



 hotmart Pages  hotmart Send

Plano de ataque para quem quer começar no digital

Bônus: Guia ilustrado para colocar sua estratégia em prática



SUMÁRIO



1- Introdução	3
2- A importância de uma estratégia digital	4
3- Como ter uma presença no digital	5
4- Como criar uma audiência na internet	8
5- Como manter um relacionamento	13
6- Conclusão	17
7- Guia ilustrado para colocar sua estratégia em prática	18
8- Como criar sua página de captura	19
9- Como criar sua página de vendas	29
10- Como criar e enviar campanhas (e-mails avulsos)	32
11- Como criar e enviar automações (sequências de e-mails)	37



1- INTRODUÇÃO

Neste e-book compilamos o que você precisa fazer para vender no digital, sem atalhos ou truques. Apresentamos a importância de seguir uma estratégia bem desenhada, passando por diferentes canais e como usar cada um deles para atingir seus objetivos.

Boa leitura!





2- A IMPORTÂNCIA DE UMA ESTRATÉGIA DIGITAL

Se você espera encontrar logo no primeiro capítulo deste ebook respostas rápidas para as perguntas:

“Como faço minha primeira venda agora?”

“Como melhorar meus resultados em pouco tempo?”

Bom, não é o que você vai ler por aqui.

E isso é para o seu próprio bem. O mercado de produtos físicos e o mercado de produtos digitais têm muitas características diferentes, mas existe um ponto em comum entre eles: em nenhum dos dois você inicia um negócio da noite para o dia e consegue resultados rápidos.

Existe uma metodologia a ser seguida. E essa metodologia é o que diferencia quem tem um negócio de sucesso de quem não chega lá. Os que chegam lá são os que orientam-se por uma **estratégia digital bem construída** e usam as **ferramentas certas como apoio** para isso.

E essa estratégia começa com a criação de uma presença digital.





3- COMO TER UMA PRESENÇA NO DIGITAL

Se você já tem um produto, seja um ebook ou um curso, ou um serviço, como uma mentoria, e eu procurar por esse produto ou serviço na internet, que resultados vou encontrar?

Presença digital é o que eu encontro quando busco por um negócio na internet.

Imagine que você criou um ebook para vender na internet. Dedicou horas do seu dia para pensar no melhor conteúdo e na melhor forma de entrega.

Mas pulou a etapa de construção de uma boa página de venda e já foi direto para as suas redes sociais divulgar esse produto.

Muitas pessoas se interessaram e você recebeu diversas perguntas sobre ele. Mas as perguntas que você recebeu nas redes sociais eram muito parecidas.



Agora, você vai precisar gastar muito tempo respondendo cada pergunta nos comentários ou por mensagens diretas, se quiser vender.

Isso significa que as suas redes sociais:

- Não despertaram o interesse do seu público;
- Não geraram vendas;
- Causaram uma enxurrada de perguntas.

É desse cenário caótico que você escapa quando tem uma boa página de vendas.

E isso não quer dizer que você não precisa de redes sociais, muito pelo contrário. Elas são excelentes aliadas, mas em outra parte da sua estratégia (chegaremos lá em breve).

Voltando à página de vendas, ela contribui para sua presença digital:

- Encantando o seu potencial cliente de forma profissional;
- Comunicando de forma clara todas as possíveis dúvidas;
- Aumentando suas chances de vender.

Apenas com **uma boa página de vendas é possível colocar todas as informações, benefícios e vantagens do seu produto.** Além disso, é possível mostrar também depoimentos de pessoas que tiveram resultados com o seu produto.



A página de vendas cumpre o papel de **responder às principais objeções de compra dos clientes**, e isso não só ajuda o seu negócio digital a crescer como é fundamental para a sua presença digital.

Através dela, você vai conseguir medir as conversões, entender se as pessoas que estão visitando a página fazem parte do seu público-alvo e ainda gerar diversas outras informações estratégicas.

Mas para alcançar todos esses resultados, **existe o jeito certo de criar sua página de vendas**. Não é só sentar e escrever.

O processo envolve:

- **Usar o construtor de páginas ideal** para o momento do seu negócio;
- Criar uma estrutura que faça sentido para o produto que está sendo vendido;
- Seguir uma lógica para manter o visitante atraído.

No entanto, tudo isso cai por terra se você não tiver uma audiência na internet. Afinal, para vender no digital, você precisa de uma audiência. Ou seja, pessoas interessadas no que você tem a dizer, no conhecimento que quer compartilhar.





4- COMO CRIAR UMA AUDIÊNCIA NA INTERNET

Na internet, não adianta ser muito bom e não ter um público para te acompanhar e, principalmente, uma audiência com a qual você possa construir um relacionamento.

O comportamento do consumidor na internet é baseado em identificação: **é mais fácil comprar de quem você conhece e se identifica.**

Por isso, além de uma presença no digital, você vai precisar criar uma audiência (e, consequentemente, um relacionamento) para que os possíveis clientes se conectem com você e se sintam confortáveis para comprar.

Através da sua audiência, você faz as suas primeiras vendas, mas é só através do relacionamento que você consegue vender mais vezes para a mesma pessoa ou vender produtos de valores maiores.

E só é possível criar uma audiência resolvendo algum problema.



Por isso, é importante se perguntar:

“O produto ou serviço que eu vendo realmente é útil e resolve algum problema da minha audiência?”

Se a resposta for não, então separe um tempo e faça uma lista dos problemas que você sabe resolver e crie conteúdos com isso.

Mas se a resposta for sim, existem estratégias para esse produto ou serviço alcançar cada vez mais pessoas.

Esteja em uma rede social (do jeito certo)

A primeira delas: esteja em uma rede social (não falei que esse recurso ia servir para construir sua presença digital em algum momento?).

É possível construir audiência por outros canais? Sim, mas é mais difícil. Você precisa estar onde as pessoas estão.

Por isso, comece perguntando: **onde o seu público está?** No Youtube, Instagram, Tiktok, LinkedIn...

Mas não basta apenas estar em uma rede social, esteja lá bem aparentado.

Se você aparecer em uma festa com qualquer forma e vestido de qualquer jeito, suas chances de atrair olhares negativos e afastar as



pessoas será grande.

O mesmo acontece no digital. Vamos supor que a rede social escolhida é o Instagram.

Algumas práticas precisam ser seguidas:

- Escolha um nome para sua conta fácil de ser entendido e encontrado;
- Evite números ou palavras muito grandes;
- Selecione uma boa foto;
- Crie uma Bio clara e eficiente e pense nos conteúdos que estarão no link da Bio.

Estar presente em uma rede social do jeito certo faz toda a diferença para a construção da sua audiência.

Resolva problemas (criando conteúdo)

Comece a criar conteúdo com o que você sabe que pode resolver os problemas que o seu público tem.

Mas crie de forma inteligente. Ou seja, além de pensar no conteúdo, escolha o formato que mais pode alcançar pessoas.

É fundamental se relacionar com a sua audiência nas redes sociais, mas também é importante ter um canal mais direto e pessoal.



Se as redes sociais caírem hoje, como você pode continuar conversando com as pessoas que te seguem?

Diversifique seus canais (e economize)

Esse relacionamento pode continuar acontecendo **através do e-mail marketing**, que é o canal com um acesso direto ao seu cliente.

E mesmo que você não acredite, esse é um dos canais mais usados pelos grandes produtores.

Se a construção da sua audiência com as redes sociais começa com a criação de um perfil, no e-mail marketing **começa com uma Página de Captura**.

Essa é a página usada para coletar contatos. É nela que você vai colocar um formulário, onde as pessoas vão deixar o endereço de e-mail.

Depois, você precisa integrar essa página à sua ferramenta de e-mail marketing. Dessa forma, quem deixou o contato já cai em um funil automático que vai disparar um e-mail de boas vindas e uma sequência de comunicação.

Se a sua ferramenta de criação de páginas e de e-mail marketing forem integradas, esse processo fica ainda mais fácil.

Mas para a pessoa te passar o contato dela e você começar a cons-



truir essa relação, ela espera algo em troca.

Esse é o ponto de partida para criar uma **boa estratégia de criação de audiência na internet** e uma boa página de captura.

As pessoas só dão os seus contatos em troca de algo que enxergam valor. Então, você precisa pensar em algo para enviar para elas por e-mail.

Qual é a entrega de valor que você pode fazer levando em consideração o seu nicho?

Com esse processo construído, fica mais fácil criar um relacionamento com sua audiência, já que você vai ter acesso direto a uma dos lugares mais valiosos do seu potencial cliente: a caixa de entrada dele.





5- COMO MANTER UM RELACIONAMENTO

Muita gente ainda se pergunta: mas o e-mail não morreu? **Vale a pena mesmo criar uma estratégia de e-mails?** As pessoas ainda veem e-mails?

Pode acreditar, elas veem sim. Só pra você ter uma ideia, pesquisas indicam que 92% dos adultos usam sim o e-mail.

Sabe o quanto de gente isso dá? São “apenas” 3 bilhões de pessoas. Vai me dizer que seus potenciais clientes não estão no meio de toda essa gente?

Se você usa a internet, certamente usa um e-mail. E, posso afirmar que, se ainda não viu a sua caixa de e-mails hoje, até o final do dia provavelmente vai dar uma passada por lá.

Ou seja, **o e-mail marketing pode ser uma estratégia poderosíssima** para você que quer vender um produto, quer criar um negócio



digital, e quer criar relacionamento com a sua audiência.

Basta lembrar de quantas vezes você já se deparou com alguma página pedindo o seu contato em troca de algum material rico, algum conteúdo que possa ser útil, alguma promoção...

No fundo, o que eles querem é exatamente o que você também precisa: **construir uma audiência e manter um relacionamento com ela.**

Em outras palavras, o objetivo de todo negócio digital é ter uma lista de contatos quantíssima, que se interesse pelo assunto do qual você está falando e queira comprar o seu produto.

E-mail marketing como construção de relacionamento com o cliente:

O e-mail marketing é uma forma de marketing direto para você falar diretamente com o seu público.

Ou seja, você pode personalizar a mensagem para enviar um aviso, oferecer um material exclusivo, e, é claro, vender. Tudo isso com um custo baixíssimo.

Para manter o relacionamento com a sua audiência por e-mail é importante focar em dois pontos.

1- Chamar a atenção



Em meio a tantos estímulos, mensagens, opções de compra, tantas dores que precisam ser solucionadas, **como se fazer presente e fazer o seu potencial cliente se lembrar de você, do seu produto e da sua oferta?**

Se você não aparecer, certamente não vão lembrar de você. Por isso é tão importante criar uma estratégia de nutrição desses leads. E como você vai nutrir os seus leads? Através do conteúdo.

Isso significa que, a partir do momento em que o potencial cliente deixou o contato com você para baixar um material rico, para participar de uma live ou em alguma outra ação que você tenha realizado, é importante que você leve conteúdos relevantes, que mantenha uma comunicação mais próxima e direta para criar um relacionamento.

E uma das maneiras de fazer isso é criando um fluxo de nutrição por email para essas pessoas.

Um dos formatos mais utilizados para isso é a **newsletter**, em que você pode abordar rapidamente diversas informações relevantes para aquele público.

2- Manter a organização

Para continuar crescendo a lista de contatos que você já começou a fazer, você também vai precisar de um **cronograma com as datas dos envios**. Essa parte é fundamental para que você saiba como



organizar os seus disparos e possa aproveitar ao máximo a sua estratégia.

Além disso, você precisa criar a sua mensagem, a copy. Essa é uma das partes mais importantes de todo o processo. Lembre-se de definir claramente o objetivo da sua mensagem antes de escrevê-la.

Por exemplo: se você quer divulgar uma live, o foco da mensagem deve ser em convidar as pessoas para o evento e mostrar o que elas vão encontrar lá.

Nesse texto, evite desviar o assunto e até mesmo tentar vender qualquer coisa. Caso contrário, as pessoas podem ficar confusas e não participar do evento.



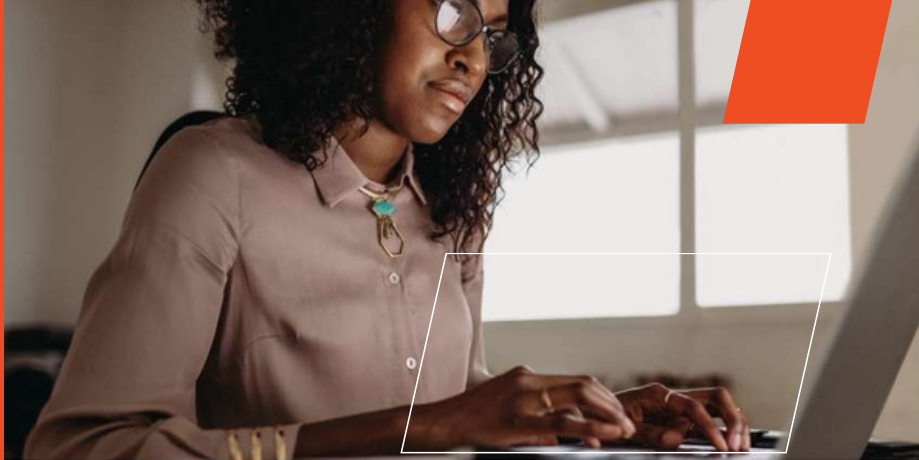


6- CONCLUSÃO

Ter sucesso vendendo no digital não envolve segredos guardados a sete chaves nem golpes de sorte.

Quem se tornou um grande nome nesse mercado desenvolveu um bom produto ou serviço, seguiu um plano concreto de divulgação e usou as [ferramentas certas como apoio.](#)





7- GUIA ILUSTRADO PARA COLOCAR SUA ESTRATÉGIA DE VENDAS EM PRÁTICA

Neste material bônus você vai encontrar o passo a passo para colocar sua estratégia de vendas em prática com as [ferramentas da Hotmart](#) - o Hotmart Pages, nosso criador de páginas, e o Hotmart Send, nosso serviço de e-mail marketing.

Aqui você vai aprender a criar sua página de captura integrada com o serviço de e-mail marketing, sua página de vendas e a criar e disparar e-mails para construir uma relação com seus contatos.

Vamos lá?





8- COMO CRIAR SUA PÁGINA DE CAPTURA

Acesse Hotmart.com, clique em **“Entrar”** e faça login na sua conta. Depois disso, clique no menu **“Navegue”** no canto superior direito, ao lado do seu nome, e escolha **“Criador de páginas”**

hotmart

Nunca foi tão fácil transformar o que você sabe em um negócio digital.
Vamos te ajudar desde os primeiros passos.

Email

Senha

[Esqueci minha senha](#)

Entrar

[Não tem uma conta?](#) [Quero me ajudar](#)

[Entrar com Facebook](#)

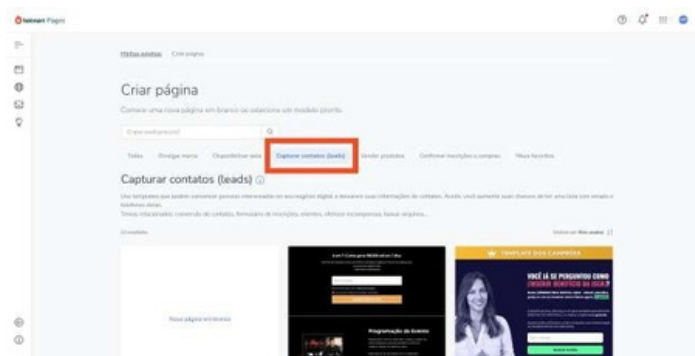
Seguindo as Termos de Uso e Política de Privacidade



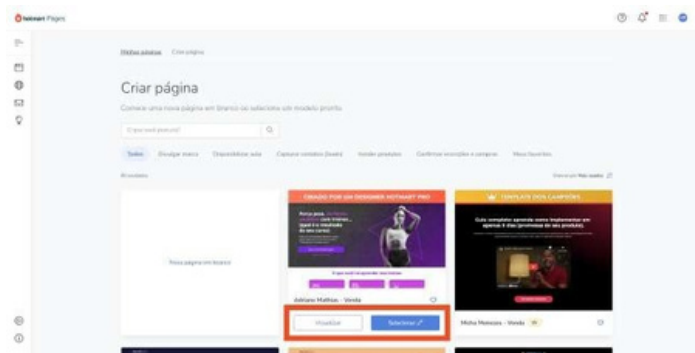


Agora você clica em **“Criar página”**. Caso apareça a opção, selecione **“Usar editor”**. Depois é só selecionar **“Capturar contatos (leads)”** que vários modelos prontos e testados no mercado vão aparecer para você personalizar.





Para ver mais detalhes de cada template, clique em **“Visualizar”**.
Quando já tiver escolhido qual usar, é só marcar **“Selecionar”**.



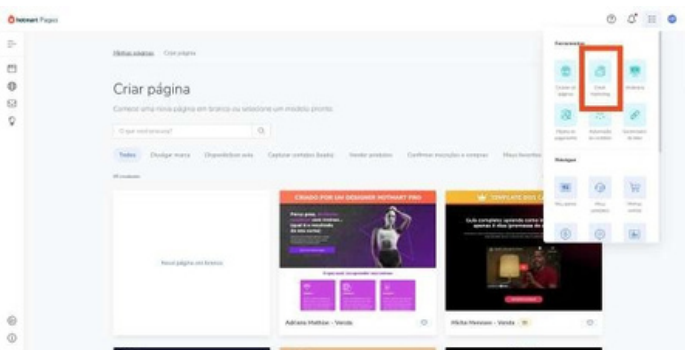
considerar a comercialização de um curso online sobre alimentação



Com poucos ajustes você deixa a página com a cara do seu negócio e pronta para publicar.

O próximo passo é configurar o formulário de e-mail e integrar com a ferramenta de e-mail marketing.

Clique novamente no menu no canto superior direito e escolha a opção **"Email marketing"**.



Agora, o que precisamos fazer é configurar o formulário que vai receber os contatos.

Para isso, vamos configurar a tag primeiro. A tag é como uma etiqueta que a ferramenta vai colocar no e-mail da pessoa para identificá-la.

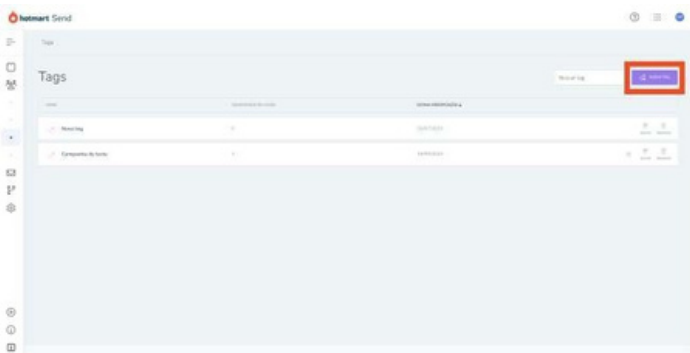
Ou seja, todo mundo que entrar para a sua lista de e-mails por considerar a comercialização de um curso online sobre alimentação



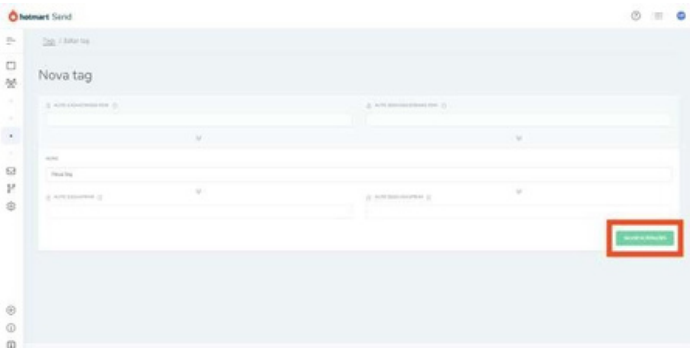
aquele formulário, vai receber uma tag de identificação.



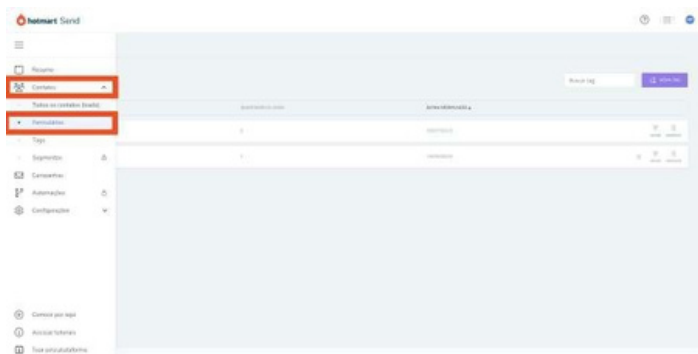
No menu lateral esquerdo, clique em **“Contatos”** e, em seguida, em **“Tags”**. Depois é só selecionar **“Nova Tag”**.

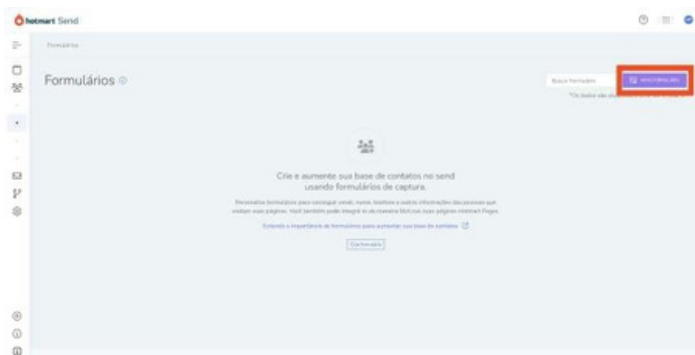


Escolha um nome para sua Tag e clique em **“Salvar Alterações”**.
Agora, vamos criar o formulário.



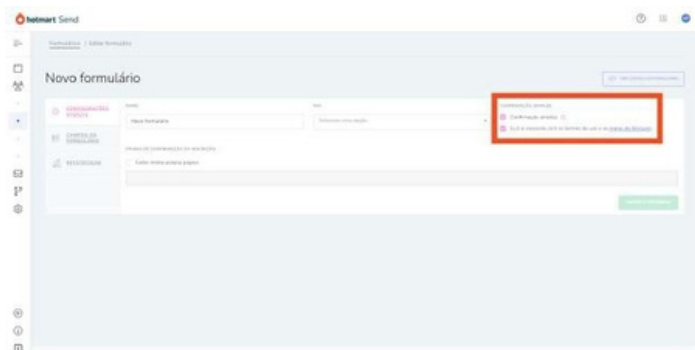
Clique novamente em **“Contatos”** e depois em **“Formulários”**.
Clique em novo formulário.





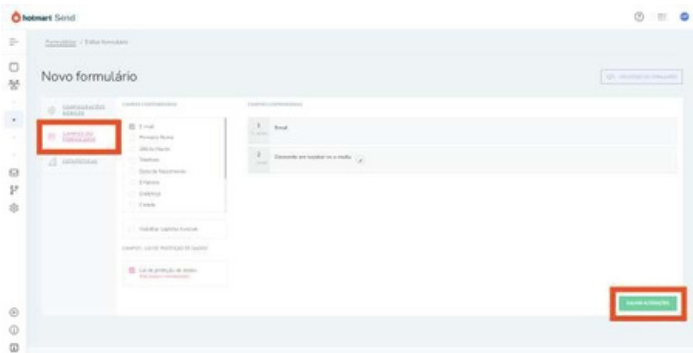
Dê um nome para o formulário. Escolha a tag que você criou nos passos anteriores para o seu formulário.

Dê um check nas caixinhas “**confirmação simples**” e “**termos de uso**” no canto direito



Agora, clique em **"Campos do formulário"** no canto esquerdo. Essa é a parte que você vai escolher quais informações quer coletar do seu lead.

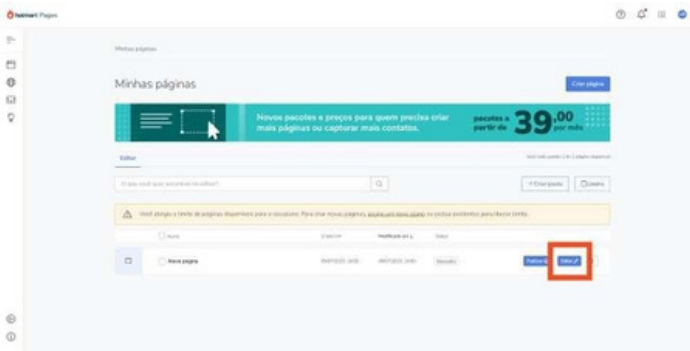
Clique em **"Salvar alterações"** e pronto, seu formulário está criado. Agora, você só precisa colocar ele na sua página de captura.



Para isso, clique em **"Formulários"**, localize o formulário que você criou, vá em **"Código"** e copie esse código.



Volte para o Criador de Páginas e clique em **"editar"** na página que você criou.



No campo do CTA, clique na engrenagem e cole o código do formulário no campo **"Código HTML do formulário"**. Certifique-se de que você selecionou o box correspondente a todo o CTA para conseguir clicar na engrenagem.



Fazendo esse passo a passo, você não precisa enviar um email cada vez que uma pessoa se inscrever na sua página de captura.

Isso vai acontecer automaticamente!

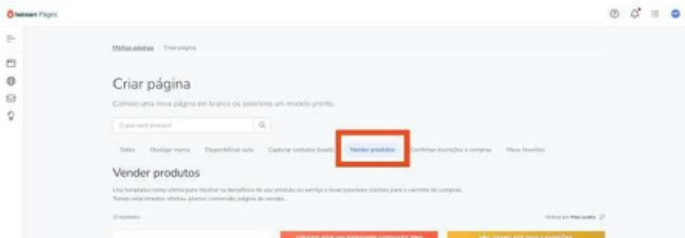
[Crie agora mesmo sua página de captura usando os modelos prontos](#)



9- COMO CRIAR SUA PÁGINA DE VENDAS

Acesse Hotmart.com, clique em **“Entrar”** e faça login na sua conta. Depois disso, clique no menu **“Navegue”** no canto superior direito, ao lado do seu nome, e escolha **“Criador de páginas”**.

Agora você clica em **“Criar página”**. Caso apareça a opção, selecione **“Usar editor”**. Depois é só selecionar **“Vender produtos”** que vários modelos prontos e testados no mercado vão aparecer para você personalizar.



Clique em **“escolher”** no modelo que mais gostar.

E agora é a hora de personalizar para a página ficar com a sua cara.

Você pode alterar cor, texto, imagem... o que quiser para complementar o conteúdo.

Mesmo que você tenha escolhido uma página com templates prontos, você pode excluir as dobras que não quiser e inserir novas.

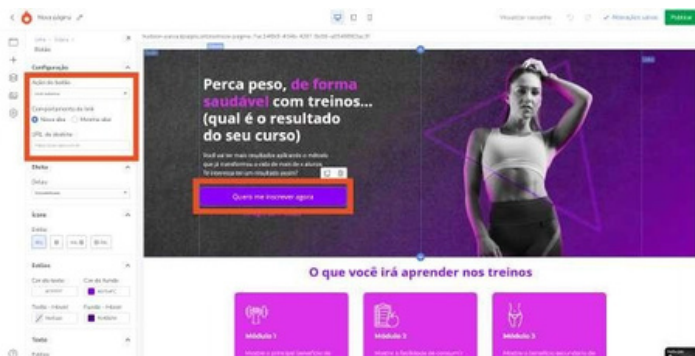
Por fim, não esqueça de alguns pontos importantes quando estiver finalizado a sua página.

O primeiro ponto é: **não esqueça de salvar, depois clique em publicar** e agora você já tem uma página pronta para qualquer pessoa acessar.

O segundo ponto super importante é conferir se os botões estão com o link do checkout para que a pessoa clique e seja direcionada para a página.

Para inserir o link é fácil, **clique no botão e depois escolha a opção de link externo.**





Depois é só você colar o link do checkout e esperar suas vendas acontecerem!

Tenha uma página de vendas assinada por grandes nomes do digital.





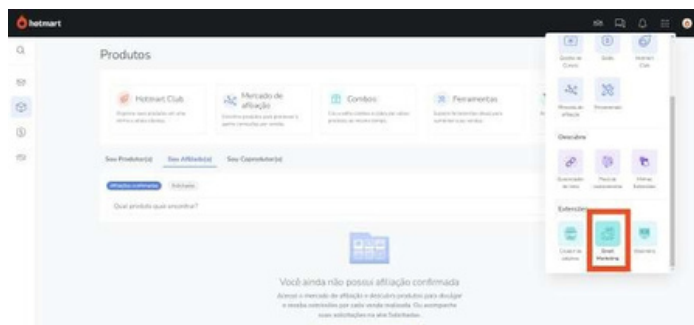
10- COMO CRIAR E ENVIAR CAMPANHAS (E-MAILS AVULSOS)

A ferramenta de e-mail marketing da Hotmart permite que você faça disparos de campanhas (como um e-mail com uma oferta) e automações (como um fluxo de entrega de um e-book).

Você pensa na estratégia e no conteúdo e pode configurar para a ferramenta automatizar os disparos.

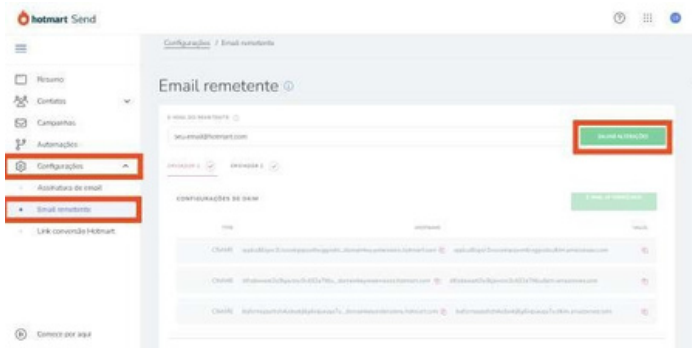
Para entrar, acesse Hotmart.com, clique em **“Entrar”** e faça login na sua conta. Depois disso, clique no menu **“Navegue”** no canto superior direito, ao lado do seu nome, e escolha **“Email marketing”**.





Feito isso, agora vamos configurar o seu e-mail de remetente. Esse é o email que a pessoa vai ver quando receber todas as suas comunicações disparadas pela ferramenta.

Em “Configurações” no menu à esquerda, selecione “Email remetente” e preencha com o e-mail que deseja. Depois é só clicar em “Salvar alterações”.

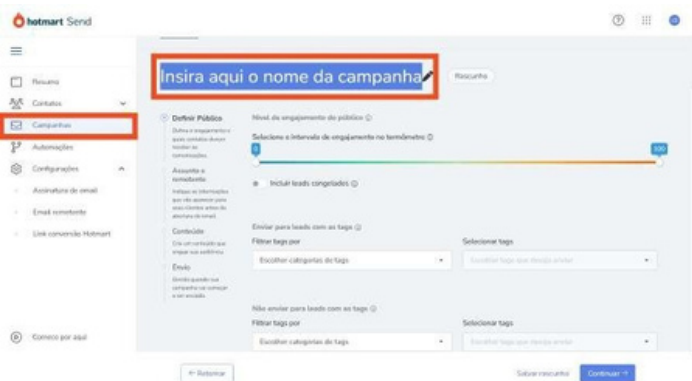


A ferramenta de e-mail marketing da Hotmart não é uma “caixa de entrada” e sim uma forma de disparar mensagens de forma profissional. Por isso é fundamental escolher o e-mail de remetente, é por ele que seus contatos vão conversar com você.

Agora vamos aprender a criar os emails. E nessa etapa é importante entender o que são campanhas e o que são automações.

Vamos começar com as campanhas, que são e-mails individuais que você pode criar e disparar para as bases que você deseja. Esses e-mails podem ser disparados na hora que são criados ou podem ser agendados em um dia e horário específicos.

Dentro da ferramenta, na barra de menu à esquerda, clique em **“Campanhas”**. Em seguida escolha **“Nova Campanha”** e dê um nome para ela.



Se quiser direcionar o envio para algum público específico, esse é o momento, escolhendo alguma Tag. Também é possível filtrar por nível de engajamento, caso queira divulgar uma ação apenas para os seus contatos mais ativos.

No termômetro, próximo ao ponto azul, estão as menos engajadas. As mais engajadas estão no ponto vermelho.

Clique em continuar, defina o assunto, o nome do remetente, a assinatura e o texto de pré-visualização, caso tenha.

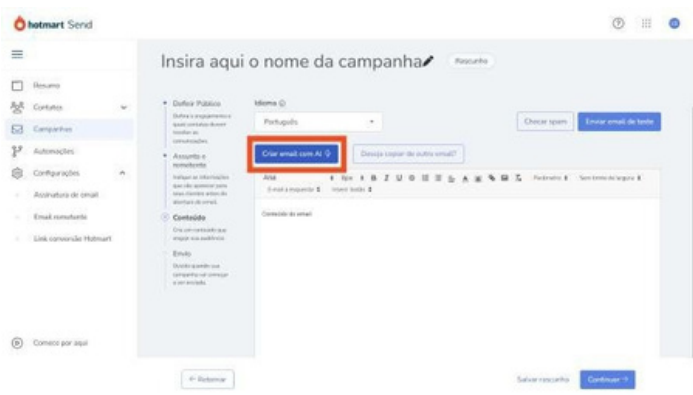
The screenshot shows the 'Hotmart Send' interface for creating an email campaign. The main form is titled 'Insira aqui o nome da campanha' and includes several fields and options:

- Nome do remetente:** A text field containing 'LUCIANO PAZ REVENHOLDA E SERVIÇOS DA - vendas@lpa.com.br'.
- Email para onde as mensagens serão encaminhadas:** A text field containing 'vendas@lpa.com.br'.
- Assunto:** A text field containing 'Para a campanha'.
- Assinatura:** A text field containing 'Hotmart Send'.
- Texto de pré-visualização:** A text field.
- Botões:** A 'Continuar' button is highlighted with a red box at the bottom right.

On the left side, there is a sidebar with navigation options: 'Recursos', 'Contatos', 'Campanhas', 'Automação', 'Configurações', 'Assinaturas de email', 'Emails enviados', and 'Uma campanha Hotmart Send'.

Por fim, o conteúdo. Caso tenha uma mensagem pronta, copie e cole. Você também pode escrever diretamente na ferramenta e contar com a ajuda da **criação de e-mail com Inteligência Artificial** clicando em **"Criar email com AI"**.





Você escolhe o assunto, o tom de voz e o conteúdo fica pronto em poucos segundos. Basta fazer alguns ajustes e a mensagem está pronta para enviar. **Clique em continuar para definir se quer enviar a campanha imediatamente, agendar ou pausar.**

Não sabe como começar um e-mail? Use a Inteligência Artificial agora!





11- COMO CRIAR E ENVIAR AUTOMAÇÕES (SEQUÊNCIAS DE E-MAILS)

A automação de e-mail é uma funcionalidade para você automatizar os processos de envios, de acordo com regras personalizadas. Por exemplo: quando uma compra é realizada, seu comprador vai receber uma mensagem automaticamente 20 minutos após a confirmação dessa compra.

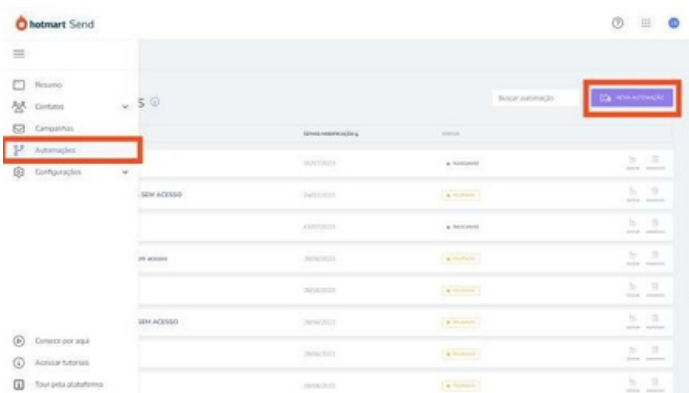
Ou, se um aluno chega à metade do seu curso, você cria uma automação para que ele receba uma mensagem de incentivo para continuar o restante do conteúdo.

As automações de e-mails podem te ajudar a poupar tempo e criar estratégias poderosas para o seu relacionamento com os compradores e também para impulsionar suas vendas.

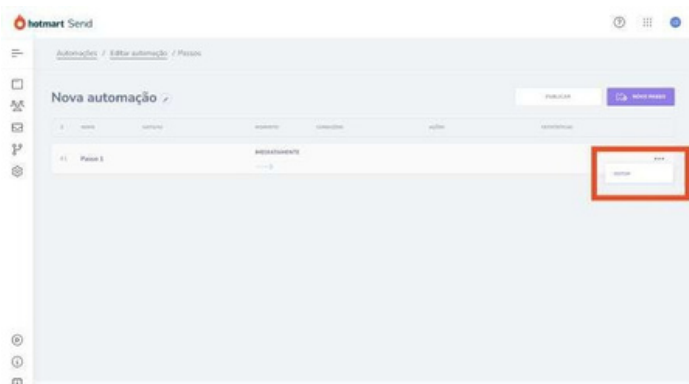
Defina o público inserindo a Tag no campo "Gatilho", o intervalo de



escolha “Nova automação” no lado superior direito.



Nos 3 pontinhos, selecione “Editar” e altere o primeiro passo da automação.



Defina o público inserindo a Tag no campo "Gatilho", o intervalo de tempo e crie o conteúdo do e-mail. Não esqueça de salvar as alterações. Os campos marcados como opcionais não precisam ser preenchidos no momento.

hotmart Send

Automações / Editar automação / Passos / Editar passo

Passo 1

Gatilho (highlighted with a red box)
Defina o gatilho que iniciará a automação. Ex: Quando um usuário se cadastrar.

Intervalo
Configure o intervalo de tempo entre as etapas da automação.

Condição
Defina as condições para a execução da automação.

Ações
Defina as ações que serão executadas.

hotmart Send

Assunto: LAUNCH-PRO TECNOLOGIA E SERVIÇOS SA - boas-vindas

Corpo: Seja bem-vindo ao nosso lançamento! Estamos muito felizes em ter você conosco.

Assinatura: hotmart Send

Enviar e-mail com o HTML

Assunto: LAUNCH-PRO TECNOLOGIA E SERVIÇOS SA - boas-vindas

Corpo: Seja bem-vindo ao nosso lançamento! Estamos muito felizes em ter você conosco.

Assinatura: hotmart Send



O primeiro passo está pronto. Se precisar criar mais, basta repetir o processo.

Ao final, publique a automação para que ela seja ativada e comece a funcionar. Você pode pausar os disparos sempre que precisar.

Deixe seu processo de vendas automático agora mesmo.





hotmart.com