

**BEM-VINDOS!!!** 🐻🐻🐻

## **Mentoria 30/10/2023 – Produto digital**

### **Informações sobre o mentorado:**

- Nome do aluno: César Nakae
- Quando entrou no CE: Março/20
- Nicho: Mágica
- Site principal: <https://portaldamagica.com.br/>
- LP 1 –  
<https://portaldamagica.com.br/aprender-magicas/curso-divertir-a-familia/>
- LP 2 –  
<https://portaldamagica.com.br/aprender-magicas/clube-dos-magicos/>
- Link do instagram: <https://www.instagram.com/portaldamagica/>
- Nível CE: Acima de 51%
- Link dos anúncios na biblioteca de anúncios:  
[https://www.facebook.com/ads/library/?active\\_status=all&ad\\_type=all&country=BR&view\\_all\\_page\\_id=146834245350447&sort\\_data\[direction\]=desc&sort\\_data\[mode\]=relevancy\\_monthly\\_grouped&search\\_type=pag&media\\_type=all](https://www.facebook.com/ads/library/?active_status=all&ad_type=all&country=BR&view_all_page_id=146834245350447&sort_data[direction]=desc&sort_data[mode]=relevancy_monthly_grouped&search_type=pag&media_type=all)

**- Faturamento 30D: R\$3.062,02**

**- Investimento 30D: R\$1.484,04 (Meta) + R\$143,54 (Google) = R\$1.627,58**

**- Lucro 30D: 0**

Funil de métricas: **Curso de Mágica Divertir a Família (Perpétuo) Hobbie**

Impressão: 51.595

Cliques: 425

Vendas: 17 – ticket de R\$97,90 – perpetuo

Funil de métricas: **Clube dos Mágicos (Perpétuo) Voltado para mágicos**

Impressão: 20.053

Cliques: 256

Vendas: 1 – ticket de R\$799,70 – perpetuo – assinatura anual

**qual a principal dificuldade que você tem nesse negócio?**

depende dos artistas, otimização das campanhas, definição de público, insegurança para escalar, entre outros.

Depende dos artistas;

Existem 4 pilares para você gerar resultado garantido.

1. Landing Page (Página de alta conversão);
2. Segmentação;
3. Anúncio;
4. Oferta ou promessa irresistível;

Pasted Graphic.png –

1. Foco; “Problema” (Dois produtos)

– LP 1 –

<https://portaldamagica.com.br/aprender-magicas/curso-divertir-a-familia/> (Página 1x)

– LP 2 –

<https://portaldamagica.com.br/aprender-magicas/clube-dos-magicos/> (Assinatura)

Vamos definir um plano para um dos produtos.

**Aprenda truques de mágicas fáceis e seja o centro das atenções nas festas familiares ou entre amigos.**

**Aprenda truques fáceis e rápidos para encantar em menos de 10 minutos as pessoas que mais ama.**

Qual é o benefício?

Por que eu devo entrar?

1. O que levou você a entrar no Clube dos Mágicos?
2. Como você nos encontrou?
3. Qual seu principal objetivo dentro do Clube?
4. Qual seu gênero?
5. O que você faz nas horas vagas?
6. Qual sua profissão?
7. Qual sua média salarial?
8. Nome e Whats;

A promessa precisa de um benefício para o usuário. Precisa ser entendido por qualquer pessoa.

### **Hotjar – Plugin do Wordpress**

Para saber até onde as pessoas olham o seu site e até clicam. (Mapa de calor)

### **Uma das principais características de produtos perpétuos de sucesso:**

- 1. Página curta;**
- 2. Vídeo de vendas de 15 a 30min;**
- 3. Sem promessa (por escrito);**
- 4. Retenção do vídeo de vendas alta; +50% (mínimo)**
- 5. Botão de compra desde o início da reprodução.**
- 6. 297 a 497**
- 7. Tem nome único;**

### **Métricas principais para serem analisadas:**

- 1. Investimento diário;**
- 2. Número de vendas;**
- 3. Custo por venda (CPA);**

- 4. Cliques;**
- 5. CTR (taxa de cliques);**

**Estrutura de campanha para baixo investimento:**

- 1. Estrutura 1:5:6**
- 2. Poucas campanhas;**
- 3. Públicos mais focados (fundo e meio de funil)**
- 4. Máximo de 5 anúncios por conjunto;**
- 5. Utilizar os mesmos criativos em todos os conjuntos;**
- 6. Pause criativos ruins e suba novos**

**Campanhas PI**

**Sempre do menor para o maior (tamanho)**

- Público 1 – 10 (Remarketing 90D – 60D)**
- Público 1\* Google – 10 (Remarketing 3D)**
- Público 2 – 10 (Envolvimento focado 90D)**
- Público 3 – 10 (Visualizaram algum vídeo 90D)**
- Público 4 – 10 (Envolvimento focado 365D)**
- Público 5 – 10 (Visualizaram algum vídeo 365D)**

**5 anúncios rodando (os mesmos)**

- 
- 
- 
- 
- 

**Orçamento a nível de conjunto (baixo)**

**Quanto estou investindo e quanto está voltando? (Determinar a escala,**

**ou não)**

**799,70**

**400 e vender zero > alerta**

**Todas as vendas devem pelo menos ser de 50% de margem;**

**239 – 799**

**M30 – Curso de teclado**

**497 – CPA de venda era de 15,00 a 20,00**

**Campanhas P2**

**Público 1 – 10**

**Público 2 – 10**

**Público 3 – 10**

**Público 4 – 10**

**Público 5 – 10**

**No Facebook você deve colocar UM interesse ou UM semelhante por conjunto.**

**A\***

**B x**

**C x**

**D\***

**(Variáveis isoladas)**

**A+D (juntos)**

**1%**

**2% – 1**

**3% – 2 e 1**

**4% – 3, 2 e 1**

**5% - 4, 3, 2 e 1**

**Quanto melhor a sua origem, melhor é a amostragem**

- Lista de clientes;
- Seguidores;
- Visitantes página;
- Visualizaram anúncio;

**5 anúncios rodando (os mesmos)**

**Você pode fazer campanhas específicas para a audiência do seu influenciador, desde que, ele compartilhe os públicos personalizados dele.**

**Criar todos os públicos personalizados de cada influenciador;**

**XX Quero fazer mágica. (FB)**

**ZZ Quero fazer mágica. (GA)**

**=====**

**Distribuição de orçamento:**

**80% vendas ou cadastro**

**10% reconhecimento**

**10% envolvimento**

**=====**

**Google:**

**O foco é a venda direta**

**1. Rede de pesquisa**

**Focada**

**00 | Curso de mágica**

**Curso de mágica**

**Curso para fazer mágica**

**Como fazer mágica**

**Mágica para iniciantes**

**01 | Aula de mágica**

**02 | Ilusionismo**

**03 | Nome do negócio**

**Alinhamento extremo**

**Promessa > palavra chave > segmentação > anúncio > página (FALANDO A MESMA COISA)**

**Especificidade;**

**Ampla**

**Como divertir minha família**

**Como entreter a família**

**Como fazer uma criança sorrir**

**Estratégia de lance do Google:**

**- Automático**

**- Manual**

**ZERO**

**CPC Manual (controla o lance por importância de palavra)**

**Maximizar conversões**

**50 ações de conversão >>> CPA DESEJADO**

**500,00 reais**

**10 orçamento**

**CPA 20,00**

**1000,00**

**CPA: 200,00**

## **2. YouTube**

**Alcançar pessoas com interesse em algo baseado em buscas**