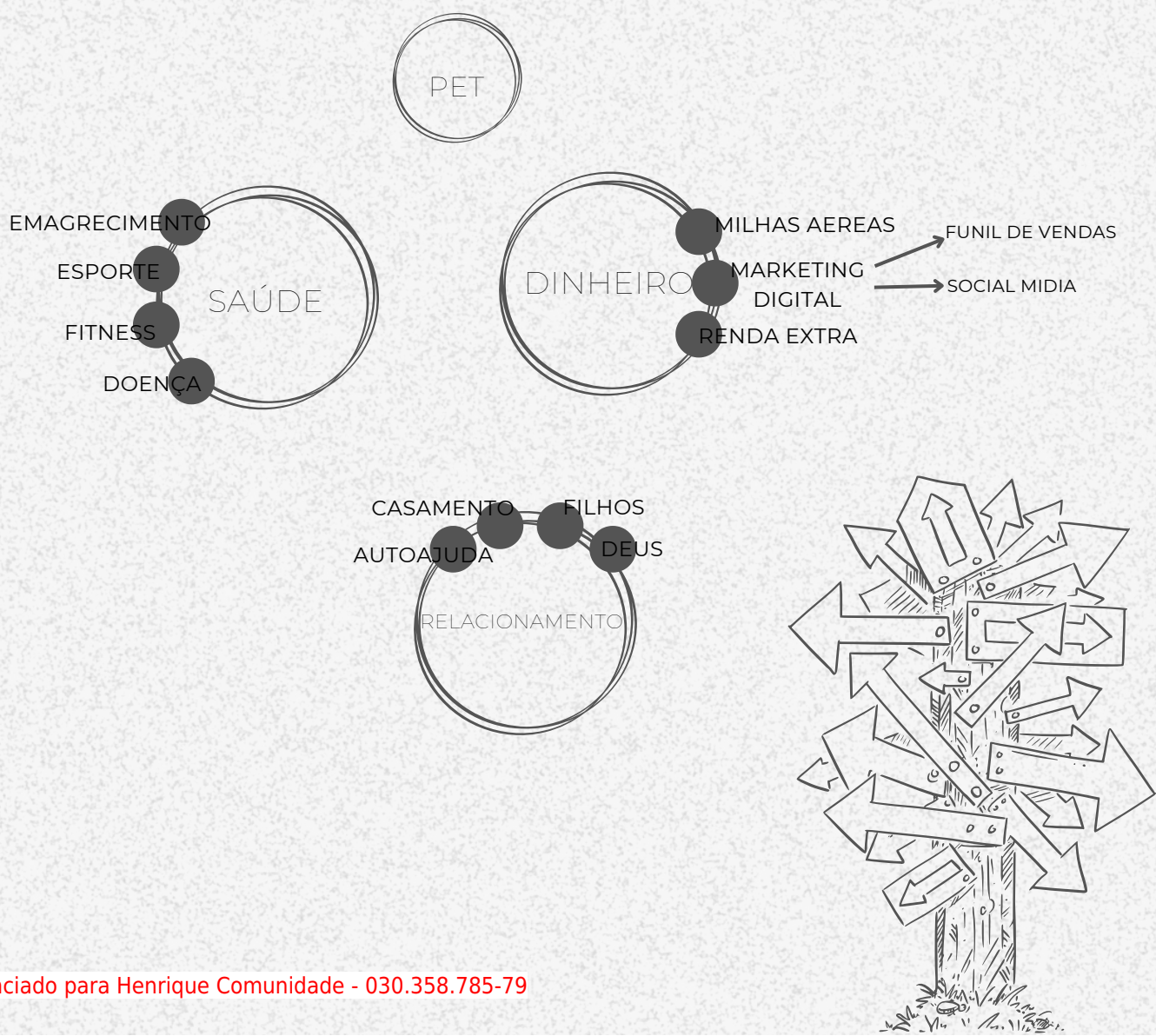


AULA 2

PIRÂMIDE DE MASLOW




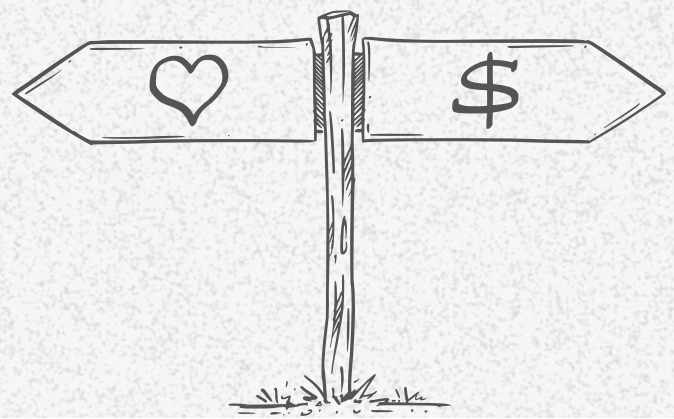
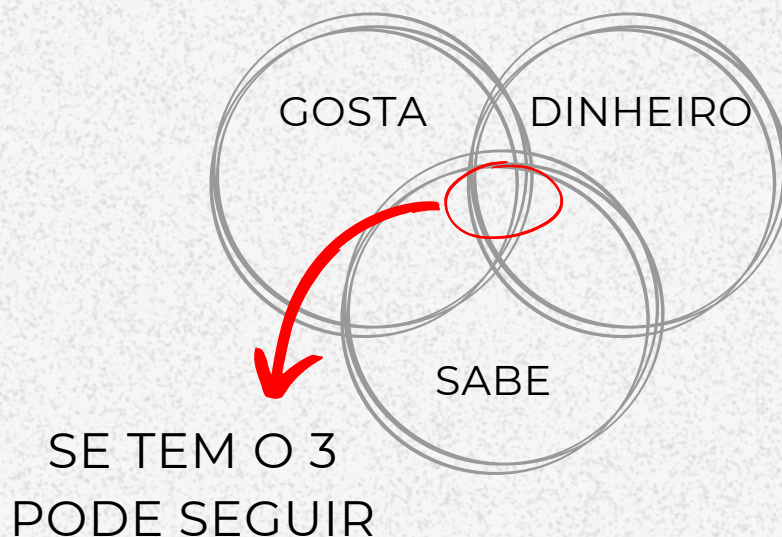
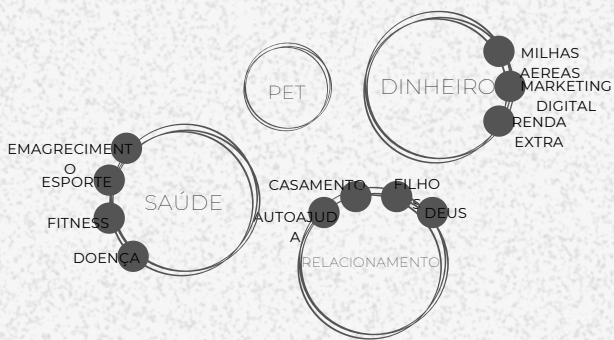
NICHOS



AULA 2

COMO DESCOBRIR SE ESCOLHEU O NICHU CERTO

- 
1. VOCÊ GOSTA DESSA AREA?
 2. ISSO DA DINHEIRO?
 3. VOCÊ SABE FAZER?



AULA 2

TRÁFEGO PAGO

Investir dinheiro para atingir mais pessoas em forma de ANÚNCIOS



TRÁFEGO ORGÂNICO

Investir tempo em CONSTRUIR CONTEÚDO para atingir pessoas



É importante mesclar os dois tipos de tráfego, pois assim você sempre atingirá mais pessoas independente se caso parar com algum dos trafego.

AULA 2

CLASSIFICAÇÕES DE PROFISSÕES NO MARKETING DIGITAL



1.AFILIADO —————> MANEIRA MAIS SIMPLES COMEÇAR - Vai até o produto e revende o produto como : Hinode, Boticario, Jequiti.

2.PRODUTOR —————> A pessoa que produz, ou seja, que desenvolve que cria o produto, responsável por grandes decisões do processo.

3.CO-PRODUTOR —————> A pessoa que é responsável por estratégias, conteúdo, tráfego para que os produtores aplicam e tenham resultados na venda dos produtos.

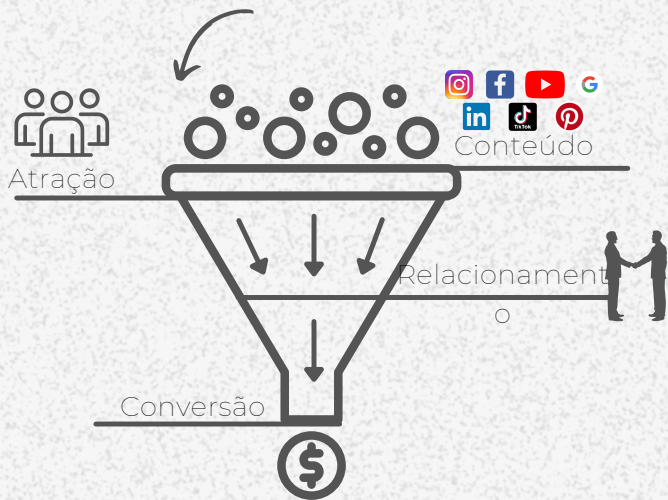
Ganha % das vendas do produto.

ARQUITETO DE FUNIS DE VENDAS

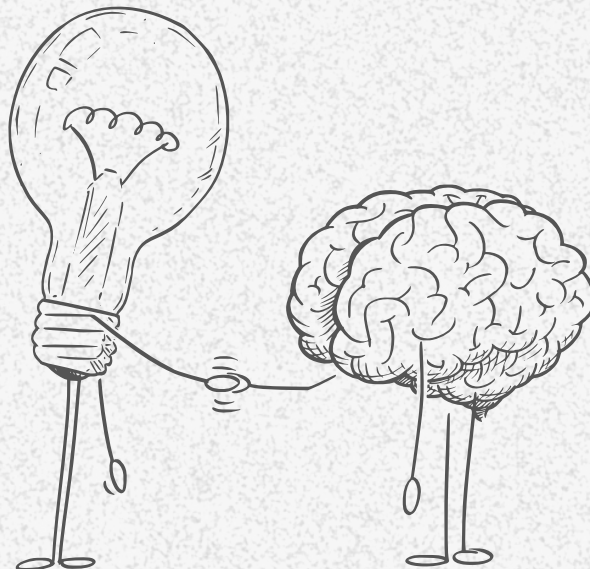


AULA 2

FUNIS DE VENDAS NO MARKETING DIGITAL



Entender como funciona a cabeça das pessoas e aplicar gatilhos, copys, desejos.. afim de resultar em conversão e compras.

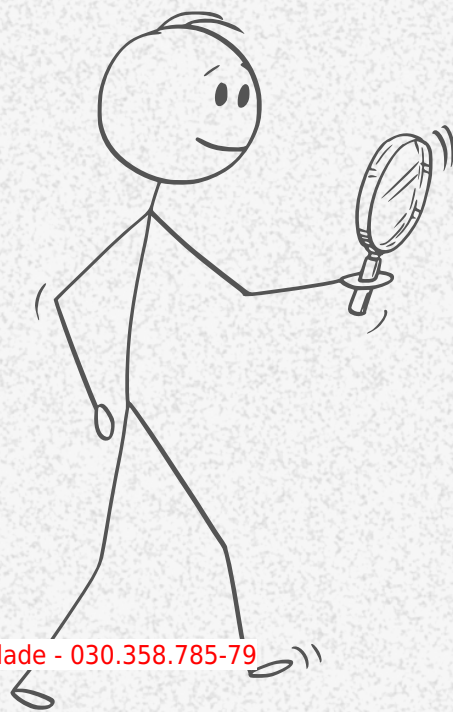


AULA 3

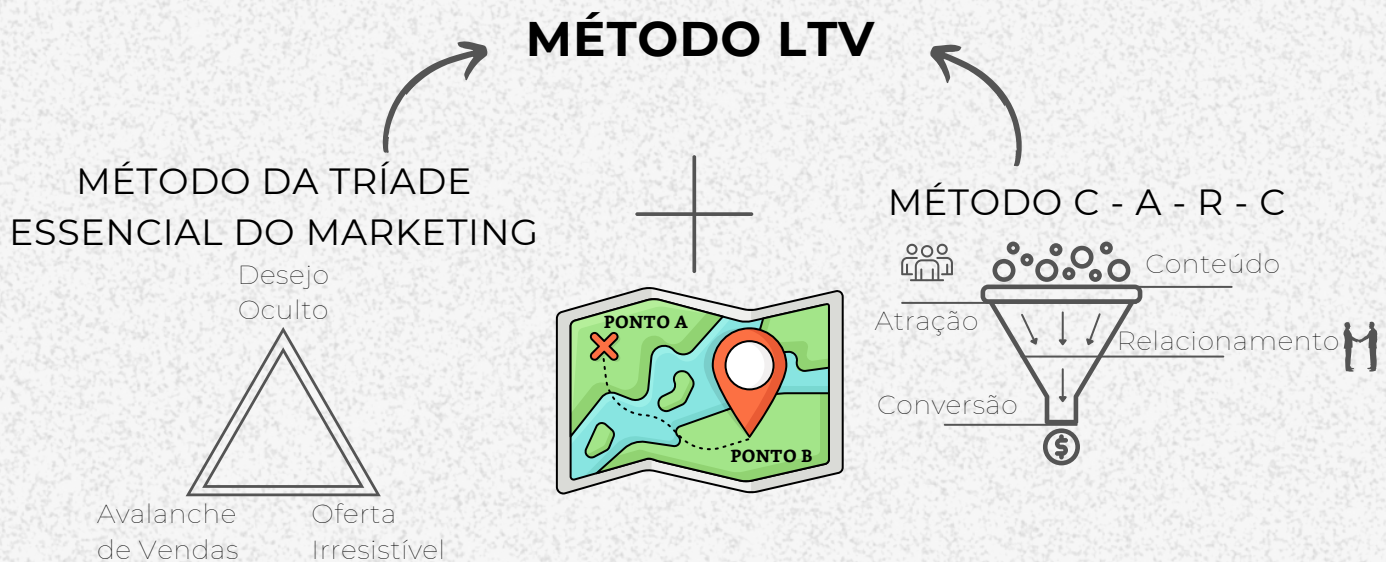
WORKBOOK PARA POR EM PRÁTICA



PDF NA DESCRIÇÃO



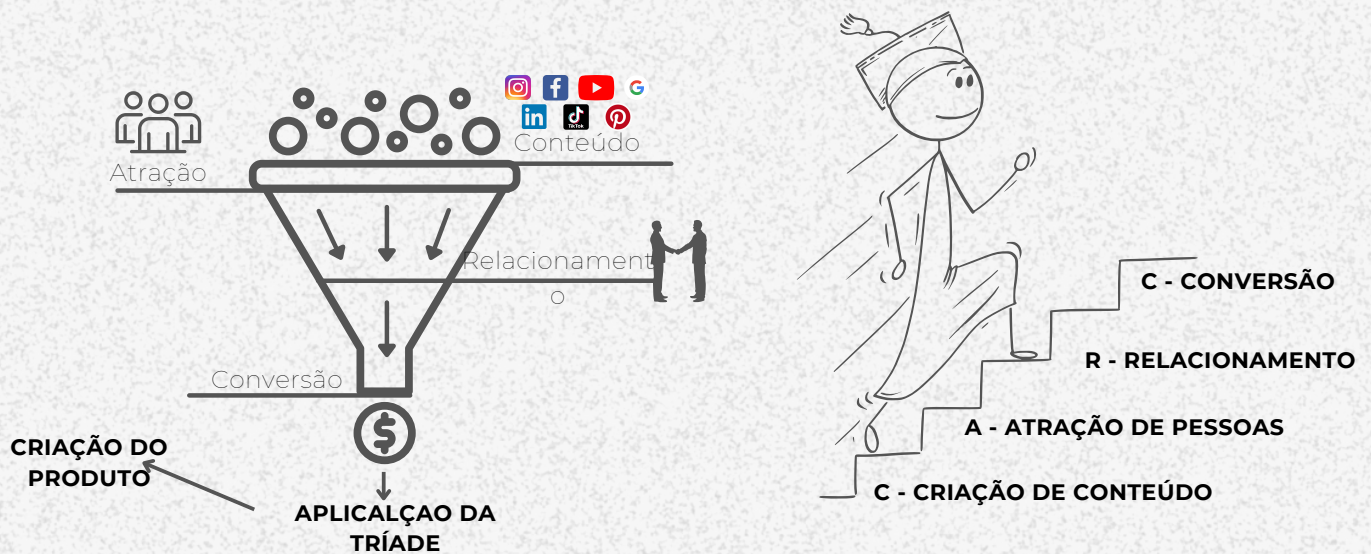
AULA 4



Para que você saia do PONTO A - ponto de partida ponto inicial você tem que traçar um caminho um **TRAJETO = C-A-R-C**, mas para você atingir o PONTO B você precisa de um MÉTODO = TRÍADE

AULA 4

PARA VENDAS

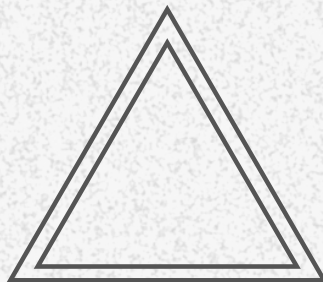


AULA 4

MÉTODO TRÍADE DO MKT ESSENCIAL

Para criação de Produto

1. Desejo Oculto



Todas as pessoas tem desejos ocultos, basta você descobrir quais são e resolve-los!



3. Avalanche de Vendas



Uma vez que você descobre qual é o problema que a pessoa tem e oferece a solução você terá uma Avalanche de Vendas!

2. Oferta Irresistível

Quando você cria um produto que satisfaça o desejo ou resolva o problema das pessoas.



AULA 4

MÉTODO CARC + TRÍADE = LTV



LTV = Valor da Vida do Cliente
Este método consiste no quanto seus clientes investem nos seus produtos ao longo da vida.

AULA 5

**REVISE TODO O CONTEÚDO ABORDADO
ATÉ AQUI E TENHA EM MENTE QUE AS
BASES SÃO FUNDAMENTAIS PARA
CONSTRUIR UM IMPÉRIO**



AULA 6



Life Time Value - Valor no ciclo de vida

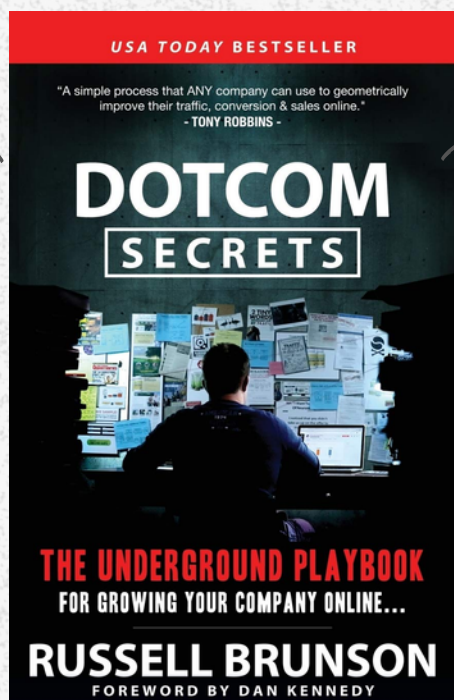
Este método consiste no quanto seus clientes investem nos seus produtos ao longo da vida.

**Descobriu que as pessoas compram mais do que gostariam de comprar quando elas se sentem a vontade.
Desta forma ela vai gastar muito ao decorrer do tempo sendo seu cliente.**

AULA 7

FUNIS DE VENDAS

RUSSELL BRUNSON



Criador do Funil de
venda em 2006

Ele diz que pra você construir alguma coisa você basicamente precisa de 4 coisas que são as siglas W W B R

AULA 7

FUNIS DE VENDAS

1.WHO —→ QUEM VOCÊ QUER ATRAIR?

Cliente ideal

** PREENCHA WORKBOOK NA DESCRIÇÃO



2.WHEN —→ QUANDO? ONDE?

Estão no YouTube, Instagram, Tiktok ?



3. BAIT —→ ISCAS OU ANZOL

Como você vai atrair esse cliente? O que ele busca?

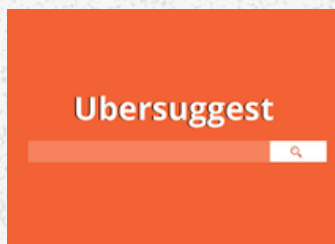


4. RESULT —→ RESULTADO



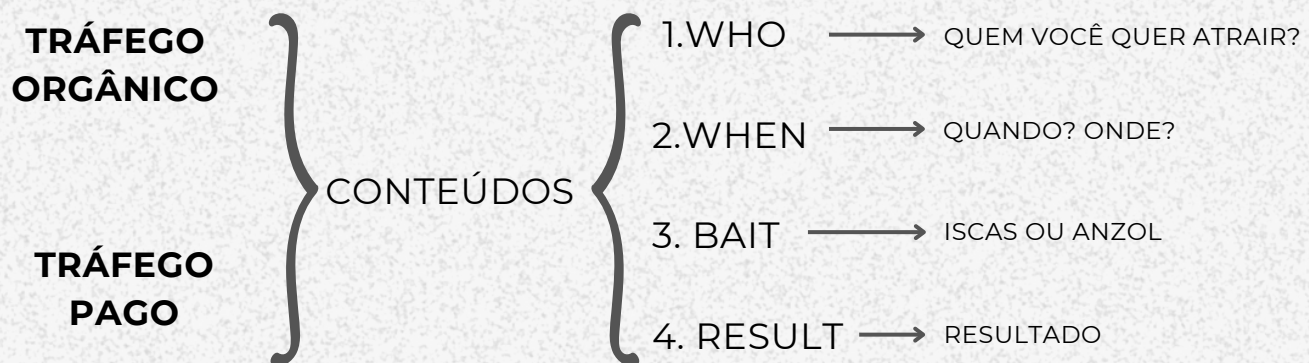
AULA 7

FERRAMENTAS PARA ENCONTRAR SEU CLIENTE IDEAL E ONDE ESTÃO



AULA 7

FUNIS DE VENDAS



AULA 8

GATILHOS MENTAIS



Temos automações na nossa cabeça, hábitos, lembranças tais memórias são inconscientes.



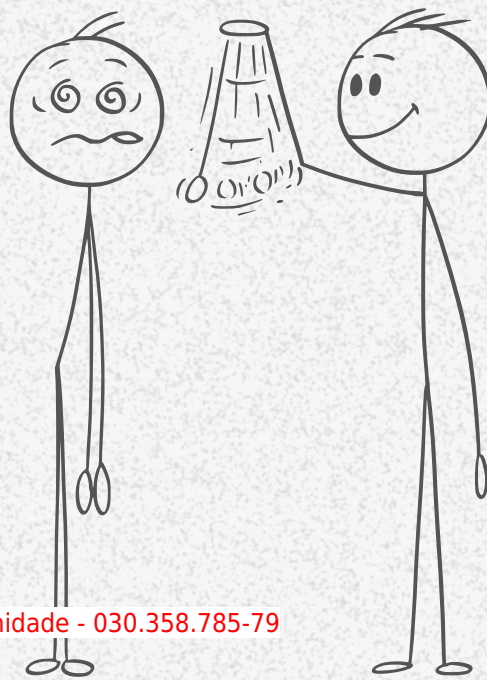
GATILHOS INSTINTIVOS

Correr caso encontra-se em perigo



GATILHOS ADQUIRIDOS

Sentir um determinado aroma e lembrar de algo



AULA 8

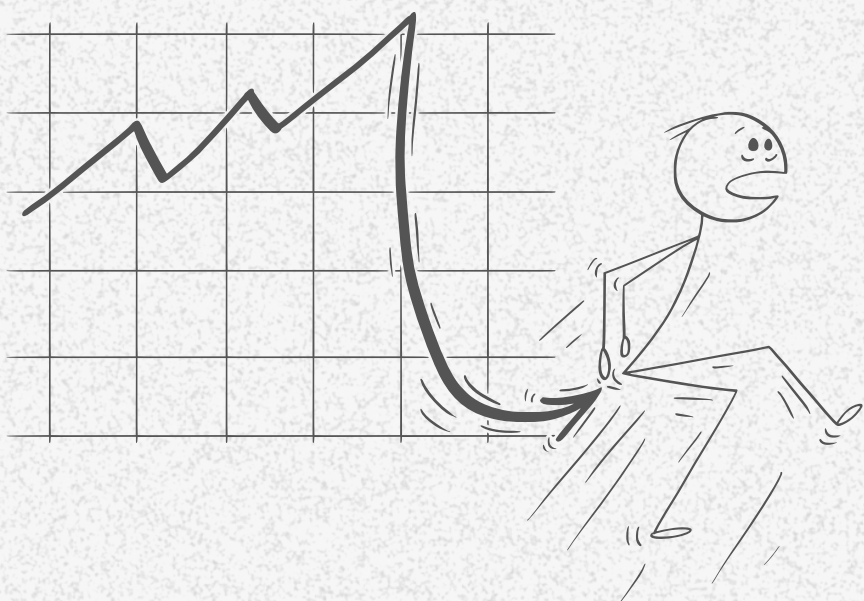
GATILHOS MENTAIS INSTINTIVOS

GATILHO DA ESCASSEZ

Remete a perda, algo que esta prestes a acabar.



A DOR DA PERDA É MAIOR DO
QUE A FELICIDADE DO PRAZER



AULA 8

GATILHOS MENTAIS

GATILHO DA URGÊNCIA

Tem um certo prazo de compra, uma urgência, algo que precisa ser feito agora.

Se assimila a escassez, mas nesse caso você não vai falar que você nunca mais na sua vida vai ter acesso, só que em determinado período ela não terá a escolha de comprar



AULA 8

GATILHOS MENTAIS

GATILHO DA ANTECIPAÇÃO

Seu cérebro não vive no momento presente, a cada fala, a cada ato você pensa pra executar no futuro porque o momento agora já passou.

Em lançamento em vendas isso é ainda mais vivido, a pessoa sabe que dentro do seu produto ela vai encontrar algo que você já antecipou a ela, no dia da venda a pessoa já vai estar decidida a comprar.

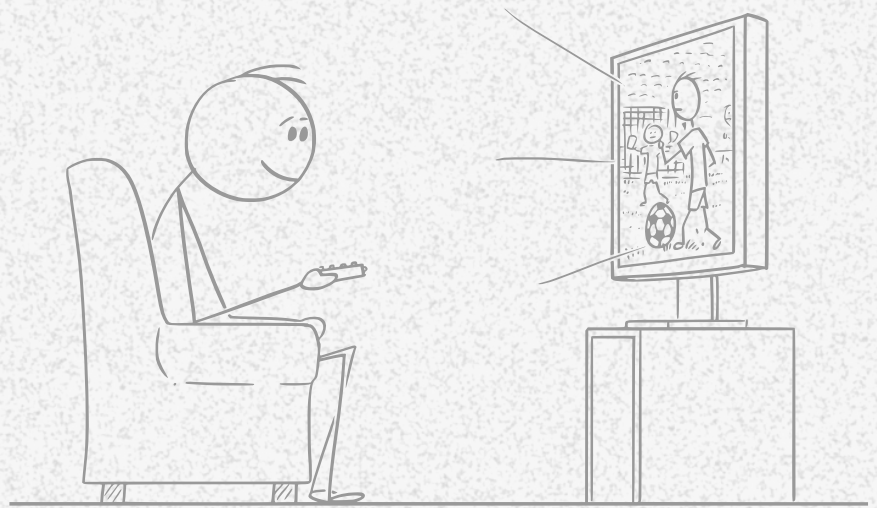


AULA 8

GATILHOS MENTAIS

GATILHO DA HISTORIA

Temos automações na nossa cabeça, hábitos, lembranças tais memórias são inconscientes.

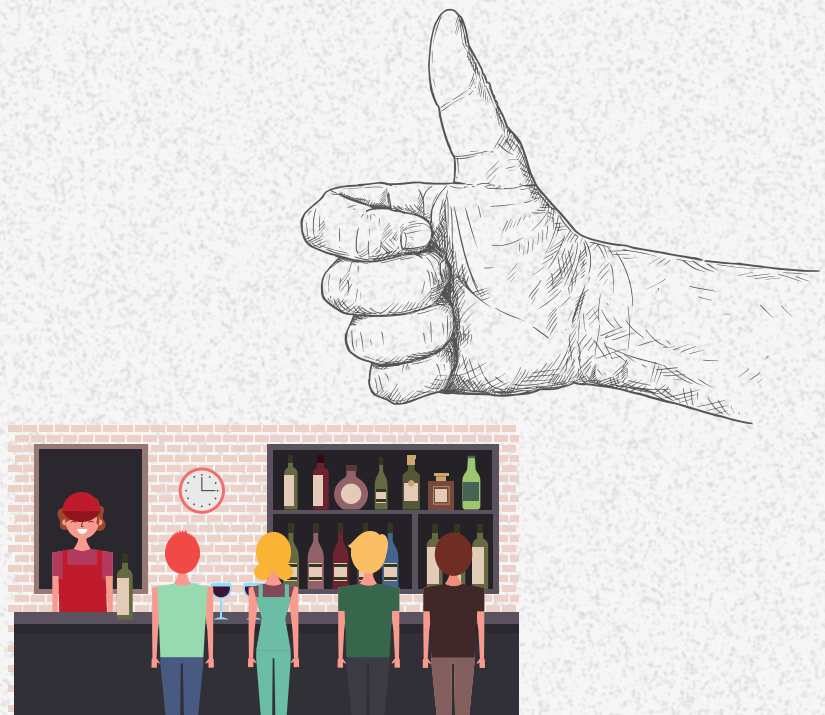


AULA 8

GATILHOS MENTAIS

GATILHO DA PROVA SOCIAL

Validamos algum local pela quantidade de pessoas que frequentam, logo imaginamos que determinado lugar é bom ou determinado serviço, produto é bom.

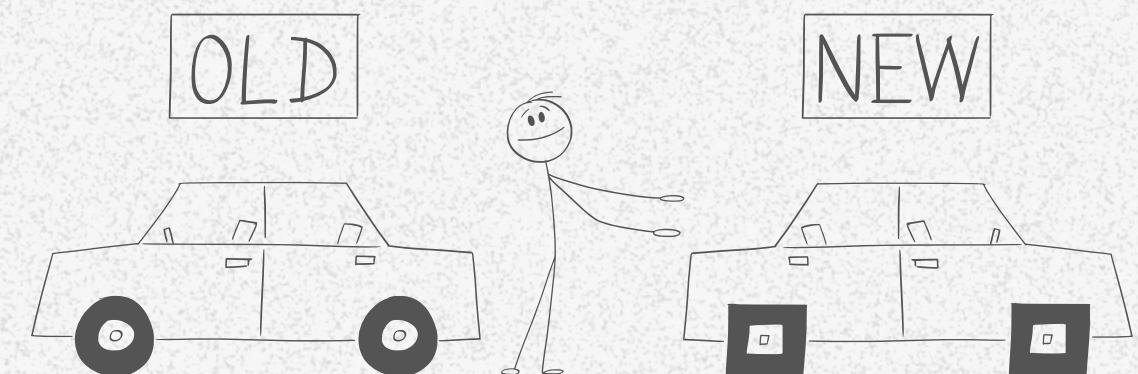


AULA 8

GATILHOS MENTAIS

GATILHO DA NOVIDADE

Tudo o que é novo as pessoas tendem a comprar, é uma novidade então atrai as pessoas porque é algo que ela não tem.

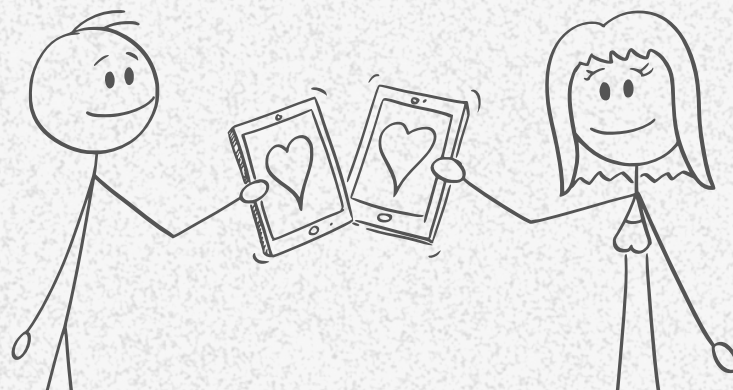


AULA 8

GATILHOS MENTAIS

GATILHO DA RECIPROCIDADE

Quando você entrega conteúdo as pessoas acham que deve algo a você por ter ajudado ela, portanto quando você entrega algo ela vai querer e sentir o dever de comprar ou dar algo a você.



AULA 9

MÉTODOS DE VENDAS

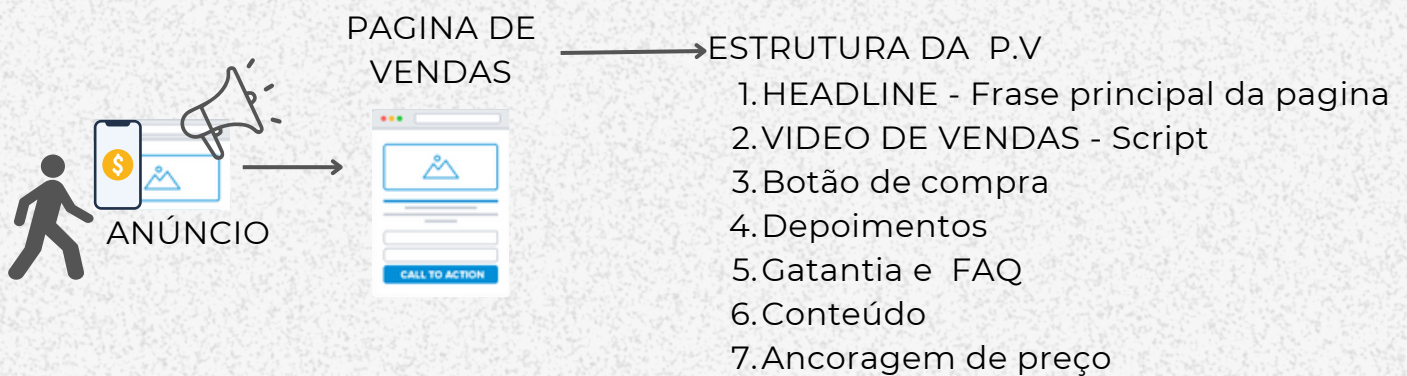
"Todas as vendas são um Script, não existe vendas erradas, se ela esta vendendo ela esta certa, só não na maneira mais eficiente de vender".

Mateus Dias

AULA 9

MÉTODOS DE VENDAS

1 - TRÁFEGO DIRETO



...ou seja

TUDO É SCRITP, TEM UM CRONOGRAMA, UMA ESTRUTURA, PARA QUE A PESSOA POSSA COMPRAR ATRAVÉS DE GATILHOS MENTAIS E CONEXÃO.

Simple e funcional porém não é a mais eficiente, é a que traz menos resultados.

99,5% das pessoas que visitam a pagina através de trafego direto não compram

AULA 9

MÉTODOS DE VENDAS

2 - TRÁFEGO EMAIL MARKETING



AULA 9

MÉTODOS DE VENDAS

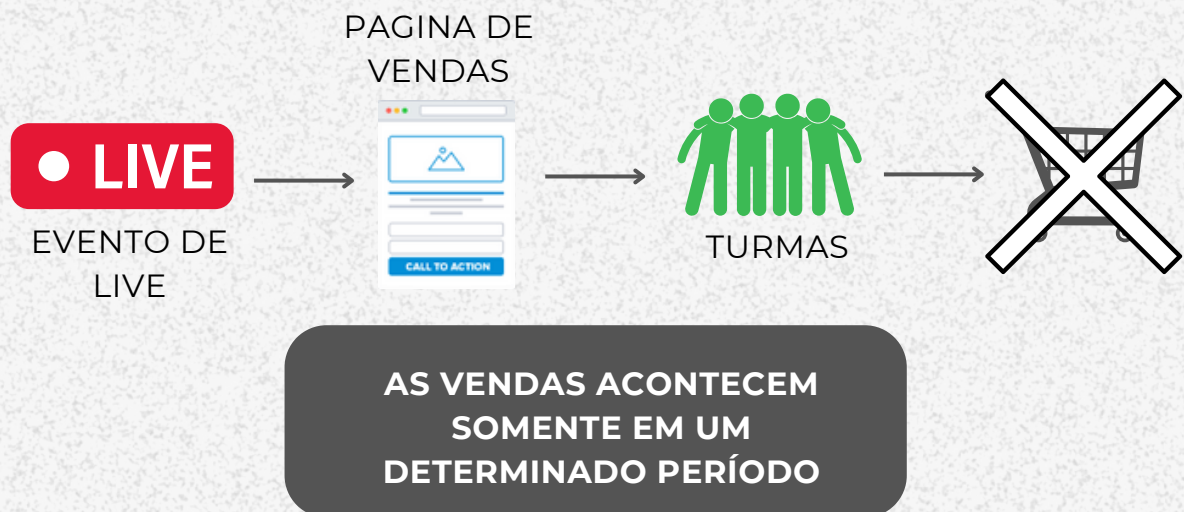
3 - WEBINAR



AULA 9

MÉTODOS DE VENDAS

4 - LANÇAMENTO



AULA 9

MÉTODOS DE VENDAS - CONVERSÃO

TRAFEGO DIRETO frio → 0,3 - 0,5 % = 250 pessoas = 1 venda

TRAFEGO DIRETO quente → 1 %

webinar → 0,5 a 2 % = 50 a 200 = 1 venda

lançamento publico frio → 1 a 4 % = 100 pessoas = 5 vendas

lançamento publico quente → 10 % = 100 pessoas = 10 vendas