

E-BOOK

7 PASSOS PARA CRIAR SEU NEGÓCIO ONLINE

TENHA SEU PRÓPRIO NEGÓCIO COMEÇANDO DO ZERO



E-BOOK - CRIAR NEGÓCIO ONLINE

CONTEÚDO

1 - AVISO IMPORTANTE

3 - ESCOLHA UM NICHOS DE MERCADO PARA ATUAR

4 - ESCOLHA UM PRODUTO PARA PROMOVER

5 - ESCOLHA O DOMÍNIO DO SEU SITE

6 - CONTRATE UM SERVIÇO DE E-MAIL MARKETING

7 - CRIE UMA SEQUÊNCIA DE E-MAILS (AUTORESPONDERS)

8 - CRIE PÁGINAS PARA CAPTURA DE E-MAILS

9 - COMO ATRAIA TRÁFEGO PARA SEU SITE

10 - 5 PASSOS PARA ATRAIR TRÁFEGO PARA SEU SITE

11 - FLUXOGRAMA - O PROCESSO DO FUNIL

12 - VOCÊ PRECISA DE UM FUNIL DE VENDAS

19 - A PRÁTICA

.

AVISO IMPORTANTE

Este guia traz um Método Passo a Passo de como **Criar um Negócio Online** já testado e aprovado por milhares de empreendedores.

No entanto, os resultados acontecerão proporcionalmente ao seu esforço e dedicação em estudar e executar os passos aqui descritos o que significa dizer que, a teoria sem a prática, não é levará a lugar algum.

Alguns custos e informações complementares para a execução completa de determinados passos serão necessários. Porém tudo o que investir aqui, seja tempo ou dinheiro, será para a construção do seu negócio online que proporcionará a sua independência financeira.

Antes de explicar os **7 Passos para Criar seu Negócio Online do zero**, você deve escolher entre começar como um produtor ou como um afiliado.

Se você pretende começar como produtor, vai precisar criar seu próprio produto (eBook, curso online, consultoria) para poder oferecer a sua audiência. Exige um esforço maior inicial.

Caso queira começar como afiliado (opção que eu recomendo), você não precisa inicialmente criar seu próprio produto. Basta se afiliar a um produto de outra pessoa, oferecer esse produto para sua audiência e receber uma comissão por cada venda realizada.

Considerando que você optou por começar como afiliado, aqui estão os sete passos que você deve seguir para ter seu negócio online:

Sou **Ismael Moreira** e, primeiramente, quero te **PARABENIZAR** por ter solicitado este material!

É um presente meu para você, no intuito de te ajudar a Criar seu Negócio Online.

Você está diante de um guia que vai te ajudar a dar os passos necessários para iniciar seu Negócio Online.

Mais para funcionar, dependerá única e exclusivamente de você. Não há segredo é **estudo** e **prática**.

Conte comigo!

Blog:

criarnegocionline.com

Instagram:

[criarnegocionline](https://www.instagram.com/criarnegocionline)



A escolha do nicho de mercado é muito importante, pois no início é onde você vai focar todo seu esforço para gerar conteúdo e atrair pessoas interessadas em adquirir o que você estiver vendendo.

Por essa razão, é importante que seja um nicho rentável e, se possível, que você goste de atuar, pois é muito mais fácil conseguir gerar conteúdo e obter resultados atuando numa área que gostamos.

Alguns exemplos de nichos de mercado bastante rentáveis são:

- Saúde
- Bem-Estar (emagrecimento, hipertrofia muscular...);
- Finanças (finanças pessoais, investimentos...);
- Internet Marketing (como criar negócio próprio, importar produtos...);
- Relacionamento (como conquistar um homem/uma mulher, como encontrar o parceiro ideal...).

Lembrando que estes são apenas alguns exemplos, mas existem muitos outros. Caso ainda tenha dúvida na escolha do nicho de mercado temos uma matéria completa muito boa onde explica o passo a passo de como escolher seu nicho de mercado.

2 - Escolha um Produto para Promover

Escolhido o nicho de mercado, você agora precisa escolher um produto dentro desse nicho para promover e receber comissões por cada venda realizada.

Para este objetivo, a melhor forma é utilizar o Hotmart, maior plataforma brasileira de produtos digitais e marketing de afiliados.

Existem vários fatores que devem ser levados em consideração na escolha do produto, a saber:

- **Qualidade:** se possível, adquira o produto antes de promover, para você mesmo atestar a qualidade;
- **Temperatura:** verifique se o produto está na lista dos mais quentes
- **Comissão:** verifique se o produto possui uma boa comissão, tanto em valor absoluto (o valor da comissão de fato) quanto em valor relativo (valor da comissão em relação ao preço do produto);
- **Avaliações:** nota dada por compradores do produto, que varia entre uma a cinco estrelas.

3 - Escolha o Domínio do seu Site



O domínio do seu site nada mais é que o endereço eletrônico para as pessoas acessarem o seu site. No caso deste blog, o domínio é <https://criarnegocioo.systeme.io/estruturadevenda>.

A compra do domínio é muito fácil, mas é importante saber escolhê-lo, pois ele será a sua marca na internet.

Como você já deve saber, um domínio é composto por um nome e uma extensão. No caso deste blog, o nome é “criarnegocionline” e a extensão é “.systeme.io”. Apesar de existirem diversas extensões:

- .com;
- .net;
- .tv;
- .org,

entre outras, recomendo que utilize a extensão “.com”, sempre que possível.



4 - Contrate um Serviço de E-mail marketing

Você vai precisar de um serviço de e-mail para disparar e-mails para seus clientes. Esta é a melhor forma de manter contato com sua audiência.

Não estou falando do seu e-mail pessoal (Gmail, Hotmail ou Yahoo), mas de um serviço completo para que as pessoas possam se cadastrar para receber seus e-mails e também onde você poderá agendar campanhas para serem disparadas automaticamente.

Atualmente eu utilizo a systeme.io para enviar e-mails para as pessoas que se cadastram no Criar Negócio Online.

Através do serviço de e-mail marketing, você poderá:

- Criar sua lista de contatos;
- Enviar suas campanhas;
- Integrar suas campanhas com as redes sociais;
- Analisar os resultados.



5 - Crie uma Sequência de E-mails (autoresponders)

Os auto responder são e-mails enviados automaticamente para as pessoas que se cadastram em sua lista.

Você pode criar várias mensagens e agendar para que elas sejam enviadas assim que uma pessoa se cadastra em sua lista, no dia seguinte, na semana seguinte ou na periodicidade que você preferir.

Systeme.io e Plataforma de Marketing All-in-one Mais Fácil do Mundo trata-se de uma ferramenta poderosíssima, onde você cria uma sequência de e-mails para enviar às pessoas que estão em sua lista e depois só precisa se preocupar em atrair mais pessoas para ela. Todo o resto já está em piloto automático.

Por isso que às vezes você vê por aí chamadas do tipo “faça vendas em piloto automático”. Isso nada mais é que configurar uma sequência de auto responder em seu serviço de e-mail marketing, onde estes e-mails estão organizados para vender determinado produto ou serviço.

No seu caso, essa sequência deve ser pensada para oferecer o produto que você escolheu promover no Passo #2.



De nada adianta você contratar o melhor serviço de e-mail marketing e montar uma sequência matadora de autoresponders se as pessoas não se cadastrarem em sua lista de e-mails.

Se você tiver um blog, vai precisar colocar campos de captura de e-mails, como existem aqui no [criarnegocionline](#). No entanto, uma forma ainda mais poderosa é criar uma página de captura específica para o produto que você escolheu promover.

Os Principais Elementos de uma Página de Captura

- **Título:** Deve comunicar sua principal proposta de valor;
- **Imagem principal:** Elemento gráfico poderoso que mostre o melhor do seu produto;
- **Benefícios:** Apresente os principais benefícios para seu cliente;
- **Caixa de captura de e-mail:** Utilize uma caixa que envolva todo o formulário de e-mail e um texto que reforce porque o usuário deve deixar seu e-mail;
- **Chamada para Ação (call-to-action):** Principal objetivo que você deseja que o usuário cumpra em sua página;
- **Prova Social:** Utilize depoimentos de clientes ou pessoas influentes de seu nicho de mercado;
- **Página de pós-conversão:** Redirecione imediatamente o usuário para a página de vendas do produto.

Este é um exemplo de página de captura que criei na [Systeme.io](#) onde ofereço um e-book gratuita em troca do e-mail da pessoa interessada em baixar gratuitamente o e-book.



7 -Atraia Tráfego para seu Site

Este é o ponto mais importante e provavelmente onde a maioria das pessoas desiste.

Até porque muita gente opta por fazer da forma mais difícil: começar com um blog e esperar que ele receba visitas através do Google.

Atualmente não é fácil conseguir ranquear um site no Google em pouco tempo, pois o algoritmo de busca mudou bastante. No entanto, existem algumas opções de tráfego pago e de qualidade, se você souber direcionar seus anúncios corretamente para seu público-alvo. E a melhor opção, na minha opinião, é o Facebook Ads.

Criar anúncios no Facebook direcionando para sua página de captura é uma forma bastante eficiente de atrair seu público-alvo, capturar e-mails e, como consequência, fazer vendas do produto que você escolheu para promover.

O Facebook Ads é fantástico nesse sentido, pois ele permite que você defina seu público-alvo de acordo com seus interesses, gênero, faixa etária, nível de escolaridade, entre muitos outros atributos relevantes para estabelecer seu público.

Se você quiser promover, por exemplo, um produto na área de emagrecimento, basta criar um anúncio apenas para pessoas interessadas em dieta e que sejam mulheres. Este é um exemplo de público que teria interesse no produto que você estaria promovendo.



Utilize tráfego pago: tenha resultado imediato com:

- Facebook Ads;
- Reinvista seu ganho para gerar mais tráfego e aumentar sua lista;
- Segmente seus anúncios para atingir exatamente seu público-alvo;
- Faça muitos testes: uma imagem ou título diferente podem aumentar sua conversão;
- Analise seus resultados.

Caso ainda tenha dúvida como Atrair Tráfego para seu Site temos uma matéria muito boa onde explica as estratégias de tráfego para levar milhares de pessoas para seu site.

Fluxograma – O Processo do Funil



Veja que, após a inscrição do usuário em sua página de captura, você deve direcioná-lo à página de vendas do produto que está promovendo.

Enquanto o usuário aguarda pela chegada do e-mail com o link para o download da recompensa, ele assiste ao vídeo de apresentação da página de vendas do produto que está promovendo (se houver um), como ocorreu com você ao solicitar este e-book.

Uma pequena parcela destes prospectos poderá adquirir o produto que está promovendo, de imediato.

Conduto, os que não comprarem, entrarão para sua lista de e-mail com os quais vai se relacionar e realizar vendas posteriormente.

Funil de Vendas:

O que é como ele auxilia no seu negócio

O Funil de Vendas vai permitir que o gestor saiba exatamente como o público está se comportando diante dos anúncios do seu produto.

Além, é claro, de proporcionar uma boa segmentação. Você sabe exatamente o que é um funil de vendas?

Também chamado de pipeline, o funil de vendas é o processo que se inicia quando a pessoa tem conhecimento do seu produto até o momento da venda. O funil é dividido em categorias que especificam a etapa em que está o prospect.

Se você quer saber que camadas são essas e como fazer um funil de vendas eficiente, continue lendo.

- Quais são as etapas do funil de vendas?

O funil começa na sua parte mais larga, coletando pessoas que têm o primeiro contato com sua marca. Ele é dividido em camadas para que a empresa saiba exatamente em que etapa se encontra o cliente, e estas camadas são:

1. Topo do Funil,
2. Meio do Funil
3. Fundo do Funil.

É uma maneira muito eficaz para segmentar os clientes. Vamos entender um pouco mais sobre cada uma delas.

1. Topo do funil

Em sua parte mais larga (consciência) as pessoas ainda não são clientes reais. A principal função dessa primeira etapa é fazer que o cliente perceba sua necessidade para então tomar conhecimento do seu produto.

Para um topo de funil eficiente, a geração de leads é o mais importante. Surpreenda-os.

Quanto mais pessoas nessa primeira fase, maiores são as chances de conquistar novos clientes. E você sabe como abordar os possíveis consumidores nesta etapa?

- Formatos de conteúdo para o topo do funil

Aqui são trabalhados os temas de forma geral. Utilize sempre uma linguagem clara e de fácil compreensão. É uma ótima oportunidade de explicar sobre a área de atuação da empresa, gerando a curiosidade.

É o momento de captar clientes através da nutrição, então invista em conteúdo interessante que contenha informações úteis.

Se o cliente perceber que fala com autoridade sobre o seu mercado, ele vai confiar em você e possivelmente dará o passo para a próxima etapa do funil.

A necessidade nesse momento é a de que você saiba exatamente com que tipo de material abordar o futuro cliente no Topo do Funil.

- Blog posts

É bem verdade que os blog posts são bons para qualquer etapa, sobretudo para o Topo do Funil.

Se quiser fazer um bom uso desse material, não esqueça de colocar uma Call-to-Action. O visitante acabou de chegar e precisa ser direcionado para saber o que tem que ser feito.

O blog post vai permitir “educar” o público a respeito do seu produto.

E por se tratar de um momento para chamar atenção, títulos como “Os 7 benefícios do Produto X para o segmento Y” ou “Entenda porque o Produto X é diferente e comece a mudança hoje mesmo” são boas apostas.

Isso porque eles despertam a curiosidade. E esta é uma das melhores técnicas que existem.

- Webinars

Webinars são conferências, seminários ou reuniões realizadas na internet.

São transmissões feitas em plataformas que disponibilizam essa modalidade e contam com áudio e vídeo. Essa opção pode gerar leads mais facilmente do que o lançamento de e-books, por exemplo.

É um método que possibilita um bom engajamento, visto que dia e hora serão marcados e as pessoas que se inscreveram certamente estarão acompanhando. Outra vantagem é unir profissionais de diferentes setores, como vendedores e desenvolvedores.

- Vídeos

“Uma imagem vale mais que mil palavras”. O vídeo marketing trabalha essa ideia já bem conhecida.

85% das pessoas que assistem um vídeo fazendo o marketing de um produto disseram que se sentem mais propensas a consumir a marca.

O material audiovisual é um dos que mais gera engajamento e influência. Se sua empresa optar por esse material, estude muito bem sobre a temática e fale com segurança e responsabilidade.

2. Meio do funil

Nesta altura, o prospecto percebeu que tem um problema e que seu produto oferece uma solução.

Basicamente: Ele reconheceu o problema, quer resolvê-lo comprando um produto para tal, mas ainda não tem certeza se seu produto será o escolhido.

Ele vai fazer avaliações mais profundas para decidir qual produto consumir. Se ele decidir pelo seu produto, ele vai dar o próximo passo e ir para a próxima etapa. Vamos analisar as abordagens ideais.

- Formatos de conteúdo para o meio do funil

Na parte intermediária, assim como nas outras etapas, a forma da abordagem pode fazer toda a diferença para que o prospecto dê o próximo passo.

- Blog posts

Como o cliente está querendo a solução para sua dor, é o momento de educar o público quanto ao seu produto, isto é, explicar a ele como é o processo para utilizar o produto.

É a sua chance de converter, então o conteúdo precisa ser leve (nada didático, como sempre) e passado de forma clara. Foque sempre na solução, não na venda em si.

- E-books

Aqui você pode agrupar as informações ou destrinchar os principais pontos sobre sua marca. Estatísticas e infográficos são muito bem vindos.

O e-Book é indicado quando o assunto precisa ser bem explicado, se tornando longo demais para um blog post.

Se o cliente adquiriu o material, certamente está interessado em saber mais a respeito. Então aqui pode deixar as coisas mais explicadas, sempre focando na solução.

E também é uma boa maneira de conseguir um e-mail e engajar o cliente através do e-mail marketing.

- Podcasts

Os conteúdos de mídia estão ganhando espaço porque proporcionam às pessoas a possibilidade de ouvir sobre o que quiser, na hora que bem entender. Ou seja, quem busca tem interesse.

Você pode usar agregadores como iTunes ou Ziepod para PCs, BeyondPod ou PodStore para Android, Wecast ou o nativo Podcasts para iOS e mais diversos outros agregadores do mercado.

- Apresentação de slides

A apresentação de slides permite um maior número de informações através das imagens e a apresentação de estatísticas e resultados. No fim, todos são beneficiados. Os clientes que podem estudar visualmente a proposta e os vendedores que terão as diretrizes para a apresentação disponíveis no decorrer do slide.

Evite o efeito “colcha de retalhos”. Procure fazer a apresentação de maneira fluída e natural, sem pular de slide em slide aleatoriamente.

3. Fundo do funil

Finalmente o cliente teve contato com sua marca, buscou conhecer o produto, fez comparações, analisou dados e realizou a compra.

Aqui ficaram apenas os leads qualificados, isto é, pessoas interessadas no seu produto que certamente voltarão sempre que necessário. O vendedor tem mais liberdade nesta etapa, pois pode falar sobre a empresa e a marca sem o receio de parecer maçante.

- Formatos de conteúdo para o fundo do funil

No fundo do funil também precisam existir conteúdos. As pessoas compraram seu produto e você precisa compreender que este não é o fim do relacionamento. Ainda é possível extrair fatores positivos para a marca.

- Cases de clientes

Este é o momento de trabalhar com os feedbacks dos clientes que já utilizaram seu produto ou serviço e tiveram uma experiência positiva. Muitas pessoas buscam a opinião de quem já fez uso do produto para decidir se vai consumir a marca. Procure encontrar um tempo para ouvir o que os clientes têm a dizer e publique os resultados positivos.

- Ferramentas avançadas

Por se tratar de clientes com um alto índice de engajamento, oferecer ferramentas, versões de demonstração e trials gratuitamente será muito positivo.

Depoimentos Para aqueles clientes que ainda não concretizaram a venda, um depoimento de quem já utilizou o produto pode ser o impulso que faltava. Contate seus clientes e peça para que eles façam depoimentos, se possível.

- Reviews de produtos

Mostre para os clientes as formas de utilização do produto. Fale sobre resultados e explique as vantagens conquistadas ao consumir sua marca.

Esse tipo de persuasão é bem-vinda e pode ser a peça chave para manter a proximidade com o cliente. Depois do funil de vendas É hora de reter o cliente.

Assim como eu sempre falo que o anúncio não acaba quando se aperta o botão “publicar”, as vendas não acabam quando o cliente compra o produto.

É mais fácil você manter os clientes que já tem do que conquistar novos, então invista para que esses clientes se mantenham. Um cliente fiel, além de voltar sempre, faz a propaganda da marca para o seu círculo social.

- Formatos de conteúdo para encantar e reter clientes

Claro que todos os formatos podem ser utilizados em qualquer etapa do funil, a escolha deles será feita para atender a campanha de cada empresa. É um trabalho de adaptação.

Vamos analisar alguns exemplos de formatos para a retenção de clientes.

- Ofertas especiais

A marca pode fazer ofertas para aqueles que já adquiriram o produto, como recompensas através de fidelização ou descontos especiais para o consumo de novos produtos.

- Vídeos explicativos

Ofereça conteúdos ao seu cliente que falem sobre o processo de utilização do produto. Ensine-o como extrair a melhor experiência com a marca e incentive ao consumo de novos produtos.

- Suporte especializado

Invista na equipe escolhida para desenvolver este trabalho. O suporte especializado vai trabalhar com os clientes que já compraram o produto e precisam de ajuda.

- Tutoriais avançados

Aqui você pode ensinar seu cliente a melhor utilização do produto ou serviço. Você pode ser mais didático e usar termos mais técnicos para educar e sanar possíveis dúvidas.



Agora é o momento de colocar a mão na massa e fazer acontecer! E, para isso, precisará buscar mais informações para implementar o sistema.

O objetivo deste e-book é de “entregar a vara e ensinar a pescar” o que se dá por cumprido neste momento.

Porém, na maioria das vezes, a busca pela informação por conta própria acaba gerando muito desgaste, perda de tempo e até mesmo de dinheiro.

Diante disso, quero te ajudar a seguir em frente e conseguir seu objetivo. Para isso estou oferecendo acesso ao nosso TREINAMENTO GRATUITO - Primeira Venda Online.

um super conteúdo onde você terá acesso a 3 módulos para por em pratica tudo que você aprendeu aqui. Basta clicar no botão abaixo para ter acesso GRATUITO.

Quero meu acesso instantâneo agora!