tirapapel

Infoprodutos low ticket · Edição de revisão 2

02

INTERMEDIÁRIO

Melhore sua oferta e seus testes de vendas

Diagnóstico, comunicação e experimentos para uma oferta existente.



Ideia boa pede mundo.

Guia + modelos + planilhas

AMOSTRA GRATUITA | TIRAPAPEL | Trecho do material

NAVEGAÇÃO

Seu percurso

Comece pelo estágio da sua operação

1. Faça um diagnóstico antes de mudar a oferta

2. Organize a medição e concilie os pedidos

3. Revise a oferta, a página e o checkout

4. Teste a aquisição com mensagens distintas

5. Conduza experimentos sem se enganar com poucos dados

6. Melhore a entrega e o relacionamento com compradores

Consulta rápida

Base e limites desta edição

Leia com um projeto em mente. Use os modelos associados a cada etapa e registre as evidências antes de avançar.

Exemplos fictícios são identificados no conteúdo. Os materiais ensinam processos e critérios de decisão; não garantem vendas ou renda.

AMOSTRA GRATUITA | TIRAPAPEL | Trecho do material

Comece pelo estágio da sua operação

Este guia é para quem já tem um produto utilizável, escreveu uma oferta e começou a divulgá-la. Você não precisa ter vendas consistentes para aplicar as atividades. Precisa conseguir mostrar o que oferece e registrar o que acontece quando pessoas entram em contato com a oferta.

Se ainda não tem produto ou não sabe qual problema pretende resolver, o guia iniciante apresenta esse percurso. Você também pode chegar até aqui com um produto desenvolvido por outro caminho: a compra de um material anterior não é requisito para executar estas atividades.

O objetivo desta etapa é transformar uma situação vaga — "não está vendendo bem" — em perguntas específicas. As pessoas certas chegam à página? Entendem o que recebem? Conseguem pagar? Usam o material? A venda deixa margem?

Você vai produzir um diagnóstico, organizar registros, revisar uma parte da oferta e planejar um experimento. Uma melhoria só será considerada comprovada quando os dados e o contexto sustentarem essa conclusão. O material não estabelece meta universal de conversão nem prazo de retorno.

Prepare seu espaço de trabalho

Separe a versão atual da página, os materiais entregues, registros de pedidos, despesas de divulgação e dúvidas recebidas. Quando um dado não existir, marque como desconhecido. Descobrir uma lacuna é parte do diagnóstico.

Abra o caderno intermediário. Os modelos I01–I07 acompanham os capítulos e podem ser copiados para um editor. As tabelas deste guia não calculam automaticamente; use as planilhas do pacote para os cálculos.

Vamos acompanhar um exemplo inteiramente fictício: Ana já oferece um kit de organização de propostas. Ela divulgou o produto, recebeu perguntas e quer entender onde melhorar. Números usados neste guia são simulações didáticas, sem vínculo com vendas reais.

AMOSTRA GRATUITA | TIRAPAPEL | Trecho do material