

Guia Descomplicado

de Tráfego Pago

Para Negócios Digitais



Índice

Introdução.....	04
Quer ganhar até 10x mais do que um gestor de tráfego comum?.....	05
O modelo de negócios que está mudando tudo: negócios digitais.....	07
Tráfego pago x tráfego orgânico.....	08
A mágica dos produtos digitais de transformação.....	11
O processo de vendas dos produtos digitais.....	12
A base da nossa estratégia: tríade digital.....	14
Os conceitos fundamentais de marketing digital para ter sucesso com tráfego pago.....	16
Público alvo x avatar: encontrando a pessoa que vai comprar de você.....	18
A jornada de conscientização de compra.....	19
Tendências no tráfego pago para os próximos anos.....	20

Os modelos digitais que mais vão crescer com tráfego pago	21
O novo jeito de fazer gestão de tráfego: gestor estratégista	23
Os dois gigantes do tráfego pago: facebook ads e google ads	24
Como anunciar no facebook ads	27
Como anunciar no instagram ads	32
Como anunciar no google ads	33
Como anunciar no youtube	35
A arte de criar anúncios persuasivos: copywriting aplicada	36
O segredo das vendas na internet: funis de vendas	41
Estratégia fast money (para vender já na primeira semana)	43
Como crescer o instagram com tráfego pago e fazer vendas no insta	47
Conclusão	50

INTRODUÇÃO

Que bom que você chegou! Esse pequeno ebook tem como objetivo descomplicar o tráfego pago pra você. E mais do que isso, te ensinar a usar o poder dele em negócios digitais.

Você até pode estar se perguntando **"Ah ta, quem é ele para me prometer isso?"**.

Bom, vamos lá então...

Meu nome é Douglas Castro e já sou estrategista digital há mais de 6 anos. Antes de entrar para o mercado digital, eu trabalhava num dos maiores bancos da América Latina como gerente de empresas. A verdade é que eu estava cansado daquela rotina maluca de banco e resolvi pedir as contas.

Tentei a vida em Portugal, mas não deu certo. E logo depois, quando voltei, conheci o Alex Vargas e desde então, trabalhamos juntos.

Hoje nós temos uma empresa que fatura mais de 6 dígitos todo mês com infoprodutos.

Já investimos mais de 10 milhões em tráfego para nossos produtos e já faturamos mais de 50 milhões...

Mas o que isso importa, de fato? Nada... É só para te mostrar que você pode confiar que você vai sair desse ebook sabendo fazer tráfego para qualquer negócio digital. Beleza?

QUER GANHAR ATÉ 10X MAIS DO QUE UM GESTOR DE TRÁFEGO COMUM?

Eu sei, talvez você tenha vindo direto para esse capítulo...
Afinal, essa oferta está praticamente irresistível, não é mesmo?

A primeira coisa que você tem que saber é que quem ganha mais, faz mais. Como diria o Tio Ben: **"Com grandes poderes, vem grandes responsabilidades"**.

A questão é que você precisa se preparar para ganhar mais. Você precisa ser o cara que seu cliente vai confiar 100%, e não só a pessoa que vai rodar um anúncio no Facebook.

O gestor estratégista é caracterizado por assumir responsabilidades e riscos que tecnicamente não são dele, e falar: eu vou dar conta de resolver isso.

E acredite você ou não: isso tem um valor inestimável no mundo profissional. Até mais do que o cara que sabe muita técnica, mas faz **"só o combinado"**.

Só que você precisa se preparar, psicologicamente, tecnicamente e teoricamente para ser esse profissional valorizado.

E é justamente pra isso que eu e o Alex Vargas lançamos o Método Turbo Tráfego, uma formação completa em tráfego, copy e funil de vendas.

Lá dentro você vai descobrir e aprender tudo o que um gestor estratégista precisa para se destacar diante de tanta concorrência.

Desde campanhas de crescimento de rede social, até funis de venda completos que funcionam para qualquer negócio.

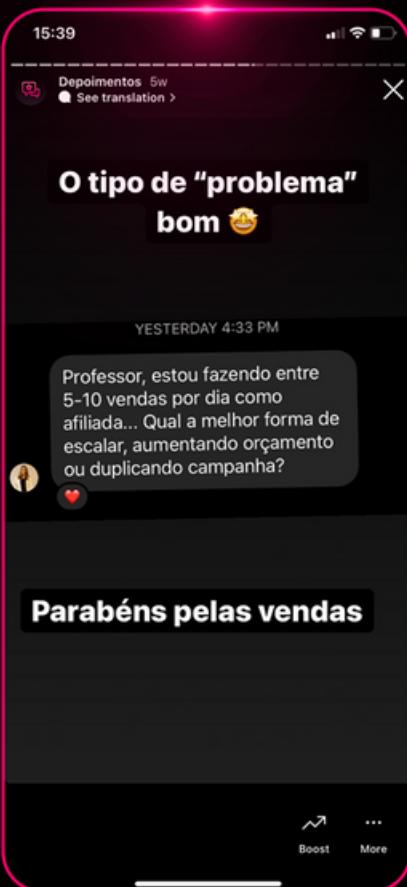
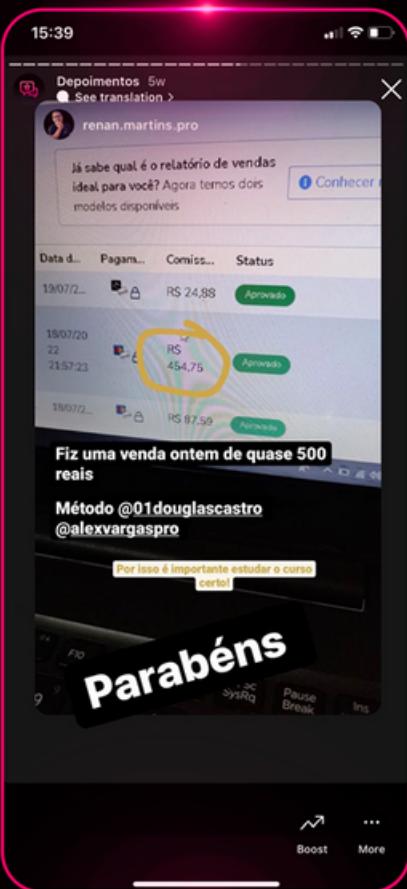
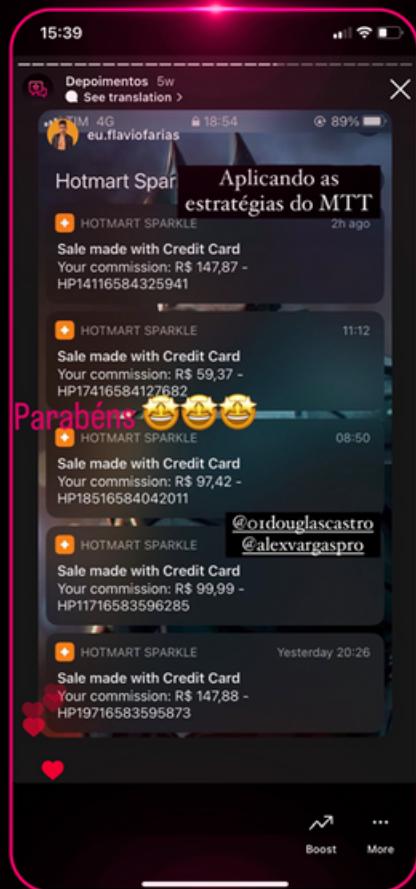
Copy aplicada, gestão de tráfego para negócios locais, funis de e-mail, e muito mais...

Eu te garanto que você nunca viu algo tão completo assim no mercado!



Eu te garanto que você nunca viu algo tão completo assim no mercado!

Veja alguns resultados dos alunos do Método Turbo Tráfego:



Seja você, o próximo a postar seus resultados a partir das estratégias do Método Turbo Tráfego.

Clique aqui e conheça a formação mais completa em Tráfego, Copy e Funil de Vendas da Internet!

O MODELO DE NEGÓCIOS QUE ESTÁ MUDANDO TUDO: NEGÓCIOS DIGITAIS

Quantas vezes você já ouviu alguém falando:
"A pandemia deu um boom na internet"?

Aposto que, pelo menos umas 10x kkkkk

Mas isso é a pura verdade. Antes da pandemia, as empresas focavam muito no offline (tv, rádio, revista, jornal).

Quando tudo fechou, não tivemos nenhuma opção a não ser a internet, por isso os negócios físicos se digitalizaram, e os negócios digitais ficaram ainda maiores.

Mas porque esse modelo de negócios é tão bom?

Vamos começar pelo baixo custo. Para montar um negócio digital você só precisa de um computador e conexão à internet, mais nada.

Para começar um negócio físico, você precisa alugar um local, contratar funcionários, comprar estoque, olhe o custo disso...

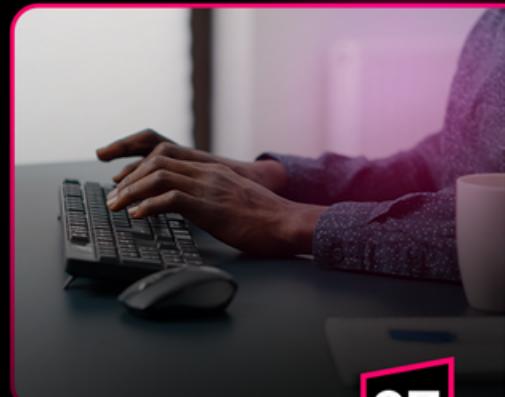
Uma outra coisa bacana é que você pode tocar um negócio digital de qualquer lugar. Já o físico, precisa ir no local sempre.

Quer mais um ponto para o negócio digital? Margens altíssimas.

Geralmente o negócio digital trabalha com produtos digitais, os quais quase não possuem custo de venda. Já o negócio físico...

Está entendendo "o lance"? Ter um negócio digital é lucrativo, fácil e muito prazeroso, porque além disso tudo, você tem a liberdade de fazer seu próprio horário.

O negócio digital é sustentado pelo tráfego pago e também pelo orgânico, é por isso que vamos entender esses dois conceitos no próximo capítulo.



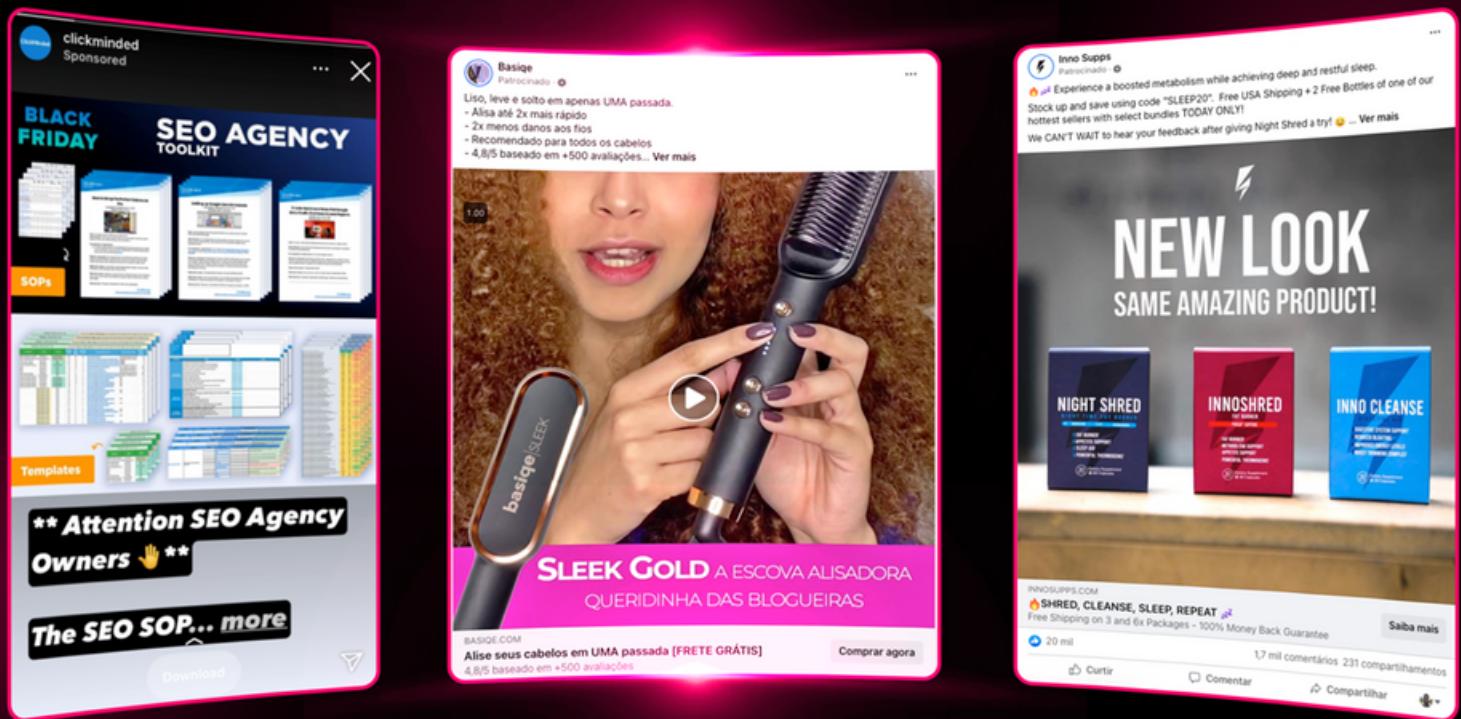
TRÁFEGO PAGO X TRÁFEGO ORGÂNICO

O tráfego pago, como o próprio nome diz, é aquele que você paga para conseguir.

(lembre que tráfego é o fluxo de pessoas que vão para algum lugar na internet. Ex. do instagram para um site)

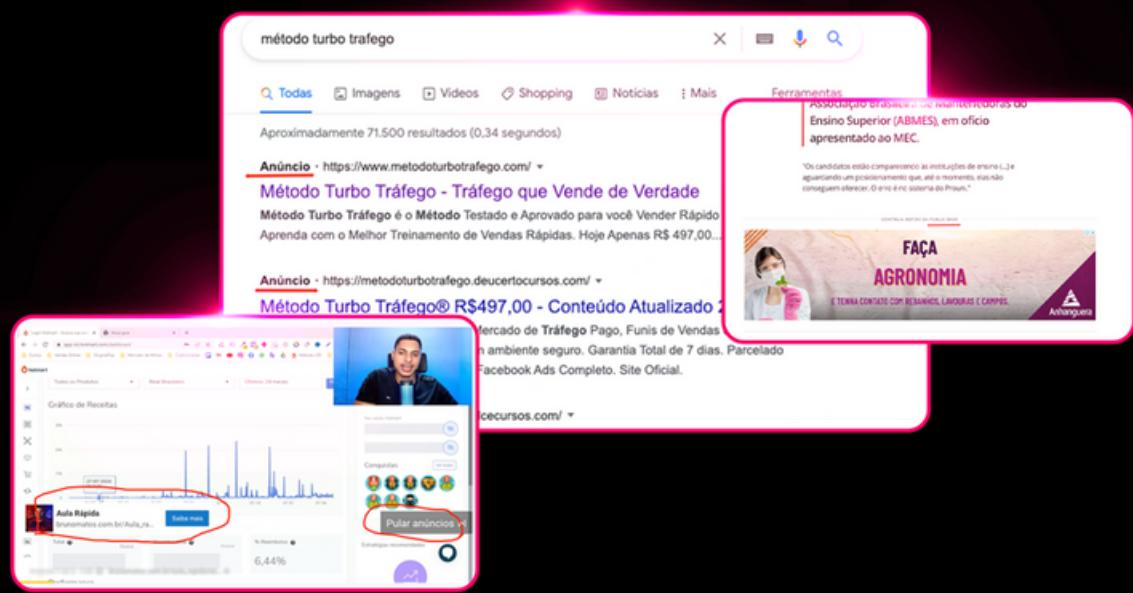
Você tem várias formas de pagar para conseguir esse tráfego, mas as principais formas são:

Facebook Ads/Instagram Ads: são os anúncios que rodam no facebook e no instagram, como esses:



Viu? Todos possuem o "patrocinado" escrito em cima, mas parecem posts normais. Essa é uma das formas mais efetivas de "comprar" tráfego.

Google Ads/Youtube Ads: são os anúncios que rodam na rede de pesquisa do Google, nos sites, e aqueles chatos dos inícios dos vídeos no Youtube. **Veja:**



Mas apesar de serem meio chatinhos, junto com o Facebook e o Instagram, o Google e o Youtube são os melhores lugares para anunciar. Vendemos muito por lá também.

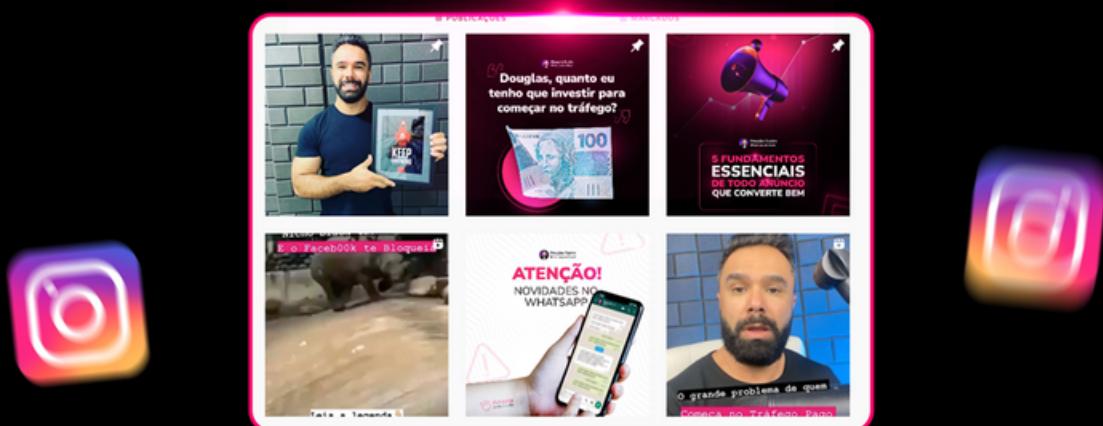
Existem outros tipos de anúncio, como por exemplo, os Native Ads. Mas não usamos esses, então vamos nos ater somente aos principais, e que funcionam para nós.

Se a gente pudesse resumir tráfego pago em uma palavra, **seria:** anúncios.

Mas e o orgânico?

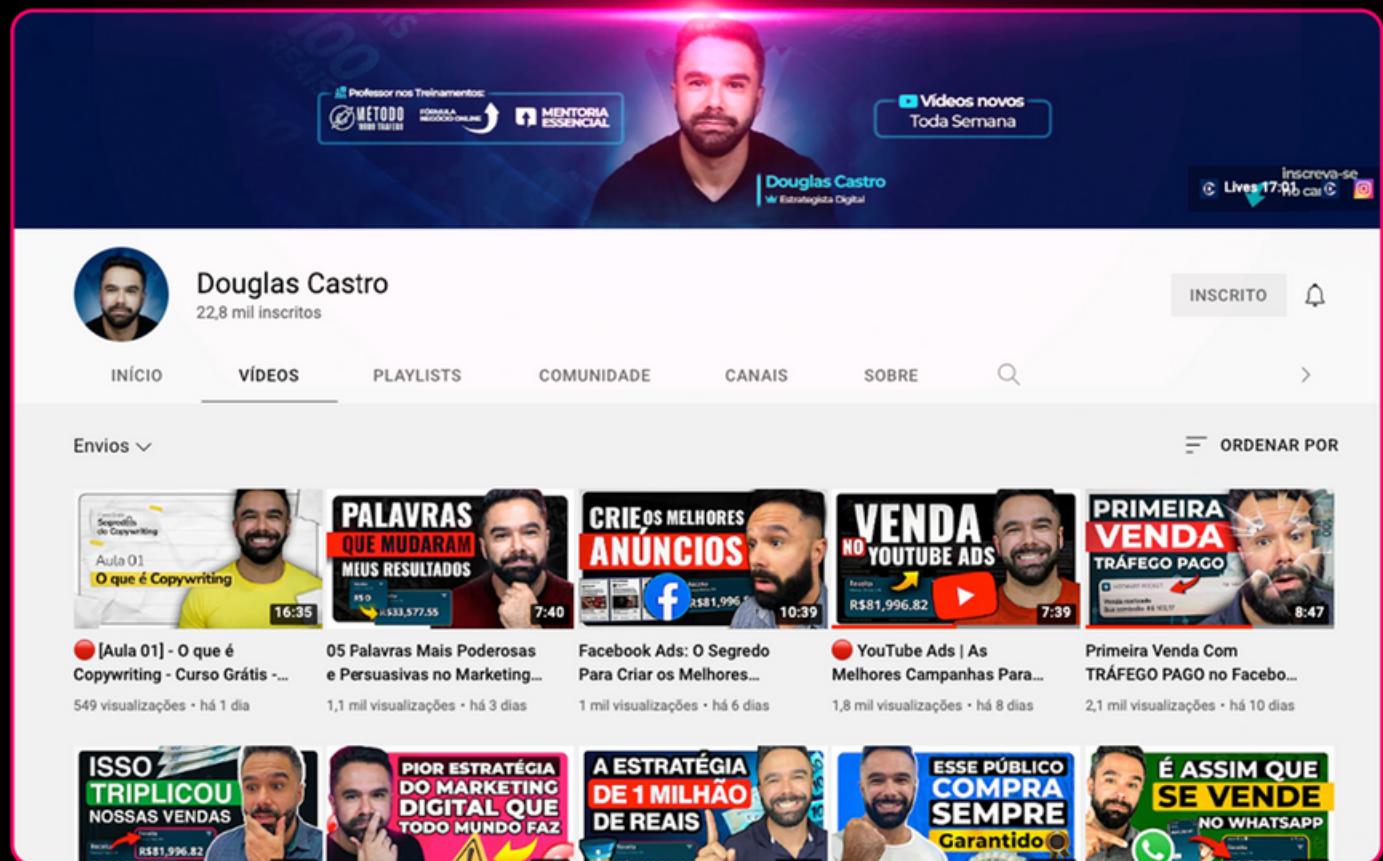
Bom, o tráfego orgânico é aquele que a gente consegue através da produção de conteúdo. **Por exemplo:**

No Instagram, eu produzo conteúdo para atrair pessoas que tem interesse em tráfego pago:



Esses posts aparecem naquela aba **"explorar"** e a partir daí, as pessoas passam a me seguir lá no Instagram e me acompanhar.

No Youtube, é mais ou menos o mesmo:



Só que lá, ao invés das pessoas me acharem na aba "explorar", eles pesquisam sobre um conteúdo e acham meus vídeos. Também é uma ótima forma de conseguir tráfego.

E por que o tráfego é tão importante assim?

Simples, sem tráfego não existem vendas, não existe negócio, não existe nada. Eu, sinceramente, considero o tráfego pago bem mais poderoso e mais rápido. Por isso vamos focar nele aqui nesse ebook.

A MÁGICA DOS PRODUTOS DIGITAIS DE TRANSFORMAÇÃO

O objetivo do tráfego, independente se é pago ou orgânico, é a venda.

Claro que existem anúncios que apenas reforçam a marca de uma empresa, mas o que importa, no final, é a venda.

E, na internet, você pode vender praticamente tudo. **Veja só:**

Produtos físicos: geladeira, tênis, roupa, carro, ar condicionado, cápsula de emagrecimento...

Serviços: manutenção de ar, aula de violão, serviço de social media...

Produtos digitais: cursos, ebooks, seminários online, ferramentas online...

Dá para dizer que as possibilidades são praticamente infinitas. Mas para descomplicar o tráfego pago é preciso ter foco em um tipo de produto só.

E nesse ebook vamos trabalhar em cima de um tipo muito específico: os produtos de transformação.

Como o próprio nome diz, são produtos que produzem algum tipo de mudança na vida da pessoa que consome aquele produto. **Por exemplo:**

Cápsulas: emagrecimento, crescimento capilar, etc...

Cursos: que ensinam a ganhar dinheiro na internet, que passam alguma dieta, que ajudam em algum tipo de relacionamento, etc.

Todos esses produtos são muito procurados na Internet, e por causarem uma verdadeira transformação na vida de quem consome o conteúdo e aplica, são produtos muito lucrativos. Principalmente quando falamos de cursos online, que não tem nenhum custo por cada unidade vendida.

Esse ebook também é um produto de transformação. Meu objetivo com ele, é que você possa aprender mais sobre tráfego pago e como aplicá-lo em seus negócios.

Agora você já sabe: o melhor tipo de produto para obter alto lucro no mercado digital é o produto de transformação.

O PROCESSO DE VENDAS DOS PRODUTOS DIGITAIS

Vamos falar sobre como acontece a venda de um produto digital (ou qualquer outro). E para isso, vamos fazer uma analogia com uma linha do tempo, onde o começo é quando o cliente ainda nem sabe que precisa de alguma coisa e o final, é quando ele compra um produto.



Inconsciente: é quando o futuro cliente nem sabe que está com algum problema e você o alerta com um anúncio.

Ex.: "Ei, você gostaria de aprender uma nova profissão que te paga até 10x mais que o mercado tradicional, e ainda te permite trabalhar no conforto da sua casa?"

Pronto, você despertou o cliente para um problema/desejo que a pessoa nem sabia que tinha.

Consciente do problema: agora seu futuro cliente já sabe que ele precisa/quer aprender essa nova profissão, mas ele não sabe como. Chegou a hora de apresentar uma solução perfeita para essa pessoa.

Ex.: "Eu preparei um aulão gratuito para te explicar tudo sobre a profissão de Gestor de Tráfego, que é aquela que mais cresce no digital e que qualquer pessoa pode começar do absoluto zero, sem saber nada de internet. É o seu caso? Clique aqui no **"Saiba mais"**".

Consciente da solução: bom, seu futuro cliente se inscreveu no seu aulão e lá dentro você vai explicar tudo sobre a profissão de gestor de tráfego: como começar, como conseguir os primeiros clientes, onde aprender, etc.

Só que no final dessa aula, você vai apresentar o seu produto para o cliente, dizendo que é por meio dele que a pessoa vai ter o método completo para se tornar um gestor de tráfego e conseguir viver apenas disso, e viver muito bem, com liberdade, etc.

Consciente do produto: agora a pessoa já sabe do seu produto, mas ainda não comprou, ela está esperando uma oferta melhor.

É nessa hora que você vai impactar a pessoa com anúncios de depoimentos de pessoas que já tiveram sucesso com seu treinamento, vai falar sobre a garantia, vai explicar como funciona o curso por dentro... **Aí você faz uma chamada para ela finalmente comprar e virar sua cliente.**

É assim que acontece em todos os mercados, com qualquer produto do mundo. Você precisa levar a pessoa desde o momento que ela nem sabe que precisa da sua solução, até transformá-la em cliente.

Obviamente, nem todas as pessoas estão ali no primeiro nível, quanto mais avançada ela estiver, mais fácil será essa venda. Porém a quantidade de pessoas diminui conforme você vai avançando no nível de consciência.

No decorrer desse conteúdo, você vai aprender, em detalhes, como atuar em cada nível usando o poder do tráfego pago para isso.



A BASE DA NOSSA ESTRATÉGIA: TRÍADE DIGITAL

O tráfego pago é um dos três pilares que compõem nossa estratégia. Além disso, vamos precisar de copy e funis de venda, e juntos eles formam a Tríade Digital.



Acredito que você já tenha entendido a base do tráfego, que são os anúncios no Facebook, Instagram, Google e Youtube.

A copy é a comunicação, ou seja, a mensagem que você vai passar nos seus posts e claro, nos anúncios.

Ela é fundamental para construir uma narrativa que leve o futuro cliente a fazer o que você deseja.

É muito diferente falar

(I) Compre meu curso porque ele é o melhor
E falar:

(II) Nesse treinamento você vai aprender a profissão mais querida do mercado digital

No segundo exemplo, a comunicação está mais persuasiva. Isso é copy eficiente.

Já os funis são as estruturas onde você aplica o tráfego e a copy. Vou te dar o exemplo de alguns funis.

Funil de tráfego direto: é quando você faz um anúncio que leva a pessoa direto para a página de vendas do produto.



Funil de whatsapp: é quando você faz um anúncio que leva a pessoa a conversar contigo no whatsapp, para a partir daí, você fazer uma venda.



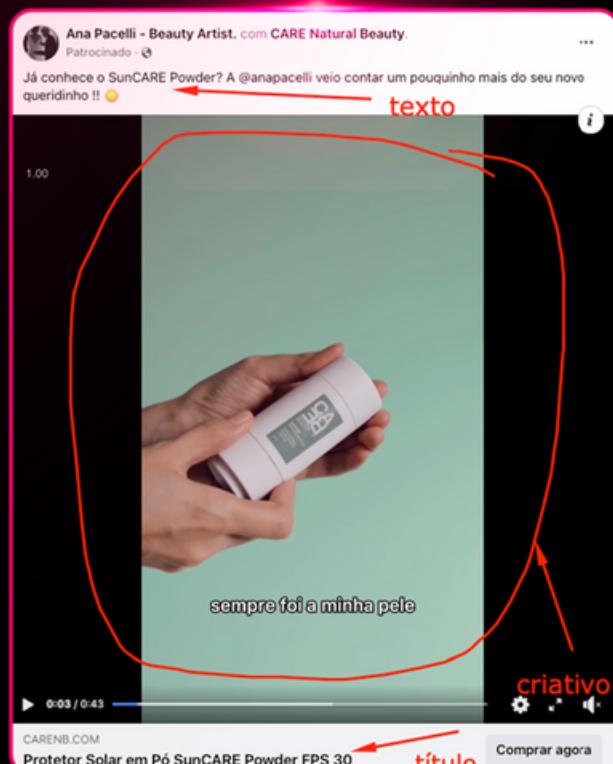
Funil de e-mail: mesma lógica, só que mandando a pessoa para uma sequência de e-mails que tem como objetivo a venda de um produto.

Essas estruturas se chamam e-mail porque, naturalmente, entram muitas pessoas e poucas acabam comprando. É assim em todo o mercado.

Um pilar não funciona sem o outro. Não adianta ter um funil avançado se não tem pessoas chegando até ele. Da mesma forma que não adianta mandar pessoas desqualificadas para seu funil.

E se sua copy não for boa, você não vai conseguir convencer ninguém a entrar no seu funil ou comprar seu produto.

OS CONCEITOS FUNDAMENTAIS DE MARKETING DIGITAL PARA TER SUCESSO COM TRÁFEGO PAGO



Além da Tríade Digital, você também precisa aprender alguns conceitos essenciais do marketing digital, voltados para o tráfego pago.

Eles vão te ajudar a entender o funcionamento desse mercado como um todo, que é um pouco complexo, mas se você realmente ler tudo o que eu colocar aqui, vai ser moleza.

Copy de anúncio no Facebook Ads

Um anúncio de facebook ou instagram é composto por: título, texto e criativo (imagem ou vídeo).

Tipos de PÚblico

Quente – pessoas que já conhecem a solução e às vezes até o produto. Está pronto para comprar.

Morno – pessoas que já sabem que tem um problema/necessidade e desconfia que existe uma solução.

Frio – pessoas que nem sabem que ainda tem um problema.
Lead

Pode ser traduzido em " contato", porque é quando a pessoa te fornece algum dado dela em troca de receber algo gratuitamente. Pode ser um e-mail, um número de whatsapp.

ROI / ROAS

ROI – É o retorno sobre o investimento total da operação: anúncios, estrutura, impostos, etc

ROAS – Retorno sobre o investimento na rede de anúncios (Facebook ou Google)

Landing Page

É uma página que tem como objetivo levar a pessoa a se inscrever em alguma coisa. Geralmente uma landing page só tem a opção da chamada para a ação, mais nada.



Checkout

É a página de pagamento do produto que você está comprando. Ali você coloca seus dados e finaliza sua inscrição.

Aulão Gratuito

Descubra O Mapa Completo Para Fazer Vendas TODOS OS DIAS Na Internet

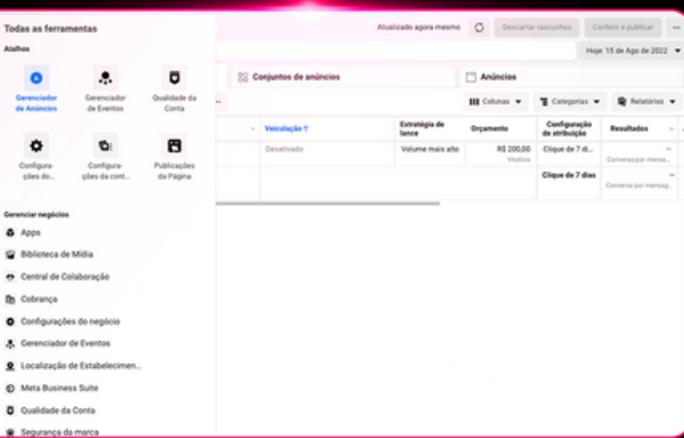
Seja você Afiliado, Produtor, Coprodutor, Dono de PLR, Prestador de Serviços ou até Gestor de Tráfego...

Inscra-se Aqui



Página de vendas

É uma landing page com o objetivo de vender um produto.



BM (Business Manager)

É o lugar onde você gerencia os anúncios do Facebook e do Instagram.

Píxel

É um código que você coloca dentro do site, que informa o comportamento das pessoas que entram nele. Por exemplo: se uma pessoa entra em sua landing page e se inscreve para receber seu material gratuito, o píxel marca.

Entendeu tudo? Espero que sim. No próximo capítulo vamos entrar num ponto onde a maioria dos iniciantes não dá muita bola, mas que pode mudar os resultados de qualquer negócio, desde o começo.

PÚBLICO ALVO X AVATAR: ENCONTRANDO A PESSOA QUE VAI COMPRAR DE VOCÊ

Como você já viu antes, a Tríade Digital é a base para uma venda na Internet. Só que acima dela existe algo ainda mais importante: o grupo de pessoas que você vai atingir.

Não adianta ser o melhor copywriter, o melhor gestor de tráfego, o melhor estrategista digital, se você não atingir o público certo, seu negócio irá fracassar. Vamos começar da base então!

Público-alvo é um conjunto de pessoas com características semelhantes e que têm um mesmo interesse.

Exemplo: Mulheres, de 30 a 40 anos, com ensino superior completo, que moram em São Paulo, casadas, que estão com sobre peso e querem emagrecer. Já o avatar (ou persona) é a personificação desse público alvo, ou seja, você pega todas essas características e coloca numa pessoa fictícia.

Exemplo: Regina tem 35 anos, é formada em administração, mora na cidade de Santos, é casada com Márcio e precisa emagrecer, mas não tem tempo de ir à academia.

Definir esses 2 conceitos é fundamental para seus anúncios, já que você pode fazer várias segmentações importantes. E também para sua copy, porque falar com uma mulher de 35 anos e uma de 60 é totalmente diferente, por isso você precisa saber para quem está falando.

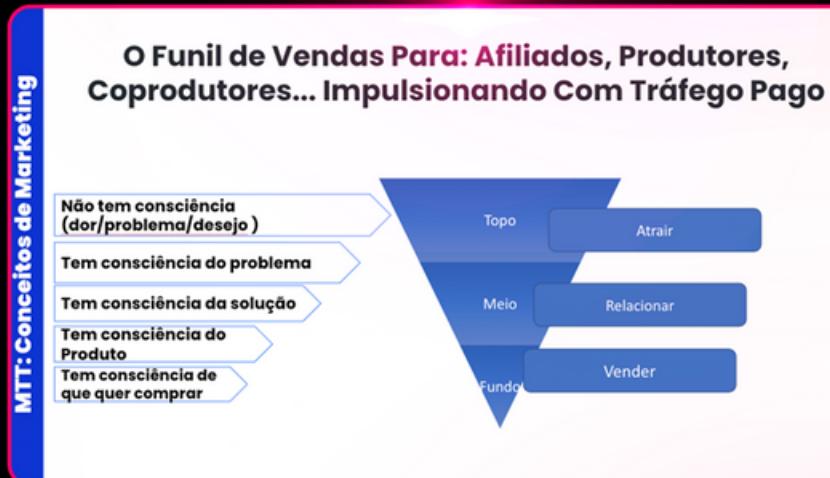
Como você é iniciante, talvez não tenha muita noção de como definir seu público alvo e seu avatar, nesse caso sugiro que você faça uma pesquisa em seus concorrentes para entender mais ou menos qual o tipo de público daquela pessoa.

É melhor conhecer um pouco sobre seu público alvo, do que não conhecer nada.



A JORNADA DE CONSCIENTIZAÇÃO DE COMPRA

Já entendemos um pouco sobre as fases de conscientização. Agora eu quero te mostrar esse conceito aplicado ao tráfego pago, numa espécie de mapa mental



Aqui você pode observar cada uma daquelas fases até o processo de compra: inconsciente, consciente do problema, etc.

Só que agora temos um ponto a mais, que são os conceitos de Atrair, Relacionar, e Vender.

Como você pode ver no mapa, em cada fase você precisa realizar uma dessas 3 ações. Mas agora vem a pergunta:
Como atrair? Como relacionar? Como vender?

É aí que chegamos no nosso segundo mapa.



Agora tudo ficou mais claro, né? Pode ver que cada fase exige um tipo de conteúdo diferente, inclusive anúncios diferentes.

Com certeza passou pela sua cabeça o nível de dificuldade para fazer cada uma dessas coisinhas. Mas não se preocupe, é o que vamos ver nos próximos capítulos.

TENDÊNCIAS NO TRÁFEGO PAGO PARA OS PRÓXIMOS ANOS

**Pandemia... Aumento do número de anunciantes...
Custos cada vez mais altos...**

Como será o futuro do tráfego pago? Meu objetivo neste capítulo não é trazer nenhuma previsão, mas a minha opinião para você atingir seu público com mais força, e assim, baixar seus custos e melhorar suas conversões.

Eu nunca defendi que uma pessoa deveria manter sua fonte de renda sustentada por apenas um pilar, como por exemplo, anúncios do Facebook.

Isso é extremamente irresponsável, porque basta um bloqueio e pronto! Já era sua fonte de renda.

Mas agora, além da proteção, estar presente em mais de uma rede pode diminuir os custos dos seus anúncios.

Imagine que seu concorrente faz anúncios no Instagram, tem perfil ativo e ainda faz remarketing no Google...

**Por outro lado, você só trabalha fazendo posts no instagram.
Quem você acha que alcança mais pessoas com mais facilidade?...**

Seja seu concorrente, esteja no máximo de plataformas que você conseguir, cerque seu futuro cliente.

Quanto mais ele te vê, maior será sua autoridade. Essa prática de estar em vários canais de contato se chama **omnichannel**.

Se você juntar isso com a **Tríade Digital** é praticamente impossível não ter sucesso no tráfego pago.



OS MODELOS DIGITAIS QUE MAIS VÃO CRESCER COM TRÁFEGO PAGO

Antes de começarmos a falar sobre os modelos em si, saiba de uma coisa: o tráfego pago é essencial para o crescimento de qualquer tipo de negócio, seja ele digital ou físico.

Estamos focando nos digitais porque é a minha maior expertise. Vamos então aos melhores modelos do digital

Afiliado

É a forma mais simples de começar no digital. E com o tráfego pago, é possível vender até no mesmo dia que você começa.

Vale muito a pena pela facilidade, e com certeza é um modelo que tende a crescer muito nos próximos anos.

Produtor/Expert

Um dos profissionais mais conhecidos do digital. É o que possui um conhecimento e decide passá-lo na forma de produto, em sua maioria, digital.

O mais legal é que praticamente qualquer profissional consegue virar um expert, por isso, é um modelo que também vai crescer demais.

PLR

É como um produtor, só que nesse caso você não precisa criar um produto do absoluto zero. PLR significa Private Label Rights, que quer dizer Produtos com Direito de Revenda.

Nesse modelo você comprar produtos americanos (ebooks) e pode revender esses produtos aqui, depois de traduzir e adaptar.

O grande lance desse modelo é criar bons produtos, que realmente vão fazer a diferença na vida de quem comprar. E a copy é um ponto fundamental para o sucesso como dono de PLRs.

É um modelo muito em alta que tende a crescer demais nos próximos meses.



Coprodução

Se você "manja" de marketing digital mas não tem ou não quer aparecer, que tal ser o coprodutor de alguém?

O coprodutor é o cara que cuida de todo o marketing de um expert, enquanto o expert foca apenas na produção de conteúdo e gravação das aulas.

É um modelo de negócios muito rentável, e com o aumento das pessoas querendo ir para o digital, a profissão vai crescer demais.

Gestão de Tráfego

Gestor de tráfego é o profissional raiz que cuida dos anúncios de um negócio digital ou físico, seja o próprio ou de seus clientes.

É a profissão mais cobiçada do digital, e uma das que mais ganham também. Se quiser aprender o passo a passo para ser um gestor de tráfego completo [CLIQUE AQUI.](#)

Agência para Negócios Locais

Quando se fala em agência, dá a impressão de que é algo muito grande, né? Mas a verdade é que isso é só um nome bonito para gerar mais autoridade. Isso porque um negócio local, geralmente, precisa apenas de um gestor de tráfego para melhorar seus resultados na internet.

E fazer a gestão de anúncios de uma loja física é uma das coisas mais fáceis que tem. Cada vez mais empresas estão buscando entrar para o digital, é a grande chance de quem conhece um pouco sobre tráfego pago!

E aí, gostou de algum desses modelos? Qual você escolheria para atuar?

O NOVO JEITO DE FAZER GESTÃO DE TRÁFEGO: GESTOR ESTRATEGISTA

Até 2020 era totalmente possível ganhar muito, muito bem como um gestor de tráfego comum, aquele famoso apertador de botões.

Mas aí veio a pandemia, e depois disso, mais clientes chegaram e mais empresas passaram a precisar de um profissional de tráfego qualificado.

Foi aí que a demanda pelo gestor estrategista aumentou. O gestor estrategista é aquele que sabe tráfego, mas também entende de copywriting e funis de venda. Para ser mais direto, é o profissional que oferece uma solução completa para seus clientes.

Se você oferece uma solução mais completa, seu trabalho vale mais.

É nesse profissional que eu acredito, e é nesse profissional, que tem um valor de mercado muito maior, que eu vou te transformar.



OS DOIS GIGANTES DO TRÁFEGO PAGO: FACEBOOK ADS E GOOGLE ADS

Vamos falar dos maiores espaços para anunciantes então?

O facebook é um monstro. São 116 milhões de usuários ativos no Facebook e 122 milhões no Instagram.

Olha quanta gente que você poderia estar impactando, mas não está. Nesse momento vários concorrentes estão vendendo livremente com anúncios e você está aí "comendo mosca".

Você, como gestor de tráfego, deve estar no mesmo lugar onde o público está, e estar no Facebook e no Instagram é obrigatório.

Ainda mais pelo fato de que o Whatsapp também faz parte do Facebook, o que torna a rede ainda mais poderosa. Anúncios feitos no instagram que levam a pessoa para uma conversa no whatsapp costumam funcionar muito bem!

O outro gigante é o Google Ads. Estima-se que o Brasil seja o segundo país que mais faz pesquisas no Google, perdendo apenas da Índia!



The screenshot shows a news article from Tecmundo. The header reads "Brasil é o 2º país que mais gera tráfego de buscas no Google". The article was published on 18/03/2021 at 18:00 and has a reading time of 1 minute. The main image is a close-up of a computer screen displaying the Google logo. On the left, there is a "COMPARTILHE" button with icons for social media sharing.

E ainda tem o Youtube... Que é a maior rede de vídeos do mundo. E não se engane, o brasileiro usa muito o youtube, principalmente, para "aprender coisas".

Minha mãe, por exemplo, vive pesquisando vídeos de crochê no Youtube. Eu tenho certeza que você já tentou resolver algum problema no seu computador por um vídeo do Youtube.

E durante a pandemia aconteceu mais um advento, chamado "podcasts". Isso explodiu o Youtube no Brasil num período muito curto de tempo. O que deu muito espaço para novos anunciantes.

1) Rede de pesquisa

Google search results for "método turbo tráfego":

- Anúncio** · <https://www.metodoturbotrafego.com/> - Método Turbo Tráfego - Curso Focado em Resultados
- Anúncio** · <https://metodoturbotrafego.dccursos.com/> - Método Turbo Tráfego® R\$497,00 - Tendências Tráfego Pago...
- Anúncio** · <https://metodoturbotrafego.deucertocursos.com/> - Método Turbo Tráfego® R\$497,00 - De R\$797,00 por R\$497,00
- Anúncio** · <https://www.rejanebrum.com/saiba-mais/inscreva-se/> - Método Turbo Tráfego - Curso Alex Vargas - rejanebrum.com

2) Rede de display (sites)

Advertisement for Adobe Stock:

Metaverse Mix Collection do Adobe Stock

Bote para quebrar com gravações chamativas.

Baixe grátis

The ad features a 3D green digital head and a grid of t-shirts.

3) Youtube

YouTube video player showing a video of a man with a beard and glasses. The video has a caption in Portuguese:

negócio Online, eu preparei pra você oportunidade única. Eu

Annotations:

- A red arrow points to a "Saiba Mais" button at the bottom of the video player.
- A red arrow points to a "Pular anúncios" button at the bottom right of the video player.

Não tem jeito, **99%** das pessoas na internet usam alguma ferramenta do Google todo santo dia.

Imagine que antigamente os anúncios eram as vitrines das lojas, e que os possíveis clientes só passavam uma vez em frente ao seu estabelecimento.

Hoje as pessoas visitam as redes sociais, o Google e o Youtube todo santo dia.

Não é à toa que todas as empresas passaram a querer anunciar na Internet.

As 10 redes sociais mais usadas no Brasil em 2022 são:

- 1. WhatsApp (165 mi)**
- 2. YouTube (138 mi)**
- 3. Instagram (122 mi)**
- 4. Facebook (116 mi)**

Imagina que grande parte desse tráfego são pessoas que poderiam estar sendo impactadas pelos seus anúncios todos os dias, e por isso, comprando seus produtos.

O mercado é unânime: O Facebook e o Google são redes de anúncios obrigatórias para todo tipo de negócio, seja ele grande ou pequeno.

COMO ANUNCIAR NO FACEBOOK ADS

Agora chega de teoria, vamos passar para a parte prática de anunciar no Facebook Ads.

É óbvio que não dá para mostrar todo o passo a passo, já que esse material é um ebook e o gerenciador de anúncios é enorme.

Por isso, eu vou deixar uma série de aulas te ensinando cada detalhezinho do Facebook Ads, desde o zero. Fique tranquilo, as aulas são grátis! Para assistir Clique Aqui.

Mas vamos lá...

A primeira coisa que você vai precisar fazer antes de começar a anunciar é ter uma página e um perfil.

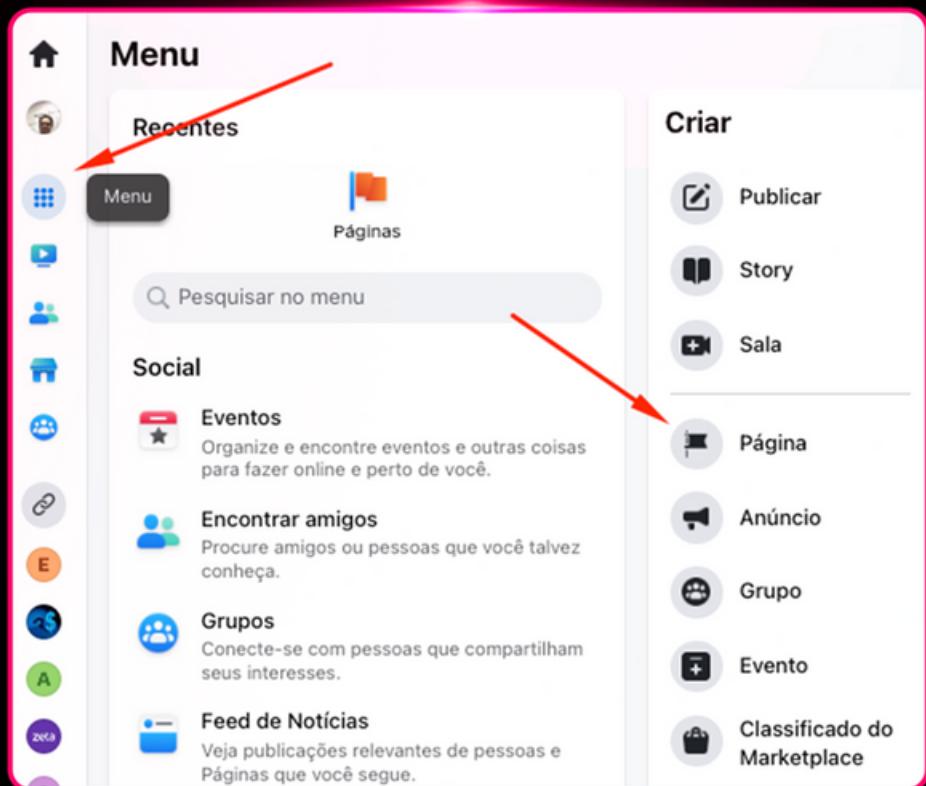
O ideal é que esse perfil já esteja aquecido, ou seja, já seja usado por um longo tempo no Facebook.

Isso impede que os anunciantes criem novos perfis apenas para anunciar, ou seja, para colocar os anúncios no ar você precisa ser uma "pessoa real".



**Com o perfil
em mãos,
o primeiro
passo é criar
uma página.**

**Pra isso é
só clicar
nessa opção:**



Você vai criar a página de forma completa: colocar nome, foto, preencher todas as informações...

Depois, você vai precisar aquecer essa página com algumas postagens no orgânico. Um post por dia está excelente.

Seria ideal que você pedisse para seus amigos e familiares seguirem a página também, isso ajuda a reconhecer aquela página como real e não como "página fantasma".

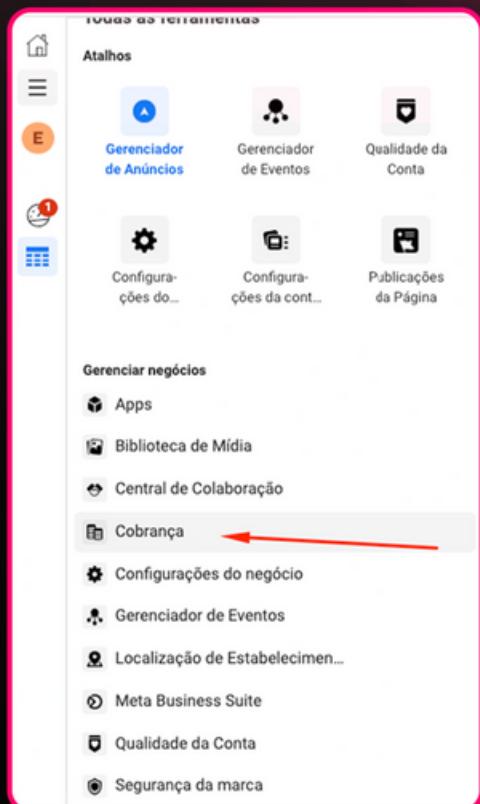
Esquentou a página por umas 3 semanas, aí sim você vai criar o BM.

Para isso, você acessa <https://business.facebook.com/create> e segue o passo a passo da plataforma.

O Facebook também vai pedir alguns dados básicos. Um detalhe importante é que se ele perguntar a moeda de cobrança, já aproveita e escolhe o real brasileiro.

Criada a conta, você vai precisar verificar o seu e-mail, isso também é bem tranquilo.

Tudo agora será feito aqui: <https://business.facebook.com/adsmanager>

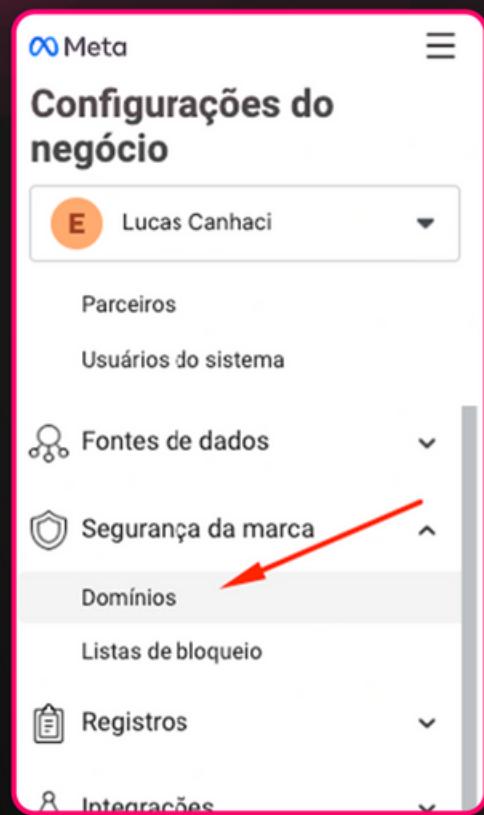


**Logo depois,
sugiro que você
coloque os dados
de pagamento
nessa opção aqui:**

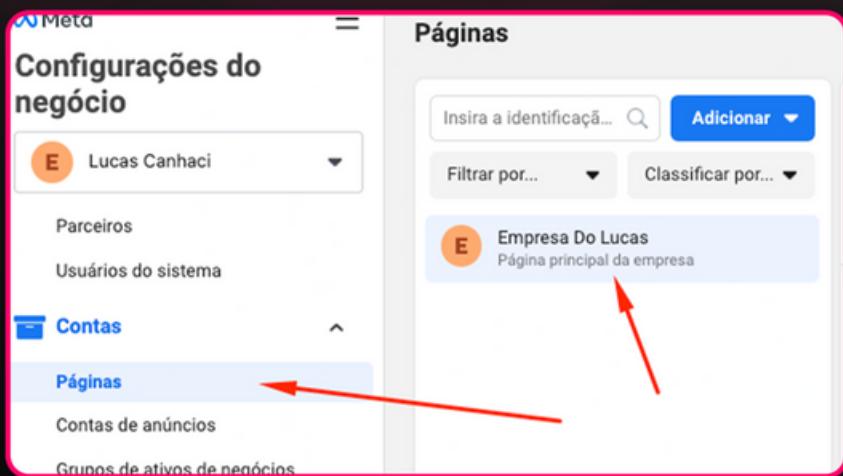
Selecione um cartão de
crédito e pronto.

**Depois, você precisa
verificar seu domínio,
clicando aqui**

Depois é só clicar em "adicionar" e
seguir o passo a passo do
Facebook, que também não tem
nenhum bicho de 7 cabeças.



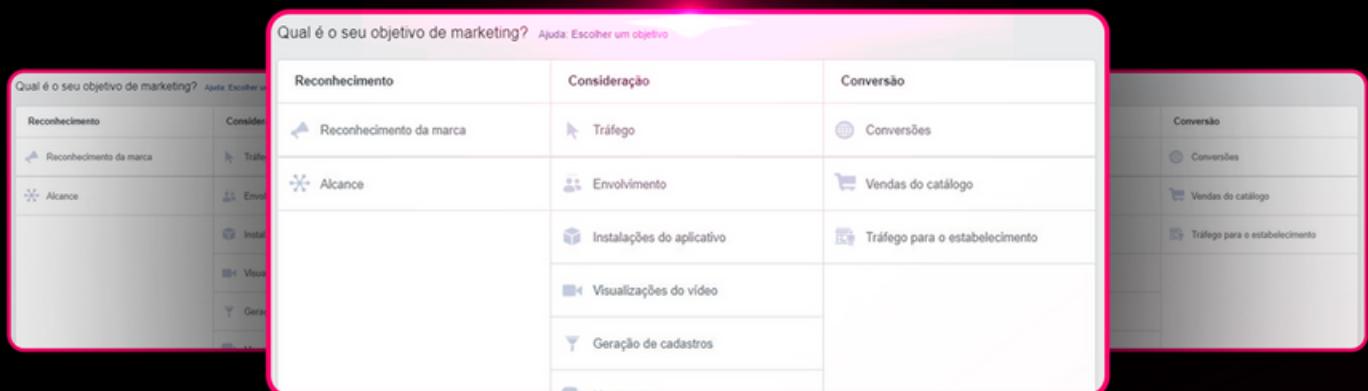
Feito isso, você vai conectar sua página clicando nessa opção:



Para adicionar a conta do Instagram, vale o mesmo caminho. Mas lembre-se que sua conta do Instagram precisa ser do tipo comercial.

Feito isso, você está pronto para anunciar.

A partir daqui, o passo a passo vai depender do seu objetivo, e existem vários dentro do Facebook Ads:



Observe essa imagem e perceba que o Facebook posiciona os objetivos como um funil também.

Primeiro tem a fase de "Reconhecimento" ou "Atração. Depois vem a "Consideração" ou "Relacionamento". E por último, a "Conversão".

Lá na nossa Formação em Tráfego Pago você pode aprender um pouco mais sobre cada objetivo de campanha e como usá-lo para o seu objetivo nesse momento.

Para conhecer o MTT [clique aqui.](#)

Depois de escolher o objetivo da campanha, você vai chegar na parte do conjunto, que é onde você escolhe o público que vai ser impactado pela sua campanha.

E aí você vai cair numa parte muito importante que é o de escolher os dados demográficos e os interesses do seu público.

Lembra que eu falei do público alvo e do avatar lá trás? É aqui, na hora de escolher os conjuntos, que você vai definir a idade, o gênero, onde mora, os interesses...

A melhor parte é que o Facebook tem milhões de interesses e comportamentos que você pode selecionar para segmentar melhor os seus anúncios.

Você pode, por exemplo, escolher mostrar seus anúncios para homens, que moram nas 5 maiores capitais do Brasil, **que ganham mais de 3 salários mínimos e têm interesse em investimentos.**

Pense na qualidade desse público para um produto que ensina sobre finanças...

Outra coisa importante que você deve definir na fase dos conjuntos é o posicionamento dos anúncios, **que são vários:** feed do Instagram, feed do Facebook, story do Instagram, story do Facebook, messenger, e outros...

Cada formato de anúncio serve para um posicionamento, porém o Facebook está tão inteligente que, dependendo do formato do seu criativo, ele adapta para vários posicionamentos.

E por último, você coloca os anúncios em cada conjunto. O ideal é já testar uns 3 ou 4 criativos diferentes para ter um parâmetro do que está funcionando mais.

O que tiver o melhor CTA, em uns 4 a 7 dias de campanha, **é o anúncio campeão.**

Essa é a visão geral para anunciar no Facebook. Como disse lá no começo, eu preparei uma playlist completa onde eu mostro o passo a passo na tela, se você quiser aprender, **dá para começar a prestar uns serviços ainda!**



COMO ANUNCIAR NO INSTAGRAM ADS

Como já mencionei, você consegue rodar anúncios dentro do Instagram direto pelo Facebook Ads. Para isso, basta selecionar o posicionamento "Instagram" lá.

Mas existem algumas funções de anúncios que só são possíveis usar dentro do próprio aplicativo do Instagram, olha só...



A função impulsionar é ótima para mostrar aqueles posts que deram certo no orgânico, para mais pessoas! E a melhor parte é que existem vários objetivos do impulsionamento, dentre eles, a função "mais visitas ao perfil", que cria um botão "visitar perfil" quando a pessoa vê o post impulsionado.

Outra função bacana é a de conseguir mais mensagens, usando o impulsionamento direto do Instagram. Nesse caso, a publicação impulsionada vai conter um botão para o cliente te chamar num app de mensagens (Whatsapp ou Direct do Instagram)

COMO ANUNCIAR NO GOOGLE ADS

O Google Ads é bem mais simples que o Facebook. Mas mesmo assim, para passar todo o conhecimento somente com texto, eu teria que te escrever uma bíblia rsrsrs

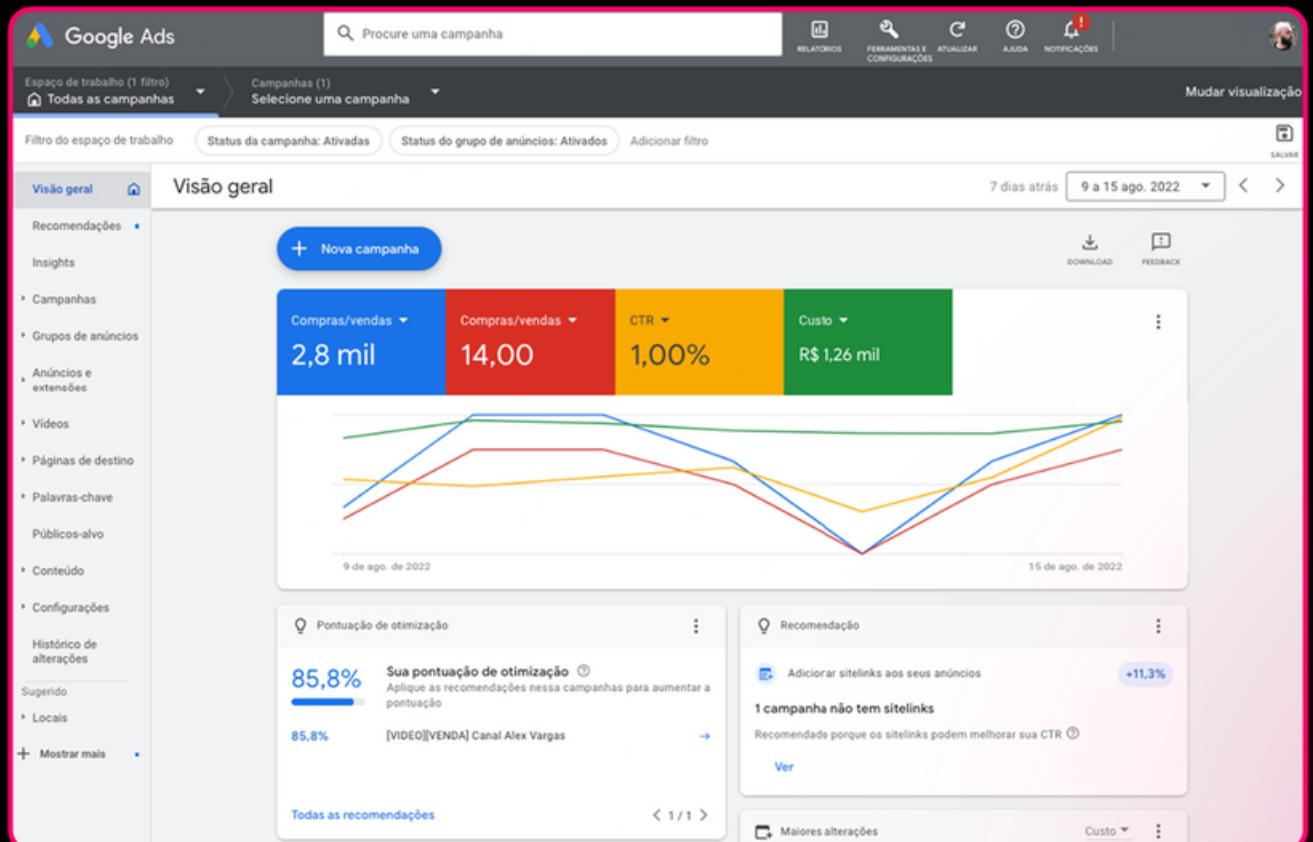
Então eu vou deixar uma sequência de aulas (**gratuita**) para você aprender o passo a passo de anunciar no Google Ads.

Para assistir [Clique Aqui](#)

Nesse capítulo vamos focar mais na rede de pesquisa do Google, que é o mais fácil e qualquer um pode começar.

Para se cadastrar é só https://ads.google.com/intl/pt_BR/home/, clicar em Começar agora e seguir o passo a passo. Não tem nenhuma burocracia.

Depois você vai cair num painel onde você gerencia todas as suas campanhas.

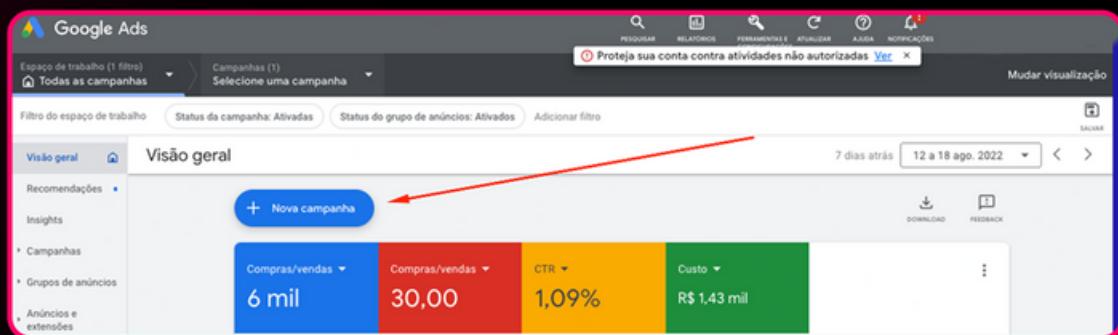


Provavelmente vai te deixar um pouco assustado, mas você não vai usar nem metade de todas as opções. Mas mesmo assim eu recomendo que você explore as ferramentas, leia as explicações do próprio google para se acostumar com a ferramenta.

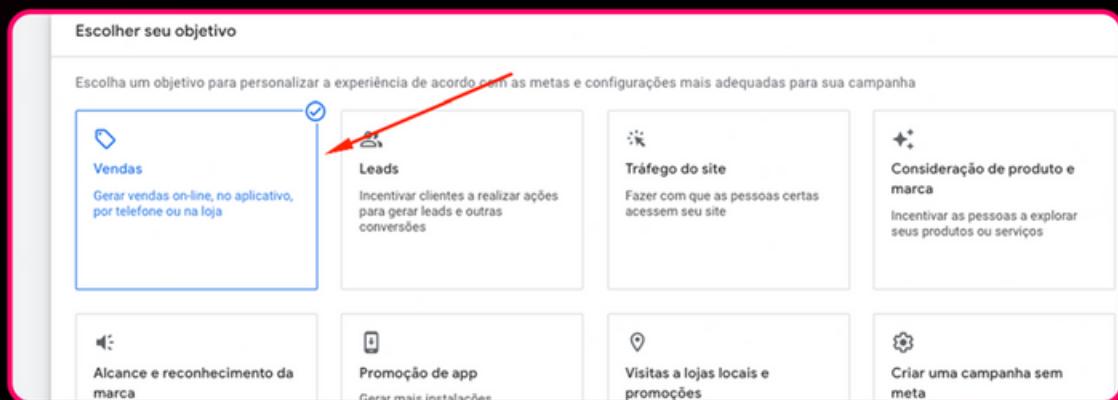
COMO ANUNCIAR NO GOOGLE ADS

Criar uma campanha não é tão complicado, mas você precisa seguir um passo a passo que tem a mesmíssima lógica do

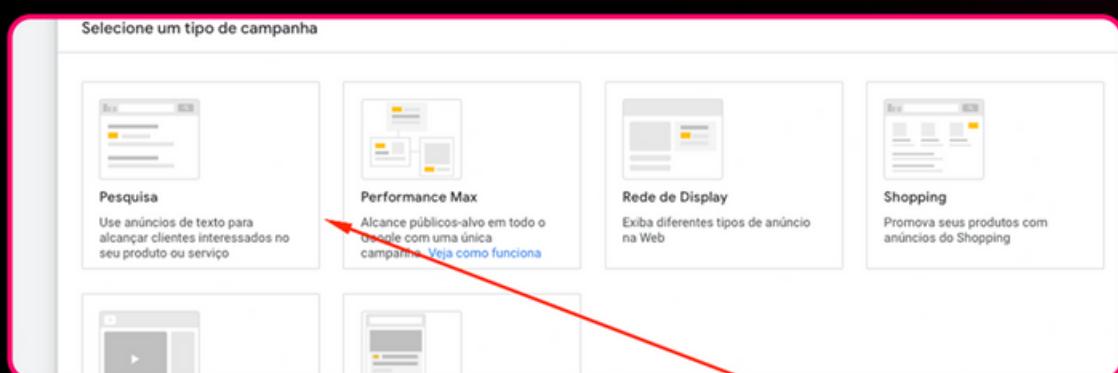
Passo 1 - Vá em "Nova Campanha"



Passo 2 - Clique em "Vendas"



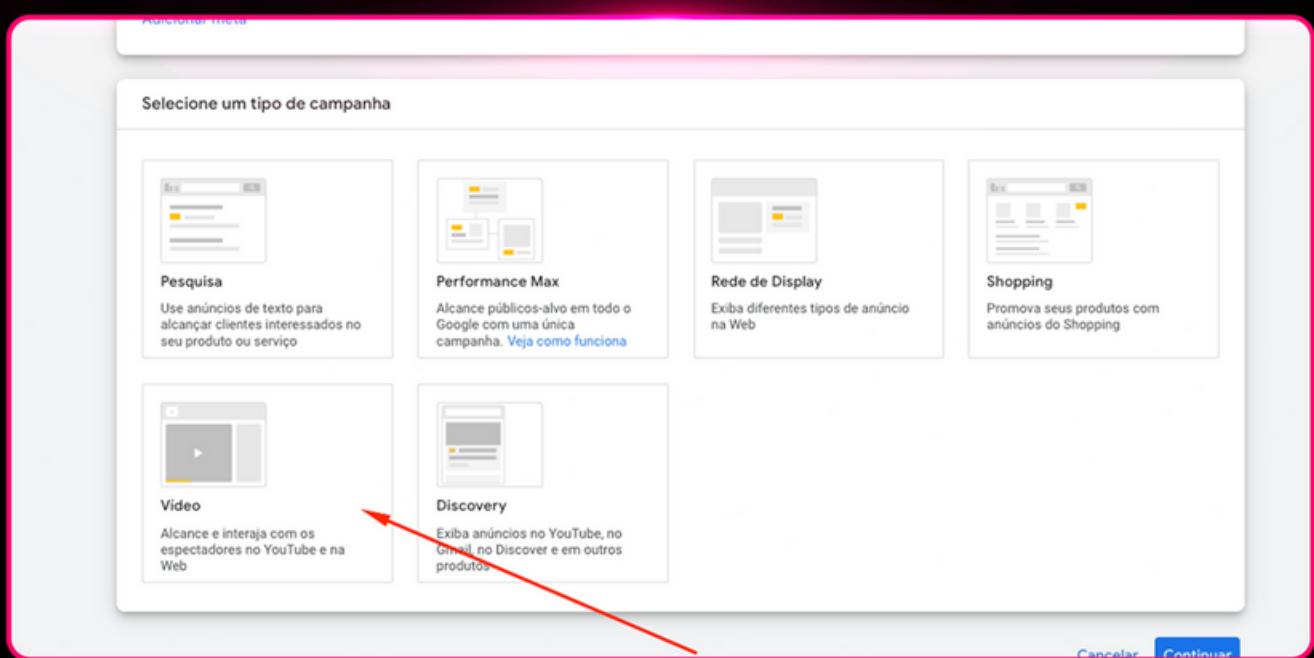
Passo 3 - Clique em "Pesquisa"



Lembrando, eu deixei uma playlist completa de google ads ali em cima para te mostrar tudo na tela, passo a passo. Para entender melhor é só clicar no link que está ali.

COMO ANUNCIAR NO YOUTUBE

Na prática, a campanha será feito no mesmo lugar que aquelas do Google Ads, no mesmo gerenciador. Só que ao invés de escolher a opção "Pesquisa", você vai escolher "Vídeo".



E a partir dali você vai escolher a melhor campanha para seu objetivo. Minha recomendação é que você use o Youtube Ads apenas para "Remarketing" no momento.

Eu também preparei um vídeo especial para te explicar um pouco mais sobre as melhores campanhas do YT para vender em 2022 e 2023, [para assistir CLIQUE AQUI.](#)

A ARTE DE CRIAR ANÚNCIOS PERSUASIVOS: COPYWRITING APLICADA

Chegamos a um pilar da tríade muito importante: a técnica de copy aplicada aos anúncios.

E não existe forma melhor de começar esse capítulo explicando o que é copywriting.

Copywriting é a habilidade de vender usando as palavras, seja em textos, roteiros de vídeos, roteiros de áudios, e etc.

O profissional de copy, chamado copywriter, é a pessoa que cria a comunicação do negócio como um todo.

Ele escreve: anúncios, posts de instagram, e-mails, páginas de venda, páginas de captura, roteiros de vídeos de vendas...

Pode ser que você esteja pensando que é muita coisa para aprender, e realmente é!

Por isso, aqui no ebook vamos focar no que eu chamo de Copywriting Aplicada, a copy para anúncios de qualquer natureza.

Começando pelo facebook.

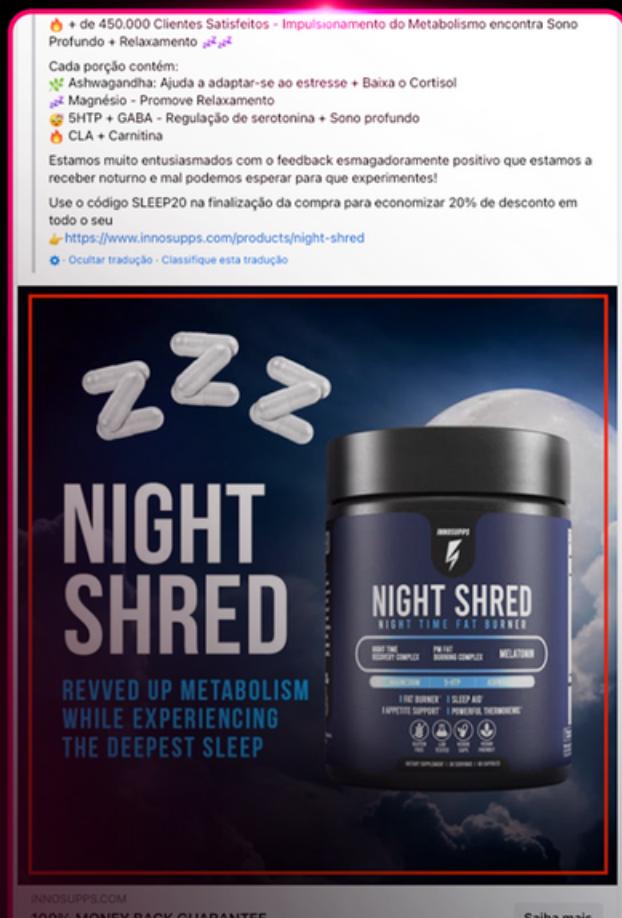
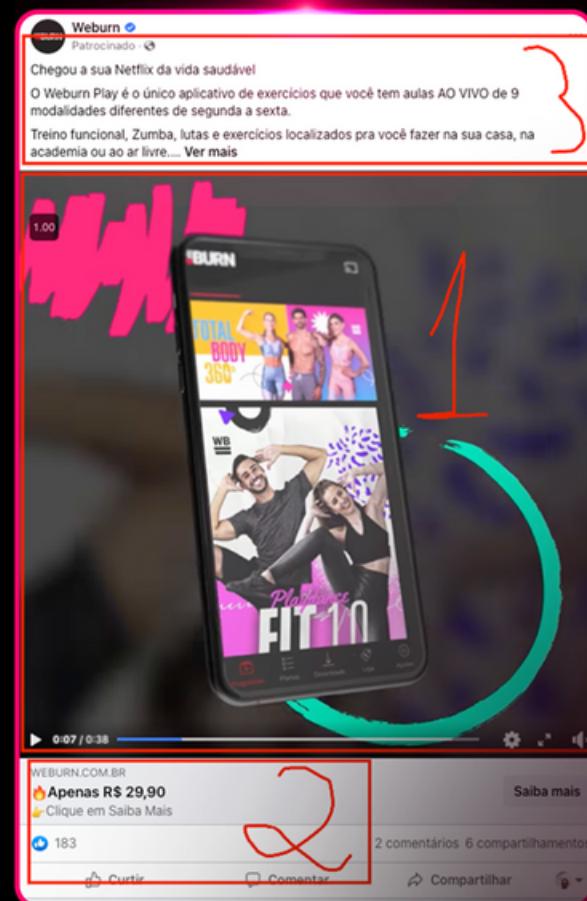


**No Facebook
(e no Instagram)
você precisa saber
que as pessoas têm uma
ordem do que elas olham
primeiro no anúncio:**

Em 1º lugar está o CRIATIVO. É ele que faz o dedo do usuário parar de rolar o feed para baixo ou passar para o próximo story.
(Vale lembrar que o criativo pode ser uma imagem ou vídeo)

Você até pode ter uma copy média no texto e no título, mas no criativo não dá pra vacilar, principalmente no Facebook e no Instagram.

Vamos supor que você precisa de 30 minutos para tirar um anúncio da sua cabeça e colocá-lo no papel...



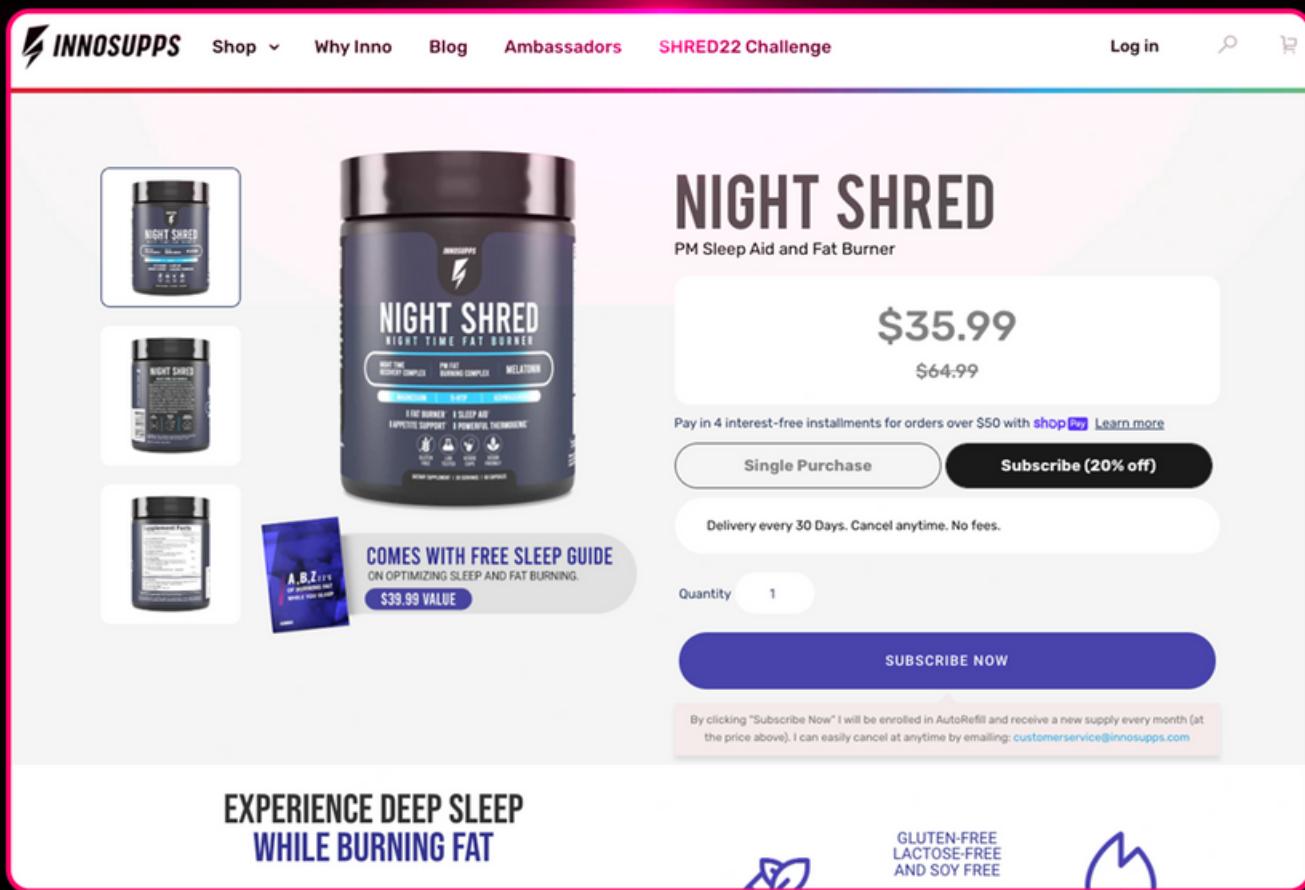
Você deve usar 20 minutos para encontrar, criar ou pagar para criar um bom criativo, que chame a atenção e seja pertinente com sua página/produto. Exemplo:

Anúncio legal, né? Não tem tantos recursos gráficos, mas passa bem a ideia do que o produto proporciona.

Olha o detalhe de como o design das cápsulas foi feito... Em forma de "Z z z" que indica o que a pessoa vai dormir melhor.

Mesmo que o produto esteja em inglês, você entende a proposta dele.

Quando você clica na página, encontra isso:



NIGHT SHRED
PM Sleep Aid and Fat Burner

\$35.99
\$64.99

Pay in 4 interest-free installments for orders over \$50 with [shop Pay](#) [Learn more](#)

Single Purchase **Subscribe (20% off)**

Delivery every 30 Days. Cancel anytime. No fees.

Quantity 1

SUBSCRIBE NOW

By clicking "Subscribe Now" I will be enrolled in AutoRefill and receive a new supply every month (at the price above). I can easily cancel at anytime by emailing: customerservice@innosupps.com

EXPERIENCE DEEP SLEEP WHILE BURNING FAT

GLUTEN-FREE
LACTOSE-FREE
AND SOY FREE

As mesmas cores, a foto do produto, o preço... Tudo alinhado. Nota 10/10 para essa estratégia. E pelo engajamento nos comentários, acredito que esteja vendendo bem. Nenhuma empresa deixa um anúncio rodando se ele não estiver dando resultados.

Em 2º lugar temos o **TÍTULO**. É aquele texto em negrito que aparece logo abaixo do criativo.

Ele vai complementar o sentido do criativo. Sendo assim, o título pode informar:

Preço

Promessa Principal

Algum benefício muito bom

Etc...

Isso sempre vai depender do contexto, a questão é que o título deve ser sempre curto para caber no número de caracteres lá do Facebook.

Junto com o título, tem a descrição, que é um texto menorzinho mais abaixo. Ele serve apenas para complementar todas as informações do criativo.

Geralmente o pessoal coloca coisas como: "Compre segura", "Parcela em até 12x", etc.

Em 3º lugar vem o **TEXTO (ou legenda)**. A legenda tem um papel importantíssimo no anúncio, quase que explicativo.

Geralmente ela contextualiza a imagem ou o vídeo. E isso pode acontecer por meio de uma história, de uma lista de benefícios, de um diálogo, de uma chamada mais forte... Enfim, tudo depende do contexto também.

O grande objetivo desses 3 pontos é gerar mais cliques, e não mais vendas, como você vai ouvir por aí. Isso porque o anúncio não tem como função vender o produto. Na verdade ele "**vende**" o clique.

E é por isso que muita gente erra. Faz o anúncio como se ele fosse a última etapa da compra, mas não é. Ou faz um anúncio que não tem nada a ver com a página de destino dele, seja um checkout ou uma landing page.

Por isso, antes de pensar em qualquer anúncio, entenda qual o objetivo dele e pra onde o anúncio vai levar.

Agora que você já entendeu como funciona a anatomia de um anúncio, eu vou te ensinar uma fórmula de copy que você pode usar para anúncio, e-mail, post de instagram, resumindo: textos mais curtos.

Essa fórmula é a AIDA: Atenção, Interesse, Desejo e Ação.

Com ela, você vai atingir cada ponto do cérebro do seu prospect até a hora dele clicar, quer um exemplo?

Vamos supor que eu queira vender um curso de inglês.

Uma pesquisa mostrou que funcionários que falam inglês podem ganhar até 70% mais do que funcionários do mesmo cargo, mas sem fluência na língua. Tá esperando o que para aproveitar a oportunidade que está dentro da sua própria empresa?

Com o Inglês Para Leigos você fica fluente em até 12 meses, estudando apenas 1 hora por dia. E tudo isso por apenas **12x de 29,90**.

Clique em "**Saiba mais**" e faça sua inscrição rapidinho, dura menos de 5 minutos. Não seja mais um leigo. Fale inglês. Ganhe mais!

Viu? Primeiro eu chamei a atenção com um dado relevante. Depois eu provoquei o leitor, atraindo o interesse dele.

Depois eu falei que ele poderia aprender inglês e falar mais, por meio de um método. Despertando desejo.

E por último, a chamada para ação.



O mais legal dessa fórmula é que ela serve para todos os nichos. Você pode aplicá-la para finanças, bolo no pote, estética, desenvolvimento pessoal, tudo!

É a fórmula mais básica do copywriting, porque é a que mais funciona. Dentro do Método Turbo Tráfego você vai aprender mais fórmulas de copy, tudo passo a passo. Caso queria conhecer a nossa formação [Clique Aqui.](#)

Acredite, se você treinar escrever um anúncio por dia com essa técnica já dá pra "tocar o terror" rsrsrs

O SEGREDO DAS VENDAS NA INTERNET: FUNIS DE VENDAS

Já falamos sobre funil de vendas nesse ebook, a ideia deste capítulo é explorar mais esse tema para você entender como todos os negócios utilizam variados funis para vender todo dia, no automático, como dizem muito no nosso mercado.

Imagine que você vai montar uma lojinha de suplementos naturais, ok? O mais comum é que você abra a loja com zero clientes, afinal, é um estabelecimento novo na cidade. O máximo que esses negócios locais costumam fazer é distribuir folhetinhos sobre a abertura do negócio, e é aqui que começa o funil.

Esses folhetos são como os anúncios na internet, que atraem as pessoas para um local ([página, site](#)). Isso é o que chamamos de topo de funil, onde a empresa ([você](#)) quer impactar pessoas que nem sabem que você vende alguma coisa. Se uma pessoa gostar do folhetinho, ela vai visitar a loja de suplementos.

E dentro da loja, existem alguns pontos que podem fazer ela comprar:

[Preço](#) [Atendimento](#) [Organização](#) [Brindes...](#) [Etc...](#)

Num negócio digital é a mesma coisa, a pessoa entra no seu site, ou no seu perfil, ou na sua landing page e ela deseja ver algo coerente com aquele anúncio que você rodou anteriormente.

Da mesma forma que um estabelecimento, sua página tem que estar organizada, com informações claras sobre o que a pessoa vai ter de benefícios, tem que ser rápida, tem que funcionar bem no celular.

Essa parte de convencimento é o que chamamos de meio de funil, é o processo que antecede a compra de fato.

No caso de um negócio digital, pode ser uma conversa no whatsapp, uma visita à uma página de vendas, uma sequência de e-mails, uma conversa no direct. E o fundo do funil é a parte da compra em si, a "[passada de cartão](#)", depois disso você ainda tem a função de fazer um bom pós compra.

A compra não é o final do processo, você ainda precisa prestar suporte ao seu cliente para que ele vire um advogado da sua marca, ou seja, fale bem de você por aí. O marketing boca a boca ainda é um dos mais eficientes, por isso o pós compra é tão importante.

Mas voltando aqui... Existem vários funis de vendas que podem ser aplicados em negócios digitais, vou falar de dos principais aqui para você:

1) Funil de Tráfego Direto

Como o próprio nome já diz, é o tráfego que você leva diretamente para a página de vendas.

Consiste em fazer um anúncio sobre o produto, sem precisar levá-lo para um whatsapp, direct ou qualquer coisa do tipo.

É um funil mais fácil de ser aplicado. Com meia dúzia de vídeos no Youtube você consegue, tipo com essa playlist aqui.

2) Funil de Whatsapp

Nesse tipo de funil, você faz um anúncio com uma isca digital que resolve alguma dor pequena daquela pessoa, chamando ela para pegar no whatsapp com você. A pessoa clica no anúncio, vai para a conversa com você e ali você entrega o conteúdo que você prometeu, e depois começa uma conversa para converter aquela pessoa em cliente.

Esse funil é excelente para iniciantes, porque nessa conversa você consegue saber exatamente quais são as objeções da pessoa, o que a levou a procurar sua isca e etc... Também é super simples para aplicar, você só precisa de uma conta de anúncios e um whatsapp business...

3) Funil de E-mail

Ao invés de mandar a pessoa para o whatsapp, nesse funil você manda para a sequência de e-mails.

O objetivo dessa sequência também é converter a pessoa para cliente, só que tudo de forma automática. Depois que a pessoa coloca o e-mail dela para receber a isca, o sistema de e-mail ativa a sua sequência.

E é assim que você vende no automático: fazendo anúncios que levem a pessoa para sua sequência de e-mails.

Isso tudo parece muito difícil, e realmente existe um passo a passo para aplicar, é por isso que criamos a nossa formação em funis, tráfego e copy, o Método Turbo Tráfego! Para conhecer é só clicar aqui.

4) Funil de produtos Black

Talvez esse seja o funil "mais chatinho" de fazer, porque exige uma série de outras coisas como contingência de perfis, etc.

Um outro ponto interessante é que esse funil tem algumas variações. Mas o principal caminho é: anúncio >> página para camuflar o produto >> página de vendas.

Geralmente, os negócios digitais de maior porte aplicam vários tipos de funis, em diferentes operações.

Aqui na empresa, por exemplo, temos várias frentes e aplicamos esses quatro. Mas pra você que está iniciando, o de whatsapp é o melhor e mais fácil, com certeza.

ESTRATÉGIA FAST MONEY

(Para vender já na primeira semana)

Essa estratégia é a mais simples para começar no tráfego pago. Justamente aquele funil de whatsapp que te falei no capítulo anterior.

Para aplicá-la, é necessário que você já tenha assistido a todos os vídeos daquela playlist que coloquei nos capítulos acima aqui do ebook. Então espero que você já tenha feito isso, combinado?

Você não precisa ter uma estrutura completa de Marketing Digital, mas você precisa de um conhecimento básico.

Eu vou te passar toda a estratégia por escrito, é só pegar e aplicar.

Quais tipos de produtos devem ser usados na estratégia Fast Money 1x1?

Precisa ser um produto que resolva uma dor muito forte, como por exemplo:

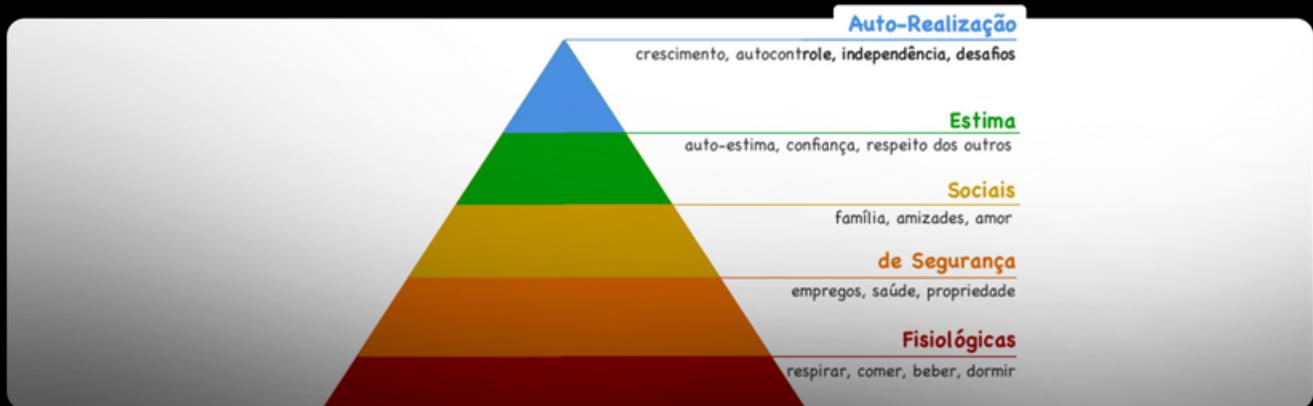
Renda Extra - Apostas, trade, operações binárias, afiliados...

Emagrecimento - encapsulado, dietas, treinos

Sexualidade e Relacionamento

Produtos Black - aqueles produtos que quase garantam a solução de uma dor

E porque esses produtos funcionam muito? A pirâmide de Maslow nos explica.



Ali no segundo nível, o laranjinha, temos um ponto importante que já fazem parte de 2 dos tipos de produtos que falamos: dinheiro e saúde.

Afinal, se você tem mais dinheiro, consegue morar num lugar com mais conforto e mais segurança também.

Ao mesmo tempo, você pode se preocupar com sua saúde, com seu físico. Por isso esses nichos vendem tanto.

Ali no meio temos a parte social, que está ligada com o nicho de relacionamento. Por isso, ainda é uma necessidade importantíssima do ser humano.

Vamos falar do anúncio...

Seu foco deve estar em ativar o gatilho da curiosidade, explorando uma dor ou desejo da pessoa. Deixando claro que a pessoa tem que te chamar no whatsapp para saber mais sobre como resolver esse problema.

Também é interessante que você coloque uma headline na imagem, para evitar o bloqueio no facebook. O texto e o título do Facebook vão servir apenas para aguçar ainda mais a curiosidade de quem está vendo o anúncio.

Exemplo 1 Emagrecimento

texto: Oi, amiga. Passei meses tentando entrar de volta naquela calça, agora consegui! Me chama no whatsapp que eu quero te contar como fiz

título: Te conto lá no zap...

descrição: Finalmente descobri o segredo...

**DO 44 AO 38 EM 27 DIAS,
sem passar fome e sem se matar
com exercícios**



de 2 minutos para meia hora de satisfação... Resolva isso hoje.



Exemplo 2 Sexualidade

texto: Não dá pra deixar ela feliz em 2 minutos, né amigo?... Chega disso, me chame no Whatsapp e vou te ajudar a superar isso de uma vez por todas!

título: Sigilo total

descrição: Mais de 138 homens ajudados...

De "quebrado" a milionário com Trade... Agora eu sei operar com lucro.
(Vem no Zap que te explico)

Exemplo 3 Trade

texto: Quebrei muito a cara... Achei que dava pra fazer assim. Agora é uma alegria atrás da outra... Me chame no whatsapp que eu quero te contar como fazer o mesmo.

título: Opere com sucesso (só chamar)

descrição: Agora ficou fácil...



Renda Adicional de R\$ 2.527,00 por mês te ajudaria?

Me chama no Zap que vou te mostrar o caminho garantido.



Exemplo 4 Renda extra / Dinheiro online

texto: Passei dias tentando e nada...

Só queria ouvir o "barulhinho" da notificação de venda. Mas depois que eu descobri esse segredo, tive que desativar as notificações porque não aguento mais ouvir. Se você quer que seu celular também trave de tanta notificação de venda, me chama no Whatsapp.

título: Mais 2.527 te ajudaria?

descrição: Chama no zap...

(inclusive, nesse nicho você pode oferecer um bônus de acompanhamento personalizado para garantir a venda)

Agora vamos partir para a estruturação da campanha.

O tipo de campanha vai ser CBO, ou seja, com o orçamento definido por campanha e não por conjunto. O objetivo vai ser **"compra"** e na segmentação você vai ter algumas opções:

Público frio segmentado - públicos de interesse

LAL de compradores - se você tiver, é melhor que público frio

Público morno (caso tenha engajamento no insta e visualizações nos vídeos que você posta no insta)

Init. checkout e remarketing - para impactar as pessoas que chegaram no checkout e não compraram de você.

Fora isso, vamos precisar do whatsapp business.

Você faz todas as configurações do app e pega o link de convite dentro da opção **"ferramentas comerciais"** e depois em **"link curto"**.

O whatsapp vai gerar um link, e é esse link que você vai colocar lá na campanha.

Na opção da mensagem que a pessoa vai te enviar você pode colocar **"Olá, quero saber mais..."** ou usar uma mensagem que já leve a pessoa ao clique.

No posicionamento, dê preferência ao feed do Facebook, mas pode testar os posicionamentos no instagram também (**reels e feed**). O lado bom do feed é que ele dá um destaque para o texto, diferente dos stories...

E claro, focando sempre no mobile, porque o whatsapp no desktop não é tão usado.

Em relação ao píxel, devemos prestar atenção em algumas coisas...

Se seu produto for mais agressivo (**black**), colocar somente na plataforma e enviar somente a confirmação de compra.

Se o produto for menos agressivo, pode colocar o píxel para contar os checkout também...

Para instalar o pixel na Hotmart, siga esse tutorial.

Essa estratégia é mostrada em detalhes lá no Método Turbo Tráfego, para se inscrever no treinamento **clique aqui**.

Mas ainda existe uma variante dessa estratégia que é muito boa. Ela deve ser usada se:

Você já tiver públicos mais aquecidos

Quando estiver usando a estratégia 1 e a taxa de abandono (**pessoas que chamam no zap/pessoas que clicam no link**) tiver muito alta

Nesse caso, você vai adicionar o seu whatsapp business lá no BM ou na página. Aí na campanha, vai escolher o objetivo **"vendas"** e o local de conversão vai colocar **"whatsapp"**.

Para adicionar o whatsapp à página **siga o tutorial do facebook**.

COMO CRESCER O INSTAGRAM COM TRÁFEGO PAGO E FAZER VENDAS NO INSTA

O Instagram é a melhor rede social para se fazer negócio, disso ninguém tem dúvida.

Neste capítulo você vai aprender a mesma estratégia que nós usamos para crescer o meu perfil e o do Alex também.

É uma estratégia simples, mas que exige atenção pois vamos gerenciar anúncios. Posso contar com você?

1º Passo Alinhamento do perfil

Para poder impulsionar suas publicações e alcançar mais pessoas, você precisa organizar a casa.

Começando pela linha editorial, que é o conceito chefe na definição dos temas dos seus posts.

80% do seu conteúdo deve focar no topo de funil (pessoas que ainda não te conhece e que talvez ainda nem conheçam esse mercado).

15% focado no meio, para que você possa se engajar e se relacionar com as pessoas que já te seguem.

E 5% focado no fundo do funil, para poder converter esses seguidores em clientes.

Vale lembrar que seu conteúdo deve ter boa qualidade visual e gerar valor para seus seguidores, ou seja, eles precisam aprender algo que eles não sabiam antes.

A melhor parte do Instagram é o relacionamento próximo com sua audiência, por isso, se você não praticar essa etapa do funil, não vai adiantar nada seguir a estratégia à risca.

Não se esqueça de ser você mesmo, a autenticidade vende.



E não esqueça de compartilhar sua jornada, principalmente nos stories.

As interações que mais valem no Instagram são:

direct, salvamento, compartilhamento, comentários e curtidas (nessa ordem). Então sempre busque incentivar, principalmente, o salvamento e a pergunta no direct.

Nossa estratégia para conseguir mais seguidores basicamente vai funcionar da seguinte forma:



É claro que a parte operacional vai exigir um pouco mais do seu conhecimento... Mas pra te ajudar a aplicar, vou te dar o passo a passo por escrito!

É claro que a parte operacional vai exigir um pouco mais do seu conhecimento... Mas pra te ajudar a aplicar, vou te dar o passo a passo por escrito!

Para reels:

- 1) Você vai criar uma campanha com o objetivo de vídeo view.
- 2) Orçamento a nível de campanha.
- 3) Na hora do público, pode ser um de look a like, ou um público de interesse. Exclua o público que já engajou no seu instagram.
- 4) Configure o posicionamento para aparecer apenas no Instagram – feed, aba "explorar" e stories.
- 5) Organize seus conteúdos em topo, meio e fundo de funil e coloque 5 na campanha.
- 6) No lugar da URL, coloque o endereço do Instagram
No caso do carrossel, você só vai trocar o objetivo da campanha para engajamento.

Agora vamos partir para a captura de e-mails...



Lembrando que se você baseia seu negócio apenas no instagram, **você está a um passo do risco da ruína!** Basta uma suspensão e todo seu negócio vai por água abaixo.

Então é necessário sim ter uma lista de contatos, uma lista no whatsapp, e onde mais você conseguir diversificar seu negócio.

É difícil no início, mas acredite... Depois você vai me agradecer.

Depois de aplicar a primeira etapa no funil durante uns 30 dias (**aproveite para guardar mais grana nesse tempo**), você vai ter um público de engajamento de 30 dias com seu perfil.

Esse público ainda está fresquinho e ele será essencial para nossa captura de leads.

É importante lembrar que, diferente da etapa anterior, onde nós só anunciamos no instagram, agora vamos anunciar tanto no instagram quanto no Facebook, para pegar o maior número de pessoas possível.

Como o objetivo é pegar contatos, podemos aproveitar o tamanho do público do facebook.

Não esqueça de excluir o público que já virou lead, em todas as campanhas que for fazer para captura de novos contatos.

No caso de usar leads no Whatsapp, use o objetivo de mensagens no Whatsapp. No caso de mandar as pessoas para o direct, utilize o objetivo de direct.

E por último, depois de captar leads, é só fazer uma campanha de remarketing pra quem virou seu contato, seja no whatsapp, e-mail ou direct.

Nessa campanha de remarketing, você vai focar exclusivamente na venda. Sem enrolação.

Na campanha de remarketing, não se esqueça de retirar o público que já virou seu cliente (**caso você tenha**).



CONCLUSÃO

E aí, o que achou do ebook? Espero que tenha gostado do que viu por aqui, e acima disso, espero que eu tenha descomplicado um pouco do mundo do tráfego pago pra você!

Não é simples aprender tudo por um ebook, lendo... E eu sei disso.

A concentração no celular, no computador é quase impossível de controlar... Por isso eu quero te fazer uma recomendação sincera!

Conheça o Método Turbo Tráfego, minha formação em Tráfego, Copy e Funil de Vendas, em parceria com o Alex Vargas.

Lá você vai aprender o passo a passo para se tornar, não somente um gestor de tráfego completo, mas um Gestor Estrategista.

E o que é esse Gestor Estrategista? É o profissional que além de "apertar" os botões lá no gerenciador de anúncios, enxerga as oportunidades do negócio em que ele está atuando.

O gestor estrategista é capaz de atuar em campanhas de e-mail, de crescimento de redes sociais e até em estratégias de conversão no 1x1.

Ele entra num negócio não como o cara dos anúncios online, mas como um resolvedor de problemas.

Se ele tiver que traçar uma estratégia de social media, ele faz. Se ele tiver que atender no whatsapp, ele atende.

E por causa disso, o gestor estrategista pode ganhar **até 10x mais do que um gestor de tráfego comum**, que só anuncia e pronto.

Só que para se tornar um gestor estrategista, você precisa de uma formação completa, que vai te tirar do zero absoluto e te transformar num profissional preparado para atender clientes ou gerenciar o próprio negócio.

No Método Turbo Tráfego você aprende:

- As bases do marketing digital
- Passo a passo completo para anunciar no FB e no Instagram
- Estrutura de anúncios para produtos black
- Copywriting aplicada aos anúncios
- Funis de crescimento de rede social
- Funis de e-mail marketing
- Treinamento de vendas 1x1
- Todas as estratégias de Google Ads e Youtube Ads
- Gestão de tráfego para negócios locais

E muito mais...

Não brincamos em serviço. Você vai entrar no MTT como iniciante e vai sair como um profissional, pronto para atuar no mercado digital.

Para te provar que nós estamos focados em te proporcionar todo apoio nessa carreira, dá só uma olhada no que dizem alguns alunos da nossa formação:





Nelson Mendes

Agora mesmo · 2h

(RESULTADO) (INICIANTE) oque acham desse resultado pessoal? Temos uma agencia de viagem mais o atendimento peca muito, ate porque o fluxo de pessoas no orgânico e gigante, resolvi testar o ADS que ja fazia para outra loja minha, e esse foi o resultado mandando todo publico pro site. investido R\$340,46 Retorno bruto R\$13,123 valor dos produtos vai de R\$99 a R\$399 aaahh, sim eu fiz vários testes agora ja tenho uma base pra trabalhar maior.

Campanhas		Conjuntos de anúncios								Anúncios		
Desativ.	Anúncio	Resultados	Alcance	Impressões	Custo por resultado	Valor gasto	Cliques no link	Compras no site	Compras no Facebook	Valor de conversão de compra		
	ANGRA DOS REIS (IMAGEM)	39 RT Compras no site lista clientes direto	2.411	5.365	R\$ 1.88 RT Por compra	R\$ 35,71	19	19 RT	—	R\$ 3.322,00 RT		
	(TRAFEGO) (SITE) (STORIES/REELS)	5 RT Compras no site Cliques no link	1.133	5.597	R\$ 12,00 RT Por compra	R\$ 90,00	37	4 RT	—	R\$ 295,00 RT		
	Novo anúncio de Tráfego	59 RT Compras no site Cliques no link	1.526	1.694	R\$ 0,28 Por compra no link	R\$ 16,74	59	—	—	R\$ 0,00		
	Novo anúncio de Tráfego	4200 RT Compras no site Cliques no link	4.200	5.762	R\$ 1,00 RT Por compra	R\$ 30,00	32	1 RT	—	R\$ 319,00 RT		
	Novo anúncio de Tráfego	95 RT Compras no site Cliques no link	1.891	10.709	R\$ 0,93 Por compra no link	R\$ 50,00	95	5 RT	—	R\$ 1.822,00 RT		
	Novo anúncio de Tráfego	2 RT Compras no site Compras no link	1.979	2.547	R\$ 4,02 RT Por compra	R\$ 20,00	23	1 RT	—	R\$ 238,00 RT		
	FINAL CALDAS	23 RT Compras no site Compras no link	4.308	12.473	R\$ 4,21 RT Por compra	R\$ 99,10	36	23 RT	—	R\$ 3.246,00 RT		
	Novo anúncio de Conversões	2 RT Compras no site Compras no link	2.742	4.773	R\$ 19,65 RT Por compra	R\$ 38,91	83	2 RT	—	R\$ 1.076,00 RT		
Resultados de 8 anúncios		—	16.055	48.920	—	R\$ 240,46	384	—	—	R\$ 0,00		
Não inclui hem evitadas		—	Variações comuns	Processos	—	Total	Total	Total	Total	Total		

[Ver estatísticas](#)

Método Turbo Tráfego

Adoro

Lembrando que meu objetivo não é encher essa página de depoimentos, isso iria ficar até chato.

Mas isso é a prova de que o MTT vai funcionar pra você.

Alcance da publicação: 1 >



São mais de 280 aulas, 19 módulos e 16 bônus... Tudo para que você, não apenas se torne um especialista, mas tenha uma visão macro de todo o mercado digital.

Entre um especialista e um generalista, ganha um especialista. Mas ninguém ganha do especialista que também sabe muito sobre outras áreas.

A inscrição do Método Turbo Tráfego custa R\$797,00 por ano, normalmente...
Mas por você ter me acompanhado até aqui, eu vou te dar um desconto de **mais de 37%!**

CLIQUE AQUI e invista somente 12x de 48,42 para ter acesso a TODA A FORMAÇÃO + COMUNIDADE DE ALUNOS.



Lembrando que seu investimento está 100% seguro, pois você tem 7 dias de garantia incondicional.

É isso, foi um prazer percorrer essa pequena jornada com você, espero que seja apenas o começo de uma grande parceria daqui pra frente.
Abraço, te vejo lá no Método Turbo Tráfego!

Douglas Castro