

# EDU MARKETING

ESCALANDO NEGÓCIOS EDUCACIONAIS



**Gilberto Augusto** ✓  
@gilbertoaugustoprof



# MÁQUINA<sup>DE</sup> VENDAS 5.0

■ PESSOAS

■ PRODUTO

■ PROCESSO  
COMERCIAL

■ MARKETING  
DIGITAL

■ INTELIGÊNCIA  
ARTIFICIAL

# O NOVO BRASIL

O **CRESCIMENTO** DA  
NAÇÃO MOVIDO PELA

**EDUCAÇÃO**

**EMPREENDEDORA**

# PLANO DE MARKETING

| OBJETIVO   | JORNADA        | META                                          | CANAIS                                                                 |
|------------|----------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| ALCANCE    | DESCOBERTA     | Aumentar a 1ª impressão da marca (Descoberta) | Anúncios, Eventos, PR, Blog, Social Media, Parcerias e Influenciadores |
| AUTORIDADE | POSICIONAMENTO | Posicionamento e endosso para ser reconhecido | Social Media, PR, Podcast, Feiras, Eventos, Networking                 |
| AUDIÊNCIA  | ENGAJAMENTO    | Criar frequência e interação                  | Blog, Social, YouTube, Anúncios, E-mail, Lives                         |
| RECEITA    | RELACIONAMENTO | Converter audiência em vendas                 | Site, LP, Social Selling, Loja, Vendedor, Eventos                      |
| RETENÇÃO   | EXPERIÊNCIA    | Guiar o cliente na escada de valor            | Suporte, Eventos, CS, CX, Gerente de conta                             |
| INDICAÇÃO  | PERTENCIMENTO  | Transformar cliente em canal                  | Comunidade, Influenciadores, Clientes, Parceiros                       |

# ESTRATÉGIA COMERCIAL

## ESTRATÉGIA COMERCIAL

Proposta Única de Valor

Posicionamento de Mercado

Produtos e Precificação

Tamanho de Mercado baseado no ICP

Definição de Canais de  
Aquisição de Clientes

Estrutura de Equipe  
Comercial e Suporte

Gestão de  
Carteira de Clientes

Metas e Objetivos

Rotinas e Rituais de Gestão

Monitoramento de Indicadores (Operacionais e de Resultado)

# GESTÃO <sup>2</sup>PRILS

| FINANÇAS | PESSOAS | MARKETING | VENDAS | PRODUTO | CLIENTES | COMPRAS |
|----------|---------|-----------|--------|---------|----------|---------|
| P        | P       | P         | P      | P       | P        | P       |
| R        | R       | R         | R      | R       | R        | R       |
| I        | I       | I         | I      | I       | I        | I       |
| L        | L       | L         | L      | L       | L        | L       |
| S        | S       | S         | S      | S       | S        | S       |

# GESTÃO PRILS

| FINANÇAS    | PESSOAS     | MARKETING   | VENDAS      | PRODUTO     | CLIENTES    | COMPRAS     |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| PROCESSOS   | PROCESSOS   | PROCESSOS   | PROCESSOS   | PROCESSOS   | PROCESSOS   | PROCESSOS   |
| ROTINAS     | ROTINAS     | ROTINAS     | ROTINAS     | ROTINAS     | ROTINAS     | ROTINAS     |
| INDICADORES | INDICADORES | INDICADORES | INDICADORES | INDICADORES | INDICADORES | INDICADORES |
| LÍDER       | LÍDER       | LÍDER       | LÍDER       | LÍDER       | LÍDER       | LÍDER       |
| SISTEMAS    | SISTEMAS    | SISTEMAS    | SISTEMAS    | SISTEMAS    | SISTEMAS    | SISTEMAS    |

GILBERTO AUGUSTO

# QUEM **GILBERTO AUGUSTO** JÁ AJUDOU



**JANGUÊ DINIZ**

Presidente do Grupo  
Ser Educacional



**TALIS, ALFREDO E BRUNO**

Fundadores do G4 Educação



**RICARDO NUNES**

Fundador da Ricardo Eletro



**MARCUS MARQUES**

Acelerador de pequenas  
e médias empresas



**DENNER LIPPERT**

CEO V4 Company

Gilberto  
AUGUSTO

prepara  
enem

COPE  
ENSINO MEDIO

A360°

GOExplosion

SPACE  
EDU

FORTLIFE®



Gilberto  
AUGUSTO

prepara  
enem

**+DE 20.000**  
ALUNOS  
APROVADOS

**COPE**  
ENSINO MEDIO

A360°

**GOExplosion**

**+DE 50.000**  
ALUNO EM TODO BRASIL

SPACE  
EDU

**+DE 6.000**  
EMPRESAS MILIONÁRIAS

**FORTLIFE®**

**+DE 30.000**  
DROGARIAS EM TODO BRASIL

ESCALA

+ MODELO DE NEGÓCIO  
MODELO MENTAL



PROFESSOR  
DIST GILBERTO  
1073442 AUGUSTO  
M0-223



PROFESSOR  
ST GILBERTO  
142 AUGUSTO  
73

COPE • COLEGIO PREPARA ENEM

PROFESSOR  
GILBERTO  
AUGUSTO  
DIST  
11/23/2022  
M0-223

PROFESSOR  
BERTO  
GUSTO

14

PROFESSOR  
**GILBERTO  
AUGUSTO**

DIST  
11/3442  
M-223



PROFESSOR  
**GILBERTO  
AUGUSTO**

ST  
142  
73

14

©2022 - GILBERTO AUGUSTO  
ALL RIGHTS RESERVED OF THE PRODUCER  
NEUROMARKETING & MARKETING DIGITAL  
GILBERTO | AUGUSTO | PROFESSOR



PROFESSOR  
**GILBERTO**  
NEURO MARKETING

©2024 - Gilberto Augusto



- 1** MEMORIZAÇÃO DOS CONTEÚDOS
- 2** CONCENTRAÇÃO DURANTE AS AULAS
- 3** CONCENTRAÇÃO DURANTE O ESTUDO INDIVIDUAL
- 4** RESOLUÇÃO DE EXERCÍCIOS
- 5** REVISÃO DAS MATÉRIAS
- 6** CUMPRIMENTO DO PLANEJAMENTO DE ESTUDOS
- 7** QUANTIDADE DE ESTUDOS DIÁRIOS
- 8** GERENCIAMENTO DE TEMPO NO SIMULADO
- 9** AUTODIAGNOSTICO DE AVALIAÇÕES
- 10** CONTROLE DA ANSIEDADE
- 11** EXATAS
- 12** BIOLÓGICAS
- 13** HUMANAS
- 14** PORTUGUÊS
- 15** REDAÇÃO



# QUADRO GERAL DE ESTUDOS

ALUNO: \_\_\_\_\_ TURMA: \_\_\_\_\_

| DIA / HORA | 2ª Feira | 3ª Feira | 4ª Feira | 5ª Feira | 6ª Feira | Sábado | Domingo |
|------------|----------|----------|----------|----------|----------|--------|---------|
| 06/07h     |          |          |          |          |          |        |         |
| 07/08h     |          |          |          |          |          |        |         |
| 08/09h     |          |          |          |          |          |        |         |
| 09/10h     |          |          |          |          |          |        |         |
| 10/11h     |          |          |          |          |          |        |         |
| 11/12h     |          |          |          |          |          |        |         |
| 12/13h     |          |          |          |          |          |        |         |
| 13/14h     |          |          |          |          |          |        |         |
| 14/15h     |          |          |          |          |          |        |         |
| 15/16h     |          |          |          |          |          |        |         |
| 16/17h     |          |          |          |          |          |        |         |
| 17/18h     |          |          |          |          |          |        |         |
| 18/19h     |          |          |          |          |          |        |         |
| 19/20h     |          |          |          |          |          |        |         |
| 20/21h     |          |          |          |          |          |        |         |
| 21/22h     |          |          |          |          |          |        |         |
| 22/23h     |          |          |          |          |          |        |         |
| 23/00h     |          |          |          |          |          |        |         |



PROFESSOR

**GILBERTO  
AUGUSTO**

DIST

ED 3442  
M4-223

PROFESSOR

**GILBERTO  
AUGUSTO**

ST

142  
73

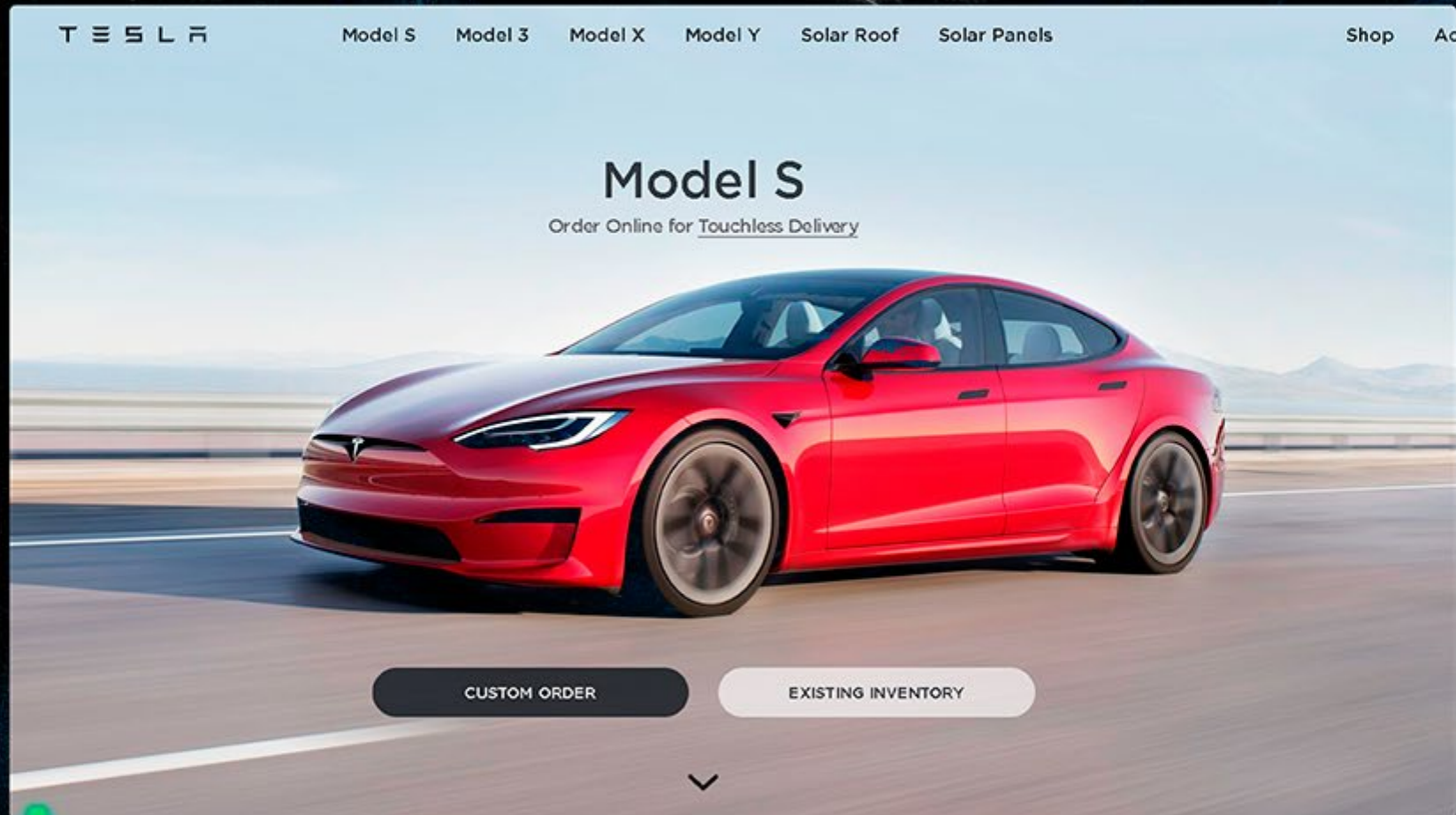
14



# PERSONALIZAÇÃO

# PERSONALIZAÇÃO





# HIERARQUIA DE VALOR

©2024 - GILBERTO AUGUSTO  
ALL RIGHTS RESERVED OF THE PRODUCER  
NEUROMARKETING & MARKETING DIGITAL  
GILBERTO | AUGUSTO | PROFESSOR



PROFESSOR  
**GILBERTO**  
NEURO MARKETING

©2024 - Gilberto Augusto

## IMPACTO SOCIAL



Autotranscendência

## MUDANÇA DE VIDA



Fornecer ajuda



Auto realização



Motivação



Relíquia/  
Tradição



Membro/  
pertencimento

## EMOCIONAL



Reduzir a  
ansiedade



Recompensa



Nostalgia



Design/  
estética



Exclusividade/  
distinção



Bem estar



Valor  
terapêutico



Diversão/  
Entretenimento



Atratividade



Dar  
acesso

## FUNCIONAL



Economizar  
tempo



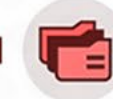
Simplificar



Gerar  
dinheiro



Reduzir  
riscos



Organizar



Integrar



Conectar



Reduzir  
esforço



Evitar  
aborrecimentos



Reduzir  
custos



Qualidade



Variedade



Apelo  
sensorial



Informar



PROFESSOR

**GILBERTO  
AUGUSTO**

DIST

ED 3442  
M4-223

PROFESSOR

**GILBERTO  
AUGUSTO**

ST

142  
73

14

# SPACE EDU



PROFESSOR  
**GILBERTO  
AUGUSTO**

PROFESSOR  
**GILBERTO  
AUGUSTO**

14

CLUBE  
EURO

Programa  
ESCALA  
DIGITAL

PRIME  
EURO

PODER DA  
COMUNICAÇÃO

— ZONA DE —  
GENIALIDADE

PROGRAMA  
ESCALA  
DE NEGÓCIOS

SPACE  
VENDAS

SPACE  
DIGITAL

PROGRAMA  
M.A.P.A  
MENTOR | ACOMPANHAMENTO | PLANEJAMENTO | AVALIAÇÃO

GRÁCULO  
MENTORIA INDIVIDUAL

O CONSELHEIRO

SPACE  
TOUR

NETWORKING  
CLUB

SPACE  
EDU

Metodologia certa, resultados inevitáveis.

**+ 4.5 Bi**

de Faturamento Gerado nos  
últimos anos

**+ 6Mil**

Empresários treinados

**+ 36 Mil**

novos postos de trabalho  
criados

Toda a nossa metodologia ao alcance da sua empresa ainda hoje.

PROFESSOR  
**GILBERTO  
AUGUSTO**

PROFESSOR  
**GILBERTO  
AUGUSTO**

# MARKETING

SER

PRODUTO

PARECER

POSICIONAMENTO  
BRANDING  
CONTEÚDO

APARECER

TRÁFEGO  
CANAIS

©2022 - GILBERTO AUGUSTO  
ALL RIGHTS RESERVED OF THE PRODUCER  
NEUROMARKETING & MARKETING DIGITAL  
GILBERTO | AUGUSTO | PROFESSOR



PROFESSOR  
**GILBERTO**  
NEURO MARKETING

©2024 - Gilberto Augusto

# HIERARQUIA DE VALOR

©2024 - GILBERTO AUGUSTO  
ALL RIGHTS RESERVED OF THE PRODUCER  
NEUROMARKETING & MARKETING DIGITAL  
GILBERTO | AUGUSTO | PROFESSOR



PROFESSOR  
**GILBERTO**  
NEURO MARKETING

©2024 - Gilberto Augusto

## IMPACTO SOCIAL



Autotranscendência

## MUDANÇA DE VIDA



Fornecer ajuda



Auto realização



Motivação



Relíquia/  
Tradição



Membro /  
pertencimento

## EMOCIONAL



Reduzir a  
ansiedade



Recompensa



Nostalgia



Design /  
estética



Exclusividade /  
distinção



Bem estar



Valor  
terapêutico



Diversão /  
Entretenimento



Atratividade



Dar  
acesso

## FUNCIONAL



Economizar  
tempo



Simplificar



Gerar  
dinheiro



Reduzir  
riscos



Organizar



Integrar



Conectar



Reduzir  
esforço



Evitar  
aborrecimentos



Reduzir  
custos



Qualidade



Variedade



Apelo  
sensorial



Informar



**BRANDING**



**M** EMÓRIA



Mind Share

**A** TENÇÃO



Identidade Visual

**R** EPETIÇÃO



Teoria do Prego

**C** ORAÇÃO



Emoção

**A** LCANCE



Omnichannel

# BRANDING

Identidade Visual

Naming

Logo

Paleta de Cores

Tipografia

Brandbook

Posicionamento de Marca

Valores

Tom de Voz

Linguagem

Canais

Conteúdo

PROFESSOR  
GILBERTO  
AUGUSTO

DIST  
E13442  
M4-223



PROFESSOR  
GILBERTO  
AUGUSTO

ST  
142  
73

14



PROFESSOR

GILBERTO  
AUGUSTO

DIST

ED 3442  
M4-223

PROFESSOR

GILBERTO  
AUGUSTO

ST

142  
73

14  
NO

**DOPAMINE**  
COLOR



PROFESSOR

GILBERTO  
AUGUSTO

DIST

ED 3442  
M4-223

PROFESSOR

GILBERTO  
AUGUSTO

ST

142  
73

14  
NO



PROFESSOR  
**GILBERTO  
AUGUSTO**

DIST  
ED 3442  
M4-223

PROFESSOR  
**GILBERTO  
AUGUSTO**

ST  
142  
73



# PERCEPÇÃO DE VALOR

**TRADIÇÃO**

**GRANDES  
RESULTADOS**

**HISTÓRIA DA  
EMPRESA**

**NÚMERO DE  
CLIENTES**

**CLIENTES  
GRANDES**

**QUANTAS  
CIDADES ATUA**

**QUEM USA**

**VM**

**APRESENTAÇÃO  
DO PRODUTO**

**EMBALAGEM**

**SVA'S**

**PROPOSTA  
DE VALOR**



# MARKETING DE CONTEÚDO

Libb

# TACO

Autoridade

Quebra  
de Objeção

Técnico

Conexão



PROFESSOR  
GILBERTO  
AUGUSTO

PROFESSOR  
GILBERTO  
AUGUSTO

©2022 - GILBERTO AUGUSTO  
ALL RIGHTS RESERVED OF THE PRODUCER  
NEUROMARKETING & MARKETING DIGITAL  
GILBERTO | AUGUSTO | PROFESSOR



PROFESSOR  
GILBERTO  
NEURO MARKETING

©2022 - Gilberto Augusto



14

# TRILHA 1: **TACO**

- CONTEÚDO TÉCNICO
- CONTEUDO DE AUTORIDADE
- CONTEÚDO DE CONEXÃO
- CONTEÚDO DE CONTORNO DE OBJEÇÃO



# CONTEUDO TÉCNICO (T)

## CONSTRÓI RELEVÂNCIA

- MÉTODOS, ESTRATÉGIAS, TÁTICAS, MECANISMOS
- GRÁFICOS, TABELAS, INFOGRÁFICOS..
- GAMIFICAÇÃO: JORNADA

➡ PARA IDEIAS DE CONTEÚDO TÉCNICO, UTILIZE  
MAPA 3D, QUESTIONS TOP 10, AUTOCOMPLETE  
DO GOOGLE/YOUTUBE, SEMRUSH, ANSWERTHEPUBLIC

PROFESSOR

GILBERTO  
AUGUSTO

PROFESSOR

GILBERTO  
AUGUSTO

PROFESSOR  
**GILBERTO  
AUGUSTO**

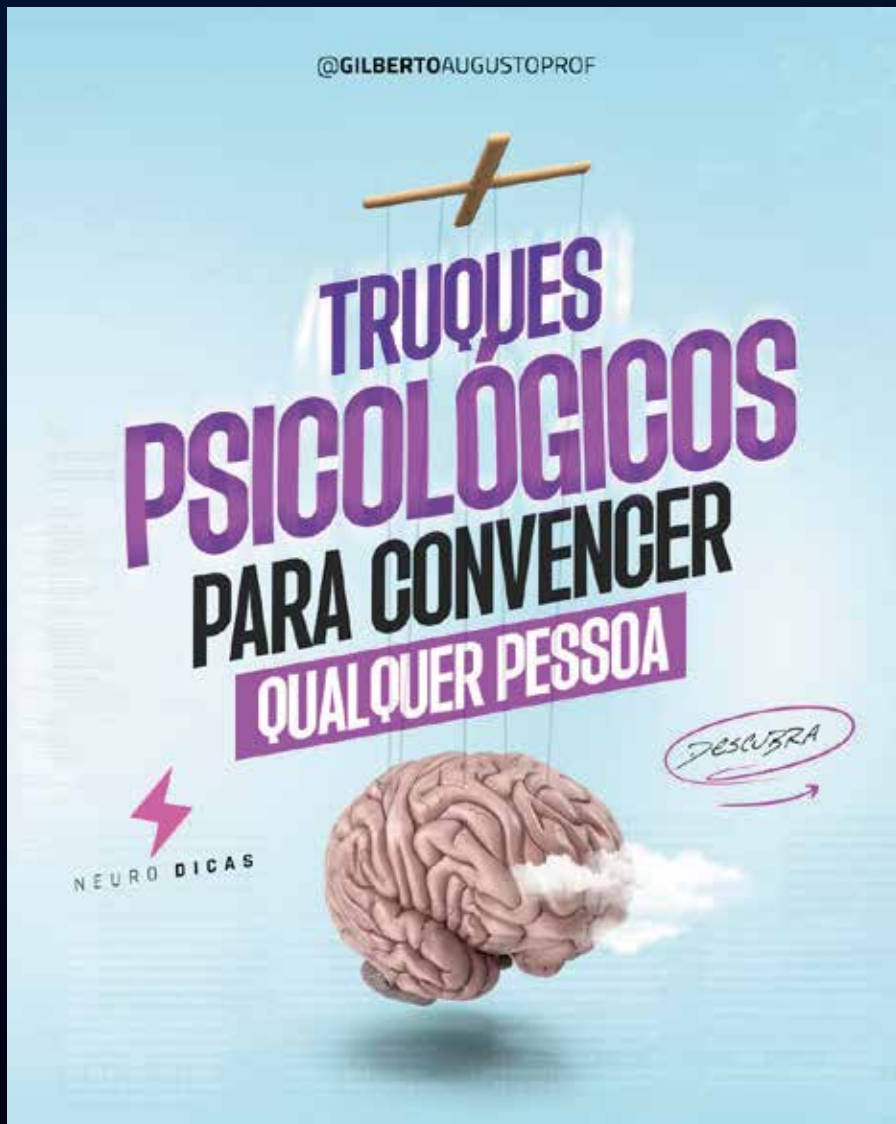
DIST  
ED 3442  
M4-223



PROFESSOR  
**GILBERTO  
AUGUSTO**

ST  
142  
73

14  
ANOS



@GILBERTOAUGUSTOPROF

# TRUQUES PSICOLÓGICOS PARA CONVENCER QUALQUER PESSOA

NEURO DICAS

DESCUBRA

4 TRUQUES PSICOLÓGICOS

Conheça os segredos  
mais bem guardados  
para **vender** para a  
mente subconsciente.



@GILBERTOAUGUSTOPROF

4 TRUQUES PSICOLÓGICOS

## ENVOLVA O CÉREBRO CONSUMISTA

**Prenda atenção:** a atenção é  
uma função fundamental do  
cérebro, produz um padrão  
distinto de ondas cerebrais.

@GILBERTOAUGUSTOPROF

4 TRUQUES PSICOLÓGICOS

## ENVOLVIMENTO EMOCIONAL

É relacionado com a ligação  
que sentimos com aquilo que  
estamos **vendo** ou  
vivenciando no momento.

@GILBERTOAUGUSTOPROF

4 TRUQUES PSICOLÓGICOS

## MEMÓRIA

**Memória implícita:** permite  
que as recordações  
influenciem atitudes,  
decisões e comportamentos  
no subconsciente.

@GILBERTOAUGUSTOPROF

4 TRUQUES PSICOLÓGICOS

## PERSUASÃO

Essa é a junção do **envolvimento  
emocional e memória**. Fornece  
uma previsão extremamente certa  
se essa pessoa vai comprar sua  
ideia ou seja intenção de compra.

@GILBERTOAUGUSTOPROF

Compartilhe esse conteúdo



ALL RIGHTS RESERVED OF THE PRODUCER  
NEUROMARKETING & MARKETING DIGITAL  
GILBERTO | AUGUSTO | PROFESSOR



GILBERTO  
NEURO MARKETING



PROFESSOR

GILBERTO  
AUGUSTO

DIST

ED 3442  
M4-223

PROFESSOR

GILBERTO  
AUGUSTO

ST

142  
73

14



DIVERSIFICAÇÃO DE CANAIS

# OMNICHANNEL

TARGET  
LIMIT

RT

# CANAIS

E



V



A



GILBERTO AUGUSTO

# PRODUÇÃO DE CONTEÚDO COM IA

GRAVAÇÃO DE 1 VÍDEO DE 30 MINUTOS/SEMANA

**COPY.AI**

CRIAR VÍDEOS CURTOS (1 MIN)

PLATAFORMAS DE PUBLICAÇÃO:

INSTAGRAM

TIKTOK

FACEBOOK

SHORTS YOUTUBE

**GLASP.CO**

1- COPIAR TRANSCRIÇÃO EM TEXTO

2- JOGAR TEXTO NO CHATGPT

AÇÕES:

REVISAR O POST EM PORTUGUÊS

CRIAR UM ARTIGO COM SEO

**SPOTIFY**

EXTRAIR O ÁUDIO E CRIAR

CONTEÚDO NO SPOTIFY



## CONTEUDO TÉCNICO (T)

CONSTRUI RELEVÂNCIA

@gilbertoagustopof  
GILBERTO AUGUSTO

CONTEÚDO

MÉTODOS, ESTRATÉGIAS, TÁCTICAS, RECURSOS  
CAPTURA, TAREFAS, MAPAS  
ORGANIZAÇÃO, JORNALISMO

CONTEÚDO

@gilbertoagustopof  
GILBERTO AUGUSTO

PARA SERIA DE CL... CONTEÚDO, UTILIZE  
MAPA DE, QUESTÃO... NA, AUTOMATE  
DE MODELO/PAVÃO... BOM, ANONCE PUBLICO

DIST  
023442  
M4-22.3



PROF  
GILBERT  
AUGUSTO  
DIST  
ED 3442  
M4-223



PROFESSOR  
ROBERTO  
AUGUSTO

14

PROFESSOR  
GILBERTO  
AUGUSTO

DIST  
ED 3442  
M4-223



PROFESSOR  
GILBERTO  
AUGUSTO

ST  
142  
73

14  
ANOS

# CONTEÚDO AUTORIDADE (A)

## CONSTRÓI AUDIÊNCIA E RELEVÂNCIA

- PROVA: DEPOIMENTOS
- PROVA SOCIAL: NÚMEROS DE AUDIÊNCIA, ALUNOS, RESULTADOS...
- APROVAÇÃO SOCIAL: CELEBRIDADES, NETWORKING...
- PRESENÇA DE GRANDES VEÍCULOS (PR): EXAME, JOVEM PAN, GLOBO...
- VÍDEOS DE PALESTRAS E EVENTOS
- LEI DOS GRANDES NÚMEROS
- FRAGMENTOS DO PRÓPRIO LIVRO



# CONTEÚDO DE CONEXÃO (C)

## CONSTRÓI ALCANCE

- FRASES COMPARTILHÁVEIS
- HISTÓRIAS INSPIRADORAS
- CURIOSIDADES E MISTÉRIOS
- SEU MANIFESTO: VISÃO, VALORES E CRENÇAS
- 6 FACES DO HERÓI
- LIFESTYLE
- OS 5 C's: Cachorro, Carro, Casa, Casamento e Comida

PROFESSOR  
**GILBERTO  
AUGUSTO**

PROFESSOR  
**GILBERTO  
AUGUSTO**



PROFESSOR  
**GILBERTO  
AUGUSTO**

DIST  
E23442  
M4-223



PROFESSOR  
**GILBERTO  
AUGUSTO**

ST  
142  
73

14  
NO



PROFESSOR

**GILBERTO  
AUGUSTO**

DIST

ED 3442  
M4-223

PROFESSOR

**GILBERTO  
AUGUSTO**

ST

142  
73

14



PROFESSOR

GILBERTO  
AUGUSTO

DIST

ED 3442  
M4-223

PROFESSOR

GILBERTO  
AUGUSTO

ST

142  
73

14



PROFESSOR

GILBERTO  
AUGUSTO

DIST

ED 3442  
M4-223

PROFESSOR

GILBERTO  
AUGUSTO

ST

142  
73

14  
NO



gilbertoaugustoprof



PROFESSOR  
GILBERTO  
AUGUSTO

PROFESSOR  
GILBERTO  
AUGUSTO

GILBERTO AUGUSTO



PROFESSOR

GILBERTO  
AUGUSTO

DIST

ED 3442  
M4-223

PROFESSOR

GILBERTO  
AUGUSTO

ST

142  
73

14  
NO

# CONTEÚDO DE CONTORNO DE OBJEÇÕES (O)

## CONSTRÓI VENDA

- ◆ QUEM É VOCÊ?
- ◆ ESSE PRODUTO FUNCIONA?
- ◆ ESSE PRODUTO FUNCIONA PRA MIM?
- ◆ E SE EU NÃO CONSEGUIR IMPLEMENTAR?
- ◆ E SE EU NÃO GOSTAR?
- ◆ NÃO TENHO TEMPO!
- ◆ NÃO TENHO DINHEIRO!

PROFESSOR  
**GILBERTO  
AUGUSTO**

PROFESSOR  
**GILBERTO  
AUGUSTO**



PROFESSOR

GILBERTO  
AUGUSTO

DIST

ED 3442  
M4-223

PROFESSOR

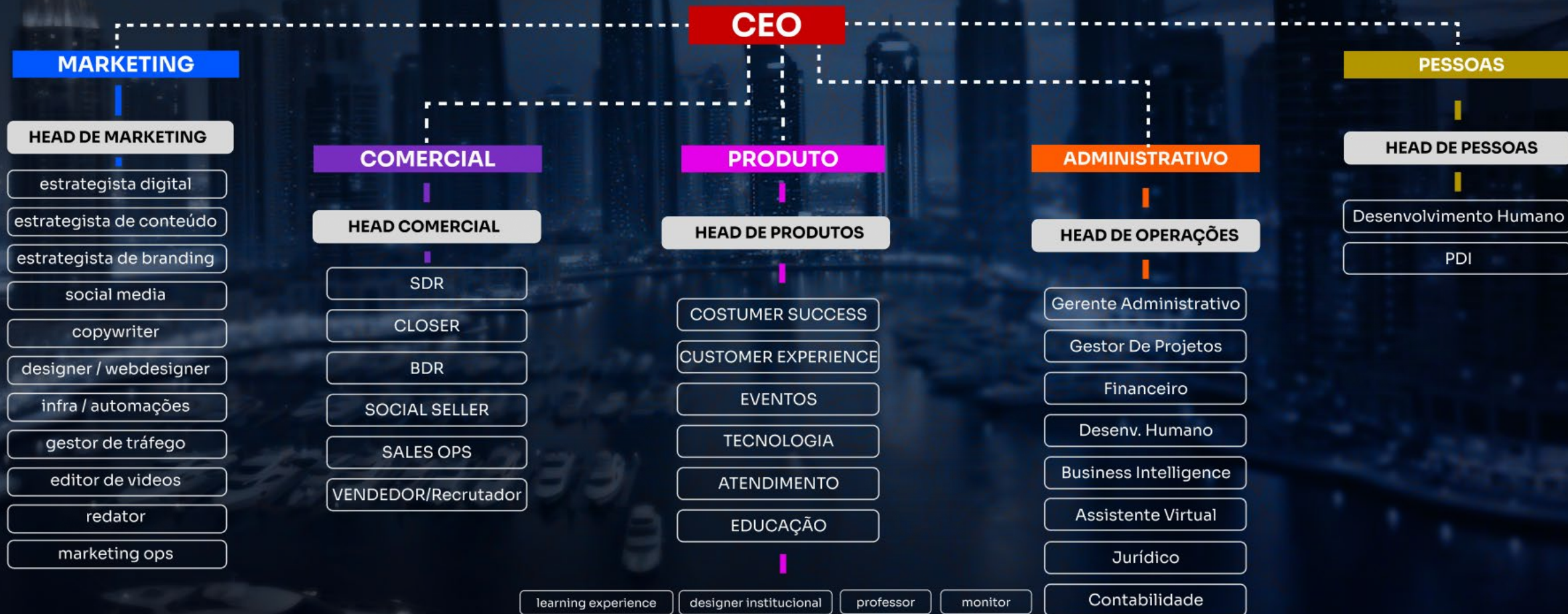
GILBERTO  
AUGUSTO

ST

142  
73

14

# ORGANOGRAMA



# GESTÃO PRILS

| FINANÇAS    | PESSOAS     | MARKETING   | VENDAS      | PRODUTO     | CLIENTES    | COMPRAS     |
|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| PROCESSOS   | PROCESSOS   | PROCESSOS   | PROCESSOS   | PROCESSOS   | PROCESSOS   | PROCESSOS   |
| ROTINAS     | ROTINAS     | ROTINAS     | ROTINAS     | ROTINAS     | ROTINAS     | ROTINAS     |
| INDICADORES | INDICADORES | INDICADORES | INDICADORES | INDICADORES | INDICADORES | INDICADORES |
| LÍDER       | LÍDER       | LÍDER       | LÍDER       | LÍDER       | LÍDER       | LÍDER       |
| SISTEMAS    | SISTEMAS    | SISTEMAS    | SISTEMAS    | SISTEMAS    | SISTEMAS    | SISTEMAS    |

# PROCESSOS

©2022 - GILBERTO AUGUSTO  
ALL RIGHTS RESERVED OF THE PRODUCER  
NEUROMARKETING & MARKETING DIGITAL  
GILBERTO | AUGUSTO | PROFESSOR



PROFESSOR  
**GILBERTO**  
NEURO MARKETING

©2024 - Gilberto Augusto





# MANUAL OPERACIONAL

## MOP – SDR

01

O TRABALHO DO SDR ENVOLVE ANALISAR AS INFORMAÇÕES DO TYPEFORM E FAZER UMA PRÉ-QUALIFICAÇÃO DAS MQLs (MARKETING QUALIFIED LEAD) EM RELAÇÃO AO FATURAMENTO DA EMPRESA.

02

OS LEADS QUE FATURAREM ACIMA DE R\$100.000,00 DEVEM TER PRIORIDADE DE CONTATO.

03

O SDR DEVE ENTRAR EM CONTATO COM A LEAD EM ATÉ 7 MINUTOS APÓS SUA CHEGADA NO CRM, OU SEJA, LRT (LEAD RESPONSE TIME) MÁXIMO DE 7 MINUTOS.

04

AS TENTATIVAS DEVEM ACONTECER POR WHATSAPP E TELEFONE.

05

O IDEAL É QUE SEJAM FEITOS 5 CONTATOS DURANTE 2 DIAS CONSECUTIVOS, ATRAVÉS DE 5 LIGAÇÕES EM HORÁRIOS DISTINTOS (INÍCIO DA MANHÃ, NA HORA DO ALMOÇO E APÓS ÀS 18H00) 5 MENSAGENS DE WHATSAPP COM HEADLINES DISTINTAS, EM HORÁRIOS DISTINTOS.

06

NAS MENSAGENS, O SDR DEVE PERGUNTAR QUAL O MELHOR HORÁRIO PARA ENTRAR EM CONTATO.

07

SE O LEAD NÃO RESPONDER NOS PRIMEIROS 2 DIAS DE CONTATO, TENTAR DURANTE 3 DIAS, UMA VEZ POR DIA.

Walter - Gilberto Augusto  
Assessoria de Marketing e Mídias Sociais  
e Consultoria em Marketing Digital  
Marketing & Mídias Sociais



PROFESSOR  
GILBERTO  
RIBEIRO AUGUSTO

# MOP – SDR

08

SE NÃO HOUVER RESPOSTA DEPOIS DE 5 DIAS, MANDAR MENSAGEM DE FIM DE TENTATIVA E DE CONTATO E COLOCAR ESSA LEAD EM UM FLUXO DE NUTRIÇÃO DE CONTEÚDO.

09

AO ENTRAR EM CONTATO COM A LEAD, O SDR DEVE CONFIRMAR AS INFORMAÇÕES PRESENTES NO TYPEFORM E ACRESCENTAR NO CRM.

10

AO ENTRAR EM CONTATO, O SDR DEVE FAZER A PARTE PROCESSUAL DO ATENDIMENTO (ABORDAGEM, RAPPORT, PERGUNTAS INTRODUTÓRIAS, EXTRAÇÃO DA NECESSIDADE, CERTIFICAÇÃO DA NECESSIDADE E AGENDAMENTO), E ALIMENTAR OS DETALHES NO CRM.

11

O SDR DEVE LEVANTAR AS SEGUINTE INFORMAÇÕES PARA PREENCHIMENTO NO CRM:

- 1- SEGMENTO DE MERCADO
- 2- CIDADE/ESTADO
- 3- FATURAMENTO MÉDIO MENSAL
- 4- NÚMERO DE COLABORADORES
- 5- JÁ CONHECE O PROFESSOR GILBERTO AUGUSTO?
- 6- CONHECE HÁ QUANTO TEMPO?
- 7- POR ONDE CONHECEU O PROFESSOR?

AVISO - GILBERTO AUGUSTO  
NÃO SE RESPONSABILIZA POR NENHUMA  
REPERTEÇÃO DE DADOS E/OU FALHAS DE  
SEGURANÇA E/OU QUALQUER OUTRA  
VIOLAÇÃO DE SEGURANÇA E/OU PRIVACIDADE



PROFESSOR  
**GILBERTO**  
REDES MARKETING

# MOP – SDR

12

ESSAS INFORMAÇÕES DEVEM ESTAR PRESENTES EM RELATÓRIOS PERIÓDICOS QUE EMITIREMOS PARA:

- 1- IDENTIFICAR O PERFIL DOS NOSSOS LEADS E CLIENTES
- 2- APRIMORAMENTO DAS CAMPANHAS DE MARKETING

13

OS LEADS CONTACTADOS QUE PASSAREM NA QUALIFICAÇÃO DO SDR SÃO CHAMADOS DE SQL (SALES QUALIFIED LEAD)

14

OS LEADS QUE FATURAREM ACIMA DE R\$100.000,00 DEVEM SER CONTACTADOS, TENDO COMO OBJETIVO VENDER O PRODUTO PRINCIPAL OU UM DOWN-SELL PARA OS PRODUTOS MAIS BARATOS:

- PRODUTO PRINCIPAL: XXXXXXXXXX
- PRODUTOS DE DOWN-SELL: YYYYYYYY, ZZZZZZZZ

15

- AS LEADS QUE FATURAREM ABAIXO DE R\$100.000,00 DEVEM SER CONTACTADOS PELO VENDEADOR 2, OU PELO VENDEADOR 1, DEPENDENDO DA DEMANDA.

16

- O OBJETIVO DESSES LEADS É TAMBÉM VENDER O PRODUTO PRINCIPAL OU UM DOWN-SELL PARA OS PRODUTOS MAIS BARATOS.

17

- DIANTE DE UMA NÃO QUALIFICAÇÃO DE UMA MQL OU DE UM NÃO FECHAMENTO DE UM SQL, ESSAS LEADS DEVEM SER ENCAMINHADAS PARA UM FLUXO DE NUTRIÇÃO DE MARKETING (CONTEÚDOS E CONVITES PARA LIVES).

AVISO - GILBERTO AUGUSTO  
NÃO SE RESPONSABILIZA POR NENHUMA  
REPERTEÇÃO DE DADOS E/OU FALHAS DE  
SEGURANÇA E/OU QUALQUER OUTRA  
VIOLAÇÃO DE SEGURANÇA E/OU PRIVACIDADE



PROFESSOR  
**GILBERTO**  
REDES MARKETING

# SCRIPT DE VENDAS

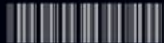
- 1** ABORDAGEM (Rapport – pesquisa no instagram e perguntas qualificadoras)
- 2** SONDAGEM (Conhece o Gilberto? De Onde? Me explique seu negócio)
- 3** EXTRAÇÃO DE NECESSIDADE
- 4** CERTIFICAÇÃO DE NECESSIDADE
- 5** IMPLICAÇÃO DA NECESSIDADE
- 6** PROVA
- 7** APRESENTAÇÃO DA SOLUÇÃO PERSONALIZADA PARA O PROBLEMA
- 8** ALGUMA DÚVIDA?
- 9** CONTORNO DE OBJEÇÕES
- 10** REVELAÇÃO DO INVESTIMENTO
- 11** NEGOCIAÇÃO
- 12** FECHAMENTO

PROFESSOR  
GILBERTO  
AUGUSTO

DIST  
023442  
M6-223

# ROTINAS

©2022 - GILBERTO AUGUSTO  
ALL RIGHTS RESERVED OF THE PRODUCER  
NEUROMARKETING & MARKETING DIGITAL  
GILBERTO | AUGUSTO | PROFESSOR



PROFESSOR  
**GILBERTO**  
NEURO MARKETING

©2024 - Gilberto Augusto





Pesquisar no Drive



+ Novo

SPACE EDU >

MARKETING



31



Pessoal

Atividades

Espaços de trabalho

Meu Drive

Drives compartilhados

Compartilhados comigo

Recentes

Com estrela

Spam

Lixeira

Armazenamento

Armazenamento usado: 16,4 GB

Tipo

Pessoas

Modificado

Pastas



Última modificação



ROTINAS



TRÁFEGO



ANÁLISE DE FUNIL



FERRAMENTAS



CONTEÚDO



COPYWRITING



MÍDIAS SOCIAIS



JOBS



prof  
GILBERTO  
MARKETING



J23

fx

|    | A                                                            | B                                                   | C                                                   | D                                                   | E                                                   | F                                                         | G      | H       |
|----|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------|---------|
| 3  | <div>SPACE</div> <div>EDU</div> <div>AGENDA PROGRAMADA</div> |                                                     |                                                     |                                                     |                                                     |                                                           |        |         |
| 4  |                                                              |                                                     |                                                     |                                                     |                                                     |                                                           |        |         |
| 5  |                                                              |                                                     |                                                     |                                                     |                                                     |                                                           |        |         |
| 8  | DATA/HORA                                                    | 2ª Feira                                            | 3ª Feira                                            | 4ª Feira                                            | 5ª Feira                                            | 6ª Feira                                                  | Sábado | Domingo |
| 9  | 07/08h                                                       |                                                     |                                                     |                                                     |                                                     |                                                           |        |         |
| 10 | 08/09h                                                       |                                                     |                                                     |                                                     |                                                     |                                                           |        |         |
| 11 | 09/10h                                                       | CHECAR ROTINA DO TIME DE CONTEÚDO E AGENDA GILBERTO | CHECAR ROTINA DO TIME DE CONTEÚDO E AGENDA GILBERTO | CHECAR ROTINA DO TIME DE CONTEÚDO E AGENDA GILBERTO | CHECAR ROTINA DO TIME DE CONTEÚDO E AGENDA GILBERTO | CHECAR ROTINA DO TIME DE CONTEÚDO E AGENDA GILBERTO       |        |         |
| 12 | 10/11h                                                       | ACOMPANHAR GRAVAÇÃO DOS VÍDEOS PARA O YOUTUBE       | REUNIÃO DE BRAINSTORM (CONTEÚDO)                    | SPACE CAST                                          | REUNIÃO DE BRAINSTORM (CONTEÚDO)                    | CHECAR ROTEIROS                                           |        |         |
| 13 | 11/12h                                                       | ACOMPANHAR GRAVAÇÃO DOS VÍDEOS PARA O YOUTUBE       | REUNIÃO DE BRAINSTORM (CONTEÚDO)                    | SPACE CAST                                          | REUNIÃO DE BRAINSTORM (CONTEÚDO)                    | GRAVAÇÃO DE CRIATIVOS E REELS                             |        |         |
| 14 | 12/13h                                                       | ALMOÇAR                                             | ALMOÇAR                                             | ALMOÇAR                                             | ALMOÇAR                                             | ALMOÇAR                                                   |        |         |
| 15 | 13/14h                                                       | Acessar todas as páginas e refinar                  | CRIAR ARTES DO TRELLO                               | CHECAR ROTEIROS                                     | CRIAR ARTES DO TRELLO                               | CRIAR APRESENTAÇÃO DA REVIEW                              |        |         |
| 16 | 14/15h                                                       | Acessar todas as páginas e refinar                  | CRIAR ARTES DO TRELLO                               | GRAVAÇÃO DE CRIATIVOS E REELS                       | CRIAR ARTES DO TRELLO                               | INDICADORES MARKETING                                     |        |         |
| 17 | 15/16h                                                       | CRIAR ARTES DO TRELLO                               | CRIAR ARTES DO TRELLO                               | GRAVAÇÃO DE CRIATIVOS E REELS                       | CRIAR ARTES DO TRELLO                               | INDICADORES MARKETING                                     |        |         |
| 18 | 16/17h                                                       | CRIAR ARTES DO TRELLO                               | CRIAR ARTES DO TRELLO                               | GRAVAÇÃO DE CRIATIVOS E REELS                       | CRIAR ARTES DO TRELLO                               | CHECAR A LINHA SE ESTÁ TUDO PRONTO PARA A SEMANA SEGUINTE |        |         |
| 19 | 17/18h                                                       | CRIAR ARTES DO TRELLO                               | STORIES PARA O POST CARROSSEL E YOUTUBE             | CHECAR O TRELLO E VIABILIZAR PRAZOS                 | CRIAR ARTES DO TRELLO                               | ORGANIZAR A SEMANA SEGUINTE                               |        |         |
| 20 | 18/19h                                                       | SPACEDAILY E CHECK NA ROTINA                        | SPACEDAILY E CHECK NA ROTINA                        | SPACEDAILY E CHECK NA ROTINA                        | SPACEDAILY E CHECK NA ROTINA                        | SPACEDAILY E CHECK NA ROTINA                              |        |         |
| 21 | 19/20h                                                       |                                                     | VIDEO YOUTUBE                                       | LIVE CONSELHO DE NEGÓCIOS                           | VIDEO YOUTUBE                                       |                                                           |        |         |
| 22 | 20/21h                                                       |                                                     |                                                     |                                                     |                                                     |                                                           |        |         |



HYAGO ▾

GERAL TIME DE CONTEÚDO ▾

@gilbertoaugusto

GILBERTO AUGUSTO

AGENDA PROGRAMADA

©2024 - Gilberto Augusto



©2024 - Gilberto Augusto

bertoaugustoprof



©2024 - Gilberto Augusto



100%



R\$



%



.0



.00

123



Padrã...



10



J13



fx

|    | A                                                                                                           | B                             | C                        | D                                | E                               | F                             | G                        | H                        |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------------------|----------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 3  |  <b>AGENDA PROGRAMADA</b> |                               |                          |                                  |                                 |                               |                          |                          |
| 4  |                                                                                                             |                               |                          |                                  |                                 |                               |                          |                          |
| 5  |                                                                                                             |                               |                          |                                  |                                 |                               |                          |                          |
| 6  |                                                                                                             |                               |                          |                                  |                                 |                               |                          |                          |
| 9  | DATA/HORA                                                                                                   | 2ª Feira                      | 3ª Feira                 | 4ª Feira                         | 5ª Feira                        | 6ª Feira                      | Sábado                   | Domingo                  |
| 10 | 07/08h                                                                                                      |                               |                          |                                  |                                 |                               |                          |                          |
| 11 | 08/09h                                                                                                      |                               |                          |                                  |                                 |                               |                          |                          |
| 12 | 09/10h                                                                                                      | GRAVAÇÃO PARA O YOUTUBE       | EDIÇÃO VIDEO O YOUTUBE   | REVISAR CENARIO SPACECAST        | EDITAR CORTES DO PODCAST DO DIA | GRAVAÇÃO DE CRIATIVOS E REELS |                          |                          |
| 13 | 10/11h                                                                                                      | GRAVAÇÃO PARA O YOUTUBE       | EDIÇÃO VIDEO O YOUTUBE   | SPACECAST                        | EDITAR CORTES DO PODCAST DO DIA | GRAVAÇÃO DE CRIATIVOS E REELS |                          |                          |
| 14 | 11/12h                                                                                                      | GRAVAÇÃO PARA O YOUTUBE       | EDIÇÃO VIDEO O YOUTUBE   | SPACECAST                        | EDITAR CORTES DO PODCAST DO DIA | EDIÇÃO DE CRIATIVOS E REELS   |                          |                          |
| 15 | 12/13h                                                                                                      | REELS INSTAGRAM/TIKTOK        | REELS INSTAGRAM/TIKTOK   | REELS INSTAGRAM/TIKTOK           | REELS INSTAGRAM/TIKTOK          | REELS INSTAGRAM/TIKTOK        | REELS INSTAGRAM/TIKTOK   | REELS INSTAGRAM/TIKTOK   |
| 16 | 13/14h                                                                                                      | EDIÇÃO DAS GRAVAÇÕES DE SEXTA | EDIÇÃO VIDEO O YOUTUBE   | MINERAR CORTES DO PODCAST DO DIA | EDIÇÃO DE CRIATIVOS E REELS     | EDIÇÃO DE CRIATIVOS E REELS   |                          |                          |
| 17 | 14/15h                                                                                                      | EDIÇÃO DAS GRAVAÇÕES DE SEXTA | EDIÇÃO VIDEO O YOUTUBE   | GRAVAÇÃO DE CRIATIVOS E REELS    | EDIÇÃO DE CRIATIVOS E REELS     | INDICADORES MARKETING         |                          |                          |
| 18 | 15/16h                                                                                                      | EDIÇÃO DAS GRAVAÇÕES DE SEXTA | EDIÇÃO VIDEO O YOUTUBE   | GRAVAÇÃO DE CRIATIVOS E REELS    | EDIÇÃO DE CRIATIVOS E REELS     | EDIÇÃO DE CRIATIVOS E REELS   |                          |                          |
| 19 | 16/17h                                                                                                      | EDIÇÃO DAS GRAVAÇÕES DE SEXTA | EDIÇÃO VIDEO O YOUTUBE   | GRAVAÇÃO DE CRIATIVOS E REELS    | EDIÇÃO DE CRIATIVOS E REELS     | INDICADORES COMERCIAL         |                          |                          |
| 20 | 17/18h                                                                                                      | EDIÇÃO DAS GRAVAÇÕES DE SEXTA | MONTAR CENARIO SPACECAST | EDITAR CORTES DO PODCAST DO DIA  | EDIÇÃO DE CRIATIVOS E REELS     | EDIÇÃO DE CRIATIVOS E REELS   |                          |                          |
| 21 | 18/19h                                                                                                      | CARROSSEL SOCIAL SELLING      | CARROSSEL                | CARROSSEL SOCIAL SELLING         | CARROSSEL                       | CARROSSEL SOCIAL SELLING      | CARROSSEL SOCIAL SELLING | CARROSSEL SOCIAL SELLING |
| 22 | 19/20h                                                                                                      |                               | VIDEO YOUTUBE            | CONSELHO DE NEGÓCIOS             | VIDEO YOUTUBE                   |                               |                          |                          |
| 23 | 20/21h                                                                                                      |                               |                          |                                  |                                 |                               |                          |                          |



NILSON ▾

ROTINA GERAL TIME DE CONTEÚDO ▾





K22



fx

|    | A                                                                                                                      | B                                                           | C                                                                   | D                                                                      | E                                                             | F                                                                        | G                | H                |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------|
| 3  | <div> <b>AGENDA PROGRAMADA</b></div> |                                                             |                                                                     |                                                                        |                                                               |                                                                          |                  |                  |
| 4  |                                                                                                                        |                                                             |                                                                     |                                                                        |                                                               |                                                                          |                  |                  |
| 5  |                                                                                                                        |                                                             |                                                                     |                                                                        |                                                               |                                                                          |                  |                  |
| 8  | DATA/HORA                                                                                                              | 2ª Feira                                                    | 3ª Feira                                                            | 4ª Feira                                                               | 5ª Feira                                                      | 6ª Feira                                                                 | Sábado           | Domingo          |
| 9  | 07/08h                                                                                                                 | POST FRASE REDES                                            | POST FRASE REDES                                                    | POST FRASE REDES                                                       | POST FRASE REDES                                              | POST FRASE REDES                                                         | POST FRASE REDES | POST FRASE REDES |
| 10 | 08/09h                                                                                                                 |                                                             |                                                                     |                                                                        |                                                               |                                                                          |                  |                  |
| 11 | 09/10h                                                                                                                 | ACOMPANHAMENTO /<br>DIREÇÃO DE CENA                         | MONITORAMENTO CAMPANHAS,<br>CRIATIVOS E ROTEIRIZAÇÃO DE<br>CONTEÚDO | MONITORAMENTO DE<br>CAMPANHAS, CRIATIVOS E<br>ROTEIRIZAÇÃO DE CONTEÚDO | MONITORAMENTO DE<br>CAMPANHAS, CRIATIVOS E<br>ROTEIRIZAÇÃO DE | COPY E ROTEIROS<br>CRIATIVOS/REELS / DEFINIÇÃO DE<br>CONTEÚDOS P TRÁFEGO |                  |                  |
| 12 | 10/11h                                                                                                                 | ACOMPANHAMENTO /<br>DIREÇÃO DE CENA                         | REUNIÃO DE BRAINSTORM<br>(CONTEÚDO)                                 | SPACECAST                                                              | REUNIÃO DE BRAINSTORM<br>(CONTEÚDO)                           | GRAVAÇÃO DE<br>CRIATIVOS E REELS                                         |                  |                  |
| 13 | 11/12h                                                                                                                 | COPIES DO DIA /<br>ALIMENTAÇÃO STORIES)                     | REUNIÃO DE BRAINSTORM<br>(CONTEÚDO)                                 | ALINHAMENTO COM<br>TIME COMERCIAL                                      | REUNIÃO DE BRAINSTORM<br>(CONTEÚDO)                           | GRAVAÇÃO DE<br>CRIATIVOS E REELS                                         |                  |                  |
| 14 | 12/13h                                                                                                                 | ALMOÇO                                                      | ALMOÇO                                                              | ALMOÇO                                                                 | ALMOÇO                                                        | ALMOÇO                                                                   |                  |                  |
| 15 | 13/14h                                                                                                                 | PÁGINAS OU<br>ENTREGÁVEIS                                   | DESENVOLVIMENTO TEMAS<br>E ROTEIROS CANAL<br>YOUTBE                 | COPY PARA<br>CARROSSEL [ MAPA ]                                        | DESENVOLVIMENTO DE<br>COPIES PARA<br>CAMPANHAS EMAIL MKT      | COPY PARA<br>CARROSSEL MAPA                                              |                  |                  |
| 16 | 14/15h                                                                                                                 | DESENVOLVIMENTO DE<br>COPY E PESQUISA DE<br>CRIATIVOS       | DESENVOLVIMENTO TEMAS<br>E ROTEIROS CANAL<br>YOUTBE                 | GRAVAÇÃO DE<br>CRIATIVOS E REELS                                       | DESENVOLVIMENTO DE<br>COPIES PARA<br>CAMPANHAS EMAIL MKT      | INDICADORES<br>MARKETING                                                 |                  |                  |
| 17 | 15/16h                                                                                                                 | DESENVOLVIMENTO DE<br>COPY E PESQUISA DE<br>CRIATIVOS       | DECUPAGEM<br>PALESTRAS, EVENTOS E<br>PODCASTS                       | GRAVAÇÃO DE<br>CRIATIVOS E REELS                                       | SEQUÊNCIA DE COPY<br>SOCIAL SELLING [ MAPA ]                  | LINKEDIN - ARTIGOS E<br>CONTEÚDOS<br>INTENCIONAIS                        |                  |                  |
| 18 | 16/17h                                                                                                                 | DESENVOLVIMENTO DE<br>COPY E PESQUISA DE<br>CRIATIVOS       | DECUPAGEM<br>PALESTRAS, EVENTOS E<br>PODCASTS                       | GRAVAÇÃO DE<br>CRIATIVOS E REELS                                       | COPIES DE CAMPANHAS<br>PRODUTOS                               | LINKEDIN - ARTIGOS E<br>CONTEÚDOS<br>INTENCIONAIS                        |                  |                  |
| 19 | 17/18h                                                                                                                 | SEQUÊNCIA DE COPY<br>SOCIAL SELLING -<br>STORIES ( ESCALA ) | DECUPAGEM<br>PALESTRAS, EVENTOS E<br>PODCASTS                       | SEQUÊNCIA DE COPY<br>SOCIAL SELLING                                    | COPIES DE CAMPANHAS<br>PRODUTOS                               | SEQUÊNCIA DE COPY<br>SOCIAL SELLING                                      |                  |                  |
| 20 | 18/19h                                                                                                                 | CARROSSEL SOCIAL<br>SELLING - ESCALA                        | CARROSSEL / VIDEO<br>YOUTUBE                                        | CARROSSEL SOCIAL<br>SELLING                                            | CARROSSEL / VIDEO<br>YOUTUBE                                  | CARROSSEL SOCIAL<br>SELLING [ EUROPA ]                                   |                  |                  |
| 21 | 19/20h                                                                                                                 |                                                             |                                                                     | CONSELHO DE<br>NEGÓCIOS                                                |                                                               |                                                                          |                  |                  |
| 22 | 20/21h                                                                                                                 |                                                             |                                                                     |                                                                        |                                                               |                                                                          |                  |                  |



JOHNATHAN



GERAL TIME DE CONTEÚDO

@gilbertoaugustoprof



©2024 - Gilberto Augusto

@gilbertoaugustoprof



©2024 - Gilberto Augusto

# INDICADORES

## INDICADORES DE GESTÃO

### FINANCEIROS

- RECEITA
- EBITDA (EFICIÊNCIA OPERACIONAL)
- FLUXO DE CAIXA

### OPERACIONAIS

- EFICIÊNCIA NA CADEIA PRODUTIVA (INSUMOS, LOGÍSTICA...)
- TAXA DE SATISFAÇÃO DO CLIENTES (NPS)
- QUALIDADE DO PRODUTO (LEGISLAÇÃO, DEVOLUÇÃO, ESPECIFICAÇÃO...)

### MARKETING E VENDAS

- TAXA DE CONVERSÃO
- CAC
- LTV
- ENGAJAMENTO NAS MÍDIAS SOCIAIS

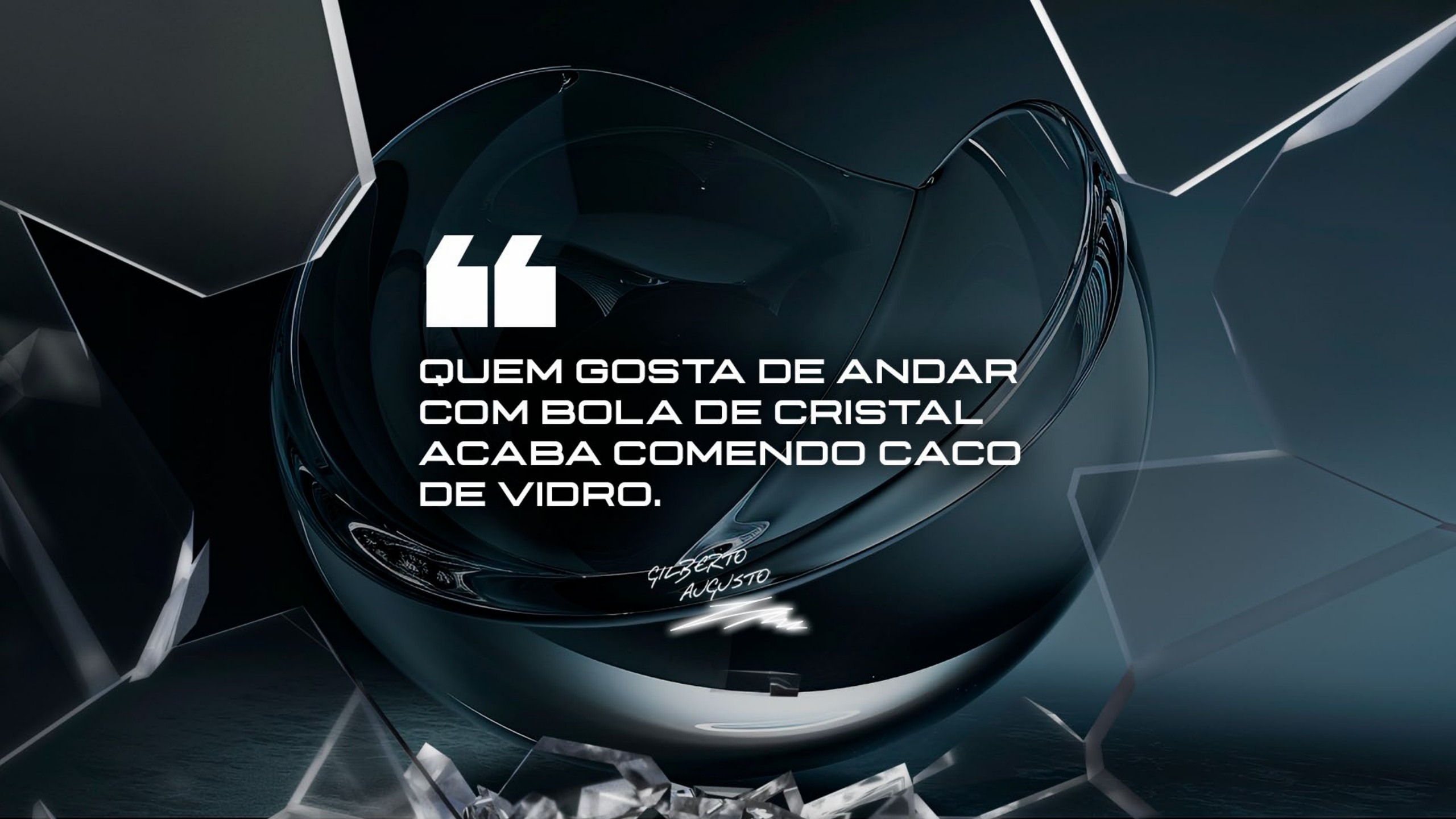
### PESSOAS

- TURNOVER
- ÍNDICE DE TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO
- CLIMA ORGANIZACIONAL
- ENGAJAMENTO E PERFORMANCE



# INDICADORES DE TRÁFEGO E VENDAS





“

QUEM GOSTA DE ANDAR  
COM BOLA DE CRISTAL  
ACABA COMENDO CACO  
DE VIDRO.

# PERFIL DO LÍDER

## 1. INTELIGENTES

Sabem resolver problemas complexos

## 2. EXPERIENTE

Já viveram situações parecidas anteriormente

## 3. DEDICADAS

Prontas para trabalhar duro 24/7

## 4. FORTES EMOCIONALMENTE

Otimistas e resistentes a pressão

## 5. INFLUENTES

Conseguem liderar pessoas

©2022 - GILBERTO AUGUSTO  
ALL RIGHTS RESERVED OF THE PRODUCER  
NEUROMARKETING & MARKETING DIGITAL  
GILBERTO | AUGUSTO | PROFESSOR



PROFESSOR  
GILBERTO  
NEURO MARKETING





+ Negócio



R\$ 464.997 · 1764 negócios

Programa Esca...



Todos

Fixar filtros

Classificar por: Atividades para fazer

## Lead Novo

R\$ 20.000 · 3 ...

## ESCALA

Estela Martins

R\$ 10.000

R\$ 0

## ESCALA

DIEGO NASC...

R\$ 10.000

R\$ 0

## ESCALA

Kelvin Thiago...

R\$ 10.000

R\$ 0

acima de R\$

500 mil

R\$ 0

R\$ 0

Entre R\$ 50

mil a R\$ 100

mil

R\$ 0

R\$ 0

## 1 Tentativa

R\$ 20.000 · 15...

## Alaci Raad

Alaci Raad

1

R\$ 0

## Juliana

Juliana

1

R\$ 0

## Fernanda

Fernanda

1

R\$ 0

## Breno

Carlos de

Sousa Silva

Breno Carlos ...

1

R\$ 0

## Rafael

Mambrini

Rafael Mamb...

1

R\$ 0

R\$ 0

## 2 Tentativa

R\$ 240.000 · ...

## Nathie

Nathie

5

R\$ 0

## Flavio

Fernando

Flavio Fernan...

3

R\$ 0

## Franklin

Franklin

2

R\$ 10.000

## Joao

Joao

2

R\$ 10.000

## Elisangela

Broeto da

Silva

Elisangela br...

2

R\$ 10.000

## Emeleana

## 3 Tentativa

R\$ 60.000 · 19...

## Rozelaine

Martins

Ruela

Rozelaine Ma...

1

R\$ 10.000

## Vania

Vania

1

R\$ 10.000

## Marcelo

Moura

Marcelo Moura

1

R\$ 10.000

## Kenya

Simone

Kenya Simone

1

R\$ 10.000

## Patrício

Patrício

1

R\$ 10.000

## 4 Tentativa

R\$ 0 · 13 negó...

## Lilian

Lilian

1

R\$ 0

## Vitor

Gonçalves

Vitor Gonçalv...

1

R\$ 0

## Sandra

Novalski

Sandra Noval...

1

R\$ 0

## Elaine

Voltolini

Elaine Voltolini

1

R\$ 0

## Letícia

Rafaela

Costa

Letícia Rafael...

1

R\$ 0

## 5 Tentativa

R\$ 10.000 · 9 ...

## Isabela

Isabela

2

R\$ 0

## ESCALA

Maria

1

R\$ 0

## Aline

Aline

1

R\$ 0

## Daniel

Monteiro

Mendes

Daniel Monte...

1

R\$ 0

## Clayton

Vinicius

Donzeli

Clayton Vinic...

1

R\$ 0

## Respondi...

R\$ 24.997 · 28...

## Bruno

Rodrigues

Bruno Rodrig...

1

R\$ 10.000

## Eder Aragão

Eder Aragão

1

R\$ 10.000

## Tatiane

Tatiane

1

R\$ 0

## Juliana

Freitas

Alves

Juliana Freita...

1

R\$ 0

## Rafael

Rafael

1

R\$ 0

## Samuel

## Agendadas

R\$ 20.000 · 9 ...

## Bruno Hikari

da Silva

Bruno Hikari ...

1

R\$ 10.000

## Joéliton

Joéliton

1

R\$ 10.000

## Monique

Monique

1

R\$ 0

## Gustavo

Gustavo

1

R\$ 0

## Fernando

Falkembach

Fernando Fal...

1

R\$ 0

## Rafael

Rafael

## Realizadas

R\$ 10.000 · 9 ...

## Fernanda

Fernanda

1

R\$ 10.000

## Aline

Aline

1

R\$ 0

## Thiago

Thiago

1

R\$ 0

## Raphael

Raphael

1

R\$ 0

## Jandir

Jandir

1

R\$ 0

## Eliney Faria

Eliney Faria

1

R\$ 0

## No Show

R\$ 0 · 4 negóc...

## Silmara

Silmara

1

R\$ 0

## Douglas

DOUGLAS D...

1

R\$ 0

## Felipe

Felipe Barbosa

1

R\$ 0

## Raphael

Camargo

1

R\$ 0

## Negociação

R\$ 60.000 · 5 ...

## Adriano

Adriano Santi...

1

R\$ 0

## Emerson

Silva

Emerson Silva

1

R\$ 0

## Letícia

Paulino

Letícia Paulino

1

R\$ 0

## Flavio

Flavio

1

R\$ 0

## Giovanni

Silva

1

R\$ 60.000

## Fernanda

Mingola de

Oliveira

Fernanda min...

1

R\$ 0

## Ganho

R\$ 0 · 5 negóc...

## Fernando

Costa Neto

Fernando Co...

5

R\$ 0

## Tiago

Tiago saraiva...

4

R\$ 0

## Henrique

França

Henrique

3

R\$ 0

## João

Antônio

João Antônio...

1

R\$ 0

## Fernanda

Mingola de

Oliveira

Fernanda min...

1

R\$ 0

## Nutrição

R\$ 0 · 64 negó...

## José

Fabiano

Lopes Lino

de Oliveira

José Fabiano...

1

R\$ 0

## Estela

Cardoso

Estela Cardoso

1

R\$ 0

## Thiago

Thiago

1

R\$ 0

## Josi Santana

Josi Santana

1

R\$ 0

## Givanildo

Santos

Givanildo Sa...

1

R\$ 0

# 22 FUNIS DE VENDAS

LA PLATA



# VENDA ISTO!



# NÃO ISTO!

  
**prepara  
enem**

**CURSINHO  
PREPARATÓRIO**

300 dias, 2 mil horas

- Biologia
- Física
- Química
- Matemática
- História
- Geografia
- Filosofia
- Sociologia
- Língua Estrangeira
- Língua Portuguesa
- Literatura
- Redação
- História da Arte.

©2022 - GILBERTO AUGUSTO  
ALL RIGHTS RESERVED OF THE PRODUCER  
NEUROMARKETING & MARKETING DIGITAL  
GILBERTO | AUGUSTO | PROFESSOR



PROFESSOR  
**GILBERTO**  
NEURO MARKETING

©2024 - Gilberto Augusto

COM O SISTEMA AWC-R  
O MITSUBISHI  
PAJERO FULL DECIDE  
POR SI PRÓPRIO  
COMO ESTABILIZAR,  
FREAR E CORRIGIR  
A TRAJETÓRIA.

MITSUBISHI  
PAJERO FULL 2006  
COM AWC-R

É MAIS UMA  
TECNOLOGIA,  
É INSTINTO.



AWC-R  
SISTEMA DE CONTROLE ATIVO

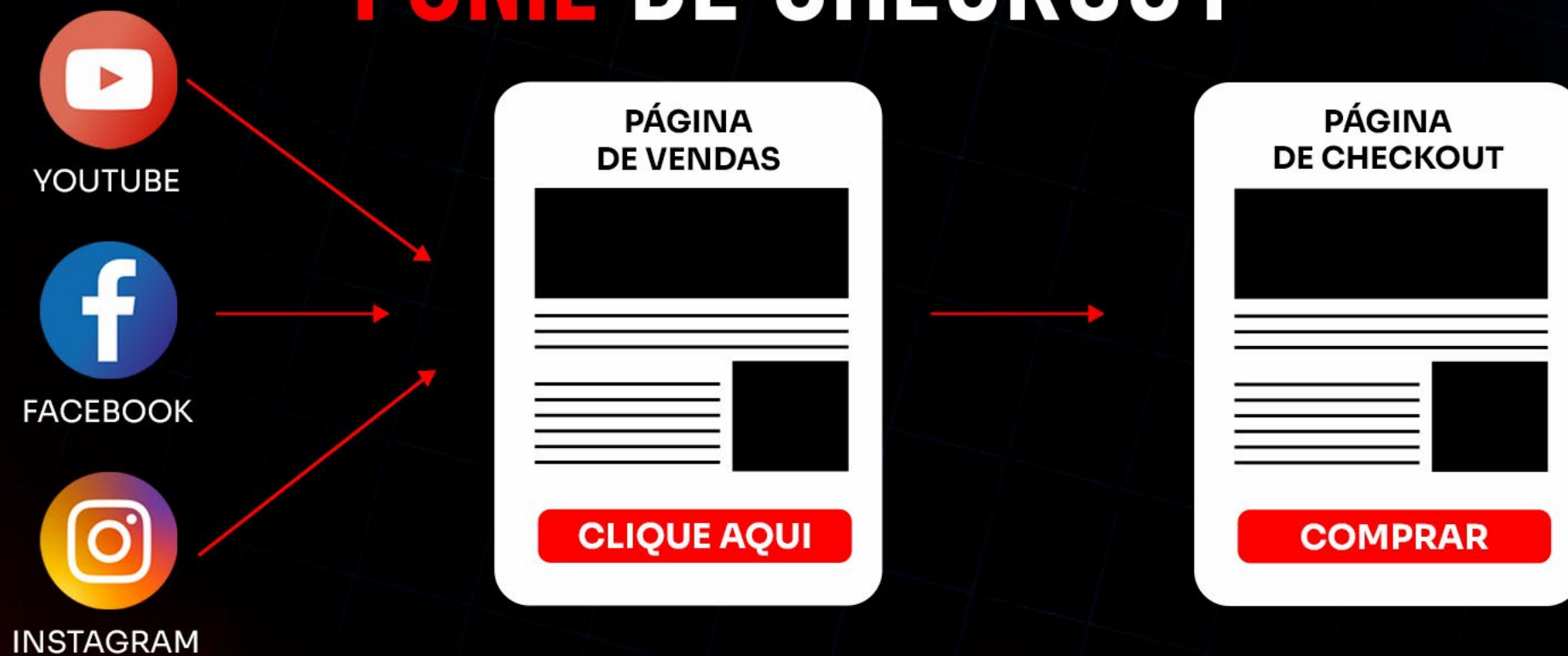
A tecnologia AWC-R, exclusiva  
do Mitsubishi, faz com  
que o carro tome decisões.

**Instinto de reação:** quando  
o condutor avisa de freio a  
parada, o sistema imediatamente  
ajusta a suspensão para manter  
o carro firme e estável.

**Instinto de proteção:** com  
a tecnologia AWC-R, a suspensão  
do Pajero Full se adapta às  
condições da estrada, oferecendo  
mais segurança e conforto.



# FUNIL DE CHECKOUT



The image features a silver laptop centered against a dark, starry space background. In the upper left, a portion of a red planet is visible. The laptop screen shows a blue nebula background with the text 'PÁGINA DE VENDAS' in a small, white, sans-serif font, and 'DO PRODUTO' in a large, bold, white, italicized sans-serif font below it. The laptop is open, showing a black keyboard and a silver trackpad.

*PÁGINA DE VENDAS*  
***DO PRODUTO***

# ***SCRIPT PÁGINA DE VENDAS***

---

- |                   |                 |
|-------------------|-----------------|
| 1) NOME           | 7) PROVA SOCIAL |
| 2) PROMESSA       | 8) AUTORIDADE   |
| 3) MECANISMO      | 9) PREÇO        |
| 4) VSL (OPCIONAL) | 10) BÔNUS       |
| 5) PROVA          | 11) GARANTIA    |
| 6) ESCASSEZ       | 12) FAQ         |

GILBERTO AUGUSTO

# FUNIL WHATSAPP



YOUTUBE



FACEBOOK



INSTAGRAM



WHATSAPP

02

# FUNIL WHATSAPP QUALIFICADO



GILBERTO AUGUSTO

# VENDA CONSULTIVA





# FUNIL SUPER AULA

ANÚNCIOS

PÁGINA

FORMULÁRIO

CRM



Anúncio Meta  
Super Aula



LP com aula  
(Pitch no final)



# FUNIL AULA SECRETA



# FUNIL SOCIAL SELLING

SOCIAL SELLING



SDR



Reunião de  
Qualificação

CLOSER



Sessão  
Consultiva

DIÁLOGO + AGENDAMENTO

AGENDAMENTO

FECHAMENTO

# TRABALHAR NÃO CANSA

O que cansa é se esforçar  
muito e não ter resultado



A promotional image for a video featuring two men in dark suits and white shirts. They are facing each other in a close, intense conversation. The man on the left is smiling slightly, while the man on the right has a more serious expression. The background is dark with some bokeh light effects.

# MEU CONSELHO FINAL:

EXISTEM 2 TIPOS DE EMPRESÁRIOS

OS QUE DÃO RESULTADO



E OS QUE DÃO DESCULPA

**NÃO SEJA O SEGUNDO.**

# **PRESSÃO** **É UM PRIVILÉGIO**

**O MUNDO SÓ PRESSIONA**  
**QUEM É CAPAZ DE ENTREGAR**

*Gilberto*  
AUGUSTO

@gilbertoaugustoprof

