

LIVE MONSTRA #62

COMO AUMENTAR SUAS VENDAS COM O FUNIL DE MÉTRICAS

=====

Começando do zero = Aprender a criar campanhas no Google e Facebook

Google Ads = Rede Pesquisa, Youtube, Banners...

Facebook Ads = Facebook, Instagram, Messenger, Rede Parceiros...

Vender muito = Dominar essas 2 ferramentas

Live 53 = Como anunciar no Google do ZERO

Live 54 = Como anunciar no Facebook e Instagram do ZERO

Live 60 = Como anunciar no Youtube do ZERO

Quem quer vender, tem que aprender a anunciar.

Funil de métricas = Onde está o meu erro e o que eu preciso fazer para garantir o meu faturamento.

Passo a passo (vai garantir o seu resultado nos anúncios online):

1. Criar a sua campanha Google ou Facebook

2. Aplicar o funil de métricas e levantei os dados

3. Otimizar a sua campanha

4. Grandes resultados = TERRA PROMETIDA

Toda primeira, ela tem uma baixa performance.

Anunciar sem planejamento, aí burrice.

Qual é o seu foco na internet? **Eu preciso criar a máquina do dinheiro.**

Eu preciso saber qual parafuso apertar.

Funil de métricas: Processo que o seu cliente irá percorrer até comprar o seu produto.

Funil de métricas (baseado ações do processo de compra):

1. Impressão: 71k
2. Clique: 906 **(1,27%)** (Pesquisa Google: +1%; Display: 0,5%(FB, Instagram, Banners, Youtube)
3. Lead: 90 **(10%)** **(270 leads - 30%)** (Serviços/Produto Físico: 15% a 30%; Lançamento: 50%)
4. Venda: 9 **(10%)** **(81 vendas - 30%)** (Varia muito devido ao ticket do produto) (100 deveria 30%)

1. **Quando você tem muitas impressões e poucos cliques abaixo da média da taxa de cliques o problema é o seu anúncio e a segmentação.**
2. **Quando você tem muitos cliques e poucos leads abaixo da média do mercado o problema é a landing page, promessa/oferta (copy) ou a segmentação.**
3. **Quando você tem muitos leads e poucas vendas abaixo da média do mercado baseado no seu ticket médio o problema é a parte comercial.**

Quanto menor o ticket, maior deve ser a taxa de conversão em venda.

Passou uns 7 dias, levante os dados.

Análise antiga:

CPC = 1 real = 906 cliques = 906 reais

Vendas = 9 vendas = 100 reais = 900 reais

ROI (retorno sobre o meu investimento) = -50%

Análise pós otimização:

CPC = 1 real = 906 cliques = 906 reais

Vendas = 81 vendas = 150 reais = 12150 reais

ROI (retorno sobre o meu investimento) = +1000%

Impressão: Quando alguém vê o seu anúncio. (Vídeo, texto, foto...)

Clique: É ação que leva a pessoa para o seu site;

Lead: É uma pessoa interessada em comprar de você. (Whatsapp, ligou, email...)

Venda: A conversão final.

4 pilares para gerar resultado garantido no Facebook e Google:

1. Landing Page de Alta Conversão;
2. Oferta ou promessa irresistível;
3. Segmentação;
4. Anúncio chamativo e persuasivo.

Funil de métricas é a bússola rumo a terra prometida.

O problema não é estar no deserto no momento, o problema é não ter um destino, é não ter uma bússola, é

não caminhar rumo a terra prometida... o problema não é estar no deserto no momento, é morrer no deserto.

Gestor de Tráfego Moisés.