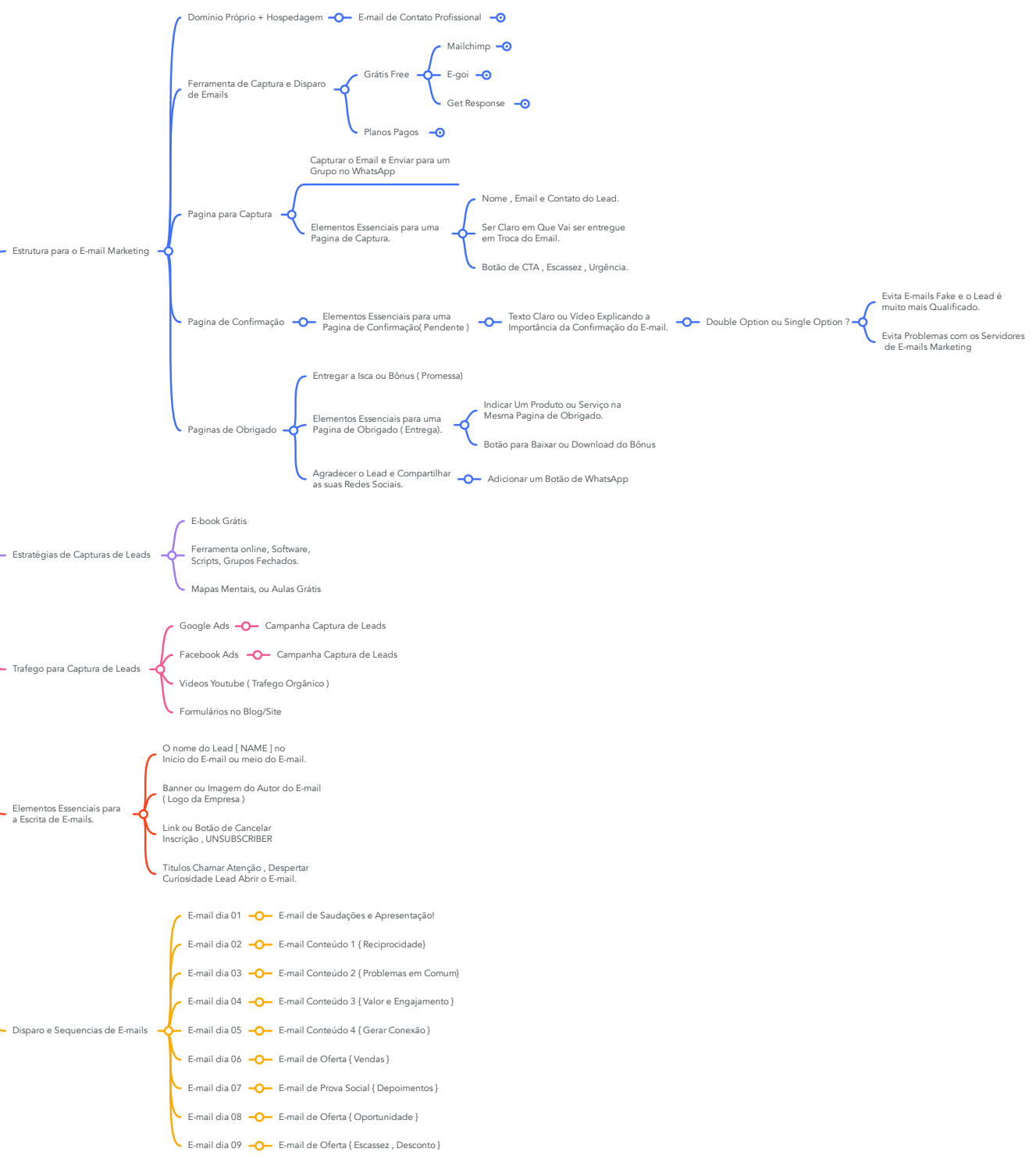


Estratégia de E-mail Marketing



Estratégia de E-mail Marketing

1. Estratégias de Capturas de Leads

- 1.1. E-book Grátis
- 1.2. Ferramenta online, Software, Scripts, Grupos Fechados.
- 1.3. Mapas Mentais, ou Aulas Grátis

2. Estrutura para o E-mail Marketing

2.1. Domínio Próprio + Hospedagem

2.1.1. E-mail de Contato Profissional

2.1.1.1. Hospedagem que eu Recomendo

Link: <https://bit.ly/hospedagem-sites-hostinger>

2.2. Ferramenta de Captura e Disparo de Emails

2.2.1. Grátis Free

2.2.1.1. Mailchimp

2.2.1.1.1. Visitar Site Aqui

Link: <https://mailchimp.com/pt-br/>

2.2.1.2. E-goi

2.2.1.2.1. Visitar Site Aqui

Link: <https://www.e-goi.com/br/>

2.2.1.3. Get Response

2.2.1.3.1. Visitar Site Aqui

Link: <https://www.getresponse.com/pt>

2.2.2. Planos Pagos

2.2.2.1. Active Campagn

2.2.2.1.1. Até 500 Leads - R\$ 50 Mês.

2.2.2.1.1.1. Acessar o Site Aqui

Link: <https://www.activecampaign.com/br>

2.2.2.2. Lead Lovers

2.2.2.2.1. Até 5.000 Leads - R\$ 197 Mês.

2.2.2.2.1.1. Acessar o Site Aqui

Link: <https://go.hotmart.com/I10654735I>

2.2.2.3. Mailling Boss

2.2.2.3.1. R\$ 149,00 Mensal + Envios ILIMITADOS

2.2.2.3.1.1. Paginas de Funis

2.2.2.3.1.2. Construtor de Paginas

2.2.2.3.1.3. Acessar o Site Aqui

Link: <https://automacaomarketingdigital.com>

2.3. Pagina para Captura

2.3.1. Capturar o Email e Enviar para um Grupo no WhatsApp

2.3.2. Elementos Essenciais para uma Pagina de Captura.

2.3.2.1. Nome , Email e Contato do Lead.

2.3.2.2. Ser Claro em Que Vai ser entregue em Troca do Email.

2.3.2.3. Botão de CTA , Escassez , Urgência.

2.4. Pagina de Confirmação

2.4.1. Elementos Essenciais para uma Pagina de Confirmação(Pendente)

2.4.1.1. Texto Claro ou Vídeo Explicando a Importância da Confirmação do E-mail.

2.4.1.1.1. Double Option ou Single Option ?

2.4.1.1.1.1. Evita E-mails Fake e o Lead é muito mais Qualificado.

2.4.1.1.1.2. Evita Problemas com os Servidores de E-mails Marketing

2.5. Paginas de Obrigado

2.5.1. Entregar a Isca ou Bônus (Promessa)

2.5.2. Elementos Essenciais para uma Pagina de Obrigado (Entrega).

2.5.2.1. Indicar Um Produto ou Serviço na Mesma Pagina de Obrigado.

2.5.2.2. Botão para Baixar ou Download do Bônus

2.5.3. Agradecer o Lead e Compartilhar as suas Redes Sociais.

2.5.3.1. Adicionar um Botão de WhatsApp

3. Trafego para Captura de Leads

3.1. Google Ads

3.1.1. Campanha Captura de Leads

3.2. Facebook Ads

3.2.1. Campanha Captura de Leads

3.3. Videos Youtube (Trafego Orgânico)

3.4. Formulários no Blog/Site

4. Elementos Essenciais para a Escrita de E-mails.

4.1. O nome do Lead [NAME] no Início do E-mail ou meio do E-mail.

4.2. Banner ou Imagem do Autor do E-mail (Logo da Empresa)

4.3. Link ou Botão de Cancelar Inscrição , UNSUBSCRIBER

4.4. Titulos Chamar Atenção , Despertar Curiosidade Lead Abrir o E-mail.

5. Disparo e Sequencias de E-mails

5.1. E-mail dia 01

5.1.1. E-mail de Saudações e Apresentação!

5.2. E-mail dia 02

5.2.1. E-mail Conteúdo 1 { Reciprocidade}

5.3. E-mail dia 03

5.3.1. E-mail Conteúdo 2 { Problemas em Comum}

5.4. E-mail dia 04

5.4.1. E-mail Conteúdo 3 { Valor e Engajamento }

5.5. E-mail dia 05

5.5.1. E-mail Conteúdo 4 { Gerar Conexão }

5.6. E-mail dia 06

5.6.1. E-mail de Oferta { Vendas }

5.7. E-mail dia 07

5.7.1. E-mail de Prova Social { Depoimentos }

5.8. E-mail dia 08

5.8.1. E-mail de Oferta { Oportunidade }

5.9. E-mail dia 09

5.9.1. E-mail de Oferta { Escassez , Desconto }