

VENDA

MÓDULO BÔNUS

CAMPANHA DE VENDA MASSIVA

Entenda os formatos de vendas e porque criar uma campanha de venda massiva é indispensável para o crescimento do seu negócio.

COMO FUNCIONA UMA CVM

Formato de vendas:

- 1 **Contínua** (sua empresa vende todos os dias);
- 2 **Massiva** (preparação para uma temporada intensa de vendas);
- 3 **Recorrência** (sua empresa vende uma vez e recebe várias vezes pela mesma venda);

O QUE É UMA CAMPANHA DE VENDA MASSIVA?

Uma CVM tem início, meio e fim. É um período que você prepara seu público para gerar vendas em massa.

INÍCIO

MEIO

FIM

“Venda Massiva serve para qualquer tipo de negócio.”

DATAS TRADICIONAIS E COMEMORATIVAS

Você pode utilizar de datas específicas para criar uma campanha de venda massiva.



DATAS TRADICIONAIS

- Black Friday;
- Dia das Mães;
- Dia dos Pais;
- Dia das Crianças;
- Dia dos Namorados;
- Copa do Mundo;
- Eventos no Geral.

DATAS PERSONALIZADAS

- 1 ano de empresa;
- Um novo produto;
- Um oferta especial.

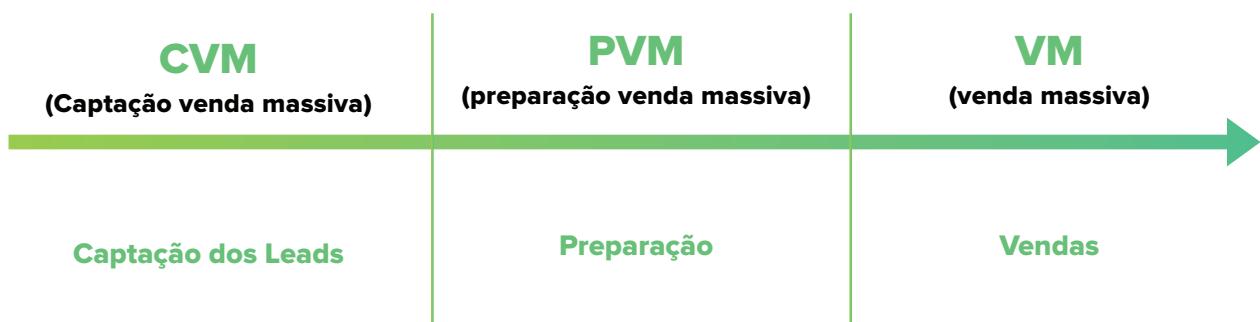
FASES DA VENDA MASSIVA

CVM (Captação para venda massiva);

PVM (Preparação para venda massiva);

VM (Venda Massiva);

PVM (Pós Venda Massiva).



POR QUE UMA CAMPANHA DE VENDA MASSIVA FUNCIONA?

Pois os principais gatilhos da mente humana são intensamente acionadas.

- Atenção;
- Antecipação;
- Exclusividade;
- Reciprocidade;
- Paradoxo da Escolha;
- Prova Social;



- Escassez;
- Urgência;
- Comunidade;
- Perda;
- Tem um Início e Final.

**“Se você quer faturar muito mais,
campanhas de vendas massivas são obrigatórias”**

FASE 01 - CAPTAÇÃO

Na fase 1 da campanha de venda massiva o foco é a captação de leads.

- 1 Qual é a sua promessa/assunto da campanha? (Atenção);
- 2 Conteúdo (para algumas empresas funcionam muito bem);
- 3 Capturar e-mails ebooks, aulas ao vivo etc (aumentar base);
- 4 Capturar e-mails para a CVM;
- 5 Criar outras conexões;
- 6 Gatilhos: Atenção, Antecipação, e Reciprocidade.

PROMESSA + ASSUNTO DA CAMPANHA

O que farão as pessoas não dormirem a noite pensando na sua campanha?

CAPTURAR E-MAILS

Utilize estratégias para capturar e-mails, como ebooks, aulas ao vivo, cupons de desconto. eventos específicos etc.

CRIAR OUTRAS CONEXÕES

- E-mail (principal);
- Whats app;
- Telegram;
- Mídias (Instagram e Youtube);
- Remarketing.



OBJETIVO

Capturar muitos leads e posteriormente gerar mais conexões.

FASE 02 - PREPARAÇÃO

Na fase 2 da campanha de venda massiva vamos preparar os leads para a conversão.

- 1 Conteúdo Aquecimento (entregue o melhor);
- 2 Informações da oferta;
- 3 Remarketing perseguidor (focado nos leads participantes);
- 4 Aviso pré-abertura;
- 5 Gatilhos: Atenção, Antecipação, Reciprocidade, Prova Social, Comunidade.

CONTEÚDO AQUECIMENTO

Três ou quatro aulas em vídeo gravados ou ao vivo para a pessoa entender mais da transformação que ela vai ter com seu produto ou serviço.

INFORMAÇÕES DA OFERTA

- Preço;
- Como comprar;
- Vantagens de comprar agora;
- Escassez;
- Etc.

REMARKETING PERSEGUIDOR

Todo mundo que já interagiu com você, vai ser perseguido por seus anúncios.



Foca apenas nos seus leads. O investimento será muito menor e irá trazer mais resultados.

AVISO (PRÉ-ABERTURA)

- 1 Como vai funcionar amanhã;
- 2 Gatilhos: Escassez, Valor x Preço, Informações necessárias, Garantia.

FASE 03 - VENDA MASSIVA

Na fase 3 é o momento de vender em massa.

- 1 Abre o carrinho;
- 2 Dispara o aviso em todas as conexões;
- 3 Recuperação de vendas no WhatsApp;
- 4 Efeito W;
- 5 Remarketing perseguidor (focado nos leads participantes);
- 6 Aviso fechamento;
- 7 Oferta sedutora com dor/desejo forte.

EFEITO W

No primeiro dia você tem um pico de vendas, e para você conseguir manter um efeito W, entregue algo novo no meio da semana e reforce escassez no último dia.



PS: Utilize o Remarketing Perseguidor nesses dias!

CAMPANHA VENDA MASSIVA CONVERSÃO EXTREMA



CONTEÚDO



E-MAIL



+ CONEXÕES



AQUECIMENTO



AULA 4



AULA 3



AULA 2



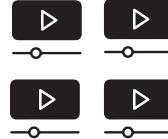
AULA 1



AVISO



LANÇAMENTO
(VENDAS)



AULAS
LIBERADAS



ÚLTIMO DIA



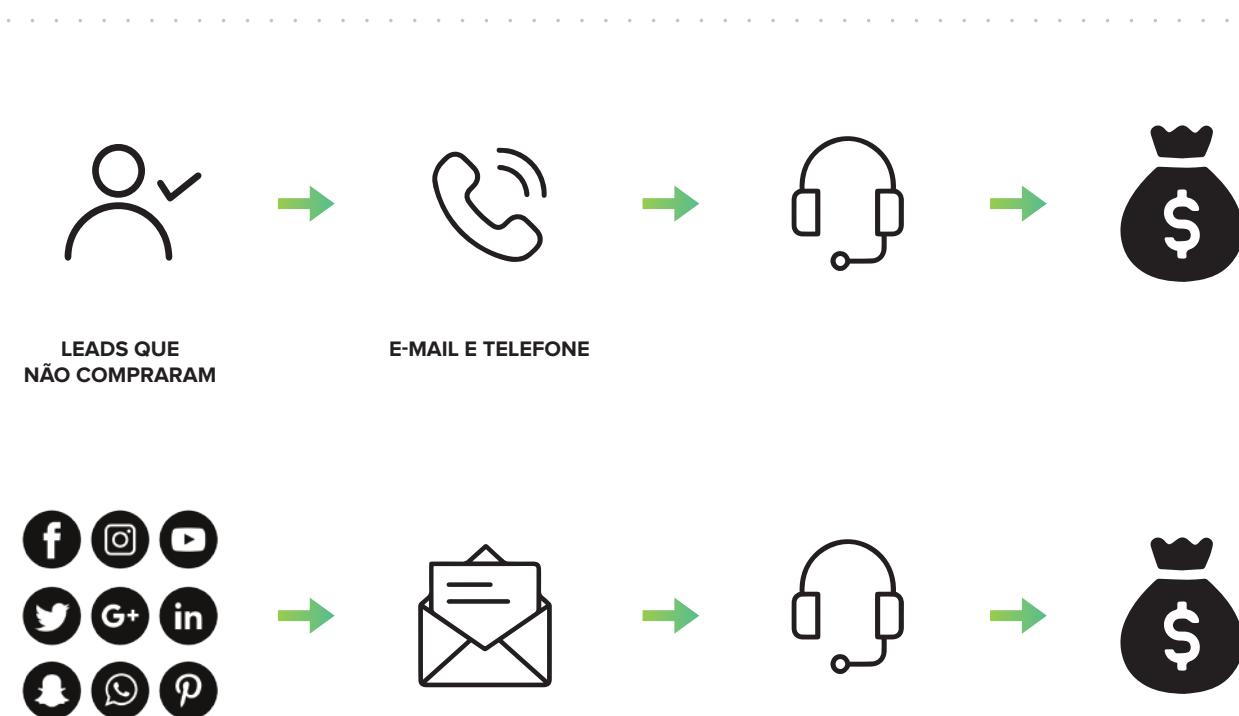
DEBRIEFING



IMERSÃO



CAMPANHA VENDA MASSIVA BLUEBERRY



"A escala vem com o trackeamento profundo."

FASE 04 - PÓS VENDA MASSIVA

Na fase 4 passamos por toda avaliação da campanha. Apontamos pontos positivos, negativos e próximas ações.

- 1 Avaliação geral da Campanha Massiva;
- 2 Avaliação de suas campanhas no Google, Youtube, Facebook, Instagram;
- 3 Foca na experiência acima da média dos clientes.

DEBRIEFING

Crie um documento com os seguintes tópicos:

- 1 Erros;
- 2 Acertos;
- 3 Ações para a próxima CVM.

