

# Workbook



**CONVERSÃO EXTREMA**

# Conhecendo o seu público comprador

---

Bem vindo ao módulo do público comprador, que é um dos pilares da base da multiplicação das vendas.

Esse é um dos meus módulos preferidos e que muita gente não dá tanta importância, mas eu falo com toda certeza, esse é um dos módulos mais importantes, sem as informações do seu público, é impossível aumentar seus resultados.

Eu tenho certeza que ao final deste módulo, você terá todas as informações para conhecer de forma exata o seu público-alvo, assim você tem a possibilidade de vender mais, investindo menos.

Ao longo desse módulo, você pode se deparar com alguns termos, que na verdade, tem os mesmos significados. São eles:

1. Público comprador;
2. Público-alvo;
3. Mercado-alvo;
4. Avatar.

Público comprador é um grupo de pessoas que têm maior probabilidade de comprar seu produto ou serviço.



Esse grupo possui características similares ao seus clientes.  
Ex: Idade, sexo, escolaridade, etc.

### Conheça os tipos de públicos:

**Público Geral:** Não tem interesse no que estou vendendo e não tem o perfil do meu cliente;

**Público Relevante:** Não sabe que precisa do meu produto, e é o perfil do meu cliente;

**Público Interessado:** Tem um alto interesse no meu produto e é o perfil do meu cliente;

**Público Comprador:** Quer o meu produto e é o meu perfil de cliente.

## Por que perdemos dinheiro quando não refinamos o target?

Muitos anunciantes já perderam muito dinheiro simplesmente por investirem em pessoas que não compraram seus produtos. Definir exatamente o seu público-alvo é o ponto de partida de qualquer projeto de marketing de comunicação na internet.

# Maior erro

---

Divulgar para todas as pessoas e torcer para que algumas delas demonstre interesse. Você precisa saber a "dor" que o seu "remédio" cura.

Lembre-se, antes de iniciar qualquer campanha de marketing digital, você deve ter seu público comprador muito bem definido.

## 9 Idéias para conhecer mais o seu público comprador

---

Caso você ainda não tenha um negócio, uma das formas práticas de você descobrir o seu Target é analisar pessoas que compraram produtos parecidos com o que você pretende trabalhar.

1. Crie um formulário no seu site / blog e peça para as pessoas preencherem;
2. Crie um formulário no Google Docs e envie para possíveis clientes;
3. Extraia informações no momento da compra (sem atrapalhar a compra);
4. Imprima questionários e disponibilize para seus clientes (loja física);
5. Envie um e-mail para sua lista e peça para responderem via e-mail mesmo;
6. Visite canais do YouTube com muitos vídeos e views e analise comentários;
7. Entre em grupos do Facebook e participe ativamente de conversas;
8. Analise as estatísticas dos visitantes do site no Google Analytics;
9. Faça uma entrevista pessoal com alguns clientes (Telefone ou presencial)

**DICA:** Ofereça uma recompensa pelas informações.

# O mapa do tesouro

---

O Mapa do tesouro é o nível mais profundo de conhecimento sobre o seu público-alvo, recomendo que você faça pois muitas ideias vão surgir para melhorar seu marketing como um todo.

**Lembre-se:** a forma mais poderosa de entender o seu público comprador é através de uma pesquisa.

## Quem deve preencher minha pesquisa?

- 1. Clientes:** esse é o principal público;
- 2. Leads:** envie para sua lista de e-mails, whatsapp etc;
- 3. Audiência:** envie nas redes sociais;
- 4. Público semelhante aos seus clientes:** envie para conhecidos.

## Pontos importantes:

- **Melhor momento para pesquisa:** pós compra (alto nível emocional);
- Dê um motivo para preencherem a pesquisa;
- Olhe as segmentações nas plataformas de tráfego;
- Exporte esses dados para o Google e Facebook e utilize-os para segmentar suas campanhas.

Pesquisa diminui riscos, aumenta ROI e melhora o seu produto.

## Perguntas que devem ser feitas:

Você sabe o que é preciso saber para tornar o seu marketing mais assertivo na hora de criar suas campanhas?

Segue abaixo alguns exemplos:

1. Idade;
2. Sexo;
3. Profissão;
4. Local;
5. Faixa salarial/faturamento;
6. Nível de escolaridade;
7. Como me conheceu?;
8. Quanto tempo me conhece?;
9. Você consome meus conteúdos?;
10. Você já comprou algum produto similar? Qual?;
11. Quem você segue nas redes sociais?;
12. O que mais influenciou a sua compra?;
13. Me fale um pouco sobre você;
14. Quais são seus maiores objetivos com o treinamento?;
15. Quais são os seus maiores sonhos?;
16. Quais são suas maiores dificuldades ou medo?;
17. 3 perguntas se você me encontrasse em algum lugar.

### **Informações necessárias:**

- Perfil do cliente: segmentação;
- Como chegou até mim: investir onde funciona;
- Onde navega ou de quem compra: segmentação;
- Perguntas abertas (sonhos, medos): comunicação.

Apenas comece uma pesquisa simples e vá adicionando as perguntas conforme você sinta a necessidade.

# Criando uma pesquisa

---

Nesta etapa vamos construir uma pesquisa na prática.

Eu utilizo o Google Forms e recomendo que você use também.

Existem outras ferramentas gratuitas de formulários também, mas eu gosto bastante dessa.

## Ferramentas gratuitas para criar formulários de pesquisa

---

- **Google Forms;**
- **Typeform.**

Esse é um material de apoio à aula "criando uma pesquisa".

Acompanhe a aula e faça na prática.

# Conheça seu público comprador começando do zero

---

Você está começando do zero e não tem fontes de informações suficientes para conhecer seu público-alvo? Fique tranquilo, utilizando informações das próprias plataformas de anúncios podemos descobrir facilmente o público-alvo de outras empresas, inclusive dos seus concorrentes.

Como conhecer mais sobre o seu público comprador além da pesquisa

## Fontes próprias:

**Dados do Instagram;**

**Dados do Facebook;**

**Dados do YouTube Analytics;**

**Dados do Google Analytics;**

**Informações de público-alvo do Google Ads.**





### **Fonte fria:**

Fãs do Facebook  
Seguidores do Instagram  
Inscritos no YouTube

### **Fonte morna:**

Envolvidos no Facebook  
Assistiu vídeos no YouTube  
Similares aos Leads  
Similares à Interesses  
Site do concorrente

### **Fonte quente:**

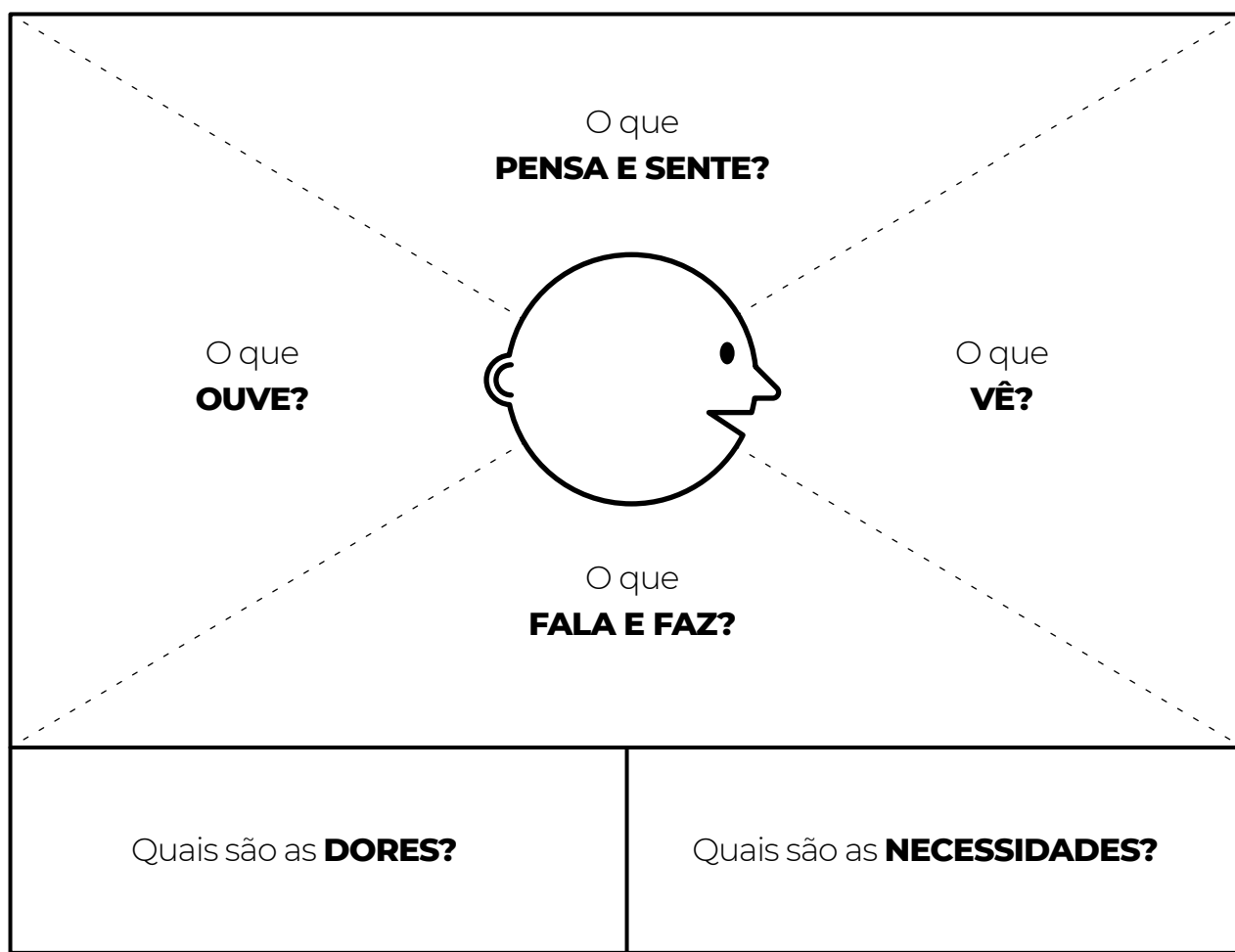
Similares aos clientes  
Similares às conversões  
Assistiu vídeos relevantes  
Página de obrigado concorrente

Quanto mais quente a fonte, mais assertivo será às informações do seu público comprador.

# Mapa da Empatia

---

O Mapa da empatia é o nível mais profundo de conhecimento sobre o seu público-alvo, recomendo que você faça pois muitas ideias vão surgir para melhorar seu marketing como um todo.



## O que vê?

- Como é o mundo em que ele vive?
- Quais sites ele lê?
- Quais redes sociais?
- O que as pessoas que o rodeiam fazem?
- Como são os amigos dele?
- O que está em alta no cotidiano dele?
- Revistas, livros?

## O que ouve?

---

- Que pessoas e ideais o influenciam?
- O que as pessoas importantes de sua vida dizem?
- Que atitude tem as marcas preferidas?
- Quem são seus ídolos?
- Escuta podcasts? Quais?

## O que pensa e sente?

---

- Quais são algumas ideias importantes que ele pensa e não diz?
- Como ele se sente em relação à vida?
- Com o que anda preocupado ultimamente? Por quê?
- Quais são alguns sonhos?
- O que pensa do futuro?

## O que fala e faz?

---

- O que é comum de ele dizer para as pessoas?
- Como ele costuma agir?
- Quais são os hobbies?
- Do que gosta de falar? Quais assuntos?
- Como é sua linguagem?

## Quais são suas dores?

---

- Do que tem medo?
- O que o frustra?
- Quais são as reclamações?
- O que tem atrapalhado ele? Quais os problemas?
- O que ele gostaria de mudar em sua vida?

## Quais são suas necessidades?

---

- Que tipo de coisa ele precisa para se sentir melhor?
- Quais os sonhos?
- O que é sucesso? Onde ele quer chegar?
- O que o faz feliz?
- O que acabaria com suas dores?

E aí, o que achou do mapa da empatia?

Isso parece ser simples ou desnecessário aos olhos de alguns, mas não deixe de executar o seu, pois isso faz muita diferença na hora de anunciar.

## Quais são suas dores?

---

Esse é um material de apoio da aula "organização de dados", assista a aula completa, pois nela tem o passo a passo para você fazer a organização dos seus dados. **Bora colocar a mão na massa!**