

Material de Aula

Dotcom Secrets (Segredos ponto com)

O manual clandestino para expandir sua
empresa com funis de venda online

Russell Brunson



Generosamente criado pela
Sociedade do Marketing



Dotcom Secrets **(Segredos ponto com)**

**O manual clandestino para expandir
sua empresa com funis de venda online**

Russell Brunson



Introdução

- Brunson conta sua história e diz como pela primeira vez entrou em contato com funis de vendas: ele via anúncios em jornais e revistas e ligava para receber um kit gratuito, que vinha acompanhado de uma carta de vendas que vendia um produto low ticket; quando ele comprava o produto low ticket, ele recebia o produto e mais uma carta, vendendo um produto high ticket.

Meu primeiro negócio online

- Brunson continua contando sua história sobre como criou seu primeiro negócio online, que não deu lá muito certo, principalmente porque ele só estava modelando a parte visível do que os outros faziam, e não a parte invisível (ele já sabia atrair as pessoas para um funil de vendas, mas o dinheiro estava no que acontecia depois disso);

Três motivos pelos quais esse livro é diferente

1. Tudo é duradouro

- O conteúdo do livro não vai mudar se o Google ou o Meta mudarem.

2. Não são só teorias, são teorias praticadas

- Brunson realmente usa todos os segredos que ensina no livro.

3. Os desenhos servem para te fornecer uma recordação instantânea

- Quando se esquecer de algo, folheie o livro e veja os desenhos para se recordar dos conceitos e dos templates.

.



Seção 1 - Segredos do funil de vendas

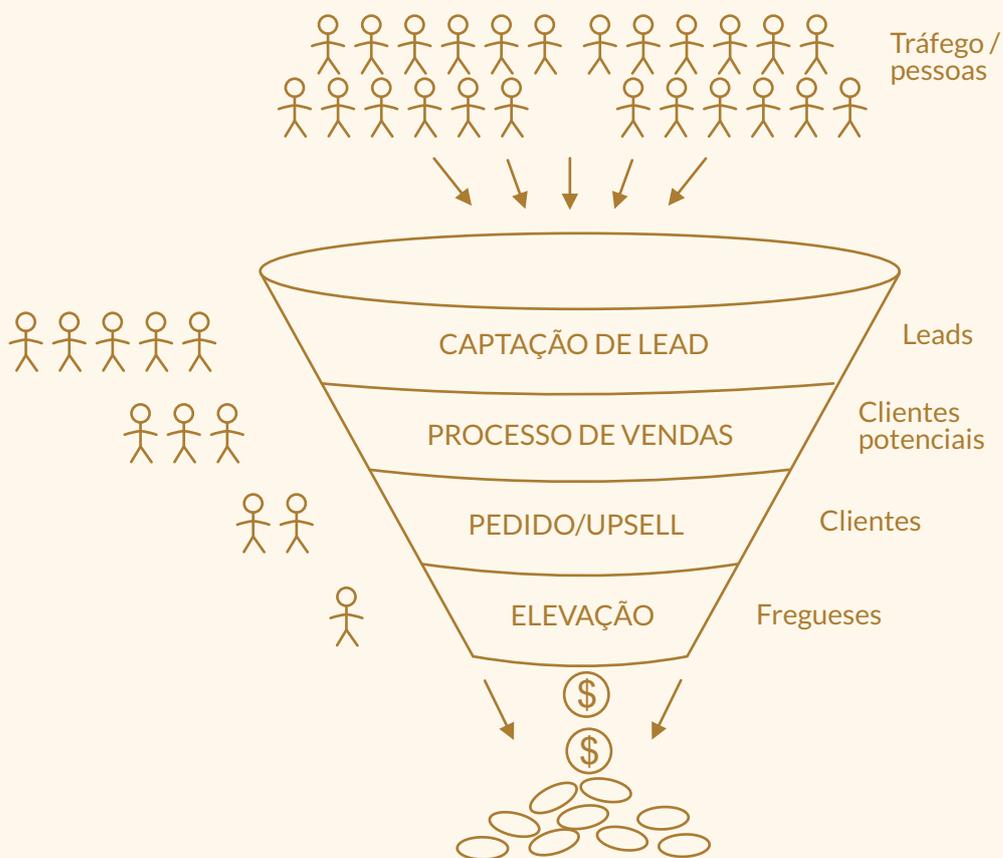


- Um funil de vendas nada mais é do que uma sequência de ofertas. A lógica por trás do funcionamento de um funil é que, ao fazer tráfego pago, você vai pagar X por cada lead que entra no funil, e diminuir esse X é muitas vezes mais difícil do que aumentar o quanto você ganha por cliente. Exemplo: se eu pago 30 reais para uma pessoa entrar no funil, eu faço uma oferta logo após a captura do e-mail, que custa R\$ 197; aproximadamente um terço das pessoas vão aproveitar, e assim pago meus custos de captação (em alguns casos, tenho até lucro).
- Isso é positivo por dois motivos:
 1. Você melhora a experiência do cliente: você atende todas as necessidades dele;
 2. Você pode gastar mais dinheiro para conseguir um cliente: mesmo que seu CPL suba, você continua positivo.
- "Em última análise, o negócio que pode gastar mais para adquirir um cliente sai vencedor. Uma empresa supera a concorrência fazendo com que o mesmo cliente potencial valha mais para o seu negócio do que para a concorrência." Dan Kennedy.

O que é um funil de vendas?

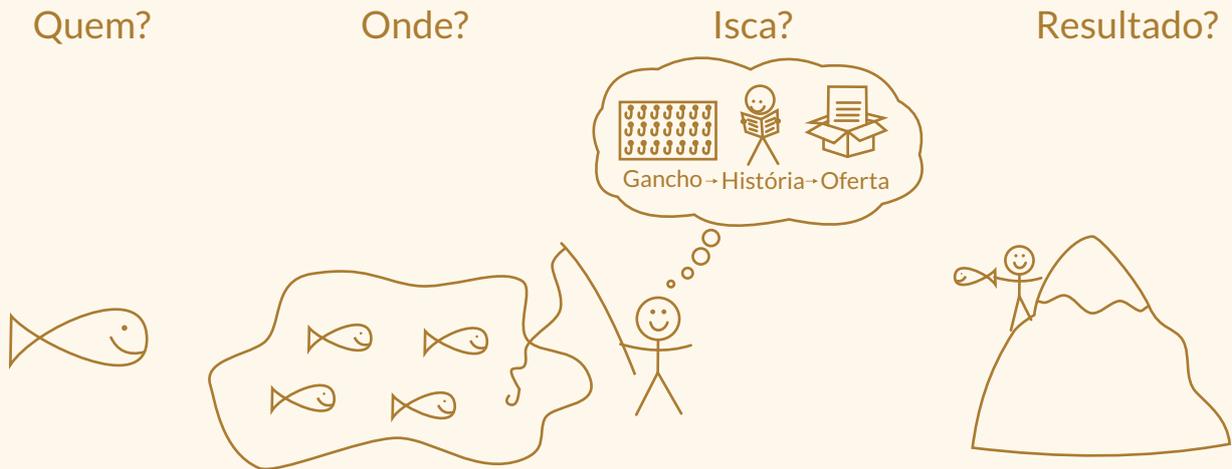
- Uma mente confusa sempre diz não;

- Um funil leva uma pessoa por uma esteira de ofertas em que existe um único CTA por etapa. A experiência do usuário melhora, porque eles só entram em contato com aquilo que estão procurando, e suas vendas melhoram, porque você consegue incluir upsells na jornada do cliente.



A fórmula secreta

- Você precisa se fazer 4 perguntas para ter sucesso com funis de vendas:
 1. Quem?
 2. Onde?
 3. Isca?
 4. Resultado?



1. Quem é o seu cliente dos sonhos?

- Essa é a pessoa que faria você acordar empolgado todas as manhãs, porque está animado para fazer ofertas para ela.

2. Onde eles estão reunidos?

- Onde eles estão passando o tempo deles online? Sabendo onde estão, é mais fácil colocá-los no seu funil.

3. Qual é a isca que você vai usar para atraí-los?

- Você precisa jogar um gancho para chamar a atenção deles. Já com a atenção, precisa contar uma história para construir relacionamento e aumentar o valor percebido, e aí você faz a oferta.

4. Qual é o resultado único que você pode criar para eles?

- Os clientes não vêm até você porque querem seu produto, mas porque querem o seu resultado específico.



Segredo n. 1

A fórmula secreta



1 - Quem é o seu cliente dos sonhos?

- A maioria começa com uma ideia de produto, mas nenhuma ideia de cliente.
 - Quem são os meus clientes dos sonhos? Como eles são?
 - Pelo que são apaixonados?
 - Quais são seus objetivos, sonhos e desejos?
 - Quais são as ofertas que eu poderia criar para atraí-los e repelir todos os outros?
- Você pode mudar seu negócio mudando o tipo de pessoa que você alcança com seu Marketing.
- Mude a isca para mudar o cliente.

2 - Onde seus clientes dos sonhos estão reunidos?

Torne-se sócio para ter acesso ao material completo

Quero ser sócio



Generosamente criado pela
A Sociedade do Marketing

Secrets