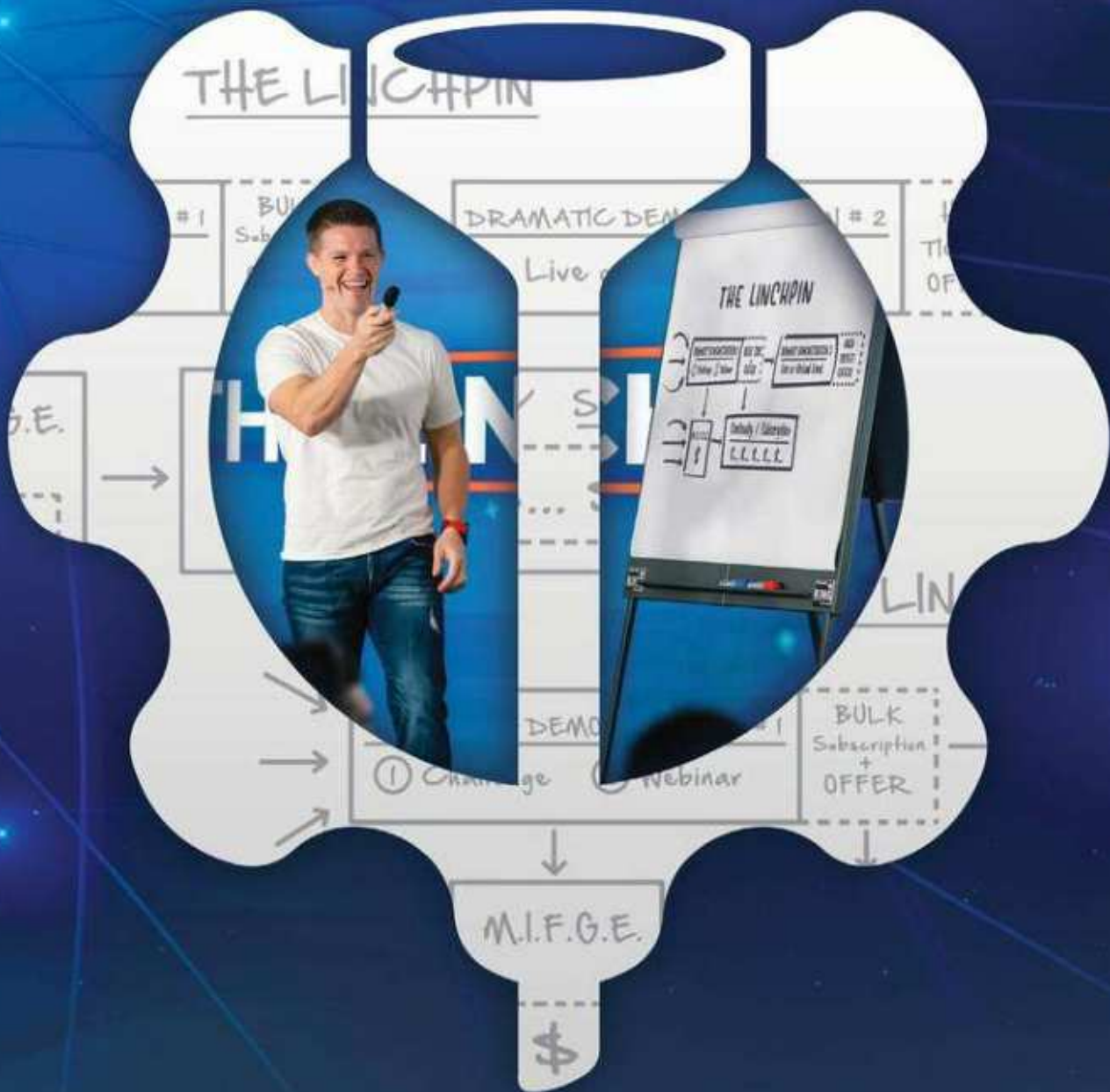


RUSSELL BRUNSON
NEW YORK TIMES BEST SELLING AUTHOR

THE LINCHPIN



**THE SIMPLE, OVERLOOKED SECRET IN MY FUNNELS THAT TOOK
CLICKFUNNELS FROM STARTUP TO 9 FIGURES A YEAR...
(IN JUST 3 SHORT YEARS)**

Direitos autorais © 2023 por Marketing Secrets, LLC

Todos os direitos reservados.

Escrito por Russell Brunson Trabalho
editorial de Julie Willson e equipe
Arte da capa por Leon Dorado
Layout e design por Amanda Freund-Broerman

Este livro não foi criado para ser um guia definitivo ou para substituir o conselho de profissionais qualificados. Não há garantia de que os métodos sugeridos neste livro serão bem-sucedidos, devido ao risco que é envolvido em negócios de quase qualquer tipo.

Esta publicação é apenas para fins de pesquisa. Todas as páginas da web e anúncios são protegidos por direitos autorais dos proprietários originais. Você pode pegar emprestadas as "ideias" nesses anúncios e páginas, mas NÃO pode usar nenhuma cópia ou design de publicidade real. Você não tem direitos de revenda ou direitos de doação para nenhuma parte desta publicação. Esta publicação contém material protegido por Leis e Tratados Internacionais e Federais de Direitos Autorais. Nenhuma parte desta publicação pode ser transmitida ou reproduzida de nenhuma forma sem a permissão prévia por escrito do autor. Violações desses direitos autorais serão aplicadas em toda a extensão da lei.

Quaisquer ganhos, declarações de renda ou outros resultados são baseados em nossos próprios testes e são apenas estimativas do que achamos que você poderia ganhar. Não há garantia de que você se sairá tão bem quanto o declarado em quaisquer exemplos. Se você confiar em quaisquer números fornecidos, deverá aceitar todo o risco de não se sair tão bem quanto as informações fornecidas. As capturas de tela neste livro são de arquivos de campo acessíveis ao público. Todos os nomes de produtos, logotipos e artes são direitos autorais de seus respectivos proprietários. Nenhum dos proprietários patrocinou ou endossou esta publicação. Embora todas as tentativas tenham sido feitas para verificar as informações fornecidas, o autor não assume nenhuma responsabilidade por erros, omissões ou interpretações contrárias sobre o assunto aqui contido. Quaisquer desrespeitos percebidos de pessoas ou organizações são involuntários. O comprador ou leitor desta publicação assume responsabilidade pelo uso desses materiais e informações.

Os leitores são altamente encorajados a avaliar os riscos de investir dinheiro em planos de marketing e a buscar pesquisas independentes sobre tais riscos. O autor não pode garantir sucesso ou resultados positivos usando os métodos aqui descritos.

**MARKETING
SECRETS**

www.SegredosDeMarketing.com

TABELA DE CONTEÚDO

<i>PREFÁCIO</i>	6
por Steve J. Larsen	
1. O LINCHPIN	10
O segredo simples e esquecido em meus funis que levou o ClickFunnels de uma startup a 9 dígitos por ano... (em apenas 3 anos)	
2. CONTINUIDADE	26
Sem CONTINUIDADE você não tem um negócio	
3. O MIFGE	70
Seu MIFGE constrói sua continuidade	
4. O VOLANTE DE CARÁTER ATRAENTE	90
Seu atraente volante de personagem promove seu MIFGE e demonstrações dramáticas	
5. DEMONSTRAÇÃO DRAMÁTICA #1	114
Sua demonstração dramática nº 1 (desafio ou webinar) vende sua continuidade em massa + oferta (seu SLO!)	
6. DEMONSTRAÇÃO DRAMÁTICA #2	132
Sua demonstração dramática nº 2 (evento ao vivo ou virtual) vende sua oferta de alto valor	
7. A ESCADA DE VALOR LINCHPIN	152
De uma estrutura para uma escada de valor... juntando tudo	
8. SEU PRÓXIMO PASSO	158
Quer ajuda para criar sua escada de valor fundamental?	

PREFÁCIO

Por Steve J. Larsen

“Sr. Larsen, você não tem receita recorrente e VOCÊ é o negócio.”

Quando eu tinha apenas três anos no meu negócio, eu tinha vendido cerca de \$8.000.000 de minhas próprias ofertas online, e um serviço de avaliação de negócios real estava analisando dados financeiros e de mercado para ver quanto dinheiro meu pequeno império realmente valia. Depois de um jogo de espera de várias semanas, a resposta atingiu meu âmagô com um desgosto desagradável que nunca esquecerei. Preparado?

Meu negócio valia apenas US\$ 500 mil.

“O quê?! POR QUÊ?! Olhe para as vendas!! Olhe para o público! Como um negócio com cerca de US\$ 8 milhões em vendas pode valer apenas US\$ 500 mil?!“ Fiquei furioso.

Mas a resposta foi a primeira linha acima, que foi um dos maiores socos no estômago empresarial que já experimentei. “Sr. Larsen, você não tem receita recorrente e VOCÊ é o negócio.”

Não creio que alguém diria que milhões em vendas são um fracasso, mas também vi claramente o quão devastador é construir um negócio com VOCÊ como a continuidade, em vez de construir um negócio com seu próprio uso, seu próprio modelo para tentar dar continuidade ruim. Faz sentido? Eu estava fazendo errado. Eu o enganei. Não tinha um negócio; eu tinha uma promoção.

O que era ainda mais doloroso era saber que eu tinha uma vozinha irritante na minha cabeça que ficava dizendo: “vá construir continuidade e aumentar a receita recorrente”, mas eu nunca fiz isso.

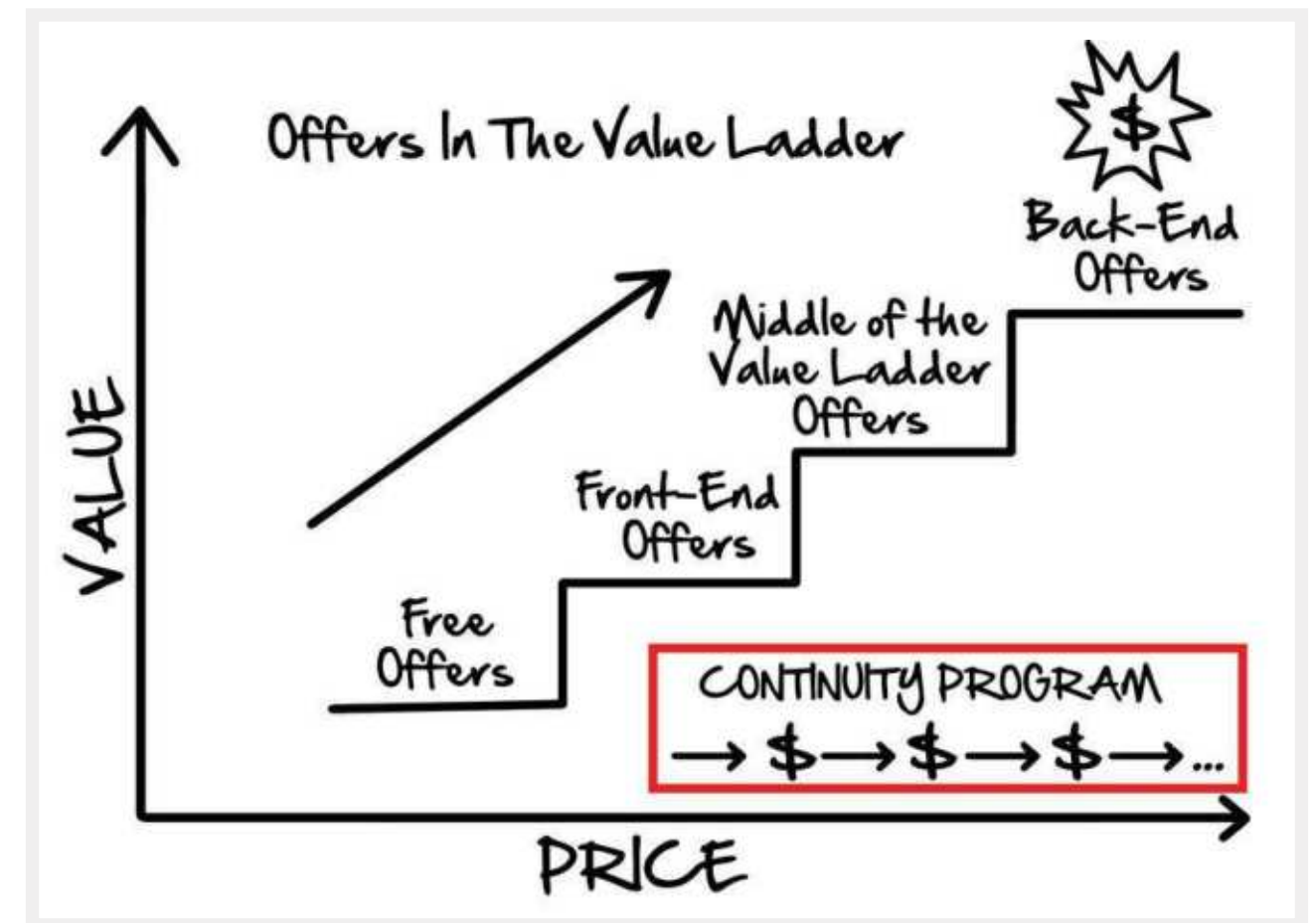
Então como eu poderia ter construído tudo errado? Acontece que eu perdi algumas das partes mais sutis da Value Ladder, o que é fácil de fazer.

Deixe-me explicar.

A primeira vez que ouvi Russell Brunson dizer “Value Ladder” foi há cerca de 10 anos, e isso mudou minha vida empreendedora. Senti que de repente tinha a linguagem para descrever os planos de marketing na minha cabeça. Isso mudou tudo para mim. Na época, eu estava fazendo um curso de marketing, o que nunca trouxe tanta clareza de marketing nas minhas aulas quanto o Value Ladder. O conceito agora é um padrão da indústria de como comunicamos marketing.

O conceito de Escada de Valor se tornou uma forma tão poderosa e universal de expressar ideias empreendedoras e de marketing que até mesmo aqueles que tentam competir com Russell online

em vez de construir um negócio com seu próprio uso, seu próprio modelo para tentar dar continuidade ruim. Faz sentido? Eu estava fazendo errado. Eu o enganei. Não tinha um negócio; eu tinha uma promoção.



O que eu realmente perdi naqueles primeiros anos pode ser mostrado na forma como a maioria das pessoas desenha uma Escada de Valor. Se você nunca viu uma antes, ela parece três ou quatro degraus e mostra visualmente como você vai ascender seus clientes. O problema real é que é aí que as pessoas geralmente param de desenhar. No entanto, não está completo. Essa não é a Escada de Valor a menos que a outra parte esteja lá. O que a maioria das pessoas não desenha é a parte na caixa vermelha. Ela é esquecida com frequência, e as três pequenas setas simbolizam a parte que eu também estava esquecendo: continuidade.

Em algum lugar ao longo da linha, nossa indústria de marketing na Internet meio que se esqueceu dessas pequenas “flechas de continuidade” e, em vez disso, apenas desenhou

mais degraus na escada. Todos nós temos 1.000 ideias por dia, então é fácil começar a se afastar de uma Escada de Valor concluída e, em vez disso, apenas adicionar degraus infinitos para que suas ideias tenham um lugar para viver. Suas Escadas de Valor meio que acabam parecendo a cena de abertura de Ace Ventura Pet Detective, onde ele está enviando uma mola centenas de degraus abaixo.

Sem julgamento. Já passei por isso, já fiz isso. Mas tire um momento para aumentar o volume do “papo real” e se inclinar um pouco, porque NÃO criar e focar na continuidade no início da minha vida empresarial é o maior arrependimento empresarial que tenho. Sem contestação. Como eu queria ter feito as coisas de forma diferente...

É por isso que o Linchpin é tão poderoso e extremamente necessário.

O Linchpin é a diferença entre ter um negócio real e ter apenas sequências de vendas pontuais. Ele guia os pensamentos visionários do empreendedor para um modelo de receita produtivo e garante que todas as ideias se ancorem de volta para resolver as necessidades reais do negócio. Sem isso, é fácil começar a administrar seu negócio com base na ideia do dia. Descobri que o Linchpin realmente ajuda a resolver quaisquer tensões entre os empreendedores visionários e o resto de suas equipes também, porque agora todos podem apontar de volta para a mesma visão desenhada.

Espero que, ao ler este livro, você perceba que tem muitas ideias de produtos, mas as outras questões comerciais também são o Linchpin resolve. Tem muita coisa.

Por exemplo, todos os negócios, seja você uma Fortune 500 ou uma start-up de sala de estar, são constantemente faminto por duas coisas: fluxo de caixa diário de centenas de mercados, e como você lê isso e fluxo de leads diário. O Linchpin resolve ambos.

O jogo é sobre aumentar seu controle sobre o fluxo de caixa e o fluxo de leads o máximo possível. E embora os dias de muito dinheiro sejam bons, é realmente sobre fluxo de caixa. Era isso que estava faltando no meu negócio.

É irônico como poucos empreendedores da internet realmente têm continuidade, considerando que o sonho de um estilo de vida de praia com laptop é a razão pela qual muitos de nós começamos. No entanto, é muito difícil desenvolver um negócio saudável sem saber quanto dinheiro entrará amanhã. Verdadeiramente, o fluxo de caixa é rei.

Se você está pensando, "Bem, eu só preciso de leads, Steve!" Ok, mas mesmo que o cliente mais sonhador esteja comprando de você hoje, você sabe que atrairá um novo lead amanhã, em um processo que não exige você? O Linchpin resolve seus problemas de fluxo de caixa e fluxo de leads.

Também descobri que focar na continuidade permite que os empreendedores aumentem drasticamente a experiência do cliente. Foi um benefício surpreendente que vi por mim mesmo. Eu não tinha mais

para constantemente criar novas ofertas MAIS todo o marketing E a entrega. Agora, eu poderia usar minha energia para realmente fazer o mesmo negócio crescer, em vez de dar à luz um novo. Eu tinha fluxo de caixa e espaço mental para fazer melhorias contínuas na minha continuidade principal.

Também encontrei muita simplicidade empresarial ao usar o Linchpin. A maioria conhece meu começo louco, que passei por 34 falhas de produtos antes que um realmente funcionasse. Na 35ª tentativa, fiquei tão animado que finalmente funcionou que acho que fiquei um pouco viciado, e nos quatro anos seguintes criei e lancei mais de 55 ofertas diferentes minhas. Eu realmente

muitas ideias de produtos, mas as outras anjos empreendedores cantaram no dia em que apaguei 52 deles. Por quê?

Menciono isso apenas porque vi milhares de Escadas de Valor representando livro, vai parecer fácil ter mais ideias do que o modelo Linchpin comporta. BOM! Deixe que o que você está prestes a ler o force a manter, combinar ou matar suas ideias de oferta. É sobre criar melhores ofertas, não necessariamente mais ofertas.

Por fim, lembre-se, só porque é uma boa ideia não significa que você deve fazê-la (não sou de falar sobre isso), mas deixe o Linchpin guiar as ofertas que você escolher construir para que elas estejam em um tema ascendente. O Linchpin é sobre criar um tema ao qual todas as suas ofertas se conectem. Por exemplo, é muito comum um empreendedor me entregar seus planos de Value Ladder para criticar apenas para eu devolvê-los e apontar: "Esta não é uma Value Ladder. São três negócios individuais que estão todos direcionando tráfego um para o outro. Uma Value Ladder é um tema de negócio com três ofertas, todas levando à continuidade." O Linchpin resolve isso ajudando o empreendedor a se concentrar na criação de um tema forte em toda a linha de produtos de uma empresa, em vez de muitas ofertas não relacionadas.

Leia este livro na íntegra. Seja um estudante completo. Eu não li muitos livros de gurus

porque eu estudo Russell. Estive em seu escritório muitas vezes e vi como seu dom desdobra enormes quantidades de informação, e então faz a simplicidade aparecer com um rabisco de boneco de palito. Então todo um mercado mudará.

Como muitos empreendedores, vejo o trabalho que fazemos para ajudar os outros como quase sagrado. Conheço Russell Brunson pessoalmente há 8 anos. Sua ética de trabalho e motivação são inigualáveis. Sua missão não é sobre riquezas. Ele já fez isso. Muito e depois mais. Ele aparece repetidamente porque gosta de resolver problemas de empreendedores em larga escala, e este livro não é diferente.

A maioria não sabe que Russell Brunson foi o pioneiro do conceito Value Ladder como um todo. Agora, com este livro, ele está retornando com o Linchpin para preencher o modelo.

O livro que você está prestes a ler também poderia ter sido chamado: Russell Brunson's Personal Lessons From Executing His Own Secrets Trilogy. Pegue uma caneta e aperte o cinto, porque acontece que Russell Brunson na verdade tem mais segredos para compartilhar, e você os está segurando. Vá em frente.

Capítulo 1

O

LINCHPIN- ...

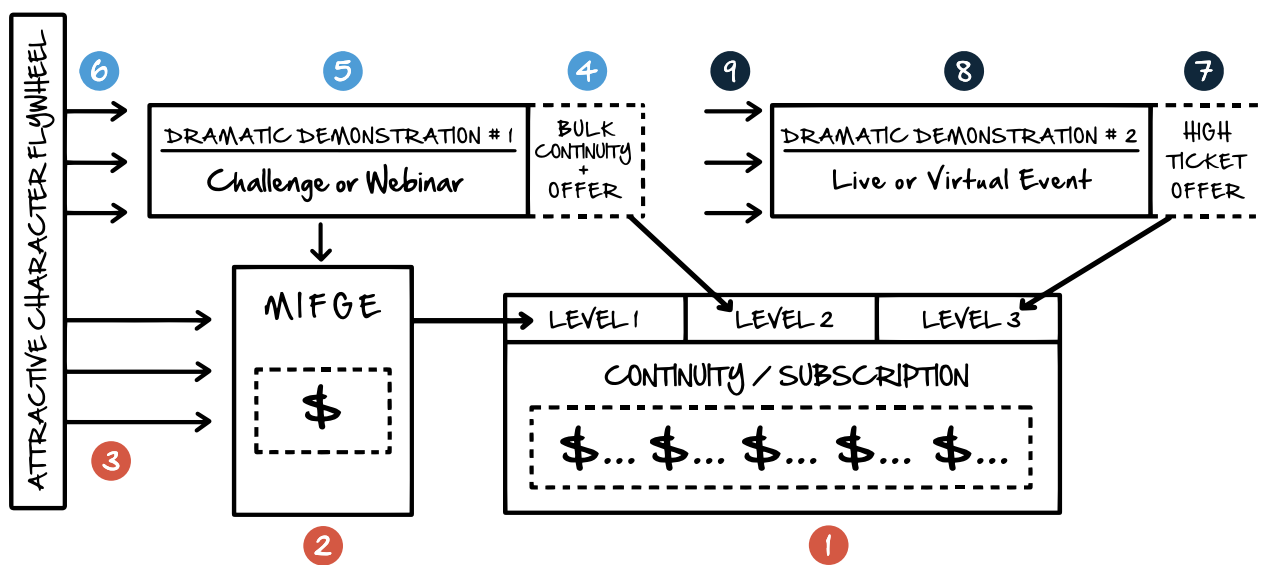
O segredo simples e esquecido em meus funis que tirou o Clickfunnels de Startup para 9 dígitos por ano... (em apenas 3 anos)

Muitas pessoas falam sobre como o ClickFunnels cresceu de uma startup para mais de 9 dígitos em apenas três anos, e todos apontam diferentes razões para isso. Alguns atribuem isso ao software, outros à comunidade e outros acham que é por causa dos nossos livros ou de um dos nossos funis. Embora todas essas coisas sejam GRANDES contribuidores para o nosso sucesso, estou totalmente ciente de que houve um pequeno ajuste que fizemos em nossos funis, cerca de três semanas após o lançamento, que instantaneamente 10Xed ClickFunnels quase da noite para o dia e foi a chave para o nosso rápido crescimento.

Este livro irá guiá-lo através do modelo que agora chamamos carinhosamente de "The Linchpin". Não é

apenas uma maneira de construir sua empresa e estruturar seus funis, é O CAMINHO. É o modelo que todos os nossos clientes de coaching dentro do Two Comma Club X Coaching Program seguem. É o modelo que treinamos todos os meus membros do Inner Circle durante nossas reuniões de mastermind. É o modelo que todas as minhas empresas seguem, e se algo não se encaixa neste modelo Linchpin, então não o fazemos. Sim, é tão importante.

É assim que a estrutura do Linchpin se parece, e vamos detalhá-la neste livro.



Os conceitos que você aprenderá não são difíceis. Na verdade, eles são simples. Especialmente se você já tem um negócio existente, você notará que são alguns pequenos ajustes em como você olha para o seu negócio e como você o estrutura. Depois de fazer essas pequenas mudanças, você terá a capacidade de escalar rapidamente. Eu sei que muitos de vocês já fazem webinars ou desafios. Você já pode ter um evento ao vivo ou virtual. O objetivo deste livro não é fazer você parar de fazer o que está funcionando. Em vez disso, é mostrar a você como adicionar algumas das outras peças que você provavelmente está perdendo, e que você precisará para um negócio escalável, e amarrá-las todas juntas com um simples eixo. Seguir este modelo permitirá para você crescer e dimensionar sua empresa 10 vezes mais rápido.

Como você verá em breve, o verdadeiro ponto crucial é uma mudança de mentalidade sobre onde sua oferta de autoliquidação é colocada e onde você coloca apenas um botão simples, em um lugar bem específico, em suas páginas de agradecimento.

É isso!

Mas não quero que a simplicidade do modelo faça com que você ignore seu poder. Compartilhei essa ideia com dezenas de amigos ao longo dos anos, e quase todos eles a desconsideraram, não a usaram e se perguntaram por que ainda estamos crescendo tão rapidamente quase 10 anos depois! Essas mudanças simples funcionarão para escalar qualquer negócio, mas exigirão que você olhe para isso por uma lente diferente, com a mente aberta.



MUDANÇA DE LOCALIZAÇÃO DO SLO (OFERTA DE AUTOLIQUIDAÇÃO)

O primeiro (e mais) princípio fundamental que você precisa entender para ter sucesso com o framework Linchpin é que você precisa se mover para onde o SLO está localizado. Eu ensinei sobre o conceito de um SLO no meu livro, *Segredos de Especialistas*.

Um SLO é uma oferta de baixo preço na página de agradecimento (geralmente de US\$ 37 a US\$ 97) depois que alguém lhe fornece seu endereço de e-mail e é criada para ajudar a liquidar seus custos com anúncios.

Normalmente, o SLO é colocado na página de agradecimento depois que alguém se registra para um desafio gratuito, webinar, cúpula ou evento virtual. Não somos pagos até que o evento acabe, então o SLO nos permite colocar o dinheiro que ganhamos no SLO de volta em anúncios.

Por exemplo, depois que alguém se registra para minha Masterclass de Segredos gratuita, ele vê meu SLO na página de agradecimento que o convida a obter uma cópia gratuita do meu *Segredos DotCom* livro. A pessoa média que solicita meu livro gratuito acaba pagando US\$ 9,97 pelo frete, e então nós os levamos por um funil onde fazemos upsell do audiolivro e de um curso. Eu geralmente ganho mais de US\$ 50 em média para cada pessoa que pede uma cópia do meu livro.

Um SLO é uma oferta de baixo preço no agradecimento página (geralmente \$ 37- \$ 97) depois que alguém lhe dá seu endereço de e-mail e é criado para ajudar a liquidar seus custos de anúncios.

Você provavelmente já viu outros SLOs como estes:

- Depois de se registrar para um desafio gratuito: Faça upgrade para VIP por apenas US\$ 47!
- Depois de se registrar para um webinar gratuito: Ganhe um e-book especial por apenas US\$ 37!
- Depois de se registrar para uma cúpula gratuita: Obtenha acesso vitalício às gravações por apenas US\$ 47!

1

"Would You Like Me To Hand You The Exact Blueprint Showing What The TOP 1% of ClickFunnels Users Are Doing Differently That The Other 99% Are Not...
...For FREE!?"

Learn The Secrets That "They" Don't Want You To Know About, During This Exciting LIVE Masterclass Event!

Thursday, April 16th
(8:00PM EST, 10:00AM PST)

→ Register Your Free Spot Now!
Save My Seat For The "Secret Masterclass" Now!

What You Will Learn On This FREE Masterclass:

- My #1 Funnel Secret...
Secret #1: "We've Uncovered A New Secret Funnel Strategy" That Will Help You Double Your Sales Without Increasing Your Ad Spend.
- My #1 Conversion Secret...
Secret #2: An Unconventional Funnel Strategy That Will Help You Double Your Sales Without Increasing Your Ad Spend.
- My #1 Traffic Secret...
Secret #3: How To Get The Right Traffic From Your "Dream Customers" To Find You Online!

2

"Thank You For Registering For The Masterclass!"

(Based On The Survey, You Said Your #1 Thing Holding You Back Was That You "Don't Have A Funnel Yet..." Watch This Video To Find Out The Best Way To Prepare For This Masterclass!)

Here's What You Need To Do Right Now:

Step 1 - Make Sure To Block Out The Dates / Times On Your Calendar

Step 2 - Get A Free Copy Of The DotComSecrets Book And Watch The Bonus Videos Before The Webclass Starts!

The DotCom Secrets Book is the #1 resource to help you learn how to create a funnel that actually converts. Please take a few minutes now and get your FREE copy today. This will help you to prepare for the masterclass and give you the most value that you could be able to take today.

THIS IS AN SLO

O SLO TRADICIONAL



Normalmente, a oferta que apresentamos é uma oferta mais cara (geralmente US\$ 297, US\$ 997, US\$ 1.997 ou mais). Fizemos cerca de uma dúzia de webinars dessa forma. e eu estava animado porque começamos a ganhar dinheiro, mas meu parceiro de negócios Todd no final de um desafio, webinar, cúpula, ou evento virtual. Se o SLO cobrisse todos os nossos Dickerson estava chateado porque não queria custos de anúncios, então o que vendemos no final do apresentação é puro lucro!

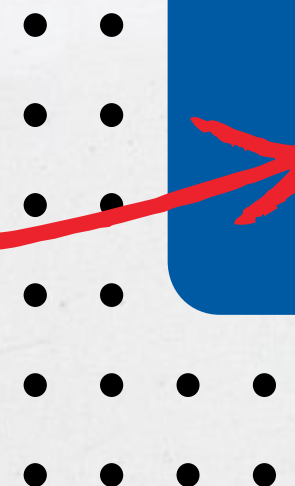
Quando lançamos o ClickFunnels, esta era uma empresa com renda residual e recorrente. O modelo que usamos:

- **Passo 1:** Nós promovemos um webinar gratuito. Durante uma discussão tarde da noite após um dos nossos webinars, Todd teve uma ideia...
- **Passo 2:** As pessoas se registrariam para o webinar e na página de agradecimento. Eu lhes venderia uma oferta de US\$ 37 para ajudar a cobrir nossos custos com anúncios (SLO).
- **Passo 3:** No final do webinar, eu venderia o acesso ao ClickFunnels por 12 meses por US\$ 997. (Após o término dos 12 meses, começaríamos a cobrar US\$ 97 por mês pelo acesso contínuo ao nosso software.)

“ E se, em vez de colocar um SLO de \$ 37 na página de agradecimento... e se colocássemos um teste gratuito de 14 dias na página de agradecimento e incentivássemos as pessoas a criar um teste gratuito **ANTES** o webinar começou... e nosso novo objetivo era ver **QUANTOS ENSAIOS** poderíamos dar de presente durante o processo de inscrição.

Se fizéssemos isso, e nosso objetivo fosse testes, então poderíamos começar a olhar para a oferta de US\$ 997 como o SLO! Cada centavo que ganhamos com a oferta de US\$ 997, investimos de volta em anúncios para fazer com que mais pessoas se registrem no webinar e criem testes gratuitos!

— Todd Dickerson ”



ESTRONDOSO

**...ESSA ERA A IDEIA.
TÃO SIMPLES.
TÃO PODEROSO.**

→ Step #1 - Get Your FREE 2 Weeks Trial To ClickFunnels BEFORE The Webinar Starts: ←

→ Create Your FREE ClickFunnels Account Now!

AQUI ESTÁ A PARECENCIA DO FUNIL NA ORDEM EM QUE ELES PASSEI POR ISSO.



1. Página de registro do webinar: Eles se registraram para o webinar.

2. Página de agradecimento do webinar: Após o registro, alguns clicaram no botão e ganharam um teste gratuito de 2 semanas do ClickFunnels enquanto esperavam o início do webinar.

3. Oferta de webinar: Eles participaram do webinar e alguns se inscreveram para a oferta de US\$ 997.

4. Testadores e compradores anuais continuam em continuidade:

· Os usuários de teste foram colocados em nossa continuidade e alguns continuaram pagando US\$ 97/mês após o término do teste gratuito de 14 dias.

· Aqueles que compraram um ano de acesso foram colocados em nossa continuidade e alguns continuaram pagando US\$ 97/mês após o término da assinatura em massa de 12 meses.



Executamos esse novo modelo intensamente pelos próximos 12 meses. Eu estava fazendo 2-3 webinars por semana, e estávamos reinvestindo todo o dinheiro que ganhamos com as vendas durante o webinar (nosso novo SLO de \$997) de volta em anúncios para o próximo webinar.

Depois de 12 meses, nós nos sentamos e calculamos como esse eixo havia afetado nossos resultados financeiros, e os resultados foram surpreendentes.

Durante esse período de 12 meses:

- Mais de 2.500 membros compraram nossa oferta por US\$ 997!

• **Em apenas um ano, faturamos quase US\$ 2.500.000 em vendas!**

Agora, isso por si só é bem incrível, mas lembre-se de que não ficamos com aqueles \$2.500.000...nós os colocamos de volta em anúncios para continuar fazendo com que as pessoas se registrassem no webinar. A verdadeira mágica aconteceu quando percebemos isso:

- Após o término dos testes, mais de 7.500 membros permaneceram no plano por US\$ 97/mês.

• Isso gerou uma receita de quase US\$ 750.000/mês.

• Isso significava que tínhamos quase US\$ 9.000.000 em ARR (receita recorrente anual) projetada das assinaturas mensais dos usuários em teste!
 (\$750.000 x 12 meses = \$9.000.000)

Foram US\$ 9 milhões (mais de 3,6 vezes MAIS dinheiro do que ganhamos com a oferta de US\$ 997) que teríamos perdido se não tivéssemos feito o modelo Linchpin!

Sem mencionar as 2.500 pessoas que compraram a conta anual... uma grande porcentagem delas continuou com a recorrente mensal quando a conta de 12 meses terminou!

Quando vimos os números, percebemos que havíamos tropeçado em algo incrível!

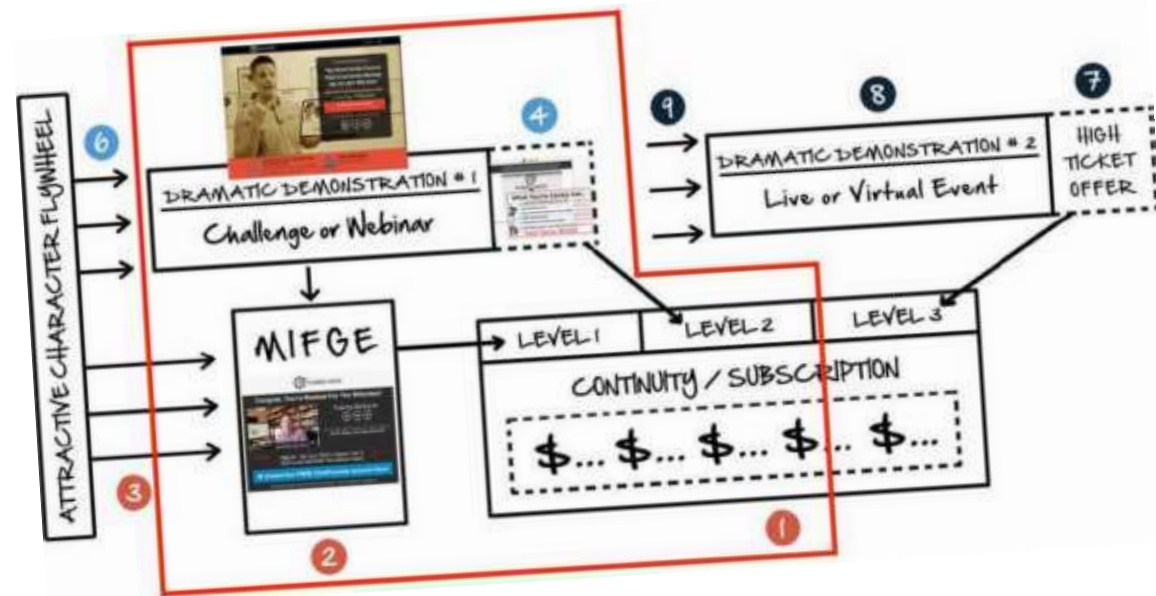
Eu vi o poder da receita recorrente mensal. Claro, as vendas do webinar criaram um pedaço do fluxo de caixa... mas o DINHEIRO REAL foi feito na continuidade.

É assim que se parece a estrutura central dentro do Linchpin.

O eixo central do SLO



Você pode ver como ele se encaixa em todo o modelo Linchpin aqui.



Uma coisa a ser observada — que muitas pessoas que tentam o Linchpin pela primeira vez erram — é que o que estou vendendo no final do webinar ou do desafio não é apenas um produto ou curso aleatório; é na verdade, uma oferta que envolve 3, 6 ou 12 meses de acesso ao nosso programa de continuidade.

Eu chamo isso de Bulk Continuity porque damos a eles acesso em massa a alguns meses de continuidade dentro da oferta especial. É uma das chaves que explicarei em mais detalhes mais adiante no livro.

MEU MENTOR DAN KENNEDY SEMPRE DIZIA:

“ Em última análise, o negócios que pode gastar mais para adquirir um cliente ganha. — Dan Kennedy ”

POR CAUSA DESTE MODELO LINCHPIN, CONSEGUIMOS GASTAR MAIS QUE TODOS OS OUTROS NEGÓCIOS EM NOSSO SETOR.

A ESCADA DO VALOR (COM REGRAS)

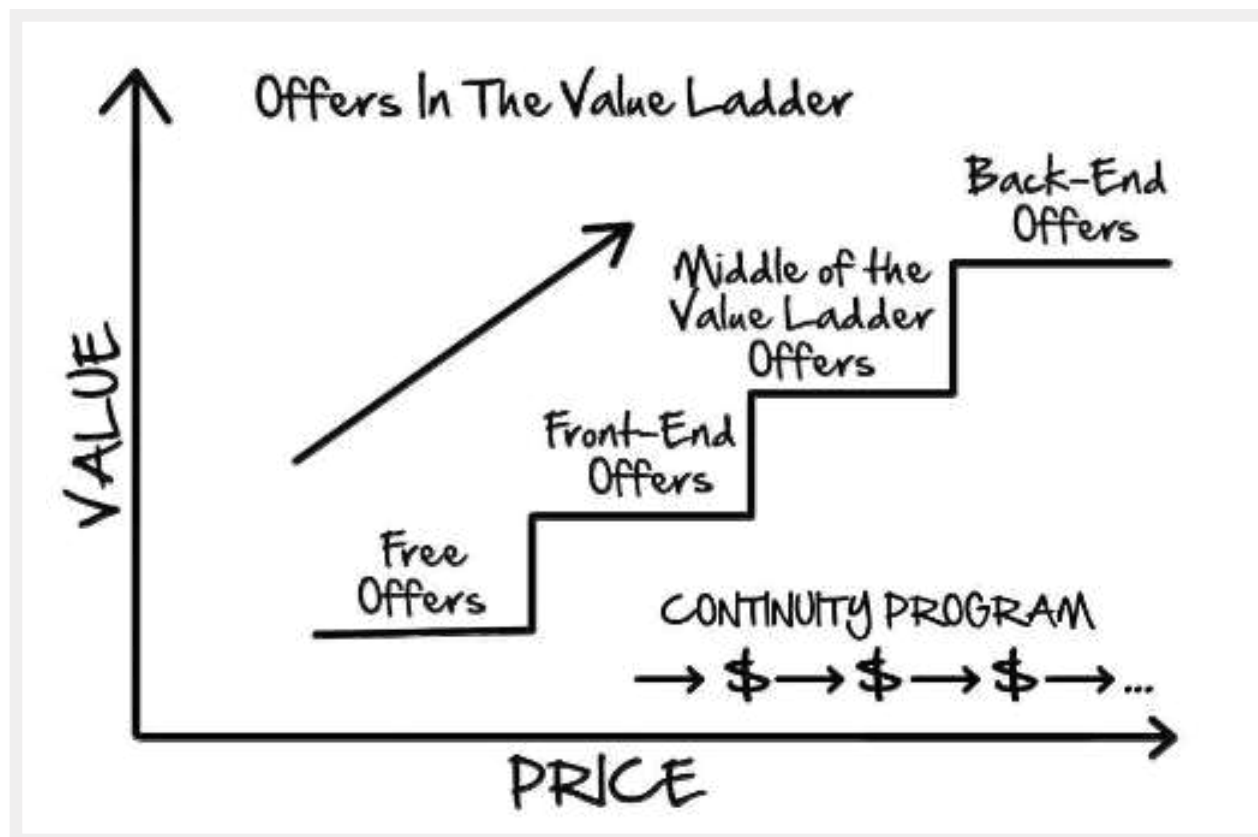
Se você leu meu primeiro livro, *Segredos DotCom*, então você sabe tudo sobre um conceito que eu chamo de Escada de Valor! O princípio básico é que quando você aumenta o valor de algo que você oferece, você também pode aumentar o preço. Na maioria dos negócios, você traz alguém para um nível mais baixo da sua Escada de Valor com uma oferta (como um livro ou relatório grátis) onde eles obtêm algum valor. Se eles obtiverem valor dessa interação, então eles naturalmente vão querer mais, e eles começarão a subir na sua Escada de Valor, comprando outros produtos e serviços.

No passado, quando ensinei esse conceito, há duas coisas que frequentemente surgem. Primeiro, muitas pessoas acham que precisam criar TODOS os seus produtos ou serviços em sua Escada de Valor antes de poderem começar (o que não é verdade), ou se divertem tanto criando produtos e serviços que logo têm centenas de ofertas e níveis, e sua Escada de Valor se torna um labirinto de valor.

Programa de Coaching, normalmente passo muito tempo desvendando o que as pessoas criaram. Eu digo a elas que elas têm que “matar alguns de seus bebês” (em outras palavras, matar algumas de suas ofertas favoritas) para serem bem-sucedidas, e então simplificamos sua Escada de Valor.

Depois que mostrei pela primeira vez o framework Linchpin, percebi que ele tinha o poder de consertar os labirintos de valor dos nossos clientes! Na verdade, Steve J. Larsen disse:

Ambos impedem algumas pessoas de terem sucesso. Na verdade, no meu Círculo Interno de nível mais alto



A Value Ladder é uma maneira organizada de mover seus clientes por suas ofertas. Conforme os clientes sobem sua Value Ladder, você fornecerá a eles mais valor, então suas ofertas aumentarão em preço.

O Linchpin é basicamente a Escada de Valor com regras.”
— Steve J. Larsen

Ele não permite que você crie um monte de ofertas que vão confundir seus clientes. Em vez disso, ele coloca regras e restrições na sua Value Ladder para torná-la impecável — o modelo perfeito — e mostra o que você precisa criar e em que ordem!

Mais tarde, mostrarei como colocar suas ofertas na estrutura Linchpin e como garantir que sua Escada de Valor não se torne um labirinto de valor!

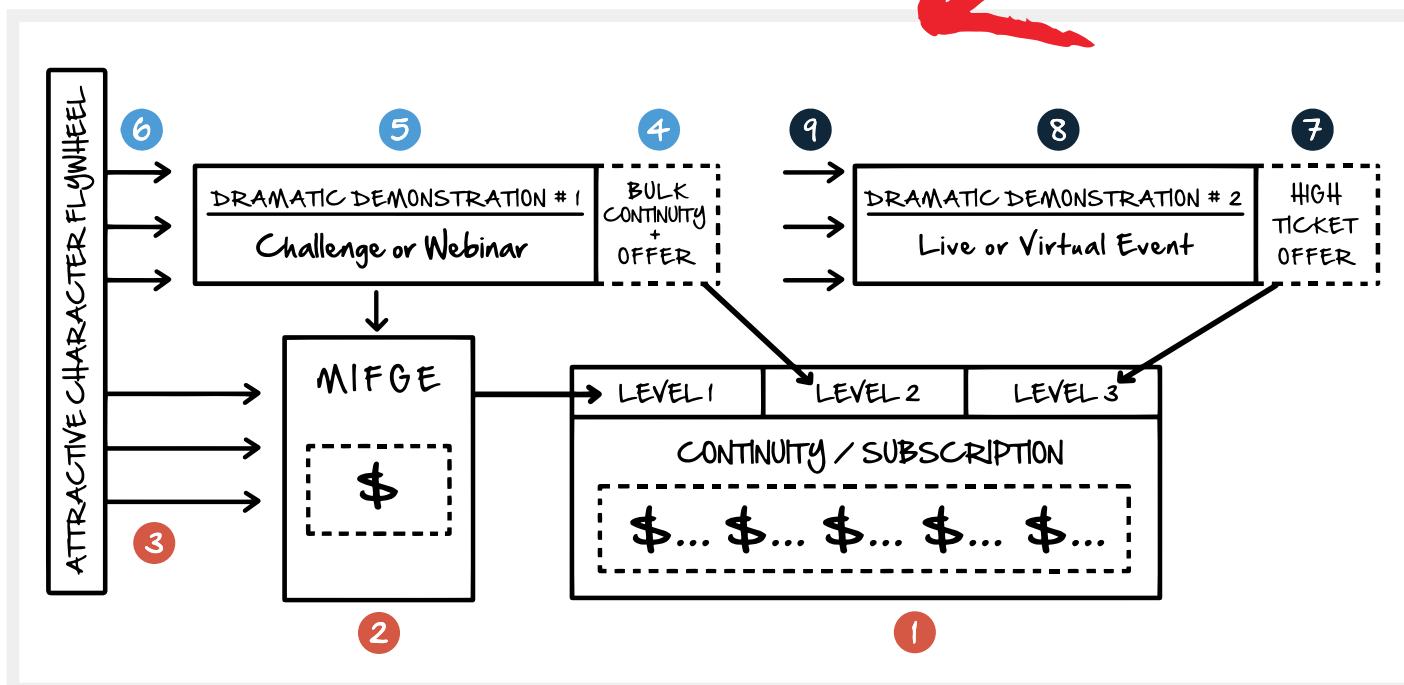
A ESTRUTURA LINCHPIN

Nos próximos capítulos deste livro, detalharei cada etapa, ou fase, da estrutura Linchpin.

A estrutura Linchpin ajuda você a estruturar as ofertas em sua Value Ladder para lucro e escalabilidade máximos. Em outras palavras, é basicamente sua Value Ladder com regras.

Os números na estrutura Linchpin abaixo representam a ordem em que você criará as partes da estrutura. Como você aprenderá no próximo capítulo, o objetivo principal do Linchpin é construir sua receita de continuidade. Todo o resto é um apêndice para construir sua renda de continuidade.

Esse é o caminho que abordaremos no restante do livro.



ESTÁGIO 1: O MIFGE (Etapas 1-3)

1. Crie seu programa de continuidade ou assinatura

Você criará um programa de continuidade para receber pagamentos recorrentes.

2. Crie seu MIFGE (o presente gratuito mais incrível de todos os tempos)

Você criará uma oferta irresistível que inclui um teste gratuito da sua continuidade.

3. Lance seu MIFGE para o mundo Você usará o Volante de Personagem Atraente para vender seu MIFGE.

ESTÁGIO 2: DEMONSTRAÇÃO DRAMÁTICA #1 (Passos 4-6)

4. Crie sua continuidade em massa + oferta

Você criará uma oferta que inclui Continuidade em Massa gratuita (geralmente 6 ou 12 meses).

5. Crie sua demonstração dramática nº 1

Você criará um desafio ou webinar para vender sua Oferta + Continuidade em Massa (além de colocar seu MIFGE na página de agradecimento do seu desafio ou webinar para conseguir mais membros).

6. Lance sua demonstração dramática nº 1 para o mundo

Você usará o Volante de Personagem Atraente para preencher sua Demonstração Dramática nº 1.

ESTÁGIO 3: DEMONSTRAÇÃO DRAMÁTICA #2 (Passos 7-9)

7. Crie sua oferta de alto valor

Você criará uma oferta de alto valor (que inclui continuidade em massa e mais).

8. Crie sua demonstração dramática nº 2

Você criará um evento virtual ou ao vivo para vender sua oferta de alto valor.

9. Lance sua demonstração dramática nº 2 para o mundo

Você usará o Volante de Personagem Atraente para preencher sua Demonstração Dramática nº 2.

Você pode dizer a si mesmo: "Isso não está fora de ordem? Por que os números andam para trás?" Assim como você não pode direcionar tráfego para uma página de vendas que ainda não criou, há uma certa ordem a seguir para construir sua estrutura Linchpin.

Você não precisa construir todo o framework Linchpin antes de lançá-lo. Na verdade, recomendamos que você o construa em etapas e, em seguida, lance cada etapa na ordem abaixo. Mesmo que tudo o que você faça seja terminar a Etapa 1, você ainda pode ter um negócio de sucesso. Cada etapa se baseia na próxima, então, quanto mais etapas você concluir, mais bem-sucedido seu negócio será.

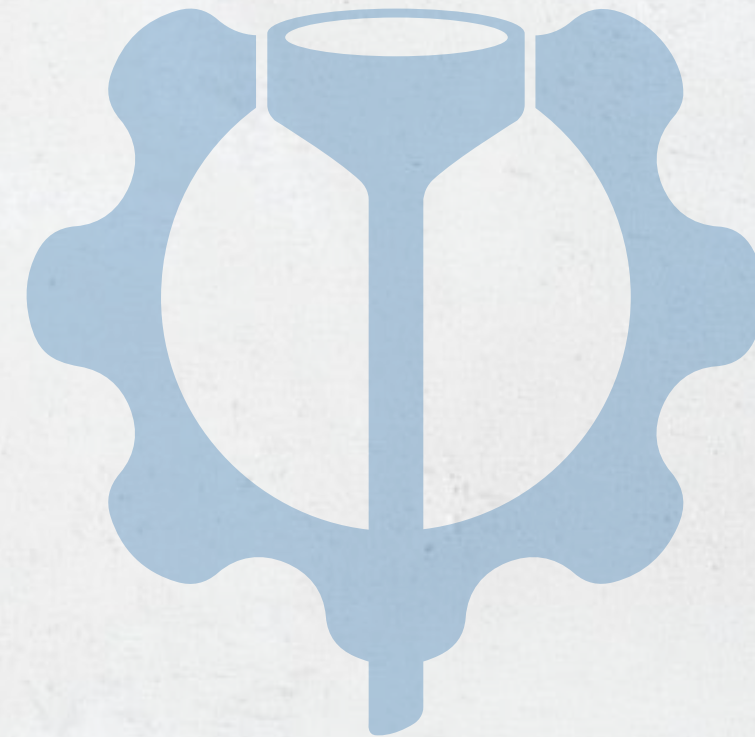
Vamos nos aprofundar em cada parte da estrutura do Linchpin neste livro, mas por enquanto, lembre-se de que o Linchpin...

...é a melhor maneira de expandir seu negócio porque seu SLO se torna o que todos os outros usam como sua principal fonte de receita empresarial.

...mantém você e sua equipe focados no crescimento de sua continuidade.

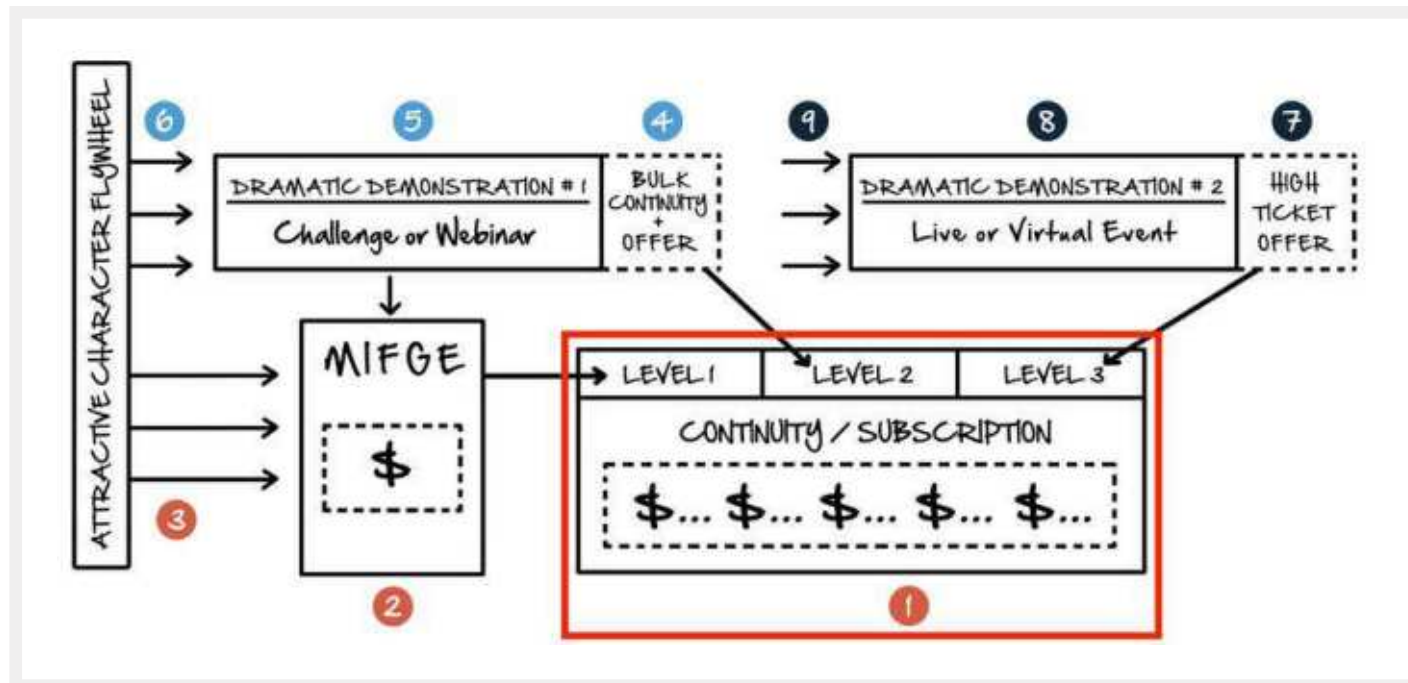
...constrói sua continuidade, que é o único ativo tangível e vendável em seu negócio a longo prazo.

“ Não estou no negócio de autor. Não estou no negócio de eventos. Estou no negócio de continuidade. Todo o resto é um apêndice que atrai mais pessoas para a continuidade e faz com que elas fiquem mais tempo e se tornem fãs delirantes. Esse é o único objetivo no final do dia. —Russel Brunson - *O que é isso?* ”



CONTINUIDADE

Sem CONTINUIDADE você não tem um negócio



PASSO 1: Crie seu programa de continuidade ou assinatura

Você criará um programa de continuidade para receber pagamentos recorrentes.

Toda a premissa do modelo Linchpin é baseada em uma declaração que ouvi de um dos meus amigos e mentores, David Frey. Ele disse:

“ Se você não tem continuidade... então você não tem um negócio. — David Frey ”

Com base nessa declaração, a maioria dos empreendedores com quem trabalho, mesmo os muito bem-sucedidos, não têm um negócio de verdade. Eles podem vender produtos de alto valor, realizar eventos ao vivo ou vender muitos produtos únicos, mas como seus negócios não estão criando renda residual e contínua, eles não têm um negócio de verdade. Eles têm uma promoção.

Por mais de uma década, eu estava no mesmo barco. A cada poucos meses, lançávamos uma nova oferta, um novo evento, uma nova promoção e, embora muitas vezes tivéssemos promoções de 7 e 8 dígitos, quando o marketing acabava, o fluxo de caixa também acabava.

Foi só quando lançamos o ClickFunnels — e comecei a ver os efeitos cumulativos do foco na continuidade — que finalmente entendi

o que David Frey estava dizendo. O objetivo de cada promoção não era mais apenas ganhar dinheiro rápido, mas, em vez disso, elas eram projetadas e orquestradas com um objetivo em mente: como conseguimos mais pessoas para a continuidade ou associação criando este produto ou fazendo este evento?

Meu foco passou de apenas ganhar dinheiro uma vez (uma promoção) para construir uma renda residual de longo prazo (um negócio). Quando comecei a trabalhar com Dan Kennedy e Bill Glazer em seu grupo de mastermind, Bill me disse algo muito poderoso sobre todo o modelo de negócio deles. Embora eles tivessem dezenas de livros e cursos, bem como eventos ao vivo e toneladas de outras maneiras de ganhar dinheiro, ele me disse:

“ Estamos no negócio de duas coisas: o negócio de 'obter membros' e 'manter membros'. — Bill Glazer ”

Ao colocar foco extremo na sua continuidade e atrair novos membros todos os dias, você tem a possibilidade de se dar um aumento todos os dias!

Você sabe como é bom acordar todos os dias, verificar seu aplicativo Stripe no seu telefone e ver quanto você ganhou no dia anterior... sabendo que se quiser, não precisa trabalhar naquele dia, ou naquela semana (ou mesmo ano!?). ESSE é o poder de construir sua renda contínua!

Ainda me lembro do dia em que percebi que, aproveitando o poder da renda residual e contínua, eu poderia basicamente comprar o que quisesse e deixar que meus membros financiassem para mim.

Por exemplo, digamos que eu queira comprar uma nova cabana de um milhão de dólares perto do lago. Com uma hipoteca de 30 anos e 20% de entrada, meus pagamentos mensais seriam de cerca de US\$ 4.500 por mês. Isso pode parecer muito, até eu começar a pensar em termos de associação. Se eu tiver um programa de continuidade do qual as pessoas pagam US\$ 97 por mês para participar, preciso apenas que 47 pessoas se inscrevam, e suas taxas cobrirão mais do que os pagamentos da hipoteca!

Quer um carro novo? Quantos membros serão necessários para financiar? Você pode obter um bom Lexus para 20 membros ou até mesmo um Lamborghini para cerca de 50 membros.

Depois que aprendi esse princípio, percebi que seu negócio deve ter apenas UM objetivo: Trazer pessoas para seu programa de continuidade e ajudá-las a permanecer. Continuidade é a chave!

Continuidade ou programas de assinatura são frequentemente chamados de associações. Para criar um programa de continuidade, você oferece um produto ou serviço aos seus membros de forma consistente e repetível. Em troca, seus membros pagam a você em uma programação recorrente (geralmente mensal). Normalmente, os pagamentos de associação são automatizados para que os cartões de crédito dos seus membros sejam cobrados no mesmo valor a cada mês (ou qualquer programação recorrente em que estejam) até que eles cancelem.

E porque eu sei que alguém está se perguntando sobre isso... NÃO. Você NÃO deve vender acesso vitalício à sua continuidade. Existem lugares no Linchpin onde você venderá assinaturas em massa (contas de 6 meses ou anuais), mas NUNCA venderá acesso vitalício. Além disso, ter uma receita consistente e recorrente é a única coisa que torna sua empresa desejável para os investidores. Então, se você planeja vender, você vai querer construir sua continuidade.

Coloque as pessoas em seu programa de continuidade e ajudá-los a ficar. Continuidade é a chave!

TIPOS DE CONTINUIDADE PROGRAMAS

Você pode criar apenas um programa de continuidade ou misture vários se preferir.

PROGRAMAS

- **Exemplos:** ClickFunnels e Salesforce
- **DICA PROFISSIONAL:** Software é a mais "pegajosa" de todas as associações, o que significa que os membros permanecem mais tempo em uma associação que inclui software. Se você puder, encontre uma maneira de adicionar software ao seu programa de continuidade.
- Aqui está nosso exemplo do ClickFunnels.

The screenshot shows the ClickFunnels website homepage. At the top, there's a navigation bar with 'click funnels' logo, 'What's Included', 'Pricing', 'Log In', and a 'Try For Free' button. The main headline reads 'Struggling To Get A Constant Flow Of Customers? Meet ClickFunnels. Getting People To Your Website And Turning Them Into Happy Paying Customers Is What We Do Best'. Below this is a prominent blue button that says 'Start Your Free Trial Today' with a right-pointing arrow. Underneath the button, it says 'No Contracts • Cancel Anytime'. There are three bullet points: 'Zero Computer Skills Needed', 'Works For Every Type Of Business', and 'Market, Sell, And Deliver Like A Pro'. A video player is embedded, showing a laptop displaying a gardening kit advertisement. At the bottom, there are six icons representing features: Proven Funnel Templates, Drag & Drop Editor, High-Converting Checkout, Member Areas & Courses, Analytics & Insights, and A/B Split Testing.

BOLETINS INFORMATIVOS IMPRESSOS

- **Exemplos:** NO BS Magnetic Marketing Newsletter e Sports Illustrated
- **DICA PROFISSIONAL:** Os boletins impressos são frequentemente vistos como mais valiosos do que os boletins digitais porque são tangíveis. Além disso, seus membros têm mais probabilidade de consumi-los e mantê-los.
- Aqui está nosso exemplo do boletim informativo impresso de marketing magnético NO BS.

The screenshot shows a promotional email from NO BS Magnetic Marketing. The header features the 'MAGNETIC MARKETING' logo. The main text reads: 'Why Did Dan Kennedy (AKA The Peninsula Millionaire Maker) Come Out Of Retirement And Team Up With Russell Brunson (The Co-Founder Of ClickFunnels) To Create The... "Most Incredible FREE Gift Ever... Designed To Help You Make Maximum Money In Minimum Time!"'. Below the text is a video player showing a man holding a newspaper. At the bottom, there's a green button that says 'YES! I Want To Test-Drive The NO B.S. Letter Now! Get A 30-Day Trial To The NO B.S. Letter AND Get The Marketing Secrets Letter For FREE!'. To the right of the button, it says 'PLUS You'll Get Over \$19,997 Worth Of 'PURE' Money Making Information For FREE (Just For Saying 'Maybe') All You Have To Do Is Say, 'MAYBE' And The Gift Is Yours... For FREE!'. At the very bottom, a yellow box contains the text: 'When You Subscribe To The NO B.S. Magnetic Marketing Letter, You'll Also Get A FREE Subscription To The 'Marketing Secrets' Letter - A \$97 Month Value FOR FREE!'.

SUPLEMENTOS

- **Exemplos:** LadyBoss e caldo de osso Au
- **DICA PROFISSIONAL:** Os suplementos são perfeitos para um programa de continuidade porque precisam ser repostos regularmente. Quando você oferece aos seus clientes a conveniência de não ter que lembrar de pedir novamente, é um ganho para ambos.
- Aqui está nossa opção "Assine e economize" do Au Bone Broth.

SITES DE MEMBROS

- **Exemplos:** Netflix e Disney+
- **DICA PROFISSIONAL:** Sites de membros são os mais fáceis de criar. Eles também são mais fáceis de vender do que um curso. Se você tem um curso, pode pensar em transformá-lo em uma assinatura, lançando o conteúdo lentamente, uma vez por mês.
- **Entregas mensais:** Um site de membros tem tudo a ver com maestria, então não sobrecarregue seus membros com muito conteúdo.
- Aqui está um exemplo do nosso site de associação Two Comma Club X.

CLUBE DA CAIXA DO MÊS

- **Exemplos:** Caixa de construção e BarkBox de Mark Rober
- **DICA PROFISSIONAL:** Em vez de vender produtos físicos únicos, você pode colocá-los em uma caixa de assinatura e enviá-los mensalmente.



OUTRO

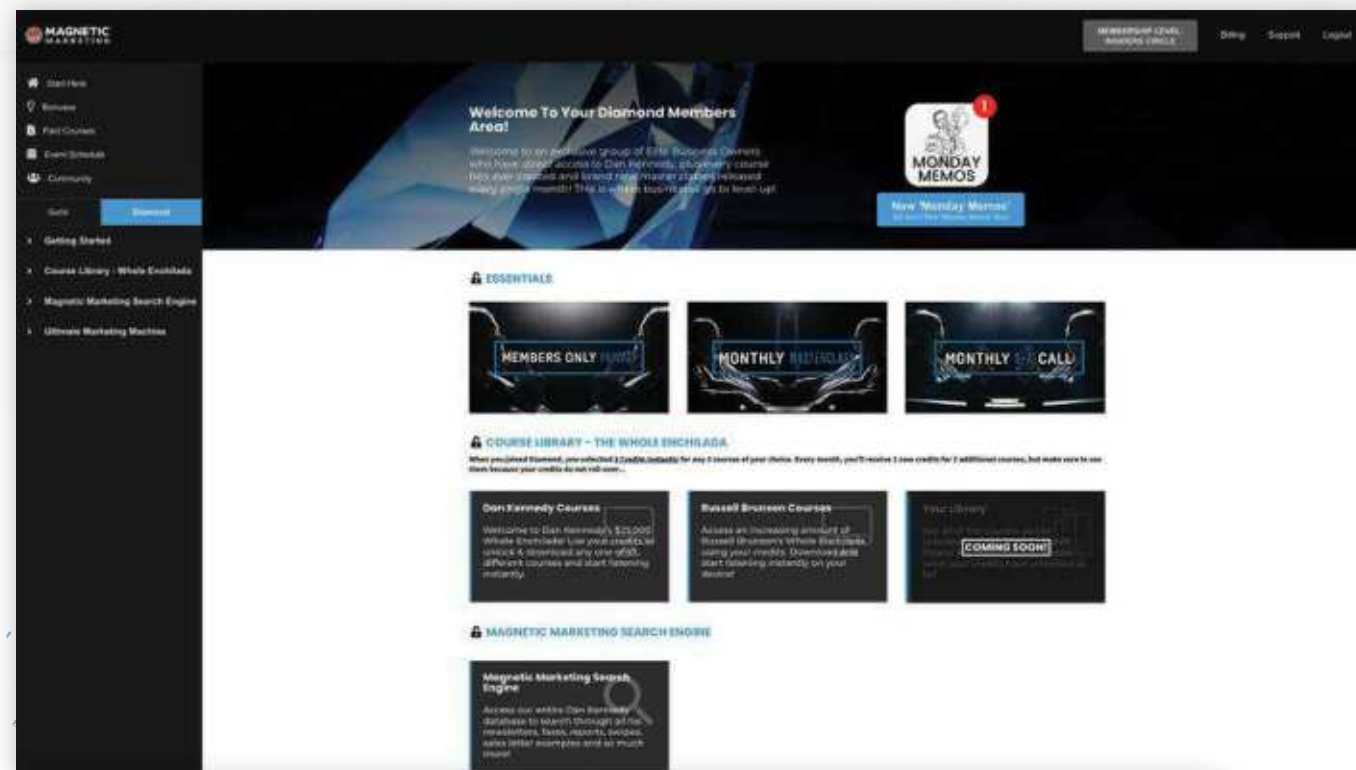
- **Exemplos:** Academias e Amazon Prime
- **DICA PROFISSIONAL:** Se seu programa de continuidade não se encaixa nas categorias acima, tudo bem! Pode ser um programa de continuidade baseado em serviço ou outra continuidade.

EXEMPLOS DO NOSSO MEMBROSIA LOCAIS

Você já sabe que temos o ClickFunnels,
mas temos vários outros
negócios que têm continuidade
programas também, e usamos
sites de associação para todos eles.

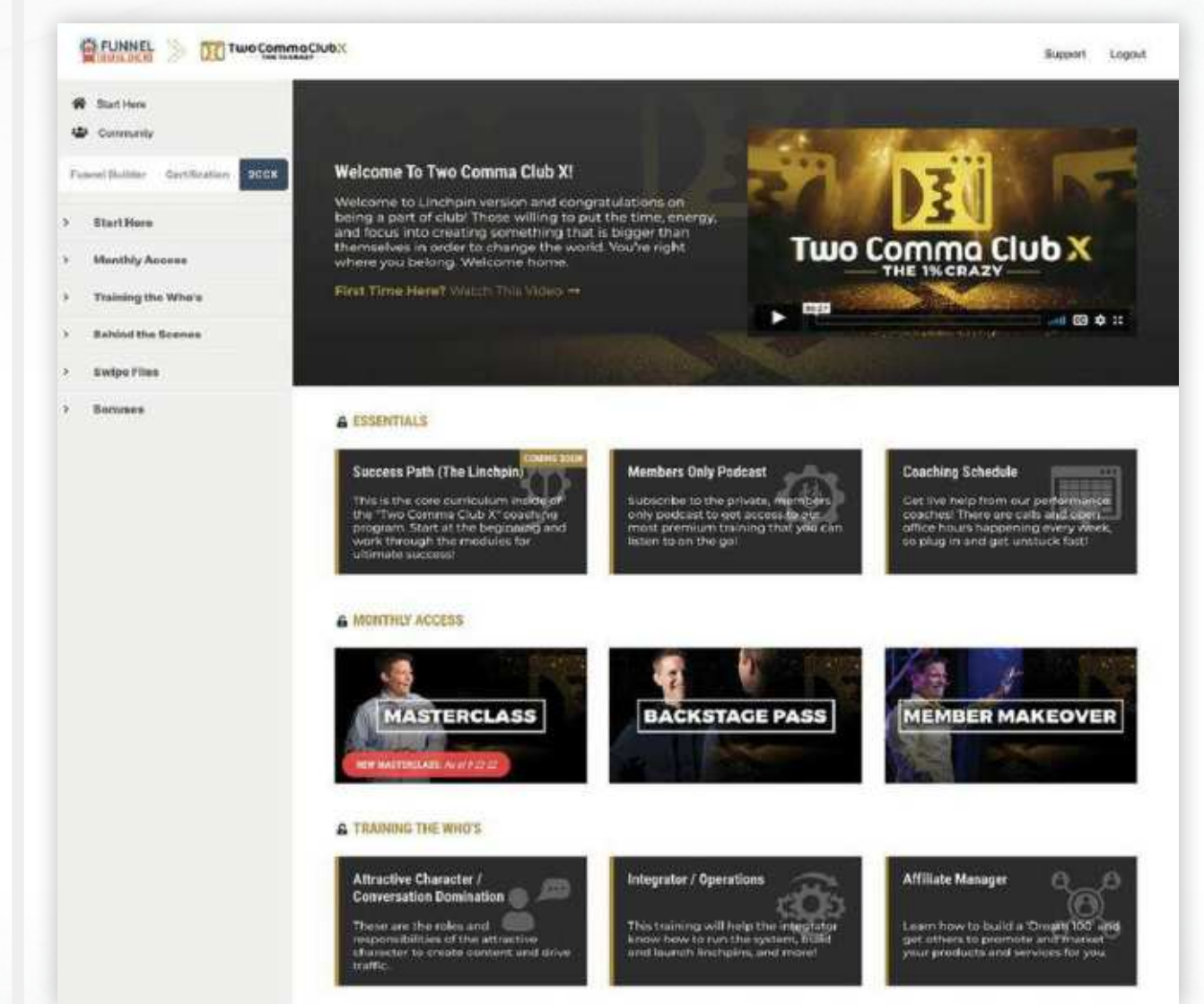
MARKETING MAGNÉTICO

- **Ouro:** \$97/mês.
- **Diamante:** \$297/mês.



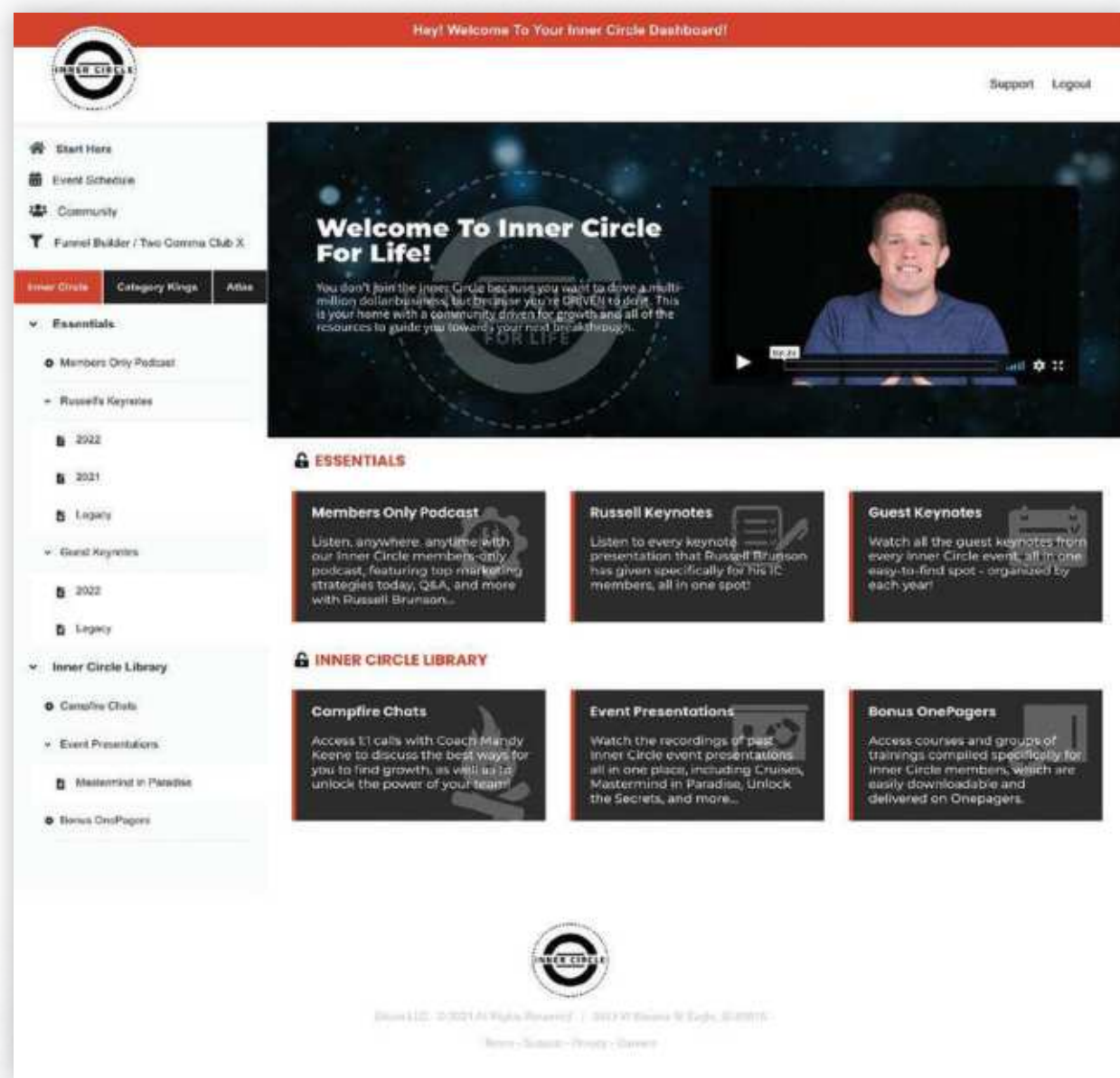
CONSTRUTOR DE FUNIL → CLUBE DAS DUAS VÍRGULAS X

- **Construtor de funil:** \$1.000–US\$ 2.000/ano.
- **Certificação:** \$997/mês (ou US\$ 9.997/ano)
- **Clube das Duas Vírgulas X:** \$2.500/mês (ou US\$ 25.000/ano)



CÍRCULO INTERNO

- **Círculo Interno:**\$50.000/ano.
- **Categoria Reis:**\$150.000/ano.
- **Atlas:**\$250.000/ano.



CONTEÚDO DE MEMBROSIA

Mas O QUE você deve colocar no seu site de associação, você pergunta?

Ao contrário do que você pode pensar, você não quer dar MAIS a eles. Como diz Stu McLaren:

O principal motivo pelo qual as pessoas deixam de ser assinantes é a sobrecarga.—Stu McLaren

Você não quer despejar todo o seu conteúdo ou materiais de treinamento em uma área e dar acesso a tudo isso.

Nossa maneira favorita de adicionar conteúdo às áreas de nossos membros é baseada na estrutura de Oportunidades de Venda de Dan Kennedy. Ele explica que você tem várias oportunidades de transformar seus membros dentro do seu programa de continuidade, e que devemos nos concentrar em vender atualizações, não correções. As três oportunidades de venda que usamos incluem Reparo, Melhoria e Substituição.

• **Reparação** (*fic consertar algo que estava quebrado*): Estamos ajudando um membro a implementar o conceito que ensinamos na masterclass.

• Na nossa área de associados, esta área é chamada de nossa **Transformação de Membro**.

• **Melhoria** (*tornando algo um pouco melhor, mais rápido, mais fácil*): Estamos ajudando nossos membros a melhorar e se tornarem melhores dentro da nova oportunidade.

• Na nossa área de associados, essas áreas são chamadas de nossa **Aula Magna** (onde ensinamos um novo conceito em 30 minutos a cada mês) e **Passe para os bastidores** (onde mostramos os bastidores do que estamos fazendo em relação ao conceito da masterclass daquele mês).

• **Substituição** (*substituindo o que estavam fazendo por uma nova maneira de fazer algo, essa é a nova oportunidade*): Esta é a MELHOR escolha, e abordamos isso com mais detalhes no meu livro *Segredos de Especialistas*.

• Na nossa área de associados, esta área é chamada de nossa **Caminho do Sucesso**: The Linchpin, onde nos aprofundamos em cada etapa da estrutura do Linchpin e damos instruções passo a passo sobre como implementá-lo em seu negócio.

The image shows a screenshot of a website interface for 'Two Comma Club X'. At the top, there are three red arrow-shaped boxes labeled 'Repair', 'Improvement', and 'Replacement'. Below these, the website content is visible, including a navigation menu, a main header with a video player, and several content blocks. Red arrows point from the 'Repair', 'Improvement', and 'Replacement' boxes to specific content blocks: 'Success Path (The Linchpin)', 'Members Only Podcasts', 'Coaching Schedule', 'MASTERCLASS', 'BACKSTAGE PASS', and 'MEMBER MAKEOVER'. The website also features sections for 'ESSENTIALS', 'MONTHLY ACCESS', and 'TRAINING THE WHO'S'.

7 NÚCLEO ELEMENTOS

Existem 7 elementos principais
para um programa de continuidade bem-sucedido
e site de associação que ajudará seus membros
encontrar o sucesso e permanecer em sua continuidade.

1. Nova oportunidade

Você criará um Caminho de Sucesso com sua nova oportunidade (essa é a estrutura que produz o resultado desejado pelos seus membros).

2. Consumo

Você ajudará seus membros a consumir o conteúdo adicionando um podcast exclusivo para membros.

3. Melhoria Mensal

Você ajudará seus membros a melhorar a cada mês, oferecendo a eles um treinamento Masterclass sobre um determinado tópico do Caminho do Sucesso e um Passe para os Bastidores para mostrar como você está implementando esse tópico.

4. Reparo mensal

Você ajudará seus membros a consertar o que eles implementaram no treinamento Masterclass em uma Transformação de Membros.

5. Biblioteca / Arquivo

Você ajudará seus membros a ganhar domínio oferecendo treinamentos aprofundados, cursos, arquivos e modelos cuidadosamente selecionados em sua biblioteca/arquivo.

6. Comunidade

Você ajudará seus membros a se conectarem criando um grupo para que eles conversem entre si.

7. Ascensão

Você elevará seus membros a níveis de associação mais altos ao convidá-los a se juntarem e subirem na sua Escada de Valor.

Vamos mergulhar mais fundo
em cada elemento...

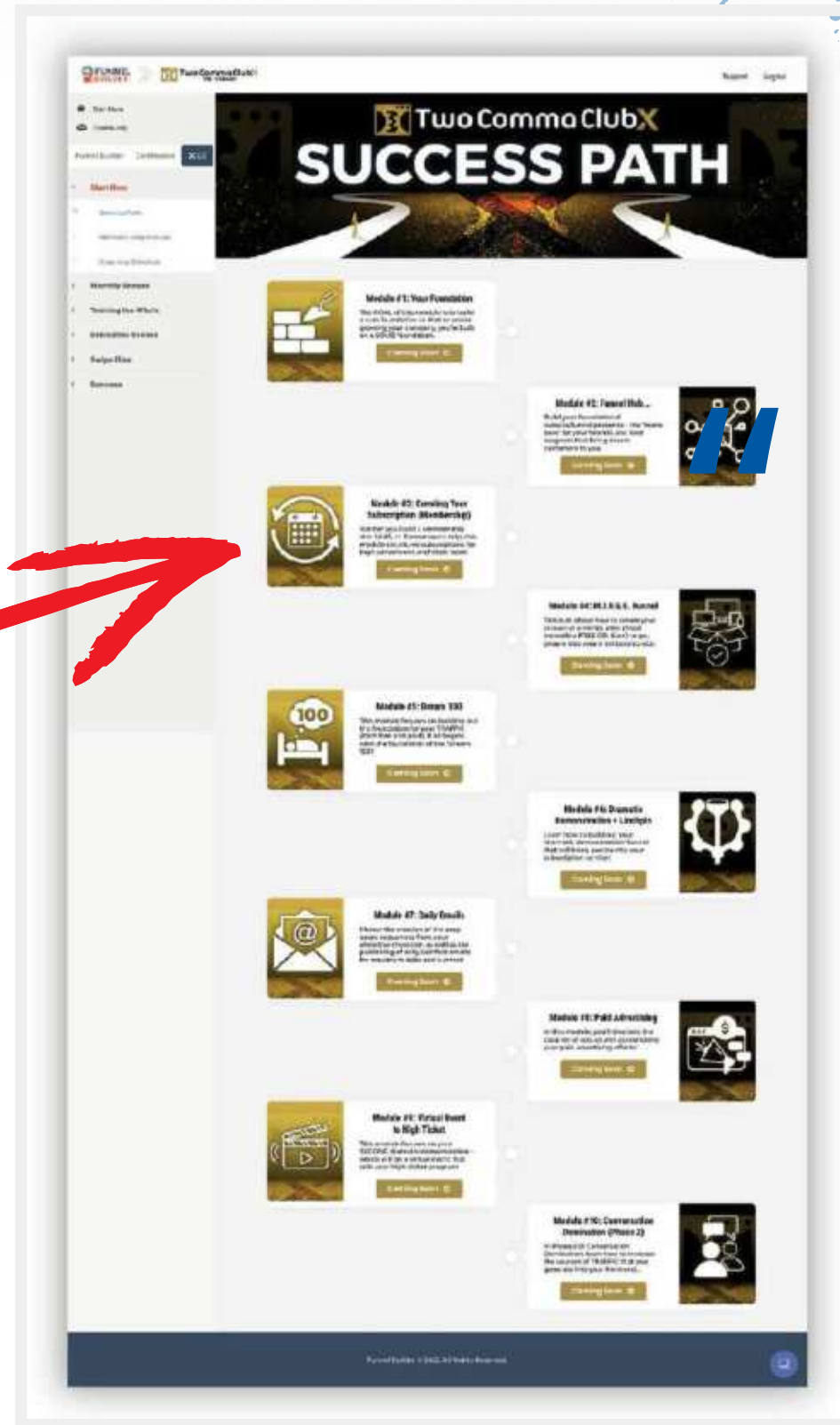
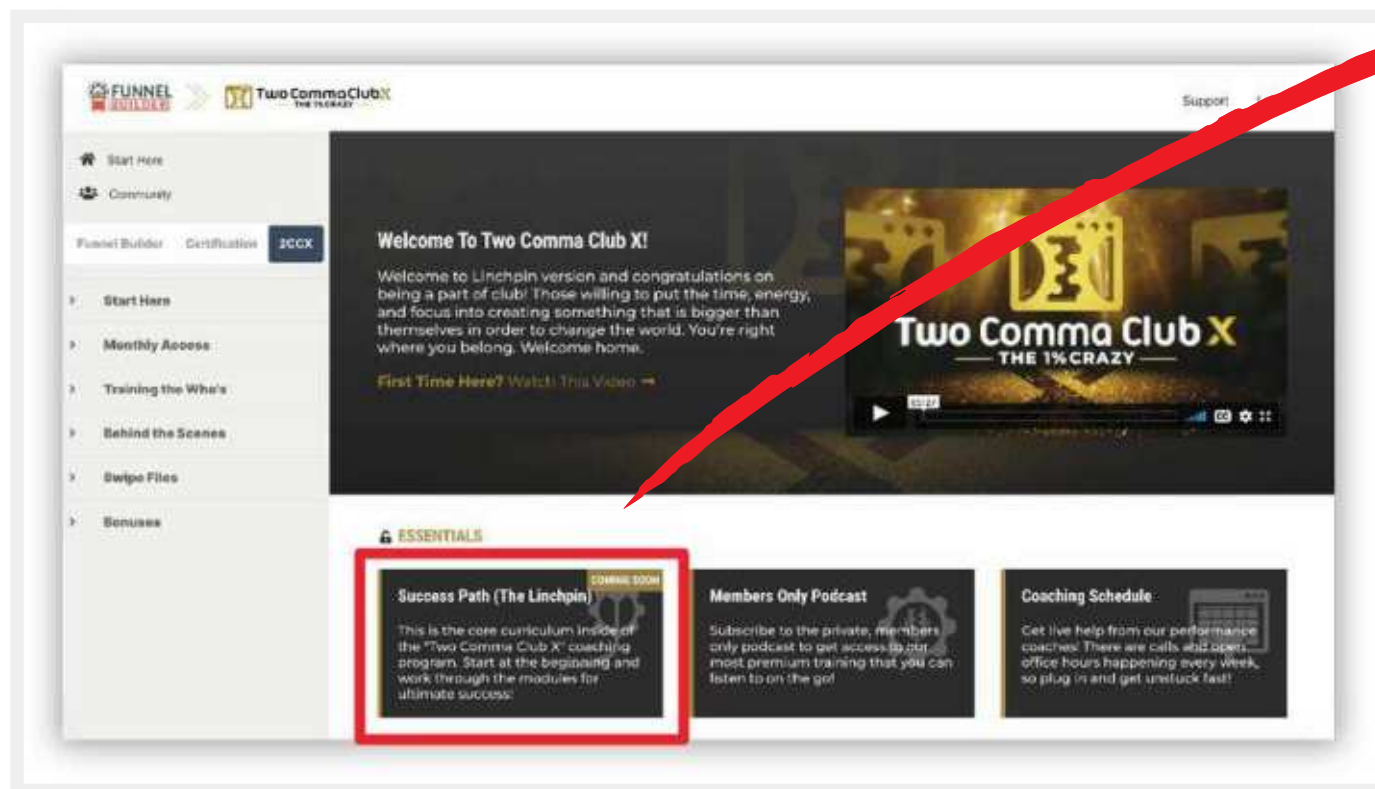
ELEMENTO 1: NOVA OPORTUNIDADE (CAMINHO DO SUCESSO)

Você criará um Caminho de Sucesso com sua nova oportunidade (essa é a estrutura que produz o resultado desejado pelos seus membros).

Seu Caminho de Sucesso é sua estrutura. Então, o que é uma estrutura? Brooke Castillo explicou melhor:

“ Sua estrutura é seu mapa de onde alguém está até o resultado que ele está tentando obter. É o processo passo a passo que você está levando alguém. — Brooke Castillo ”

Na área de membros do Two Comma Club X, você verá como definimos o Caminho do Sucesso.



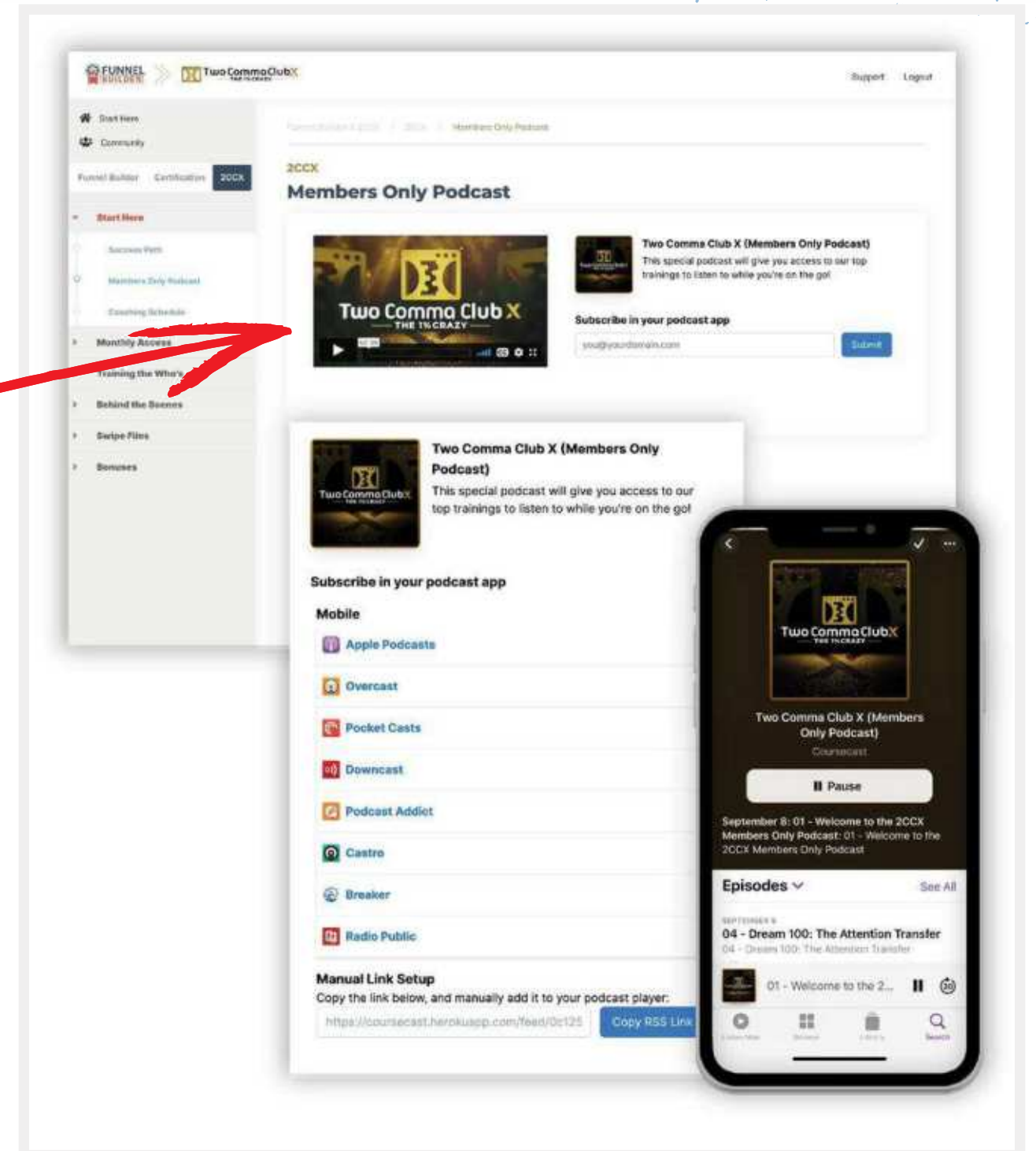
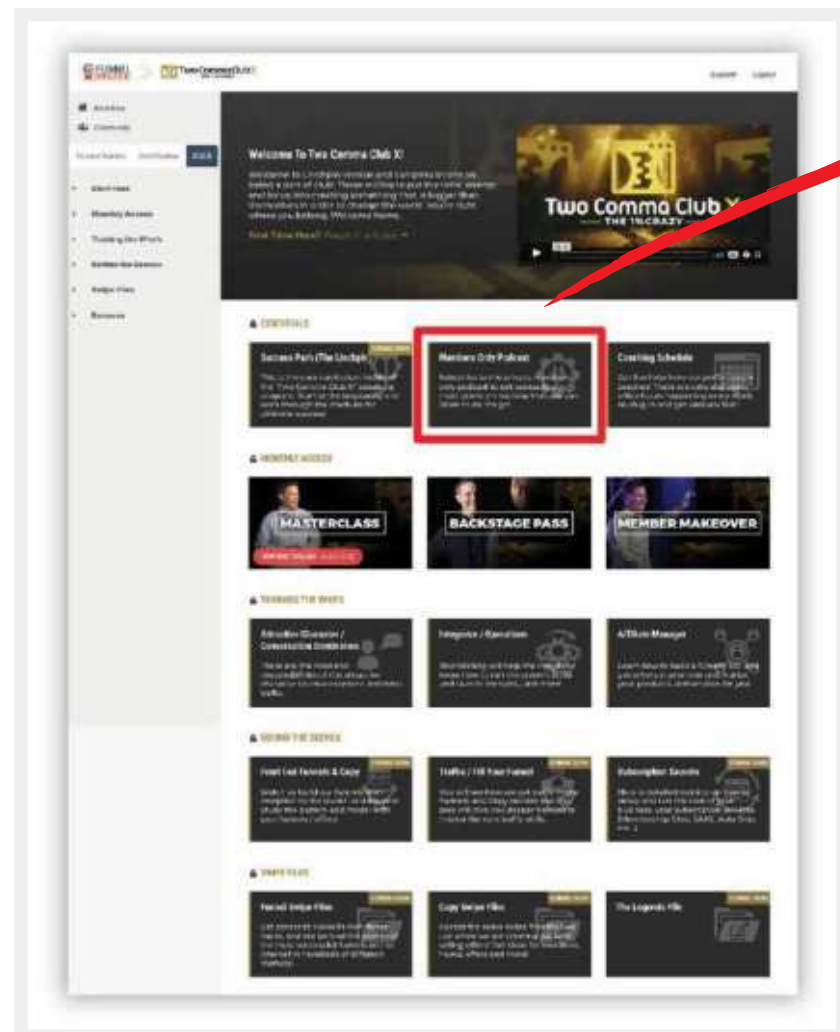
ELEMENTO 2: CONSUMO

Você ajudará seus membros a consumir o conteúdo adicionando um podcast exclusivo para membros.

Se seus membros não consumirem seu conteúdo, eles não ficarão por muito tempo. Há muitas maneiras diferentes de incentivá-los a consumir seu conteúdo, incluindo enviar e-mails de login e sequências de e-mail que os empurrem de volta para seu conteúdo.

Nossa maneira favorita, no entanto, é um podcast exclusivo para membros, onde seu conteúdo é enviado diretamente para o aplicativo de podcast favorito deles. O ClickFunnels pode pegar todo o conteúdo dos seus módulos e transformá-lo em um feed RSS. Um membro pode assinar isso e começar a ouvi-lo enquanto dirige, a caminho do trabalho ou quando estiver se exercitando. Então, se eles cancelarem sua assinatura, o feed RSS para de funcionar.

Na área de membros do Two Comma Club X, você verá como configuramos nosso podcast exclusivo para membros.



ELEMENTO 3: MELHORIA MENSAL

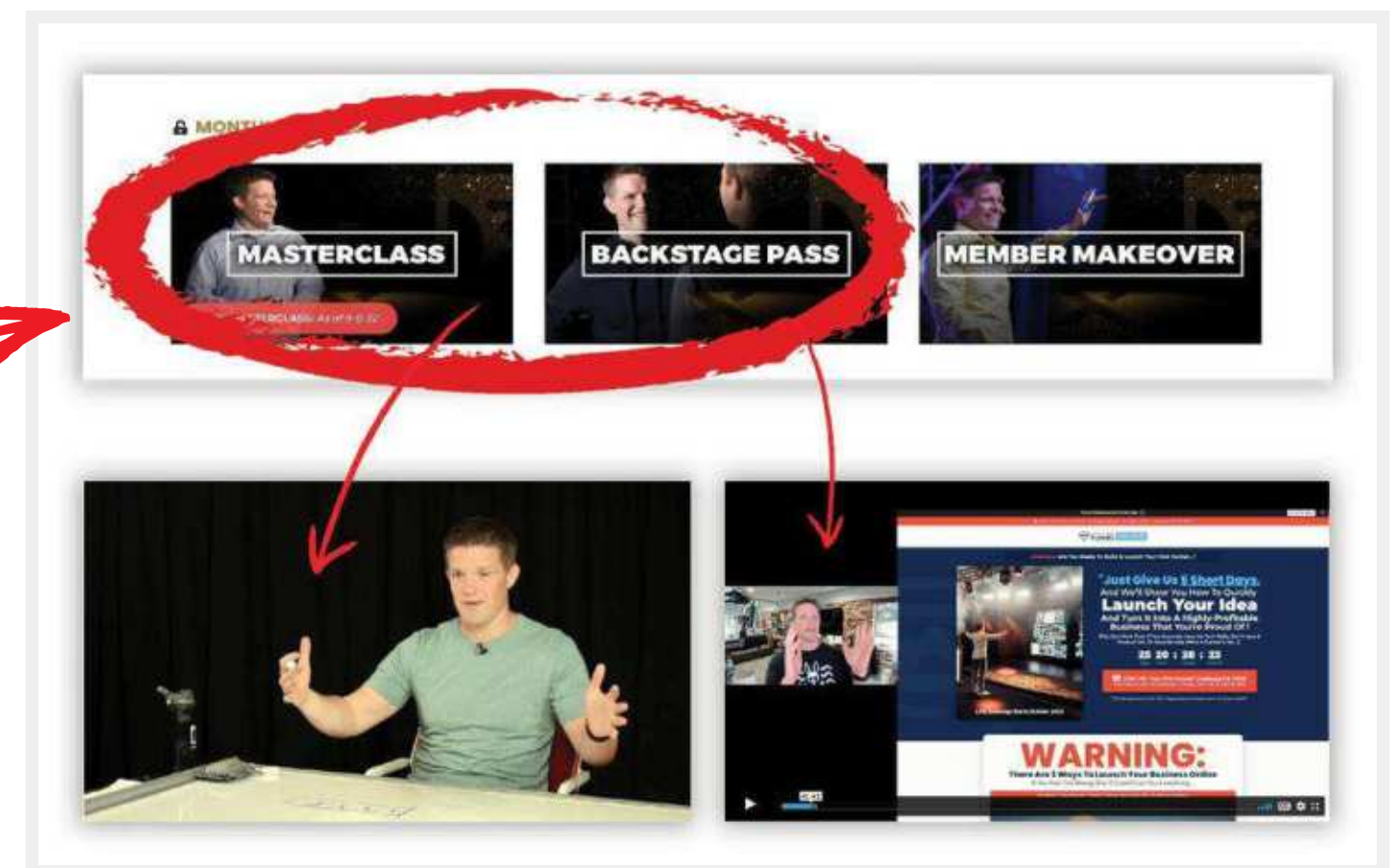
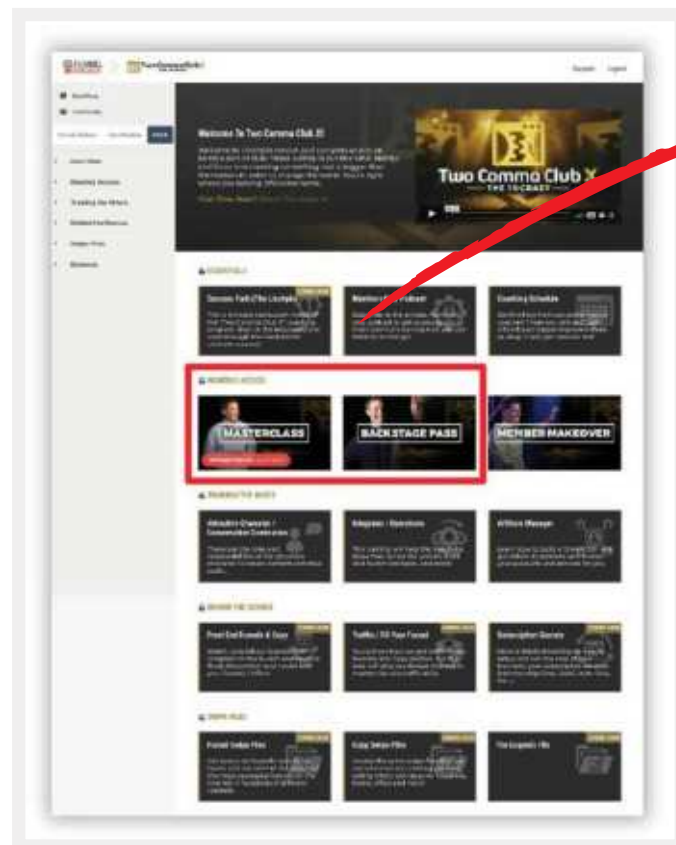
Você ajudará seus membros a melhorar a cada mês, oferecendo a eles um treinamento Masterclass sobre um determinado tópico do Caminho do Sucesso e um Passe para os Bastidores para mostrar como você está implementando esse tópico.

Assim como Dan Kennedy explicou, devemos ajudar nossos membros a melhorar e se tornarem melhores dentro da nova oportunidade. Então, a cada semana, eu crio um novo conteúdo para minha associação, além do conteúdo no Success Path. Dessa forma, os membros podem se aprofundar nos assuntos e sempre sentir que há algo novo e emocionante surgindo.

Na nossa área de membros, oferecemos dois treinamentos por mês para ajudá-los a melhorar o que estão aprendendo em nosso Caminho do Sucesso.

- **Aula Magistral:** Eu ensino um novo conceito todo mês em um vídeo de 30 minutos.
- **Passe para os bastidores:** Mostro os bastidores do que estamos fazendo em relação ao tema da masterclass mensal.

Dentro da área de membros do Two Comma Club X, você verá como adicionamos duas áreas para nossa melhoria mensal, chamadas Masterclass e Backstage Pass.



ELEMENTO 4: REPARO MENSAL

Você ajudará seus membros a consertar o que eles implementaram no treinamento Masterclass em uma Transformação de Membros.

Além de oferecer melhorias mensais, Dan Kennedy explica que também deveríamos oferecer reparos mensais para ajudar nossos membros a consertar algo que esteja quebrado.

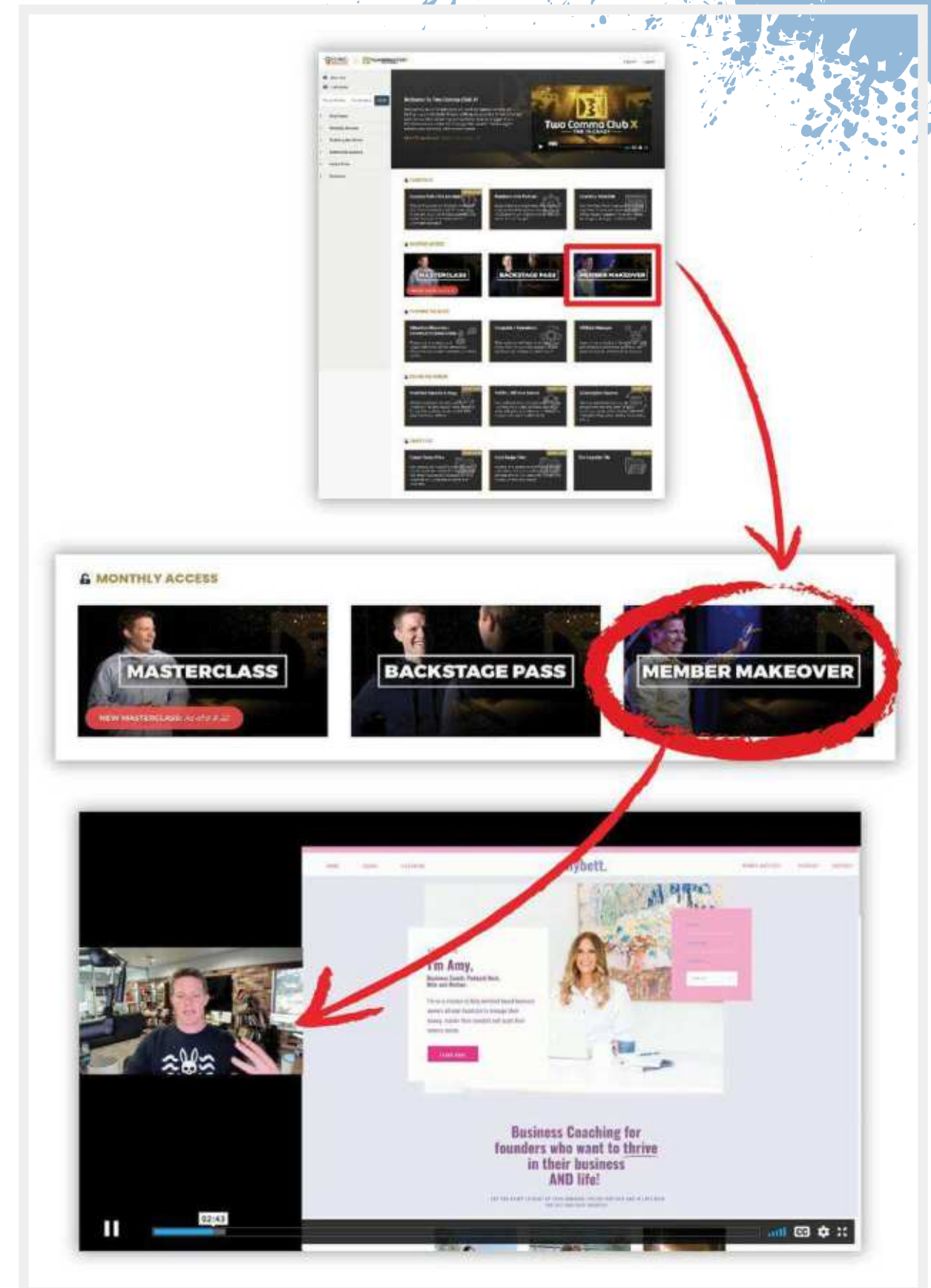
Na nossa área de membros, oferecemos um treinamento por mês para ajudar um dos nossos membros a consertar algo que eles implementaram na masterclass daquele mês.

Transformação de Membro: Ajudamos um membro a implementar o conceito corretamente.

Nosso calendário de conteúdo está abaixo, mostrando como produzimos uma nova peça de conteúdo para cada semana do mês, exceto na Semana 4. Dar aos seus membros uma pausa do conteúdo os ajudará a implementar o que você acabou de ensinar. Se você não consegue imaginar produzir uma nova peça de conteúdo toda semana, lembre-se de que você pode agrupar seu conteúdo. Você pode filmar todas as três peças de uma vez, ou pode até mesmo produzir conteúdo de vários meses de uma vez. Basta escolher uma estratégia que funcione para você e começar a filmar.

Semana 1	Aula Magna Ensine um novo conceito em 30 minutos.
Semana 2	Passe para os bastidores Mostre os bastidores do que você está fazendo em relação ao conceito da masterclass daquele mês.
Semana 3	Transformação de Membro Ajude um membro a implementar o conceito.
Semana 4	Semana de Implementação Deixe que seus membros se atualizem (não adicione conteúdo à Semana 4).

Dentro da área de membros do Two Comma Club X, você verá como adicionamos a área para nosso reparo mensal chamado Member Makeover.



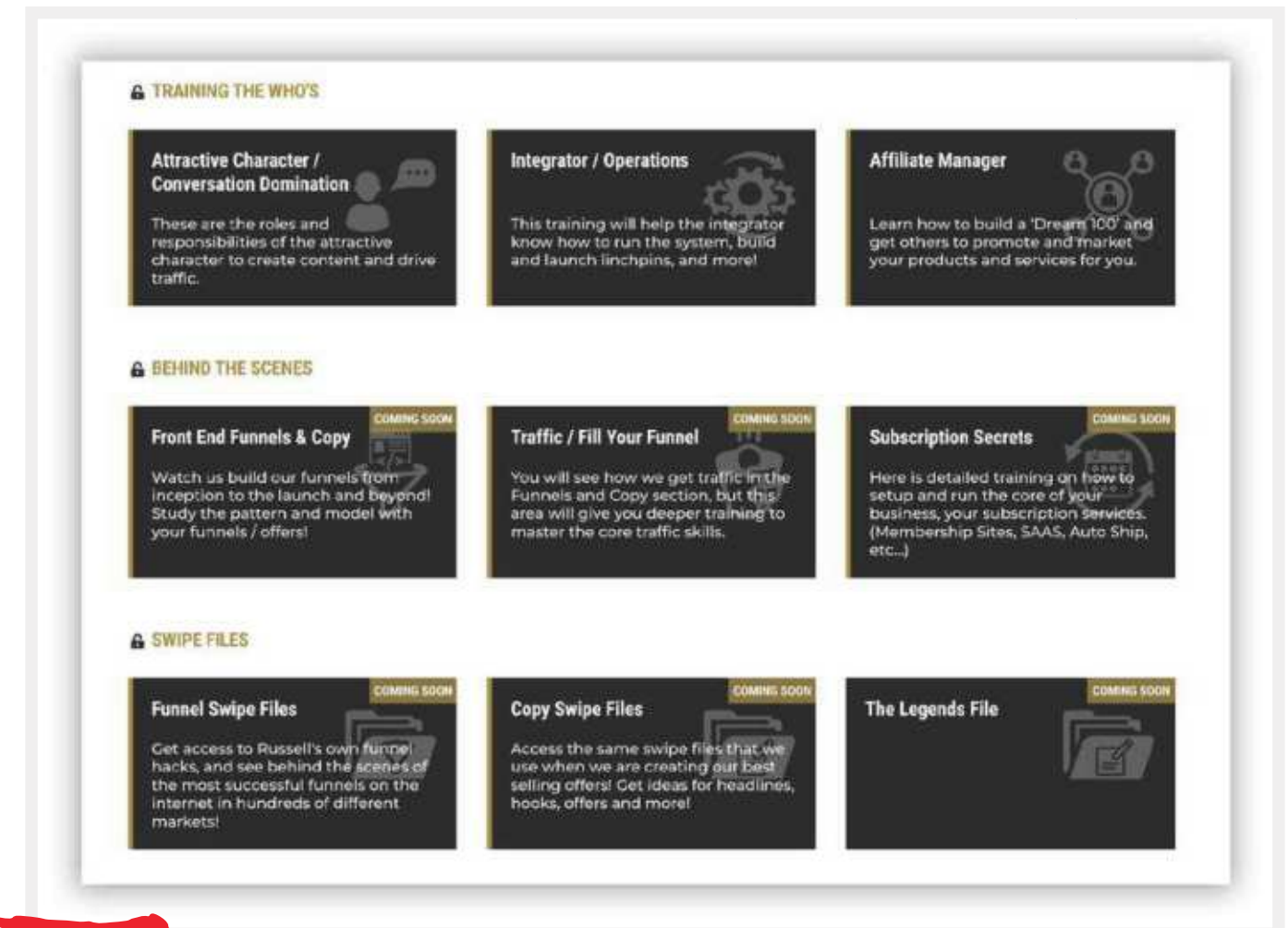
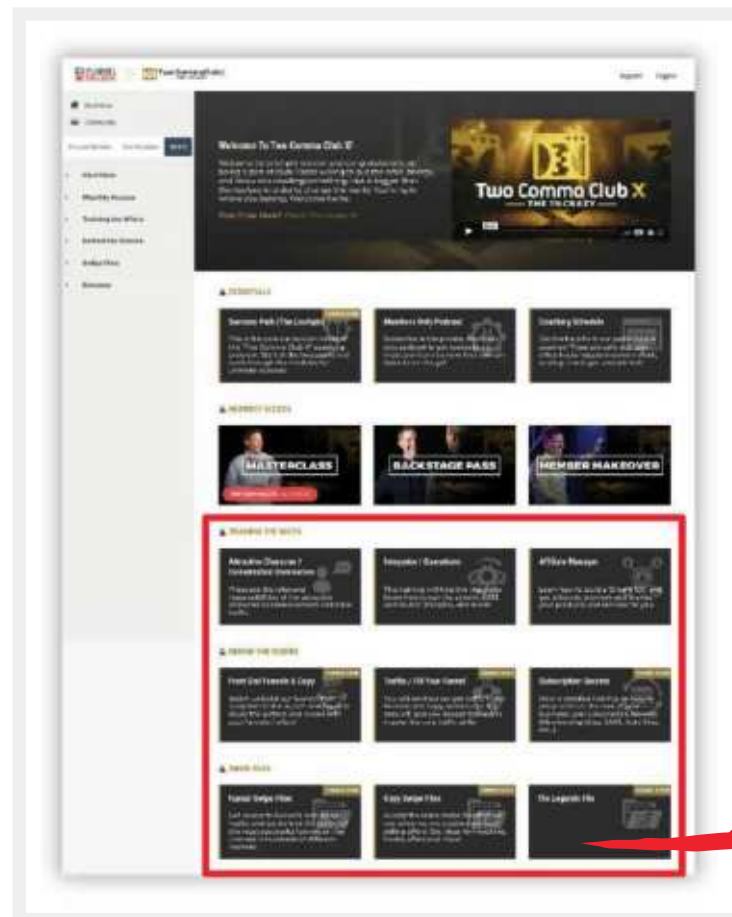
ELEMENTO 5: BIBLIOTECA / ARQUIVO

Você ajudará seus membros a ganhar domínio oferecendo treinamento aprofundado, cursos, arquivos e modelos cuidadosamente selecionados em sua biblioteca/arquivo.

Para incentivar a maestria em suas estruturas, você deve adicionar uma biblioteca ou arquivo de todo o seu conteúdo que eles possam consumir em seu próprio ritmo após terem concluído o Caminho do Sucesso. Isso também permite que você não se repita, então se você já se aprofundou em um determinado tópico, você pode indicar seus membros para aquele treinamento específico na biblioteca. Também colocamos outros treinamentos, contratos, arquivos de furto, cursos e muito mais na biblioteca para que seus membros possam se aprofundar em cada tópico específico.

OBSERVAÇÃO: Este NÃO é um lugar onde você deve despejar todos os vídeos, treinamentos ou arquivos que você já criou. A biblioteca ainda deve ser uma área cuidadosamente selecionada do seu melhor conteúdo, onde seus membros podem se aprofundar e ganhar maestria em um determinado tópico.

Dentro da área de membros do Two Comma Club X, você verá como adicionamos a área para nossa biblioteca.



ELEMENTO 6: COMUNIDADE

Você ajudará seus membros a se conectarem criando um grupo para que eles conversem entre si.

Como diz Stu McLaren:

“

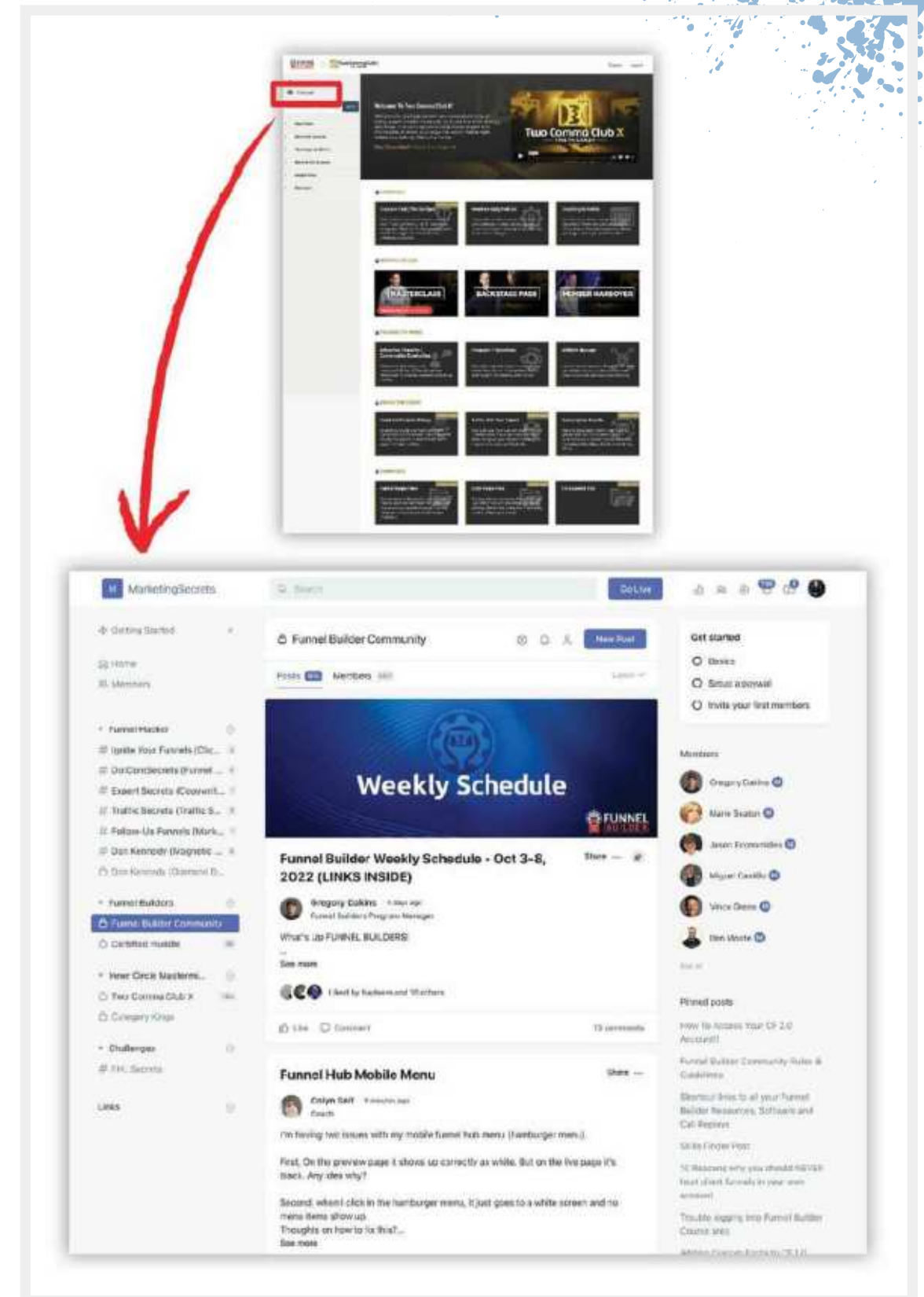
As pessoas vêm pelo conteúdo e ficam pela comunidade.
— *Stu McLaren*

”

Para ajudar seus membros a se conectarem (e responderem às perguntas uns dos outros), você pode criar um grupo onde eles podem conversar entre si. O ClickFunnels ainda tem um recurso de comunidade criado diretamente dentro da área de membros para que seus membros possam ter comunidade e treinamento em um só lugar.

Ter uma comunidade é outra maneira de tornar seu programa de continuidade pegajoso para que eles fiquem. Eles continuam voltando porque não querem perder o que é dito, e eles constroem amizades na comunidade também.

Na área de membros do Two Comma Club X, você verá como adicionamos a aba para nossa comunidade.



ELEMENTO 7: ASCENSÃO

Você elevará seus membros a níveis de associação mais altos ao convidá-los a participar.

Aprendemos tudo sobre ascensão com Dan Kennedy e Bill Glazer, cujo negócio inteiro era uma escada de ascensão. O objetivo inteiro deles era:

“ Como fazemos com que nossos membros subam para o próximo nível para que possamos aumentar a quantidade de dinheiro que cada membro gasta ao longo do tempo?
— Dan Kennedy e Bill Glazer ”

Seus membros podiam ir de Ouro a Diamante, Diamante Plus, Desempenho Máximo, Platina e Titânio, e cada um desses níveis custava mais dinheiro do que o anterior.

Após comprar a Magnetic Marketing, adicionamos ascensão interna à nossa marca Magnetic Marketing.

- **Nível 1-Ouro:** US\$ 97/mês.
- **Nível 2-Diamante:** US\$ 297/mês.

Então, se você for um membro Gold, você será direcionado para uma landing page que mostrará todos os benefícios incríveis de fazer o upgrade para um membro Diamond.

The image displays three screenshots from a marketing website, illustrating a membership upgrade process. The top-left screenshot shows a landing page for 'NO B.S. + BEHIND THE SCENES' with a video player and text: "Most Incredible FREE Gift Ever... Designed To Help You Make Maximum Money In Minimum Time!". The top-right screenshot shows a "Direct Access To Dan Kennedy Each Month!" offer with a video of Dan Kennedy and text: "Join An Exclusive Group Of Elite Online Business Owners And Entrepreneurs With...". The bottom screenshot shows a "Welcome To Your Member Dashboard!" page with a video of Dan Kennedy and a navigation menu on the left. Red arrows point from the top-left and top-right screenshots to the bottom screenshot, indicating a flow or connection between the landing pages and the dashboard.

NÍVEIS DE CONTINUIDADE

Seu programa de continuidade deve ser projetado para levar seus clientes dos sonhos ao resultado dos sonhos deles. Conforme eles avançam na sua Escada de Valor, eles pagarão mais para obter ajuda adicional sua para atingir esse resultado.

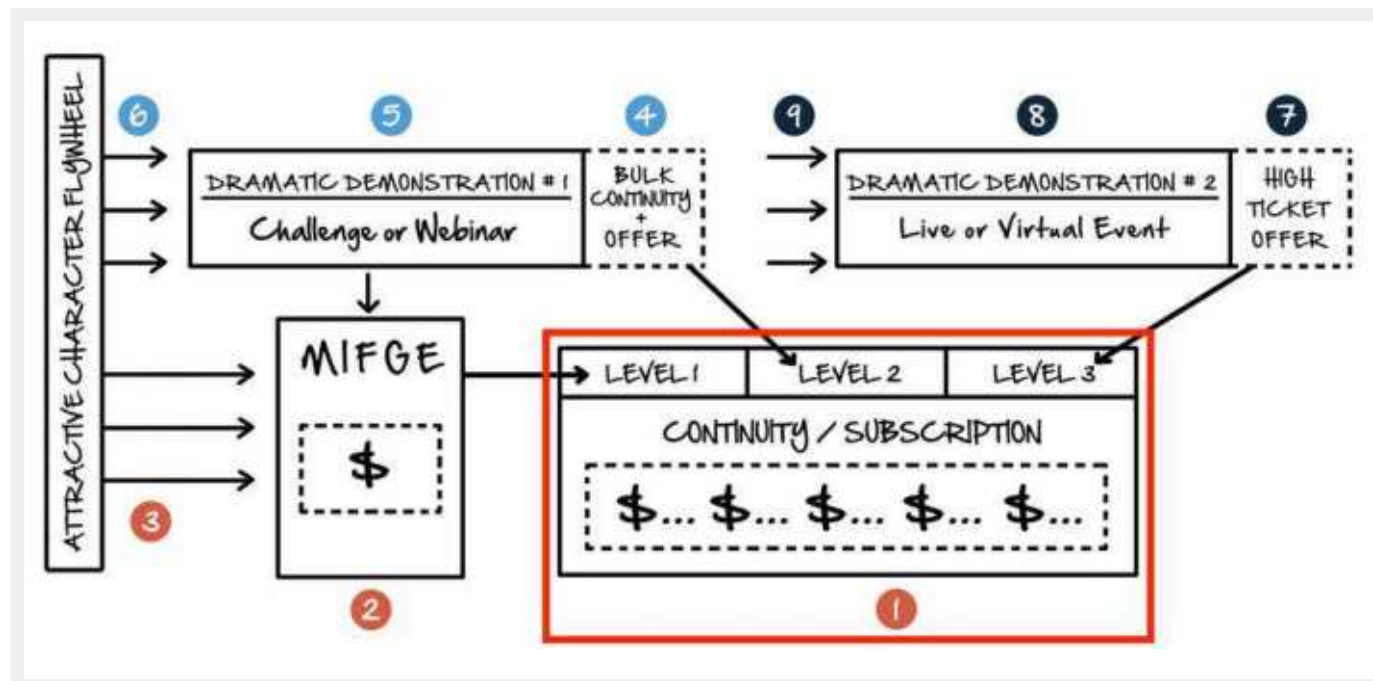
A maioria de vocês começará com (e talvez só tenha) apenas um nível de sua continuidade. E isso é totalmente bom... por enquanto.

Se você se lembra, mostramos esses níveis de continuidade dentro da estrutura Linchpin.

É importante lembrar que a razão pela qual você tem níveis diferentes em sua continuidade é que todas as outras partes do seu negócio ainda se encaixam na estrutura Linchpin. Então, cada uma das suas três ofertas mostradas na estrutura Linchpin (como visto abaixo) apontam de volta e constroem sua continuidade.

Falaremos mais sobre essas três ofertas em breve, mas, por enquanto, aqui está uma visão geral de como cada oferta constrói cada nível da sua continuidade.

“As pessoas gastarão mais dinheiro pelo mesmo conteúdo empacotado de uma maneira diferente.”
— Russel Brunson



Tipo de Oferecer	Seu MIFGE constrói:	Seu volume Continuidade + A oferta é construída:	Sua oferta de alto valor cria:	
Nível de Continuidade	Nível 1	Nível 2	Nível 3 (escolha um)	
Como eles Obter suporte	Por conta própria	Em um grupo	Com Coaching	Exclusivo Mente Mestra
Exemplo Preços	US\$ 97/mês ou US\$ 997/ano.	US\$ 297/mês ou US\$ 2.997/ano.	US\$ 997/mês ou US\$ 9.997/ano.	US\$ 2.500/mês ou US\$ 25.000/ano.
O que fazer Incluir	Muitas pessoas tem uma vez, bilhete baixo produtos ou serviços, mas você deve incluir (gratuitamente) um teste da sua continuidade dentro dessa oferta. Então, uma vez que seu o julgamento terminou, eles continuam a US\$ 97/mês. (ou qualquer preço seu nível 1 Continuidade é).	Muitas pessoas tem \$997 ou Produto \$ 1.997 ou claro que eles vendem depois um desafio ou webinar. Em vez disso de vender isso oferta única, você deve incluir (de graça) acesso em massa (como 6 ou 12 meses acesso) ao seu continuidade interna essa oferta. Então, uma vez que seu volume acesso tem acabaram, eles continuar em US\$ 297/mês. (ou qualquer preço seu nível 1 Continuidade é).	Muitas pessoas tem \$ 10.000 oferecer para obter treinado para um ano. Se você reformule seu Oferta de \$ 10.000 para sendo um \$997/mo. (ou \$ 9.997/ano) oferta, onde eles continuam com você depois o primeiro ano a \$ 997/mês, depois sua oferta vira em (e constrói) sua continuidade.	Muitas pessoas tem \$ 25.000 ou oferta de \$ 50.000 trabalhar com eles por um ano. Se você reformular seus \$ 25.000 oferecer-se para ser um US\$ 2.500/mês (ou US\$ 25.000/ano.) oferecer, onde eles continuar com você depois do primeiro ano a \$ 2.500/mo., então seu oferta se transforma em (e constrói) seu continuidade.

Quando você estiver pronto para criar mais níveis em sua continuidade (ou descobrir como seu negócio atual se encaixa em cada nível), aqui estão algumas ideias para ajudar você a fazer um brainstorming sobre o que incluir em cada nível.

Qual é o problema central que você resolve para seus clientes dos sonhos? Lembre-se, qualquer negócio que consiga resolver o problema melhor GANHA, então fique realmente bom em resolver problemas. Para criar diferentes níveis em sua associação, você só precisa decidir como ajudará seus membros a atingir esse resultado dos sonhos em cada etapa de sua Escada de Valor.

Lembre-se, as estruturas que você ensina permanecem as mesmas, o que difere em cada nível é apenas COMO elas são consumidas.

Durante o Funnel Hacking LIVE, Bill Allen nos ensinou que uma das melhores maneiras de distinguir os níveis de sua associação é entender o que seus clientes precisam em cada nível. Ele sugeriu que oferecêssemos níveis diferentes para:

- Táticas
- Coaching (Inclui Táticas)
- Comunidade (Mastermind)
- Contribuição (Finalidade)

Outra maneira de pensar em níveis é pensar em voar. Você pode voar na classe econômica, primeira classe ou em seu próprio jato particular! Com cada nível em sua Value Ladder, seus clientes devem sentir que aceleram o processo para o sucesso!

Por exemplo, se você quiser criar três níveis em sua continuidade, você pode vender as seguintes ofertas em cada nível:

• **Nível 1 (MIFGE): \$ 97/mês.**

(Faça você mesmo)

Eles estão passando por suas estruturas por conta própria. A continuidade/ associação inclui o treinamento em suas estruturas.

• **Nível 2 (Bulk Continuity + Oferta): \$ 297/ mês. (Em um ambiente de grupo)**

Eles recebem todas as ferramentas. Eles estão passando pelo programa e recebendo ajuda de outros membros.

• **Nível 3 (Oferta de Ingresso Alto):**

• **\$997/mês. (Com Coaching)** Eles recebem o melhor serviço. Eles são totalmente apoiados por treinadores, mentores e amigos. Neste nível, você pode decidir fazer Certificação ou um grupo de coaching com eventos.

• **\$2.500/mês. (Mastermind exclusivo)** Eles ganham tempo com o Personagem Atraente, além de hot seats e masterminding com membros do mesmo nível. Geralmente, eles têm pré-requisitos para se candidatar.

Agora, deixe-me mostrar como usamos a estrutura Linchpin em nossa Escada de Valor na Click-Funnels hoje.

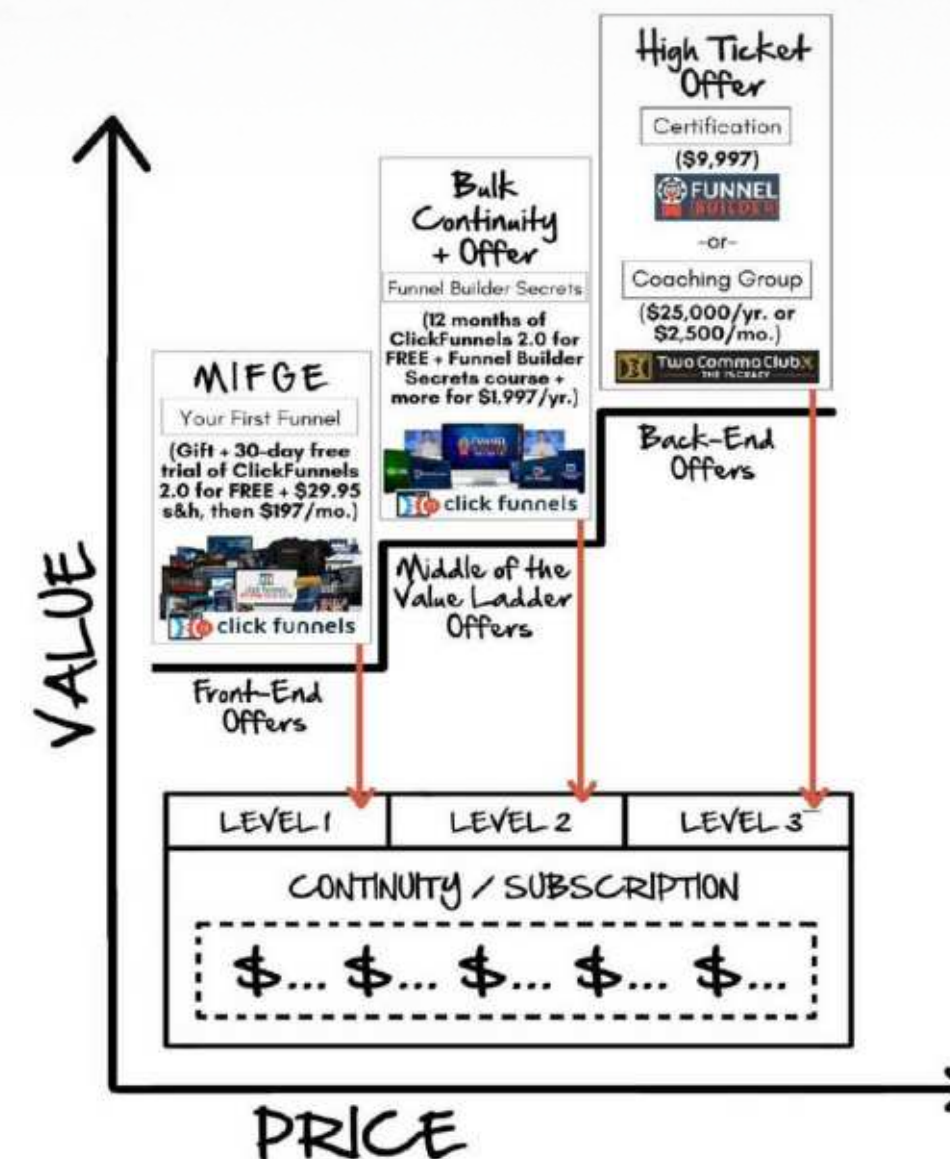
Lembre-se, as estruturas que você ensina que continuam o mesmo, é exatamente COMO eles consomem isso que é diferente em cada nível.

ESCALADA DE VALOR LINCHPIN DO CLICKFUNNELS

Observe que temos 3 ofertas na Linchpin Value Ladder, e TODAS elas constroem nossa continuidade:

- Nosso MIFGE (Seu Primeiro Funil) constrói nossa Continuidade de Nível 1.
- Nossa Continuidade em Massa + Oferta (Segredos do Construtor de Funil) constrói nossa Continuidade de Nível 2.
- Nossa oferta de alto valor (certificação ou Two Comma Club X) constrói nossa continuidade de nível 3.

Novamente, você não está vendendo uma oportunidade diferente em cada nível. Você está vendendo o mesmo veículo... mas conforme eles sobem na sua Escada de Valor, você dá a eles mais valor, ferramentas, treinamento e suporte para encontrar o sucesso e atingir o resultado dos seus sonhos.



Como somos uma empresa de software, também temos três níveis diferentes de nosso software. Estou mostrando este gráfico para que você possa ver como comparar e contrastar seus diferentes níveis de associação (com opções de preços) se você tem uma empresa de software e quer mostrar os diferentes recursos em cada nível.

Você notará que:

- O nível à esquerda (com o menor número de recursos) não é mostrado em nossa Linchpin Value Ladder.
- O nível do meio (com mais recursos) é mostrado como Nível 1 da nossa Escada de Valor Linchpin.
- O nível à direita (com o maior número de recursos) é mostrado como Nível 2 da nossa Escada de Valor Linchpin.



Choose Your Plan And Start Your Free 14-Day Trial

Save up to \$3,468/year with the 'Funnel Hacker' plan

Annual Discount | Monthly Plans

Basic	Pro	Funnel Hacker
Normally \$147/mo \$127/mo	Normally \$197/mo \$157/mo	Normally \$497/mo \$208/mo
Billed annually (Save \$240/year)	Billed annually (Save \$480/year)	Billed annually (Save \$3,468/year)
Start Free Trial	Start Free Trial	Start Free Trial
1 Website 20 Funnels 1 Admin User 1 Domain 3 Courses 1,000 Students 10,000 Contacts Unlimited Workflows Unlimited Pages Unlimited Products Unlimited Email Sequences Basic Analytics	1 Website 100 Funnels 5 Admin Users 3 Domains 15 Courses 10,000 Students 25,000 Contacts Unlimited Workflows Unlimited Pages Unlimited Products Unlimited Email Sequences Basic Analytics Affiliate Program API Access ShareFunnels Liquid Theme Editor CF1 Maintenance Mode Plan	3 Websites Unlimited Funnels 15 Admin Users 9 Domains 100-200 Courses 20,000 Students 100-000 200,000 Contacts Unlimited Workflows Unlimited Pages Unlimited Products Unlimited Email Sequences Advanced Analytics Affiliate Program API Access ShareFunnels Liquid Theme Editor CF1 Maintenance Mode Plan
Start Free Trial	Start Free Trial	Start Free Trial

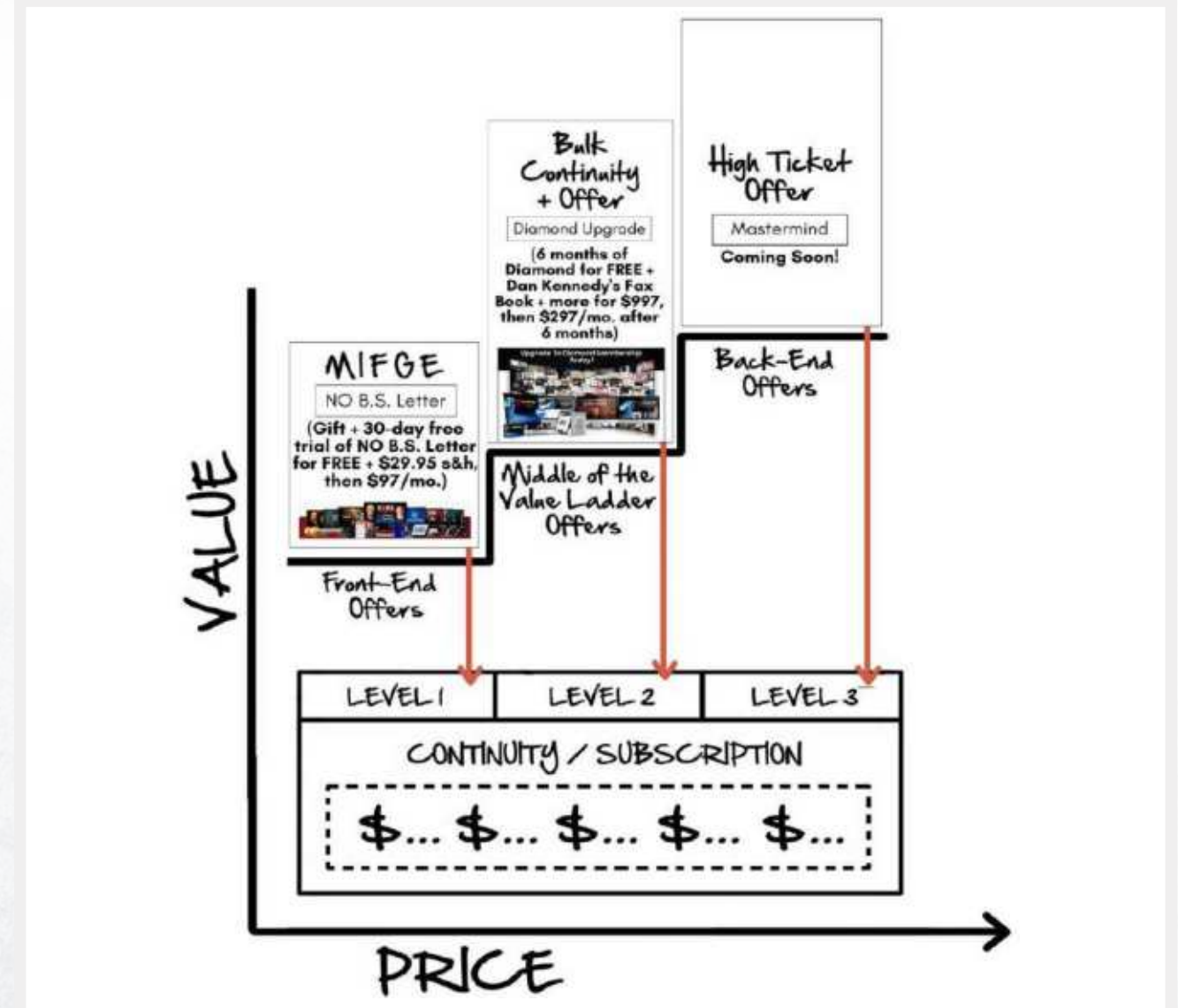
ESCALADA DE VALOR HPIN

Aqui está outro exemplo de como você pode estruturar suas ofertas para cada nível de associação.

Observe que temos 3 ofertas na Linchpin Value Ladder, e TODAS elas constroem nossa continuidade:

- Nossa MIFGE (Carta NO BS) constrói nossa Continuidade de Nível 1
- Nossa Continuidade em Massa + Oferta (Atualização Diamante) constrói nossa Continuidade de Nível 2
- Nossa oferta de bilhete alto (Mastermind) constrói nossa continuidade de nível 3

Cada um estruturará seus níveis de associação de forma diferente, desde quanto cobram até o que está incluído em cada nível. Use nossos exemplos como uma sugestão, mas não como regra



O QUE VOCÊ PODERIA INCLUIR EM CADA NÍVEL DE ASSOCIAÇÃO

		Escada de Valor	Nível 1	Nível 2	Nível 3
		<i>Tipo assim Vão:</i>	Treinador	Primeira classe	Jato particular
		<i>Exemplo Preços:</i>	US\$ 97/mês.	US\$ 297/mês.	US\$ 997/mês.
		<i>Eixo de ligação Oferecer</i>	MIFGE	Continuidade em massa + Oferta	Bilhete alto Oferecer
O que Cada nível Poderia Obter para Continuidade	Caminho do Sucesso	✓	✓	✓	
	Masterclass mensal	✓	✓	✓	
	Passe para os bastidores	✓	✓	✓	
	Transformação de Membro	✓	✓	✓	
	Comunidade	✓	✓	✓	
	Curso		✓	✓	
	Grupo Facilitado Treinamento		✓	✓	
	Mente Mestra			✓	

Para ajudar você a fazer um brainstorming sobre o que você pode querer incluir em cada nível de sua associação, nós montamos este gráfico. Observe que criamos este exemplo após analisar a melhor continuidade

modelos. No entanto, não é algo definitivo. Sinta-se à vontade para mudar qualquer coisa (incluindo preços) para funcionar com o seu negócio.

O QUE VOCÊ PODERIA INCLUIR NA SUA OFERTA COM BASE NA SUA TIPO DE EMPRESA

	MIFGE	Continuidade em massa + Oferta	Bilhete alto Oferecer
Associação Preço	US\$ 97/mês.	US\$ 297/mês.	US\$ 997/mês.
Preço da oferta	Grátis + \$ 29,95 de frete e manuseio, então US\$ 97/mês.	US\$ 1.997/ano.	US\$ 9.997/ano ou US\$ 997/mês.
INFORMAÇÕES PRODUTOS	Presente grátis + teste de assinatura por 30 dias Site	Acesso por 12 meses para Site de Membros + Curso + Facilitado Coaching em grupo + 2 ingressos grátis para o Virtual Evento + Mais	Acesso por 12 meses para Site de Membros + Curso + Facilitado Coaching em grupo + 2 ingressos grátis para evento virtual + Mastermind e eventos para implementar o Programa + Mais
PROGRAMAS	Presente grátis + 30 dias Teste de software (Recursos limitados)	12 meses de acesso a Software (todos os recursos) + Curso + 2 Ingressos Grátis para Virtual Evento + Mais	12 meses de acesso a Software (todos os recursos) + Curso + Coaching e Master-Eventos mentais para implementar o programa + Mais
COMÉRCIO ELETRÔNICO	Presente grátis + 30 dias Teste do produto	Fornecimento de 12 meses de produto + curso + 2 ingressos grátis para o Virtual Evento + Mais	Fornecimento de 12 meses de Produto + Curso + Coaching e Master-Eventos mentais para implementar o programa + Mais

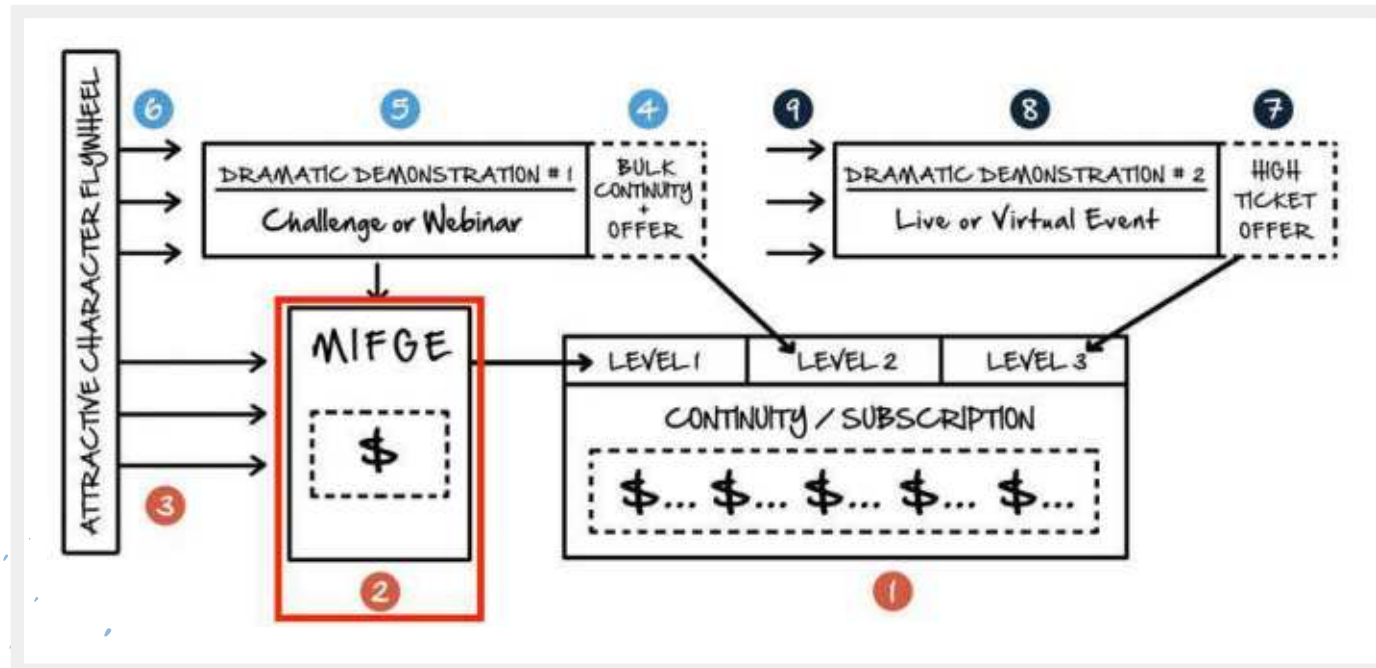
E porque sempre me perguntam, "O que devo vender se eu for um negócio _____?", incluímos este gráfico para que você possa ver como suas ofertas podem parecer se você for um produto de informação, software ou negócio de comércio eletrônico. Novamente, criamos este

exemplo após olhar os melhores modelos de continuidade. No entanto, não é algo definitivo. Sinta-se à vontade para mudar qualquer coisa (incluindo o preço) para trabalhar com seu negócio.

Capítulo 3

ELMIFGE

Seu MIFGE constrói sua continuidade



te Seu MIFGE (o presente gratuito mais incrível de todos os tempos)
 uma oferta irresistível que inclui um teste gratuito da sua continuidade.

Como você já sabe, a renda de continuidade é a melhor. Recentemente, comprei a empresa de Dan Kennedy, tipo de receita que você pode ter em um negócio. O Magnetic Marketing. O cerne do problema deles é que, fora dos eventos ao vivo (que eu acho que são as coisas mais difíceis de vender), a continuidade é a segunda mais difícil porque alguém está se comprometendo não apenas a comprar sua coisa, mas a continuar comprando mês após mês até cancelar. Por isso, você tem que criar uma oferta que seja tão irresistível que alguém esteja disposto a se comprometer para começar.

Eles sorriram para mim e disseram: "O MIFGE".



Eu disse: "O QUÊ?!"

Eles responderam: "O MIFGE: o presente gratuito mais incrível de todos os tempos".

De repente, fez sentido! Lembrei que há 18 anos, quando entrei no mundo de Dan, foi porque comprei o The Most Incredible Free Gift Ever (sim, até se chamava assim!). Mas eu não tinha ideia de que eles tinham encurtado a frase para MIFGE nos bastidores, ou mesmo que era um negócio tão grande quanto eu logo descobriria.

OMIFGE (Most Incredible Free Gift Ever) é uma oferta tão irresistível que alguém está disposto a experimentar seu programa de continuidade só para obter essa oferta gratuita. Ela sempre inclui continuidade mais outros bônus. Os bônus podem ser produtos digitais e/ou físicos, e a oferta não precisa ser 100% gratuita. Eu vi ofertas MIFGE que custam US\$ 97... Eu vi algumas que são todas digitais que você pode comprar por US\$ 1 ou US\$ 7, ou outras que são gratuitas com custos de impressão e envio de US\$ 29,95. É apenas uma oferta tão irresistível que alguém está disposto a experimentar seu programa de continuidade só para obter essa oferta irresistível.

The Most Incredible FREE Gift Ever

(\$633.91 Worth of Pure Money-Making Information)

GKIC is offering an incredible opportunity for you to see WHY they're known as "THE PLACE" where entrepreneurs seeking FAST and Dramatic Growth and greater Control, Independence, and Security come together. Dan wants to give you \$633.91 worth of pure Money-Making Information, including Two months as an "Elite" GKIC Gold Member. You'll receive a steady stream of MILLIONAIRE Making Information including:

* GKIC University: Series of 3 Webinars (Value = \$387.00)

The 10 "BIG Breakthroughs in Business Life" with Dan Kennedy

- HOW Any Entrepreneur or Sales Professional can Multiply INCOME by 10X
- HOW to Avoid Once and for All being an "Advertising Victim"
- The "Hidden Challenge" in Everyone's Business and HOW to Capitalize on it
- The BIGGEST MISTAKE most Entrepreneurs make in their Marketing
- And the BIGGEST... Getting Customers Seeking You Out

The ESSENTIALS to Writing Million Dollar Ads & Sales Letters BOTH Online & Offline with Marketing & Advertising GIGAN, Bill Glazer

- How to INCREASE the Selling Power of All Your Advertising by Learning the LEGITIMATE
- Key Elements that Determine the Success of Your Website
- HOW to Craft a Headline that Gets the Reader's Attention
- How to Create an Irresistible Offer that Gets Away Any Resistance to Buy
- The Best Ways to Create Urgency and Inspire IMMEDIATE Response
- "Builder Swagins" to INCREASE Response that you WANT to bring, both ONLINE & OFF

The ESSENTIALS of Productivity & Implementation for Entrepreneurs w/ Peak P

- How to Master INSTANTLY be MORE Effective, Creative, Profitable, and Take MORE TIME
- HOW to Master the "Inner Game" of Personal Peak Productivity
- How to Get MORE Done in Less Time
- HOW to Get Others to Work On Your Schedule
- How to Create Clear Goals for SUCCESSFUL Implementation
- And Finally the BIGGEST... How to Stop Talking and Planning Your Dreams and Start DOING

* "Elite" Gold GKIC Membership (Two Month Value = \$119.94):

Two Issues of The No B.S.® Marketing Letter:
Each issue is at least 24 pages - usually MORE - Overflowing with the latest Marketing & Business info for it is a day-long intense seminar in print, arriving by first class mail every week. Includes "What's Working NOW" Strategies, timely Marketing news, trends, ongoing IMPORTANT Strategies... and MORE. As soon as it arrives in your mailbox you'll want to highlight, and devour every word.

One CD of The EXCLUSIVE GOLD AUDIO INTERVIEWS
EXCLUSIVE interviews with successful users of direct response advertising, leading experts and entrepreneurs in direct marketing, and famous business authors and speakers. Use them to learn outstanding lessons like "POWER Thinking" hours.

* The New Member No B.S.® Income Explosion Guide
This resource is especially designed for NEW MEMBERS to show them HOW they can join the thousands of Established Members creating exciting sales and PROFIT growth in their Business, Practices, or Sales Careers & Greater SUCCESS in their Business lives.

* Income Explosion FAST START Guide (Value = \$49.99)
Attend from the privacy and comfort of your home or office... Join a DYNAMIC discussion of Key Advertising, Marketing, Promotion, Entrepreneurial & Personal topics, PLUS answers to the most Frequently Asked Questions about these Strategies.

* You'll also get these Exclusive "Members Only" Perks:
• Gold Member RESTRICTED ACCESS WEBSITE: Past issues of the No B.S.® Marketing Letter, Dan uses
• Continually Updated MILLION DOLLAR RESOURCE DIRECTORY with Contacts and Resources

To receive your MOST INCREDIBLE FREE GIFT EVER you only pay a one-time charge of \$19.95 to cover postage (this is for everything). After your 3-Months FREE test-drive, you will automatically continue at the lowest Gold Member price of \$59.97 per month. Should you decide to cancel your membership, you can do so at any time by calling GKIC™ at 800-871-0147 or faxing a cancellation note to 773-305-2711. Remember, your credit card will NOT be charged the low monthly membership fee until the beginning of the third month, which means you will receive 2 full issues in credit, and profit from all of the powerful techniques and strategies you get from being an GKIC Gold Member. And of course, it's impossible for you to lose, because if you don't absolutely LOVE everything you get, you can simply cancel your membership before the third month and never get billed a single penny for anything.

EMAIL ADDRESS REQUIRED IN ORDER TO NOTIFY YOU ABOUT THE GKIC UNIVERSITY WEBINARS AND FAST START TELESEMINAR

Name _____
Address _____ Business Name _____
City _____ State _____ Postal Code _____ Country _____
E-mail _____
Phone _____ Fax _____
Credit Card Instructions to Cover Shipping & Handling:
Credit Card Number _____ Visa _____ MasterCard _____ American Express _____ Discover _____
Signature _____ Exp. Date _____
Date _____

TURN THIS IN TO THE BACK TABLE or
Call 800-871-0147 Or Fax 773-305-2711 Or go to www.gkic.com

Por exemplo, uma das melhores ofertas do MIFGE que já vi foi o telefone de futebol! Na década de 1980, *Esportes ilustrados* estava lutando para vender suas assinaturas de revistas. Foi quando eles tropeçaram em uma ideia genial: fazer um telefone no formato de uma bola de futebol e dá-lo de GRAÇA, e uma cópia gratuita da edição de maiôs quando eles pagassem por uma assinatura anual de *Esportes ilustrados*.

O telefone de futebol provou ser uma das campanhas de marketing mais bem-sucedidas de todos os tempos. Com o tempo, eles criaram outras ofertas MIFGE para fazer as pessoas comprarem sua continuidade, incluindo telefones de tênis ou fitas VHS de erros de gravação, e com todas essas campanhas, eles venderam 1,6 milhão de novas assinaturas entre 1986 e 1991.¹

Depois que comprei a empresa de Dan, ganhei um Google Drive com tudo o que ele já havia criado nos últimos 40 anos, o que é como uma caça ao tesouro. Por diversão, digitei "MIFGE" e ele exibiu 300 resultados com diferentes maneiras pelas quais eles venderam no passado, por meio de cartas de vendas, faxes, eventos, cartões postais, mala direta, em livros... o que você quiser, eles tentaram!

Então eu vi que cada oferta do MIFGE incluía um teste gratuito do boletim informativo impresso NO BS. Vendo isso, nosso foco número 1, depois que compramos a empresa, era criar uma nova oferta do MIFGE e lançá-la para obter novos membros, assim como reativar membros antigos.

1. Malinowski, Erik. 2015. "O pequeno e descolado telefone de futebol que vendeu um milhão de revistas." *Rolling Stone*, 28 de outubro de 2015.
<https://www.rollingstone.com/culture/culture-sports/the-funky-little-football-phone-that-so-ldami-llionmagazines-58384/>.



Escaneie o código QR com seu telefone para ver o original anúncio de telefone de futebol.



Deixe-me mostrar-lhe exatamente como esta oferta do MIFGE funciona...

POR FAVOR:
mais

g, eu sabia que a maioria da lista do
e do Dan. Então, criamos uma para
ambos os públicos.

produtos de qualidade (mais um período de 30 dias GRÁTIS)
(+ \$ 29,95 para impressão, envio,
com sua carta NO BS, membro-
OBSLetter.com .

d quase 4.000 novas pessoas para o
onth = \$ 388k / mês). Se você mul-

Aposto que você está pensando: "Eu também preciso de um MIFGE no meu negócio!"



When You Say "Maybe" Today, You Can
Have ALL Of This...

- ✓ Magnetic Marketing On Demand.....(\$359 Value)
- ✓ Funnelology Masterclass.....(\$197 Value)
- ✓ Kennedy's "Brass Balls Factor" Course.....(\$197 Value)
- ✓ DotCom Secrets LIVE!.....(\$97 Value)
- ✓ Renegade Millionaire Time Management System.....(\$97 Value)
- ✓ Expert Secrets LIVE!.....(\$97 Value)
- ✓ Kennedy's Midas Touch Marketing & Selling.....(\$297 Value)
- ✓ Traffic Secrets LIVE!.....(\$97 Value)

BONUS! NO BS & Marketing Secrets "Greatest Hits" 4 Issues.....(\$297 Value)

BONUS! 74 Funnel Swipe File (physical copy w/ 653 pages!).....(\$197 Value)

BONUS! Physical copy of Magnetic Marketing book.....(\$65 Value)

BONUS! In-Person, Half-Day Seminar with Dan Kennedy.....(\$18K Value)

Total Value: \$19,997
START TODAY FREE!
(Just Cover \$29.95 For Printing & Shipping)

➤ Start Your FREE Trial Now!

Just Cover \$29.95 Printing And Shipping And Get 30 Days For FREE!

**POR FAVOR:
DESCONHECER**

criamos nosso próprio MIFGE para ambos os físicos e digitais) que eles receberão GRATUITAMENTE (apenas após o teste de 30 dias, eles continuam mês. Você pode vê-lo em ação em

estomer que obteve um teste gratuito no reak even. Agora, direcionamos tráfego para o e trialer. Melhor ainda... a média

O valor do carrinho é superior a US\$ 100 para cada pessoa que faz o MIFGE (porque também temos um formulário de pedido de aumento, upsell e downsell), então geralmente estamos no ponto de equilíbrio no primeiro dia!



- ✓ **FREE** 30-DAY ClickFunnels trial..... **PRICELESS!**
- ✓ **FREE** '30 Days' book (physical copy) + Recordings..... **\$397 value**
- ✓ **FREE** 'Funnel Hacker Cookbook' (physical copy)..... **\$896 value**
- ✓ **FREE** '5-Day' LIVE Coaching..... **\$1,500 value**
- ✓ **FREE** '30 Days' "Behind The Scenes" Video Recordings..... **\$997 value**
- ✓ **FREE** Headline Generator Software..... **\$365 value**
- ✓ **FREE** List Building Secrets Course..... **\$499 value**
- ✓ **BONUS:** Tony Robbins "Private Collection"..... **\$997 value**
- ✓ **BONUS:** Dan Kennedy's "Herd Building" Training..... **\$1,995 value**
- ✓ **BONUS:** Funnel Hacker Cookbook Recordings..... **\$300 value**
- ✓ **BONUS:** 30 Day "Behind-The-Scenes" Recordings..... **\$799 value**

Total Value: \$8,745

START TODAY FOR FREE!

(Just Cover \$29.95 For Printing, Shipping, & Handling)

YES! I'm Ready To Build My First Funnel Now! >

Please Give Me A FREE 30 Day Trial To ClickFunnels & The \$8,745 Gift Now!



POR FAVOR:
els.com

created para ClickFunnels. Você verá dutos
(mais um teste GRATUITO de 14 dias de
Após o teste de 14 dias, eles continuam-97/
mês. Você pode vê-lo em ação

não tenho nenhuma despesa para cumpri-lo.

Here's Everything You Get Access To When You Start Your **14-Day FREE Trial!**



- ✓ 14-Day Trial To CLICKFUNNELS..... (Priceless!!!)
- ✓ Product Secrets..... (\$97 Value)
- ✓ Funnel Builder Secrets..... (\$1,997 Value)
- ✓ Ad Skills..... (\$498 Value)
- ✓ Tony Robbins Private Collection..... (\$997 Value)
- ✓ 100+ Funnel Templates..... (\$1,997 Value)
- ✓ Funnel Hacker Forum..... (Priceless!)
- ✓ FREE Book Funnels Templates
- ✓ FREE Webinar Funnels Templates
- ✓ FREE Product Launch Funnels Templates
- ✓ FREE High Ticket Funnels Templates

Total Value: PRICELESS!

Get Started Today For FREE!

Start Your 14-Day Trial FREE! →



(You can cancel ANYTIME during the 14 days without any hassle or funny business. Just login to your account settings and click "cancel my account." Or, you can contact our support team through our help desk, and they'll help you out. It's that simple.)


POR FAVOR:
NOTA

r continuidade, você também pode usar uma assinatura. Por exemplo, quando d nível (\$97/mês) para Diamond py de 443 páginas de Dan Kennedy e eles podem obter esse livro (e sua nota. Você pode vê-lo em ação em

Depois de oferecer esta nova atualização MIFGE, tivemos mais de 300 pessoas atualizando durante a semana de lançamento de US\$ 97/mês para US\$ 297/mês para obter o Dan's *Faxes de diamante* livro, bem como o nível mais alto de continuidade!

HERE'S EVERYTHING YOU GET WHEN YOU...


Upgrade To Diamond Membership Today!



- ✓ Dan's Diamond Faxes Book..... **\$10,000** Value
- ✓ Dan's Whole Enchilada..... **\$25,000** Value
- ✓ Monthly LIVE Q&A with Dan Kennedy..... **\$2,250** Value
- ✓ Monthly Dan Kennedy Diamond Master Classes..... **\$5,000** Value
- ✓ Private Diamond Member Facebook Group..... **\$97** Value
- ✓ **BONUS:** "Classic Kennedy" Search Engine..... **\$20,000** Value

Total Value \$62,347

For Only \$297 /mo

Upgrade Me To Diamond Today! 

Spots Are Limited For This Exclusive Group

COMO CRIAR UM MIFGE

Para lhe ensinar como criar um MIFGE, você precisa entender três partes principais de um MIFGE em relação à minha estrutura Hook, Story, Offer que ensino em todos os meus três livros: *Segredos DotCom*, *Segredos de Especialistas*, e *Segredos de Tráfego*.

- **Gancho MIFGE**

Você criará um gancho para promover seu presente gratuito mais incrível de todos os tempos.

- **História do MIFGE**

Você desenvolverá uma história sobre por que a oferta é importante agora.

- **Oferta MIFGE**

Você criará uma oferta que inclui sua continuidade + bônus (digitais e/ou físicos).

GANCHO MIFGE

Você criará um gancho para promover seu presente gratuito mais incrível de todos os tempos.

Você se lembra da história do telefone de futebol? *Esportes ilustrados* criou um gancho que dizia: "Aqui está o truque inacreditável: o telefone de futebol é GRÁTIS se você comprar *Esportes ilustrados* com a maior economia de Natal de todos os tempos, uma assinatura anual com quase 65% de desconto no preço de capa."

Para o Magnetic Marketing, meu objetivo é "Obter mais de US\$ 19.997 em informações 'PURA' sobre como ganhar dinheiro de GRAÇA" quando eles fizerem um teste de 30 dias da Carta NO BS.

Observe como todas as informações importantes sobre a oferta estão acima da dobra. Eu chamo isso de ir direto para a jugular, porque você não quer dançar em volta dela. É uma oferta irresistível, e você quer começar com ela imediatamente.

Why Did Dan Kennedy (AKA The Renegade Millionaire Maker) Come Out Of Retirement And Team Up With Russell Brunson (The Co-Founder Of ClickFunnels) To Create The...

"Most Incredible **FREE** Gift Ever...
Designed To Help You Make
Maximum Money In Minimum Time!"

CLICK TO TURN ON SOUND

PLUS You'll Get Over **\$19,997**
Worth Of 'PURE' Money Making Information
For **FREE** (Just For Saying 'Maybe!')

All You Have To Do Is Say, "MAYBE"
And The Gift Is Yours... For **FREE!**

YES! I Want To Test-Drive The NO B.S. Letter Now!
Get A 30 Day Trial To The NO B.S. Letter AND Get The Marketing Secrets Letter For **FREE!**

Você pode ter notado que usamos a frase "Tudo o que você precisa fazer é dizer 'TALVEZ'" na página de vendas. A chave com o MIFGE é adiar a decisão deles de dizer "Sim" agora mesmo. Assim, eles podem dizer "Talvez", ganhar um brinde, testá-lo e ver se gostam, e se não gostarem, podem cancelar.

Aqui estão algumas das minhas frases favoritas para usar nas mensagens em nossas páginas de vendas do MIFGE:

- Ao assinar _____, você também receberá _____ GRÁTIS!
- Queremos presentear você com mais de \$_____ em _____...DE GRAÇA!
 - O presente grátis mais incrível de todos os tempos
 - O suborno mais incrível de todos os tempos para testar o carro _____
- Ganhe \$_____ em presentes ao se inscrever em _____
- \$_____ em _____, e você receberá tudo de graça quando se juntar ao nosso _____ hoje porque eu quero suborná-lo para se juntar ao nosso _____
- Queremos suborná-lo para se juntar ao nosso _____, então vamos colocá-lo em um treinamento muito legal chamado _____ para ajudá-lo a _____, e você ganhará um teste gratuito de 30 dias de _____ e um monte de outros presentes só por experimentar _____
- Tudo o que você precisa fazer é dizer "TALVEZ"
- Ao se inscrever em _____ hoje, você receberá _____ GRÁTIS
- A única maneira de obter _____ é se juntar a _____

HISTÓRIA DE MIFGE

Você desenvolverá uma história sobre por que a oferta é importante agora.

Mesmo que você tenha uma oferta irresistível, isso não significa que você deve sair e começar a vendê-la imediatamente só porque é uma oferta incrível. Você vai querer usar uma história para dar um toque especial ao seu MIFGE para ajudar a convertê-lo. Aqui estão algumas opções que vão ajudar você a contar uma história sobre sua oferta MIFGE.

Por que você criou a oferta

Você pode compartilhar a história por trás do motivo pelo qual você montou esta oferta. Por exemplo, eu vou lançar o Secrets of Success MIFGE que inclui manuscritos que ninguém nunca viu antes! Agora, essa é uma ótima história! Além disso, quando montamos o Magnetic Marketing MIFGE, compartilhei a história sobre quando comprei a empresa de DanKennedy e encontrei todos os seus treinamentos incríveis em seus arquivos e como eu tive que divulgá-los para todos.

Por que você está fazendo a oferta hoje

Você pode usar qualquer feriado e criar uma promoção em torno dele para torná-lo urgente. É a mesma oferta, mas você está apenas ajustando a promoção. Uma maneira fácil de fazer isso é ter a mesma landing page para seu MIFGE, mas alterar seus anúncios e postagens de mídia social para falar sobre a promoção sazonal. Alguns feriados para criar promoções estão listados abaixo, mas você pode usar qualquer feriado ou evento para promover seu MIFGE.

- Seu aniversário
- Dia dos Namorados
- Páscoa
- De volta às aulas
- Dia das Bruxas
- Ação de Graças
- Sexta-feira preta
- Segunda-feira cibernética
- Natal

OFERTA MIFGE

Você criará uma oferta que inclui sua continuidade + bônus (digitais e/ou físicos).

A primeira coisa que você deve colocar no seu MIFGE é sua continuidade. Você pode incluir um teste gratuito de 7, 14 ou 30 dias. Você não quer que ninguém fique surpreso por estar assinando sua continuidade, então a principal coisa que você está oferecendo é sua continuidade.

DICA PROFISSIONAL: Não faça continuidade forçada ou coloque sua continuidade em upsells ou order bumps porque a maioria das pessoas não lê isso com cuidado. Você quer usar palavras como "inscrever-se" na frente e no centro para que eles saibam exatamente o que estão assinando, mas eles querem tanto seu brinde que não se importam em experimentar sua continuidade também.

AVISO: O problema que algumas pessoas criam é que elas tentam esconder a continuidade. **NÃO FAÇA ISSO.** Esta é a maneira mais rápida de perder sua conta de comerciante, deixar clientes chateados e criar uma tonelada de dores de cabeça para você. A chave é vender a continuidade. O principal que você está vendendo é a continuidade, então não a coloque na pilha como um pequeno ponto que ninguém verá. Em vez disso, fale sobre seus benefícios de associação e por que alguém gostaria de ser um membro. Então mostre a eles os bônus ou suborno. Eu vi muitas pessoas que tentam esconder a continuidade nas letras miúdas perderem seus negócios. Eu também não sou fã de conectar a continuidade em um aumento ou upsell de formulário de pedido. Eu quero isso na frente e no centro para que as pessoas saibam exatamente o que estão assinando.

Você também adicionará um monte de produtos digitais e/ou físicos para aumentar o valor da oferta para empurrá-los para além da cerca para se juntarem à sua continuidade. Descobrimos que quando enviamos uma caixa enorme de livros para nossos clientes, eles não apenas adoram receber algo pelo correio, mas também os ajuda a permanecer na continuidade, então somos grandes fãs de criar um MIFGE digital + físico

Lembre-se, mais nem sempre significa melhor. Você quer tudo o que eles têm para ajudá-los, não os sobrecarregue.

Além disso, uma oferta MIFGE não deve ser um produto “completo”. Como Ryan Deiss costuma dizer, seu MIFGE deve ser “útil, mas incompleto”. Todas as coisas em minhas ofertas MIFGE são legais, têm histórias incríveis associadas a elas e são muito úteis... mas o sistema completo, estruturas, treinamento, etc... são todos encontrados dentro do programa de associação real. Além disso, como seus clientes e leads estão em lugares diferentes em suas jornadas, o MIFGE é uma oportunidade de colocar todos atualizados e na mesma página.

Exemplos do que você pode querer em sua oferta MIFGE (além de aderir à sua continuidade):

• Produtos Digitais

Idealmente, produtos que você já criou ou poderia criar com o mínimo de esforço

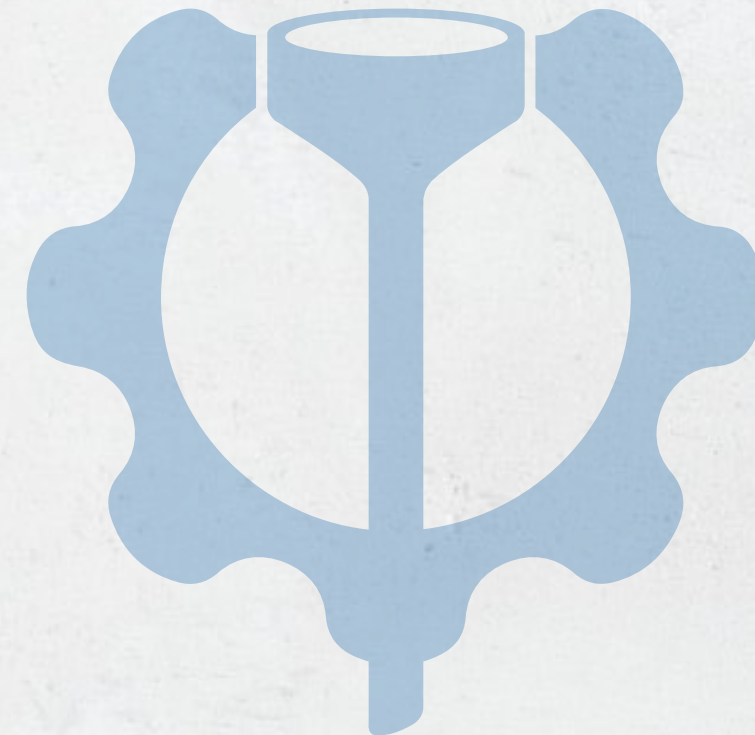
- Cursos
- Modelos
- Deslize os arquivos
- Ingressos para eventos virtuais

• Produtos Físicos

O ideal é que os produtos sejam fáceis de enviar, custem menos de US\$ 10 cada e permaneçam visíveis a longo prazo.

- Carta de adesão (O objetivo desta carta é fazer com que seus membros permaneçam, trazendo de volta o entusiasmo original e explicando o que eles ganham ao se tornarem membros.)
- Cartão postal para subir de nível (Aproveite todas as oportunidades que puder para subir de nível.)
- Livros ou apostilas (geralmente são mantidos em mesas ou balcões e raramente são jogados fora.)
- Roupas de marca, como camisetas ou bonés (seus clientes usarão sua nova identidade com orgulho.)
- Brindes de marca, como mochilas ou bolsas de lona (seus clientes farão publicidade gratuita).

Lembre-se, mais não significa sempre significa melhor. Você quer tudo o que eles conseguem ajudá-los, não sobrecarregá-los.



Capítulo 4

O ATRAENTE PERSONAGEM VOLANTE

*Seu atraente volante de personagem promove seu MIFGE
E demonstrações dramáticas*

Sim, há três etapas neste capítulo, então preste muita atenção.

- Depois de criar sua continuidade e MIFGE, é hora de lançar seu MIFGE para o mundo (Etapa 3) usando o Lançamento de Pressão Interna e o Volante de personagem atraente!

- Então, no futuro, depois de ter criado sua Demonstração Dramática nº 1, você retornará a este capítulo e repetirá exatamente o mesmo processo para preencher sua Demonstração Dramática nº 1 (Etapa 6).
- Por fim, depois de criar sua Demonstração Dramática nº 2, você retornará a este capítulo e repetirá exatamente o mesmo processo para preencher sua Demonstração Dramática nº 2 (Etapa 9).

Mas primeiro, um pequeno esclarecimento sobre o que é um Personagem Atraente. Normalmente, você precisa de dois tipos de pessoas para administrar um negócio como esse. Você precisa de um Personagem Atraente que seja a personalidade de frente por trás da marca, e você precisa de um Integrador/Operador que possa gerenciar todas as partes dos bastidores. Geralmente, as funções devem ser:

- O **Personagem atraente** é responsável por criar todo o conteúdo nas áreas de membros, executar desafios e webinars, vender o MIFGE e fazer vídeos.
- O **Integrador/Operador** é responsável por todos os aspectos técnicos do negócio, incluindo a construção dos funis, a criação dos anúncios, o gerenciamento das vendas e a criação da estrutura do negócio.

Muitas vezes, quando você está começando, você desempenhará ambos os papéis, mas se você não for habilidoso o suficiente para desempenhar ambos os papéis, você deve recrutar outra pessoa ou duas para ajudá-lo. Conforme seu negócio cresce, você provavelmente trará ainda mais pessoas para preencher as necessidades individuais do seu negócio.

Para vender seu MIFGE ou preencher qualquer uma de suas Demonstrações Dramáticas, você precisará:

- Primeiro faça um lançamento de pressão interna,
- Então continue publicando conteúdo com o The Attractive Character Flywheel.

INTERNO

LANÇAMENTO DE PRESSÃO

Existe um processo simples de 3 etapas para ganhar dinheiro:

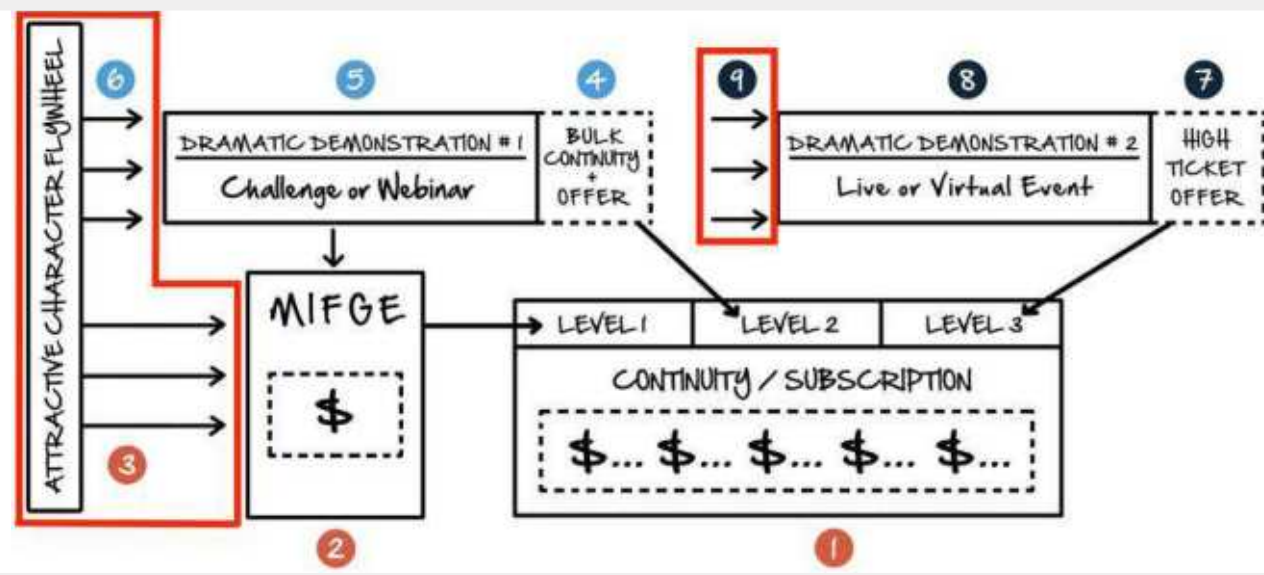
- Encontre um mercado aquecido.
- Pergunte a eles o que eles querem.
- Dê a eles.

A melhor maneira de fazer isso é seguir este plano de 30 dias para lançar sua oferta ao mundo, começando pela sua lista:

- **Semana 1: Construção de lista (prepare-se para pegá-los)**
Você selecionará sua página pessoal no Facebook e criará uma página "Em breve".
- **Semana 2 (dias 5 a 14): Construção de lista (Seja incrível)**
Você criará postagens valiosas e responderá perguntas em grupos do Facebook.
- **Semana 3: Pré-lançamento**
Você aumentará o desejo pelo seu MIFGE e continuará a aumentar sua lista de inscritos antecipados.
- **Semana 4: Lançamento**
Você lançará seu MIFGE em sua lista e canais de mídia social.

Agora que você sabe para onde estamos indo, vamos direto ao assunto.

DICA PROFISSIONAL: Você pode usar este Lançamento de Pressão Interna para lançar qualquer oferta que você tenha criado. Então, se você vir a palavra MIFGE, você pode simplesmente substituir essa palavra por qualquer outra coisa que você esteja vendendo.



ETAPAS 3, 6 e 9: Lance suas ofertas para o mundo

*Você usará o Volante de Personagem Atraente para vender seu MIFGE
e preencha suas Demonstrações Dramáticas #1 e #2.*

SEMANA 1: CONSTRUÇÃO DE LISTA

(Prepare-se para pegá-los)

Você fará a curadoria de sua página pessoal no Facebook e crie uma página Em breve.

Para criar ou aumentar sua lista, você precisa primeiro seguir alguns passos para se preparar:

- **Altere sua foto de capa na sua página pessoal do Facebook**

Sua página pessoal não é um lugar para enviar spam para seus amigos e familiares com conteúdo comercial, mas definitivamente é um lugar para contar ao mundo quem você é e o que você está fazendo nos negócios. O melhor lugar para fazer isso é na sua foto de capa do Facebook. É como um outdoor para você.

- **Crie uma página em breve**

Siga as instruções no treinamento para criar uma página Em breve. Certifique-se de que seu título e subtítulo compartilhem os benefícios que seu MIFGE dará a eles. OBSERVAÇÃO: Este NÃO é um lead magnet, então não há nada que você esteja dando a eles ainda. Eles estão apenas optando por participar para serem notificados primeiro quando você lançar seu MIFGE.

- **Adicione um link na sua página do Facebook para sua página em breve**

Nesta página, você começará a coletar endereços de e-mail para os quais poderá promover posteriormente.

- **Mude sua biografia para corresponder à sua declaração de posicionamento**

Use este formato: Eu ajudo (nicho) a (resultado) por meio de (nova oportunidade).

- **Comece a postar consistentemente**

Crie postagens de mídia social que sejam relevantes para seu MIFGE e publique consistentemente (mínimo 3X/ semana; idealmente diariamente) em sua página pessoal. Depois de contar sua história (em uma postagem de texto ou no Facebook Live), termine com uma chamada para ação para que eles optem por entrar em sua página Coming Soon.

- **Junte-se a 5-10 grupos (cada um com pelo menos 100 mil pessoas)**

Pesquise no Facebook o tópico do seu MIFGE e junte-se aos principais grupos para que você esteja em grupos com um total de pelo menos 100 mil pessoas.



SEMANA 2 (Dias 5-14): CONSTRUÇÃO DE LISTA

(Seja incrível!)

Você criará postagens valiosas e responderá perguntas em grupos do Facebook.

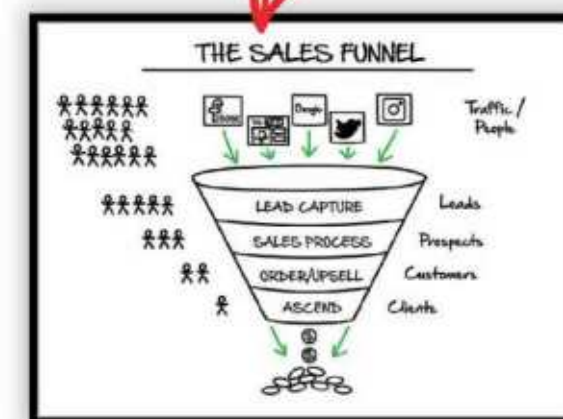
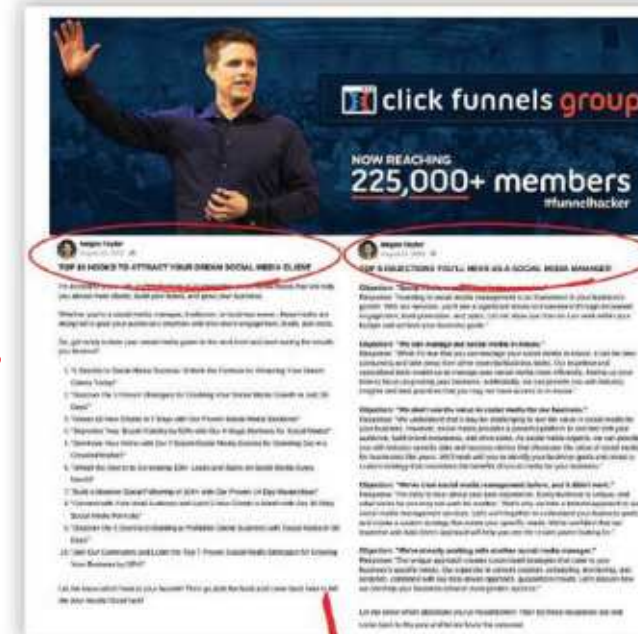
Agora que você está pronto para coletar endereços de e-mail, é hora de começar a ajudar para que você possa construir sua lista. Você deve sempre construir listas... não pare!

• Forneça valor nos grupos do Facebook

Depois de ser aceito, o objetivo não é fazer spam com seu link, pois você provavelmente será expulso. Em vez disso, publique conteúdo valioso, responda a três perguntas por grupo (que já tenham muitos comentários) e comece a ter conversas. NÃO venda nada.

Quando os membros do grupo começarem a perceber que você está postando conteúdo valioso, eles geralmente clicarão no seu nome para ver o que você faz. Quando eles chegarem na sua página pessoal, eles poderão ver que você tem uma página Coming Soon e entrar para serem notificados quando ela estiver no ar.

Um segundo benefício disso é que permite que você teste seus ganchos e veja o que cai. Também permite que você aprenda mais sobre seus clientes dos sonhos, seus problemas, seus sonhos e como você pode ajudá-los.



SEMANA 3: PRÉ-LANÇAMENTO

Você aumentará o desejo pelo seu MIFGE e continuará para criar sua lista de inscritos antecipados.

Você vem construindo sua lista, então agora é hora de aquecê-la para sua próxima oferta MIFGE. Aqui está nossa sequência de e-mails de 5 dias que os deixará preparados para comprar! A cada dia, você criará uma publicação no Facebook e enviará um e-mail para sua lista com base no conteúdo do dia abaixo. Nos dias 4-5, você também publicará em todos os seus outros canais e listas de mídia social.

• Dia 1: Pergunte a eles o que eles querem

Diga algo como: "Estou trabalhando neste projeto. Você provavelmente viu meus posts falando sobre ele. Tenho _____ saindo em breve, e estou muito animado. Quero ter certeza de que esta é a melhor coisa do mundo. Então, o que você quer que eu tenha certeza de cobrir para que você tenha todas as suas perguntas respondidas e seja exatamente o que você precisa? Qual é a sua pergunta ou preocupação número um sobre _____?"

Seja o mais específico possível (um nicho dentro de um nicho dentro de um nicho) para obter o melhor engajamento em sua postagem.

• Dia 2: "Meu Deus!"

Agradeça por todas as respostas que você recebeu e informe que você vai adicionar tudo isso à nova oferta que está criando.

• Dia 3: Responsabilize-me

Diga que você precisa que eles o responsabilizem porque você quer lançá-lo na próxima semana e precisa da ajuda deles para concluí-lo. Então, convide-os a entrar na lista de early bird (que está na página Coming Soon) se eles ainda não estiverem, para que eles possam ter acesso à oferta um dia antes de qualquer outra pessoa.

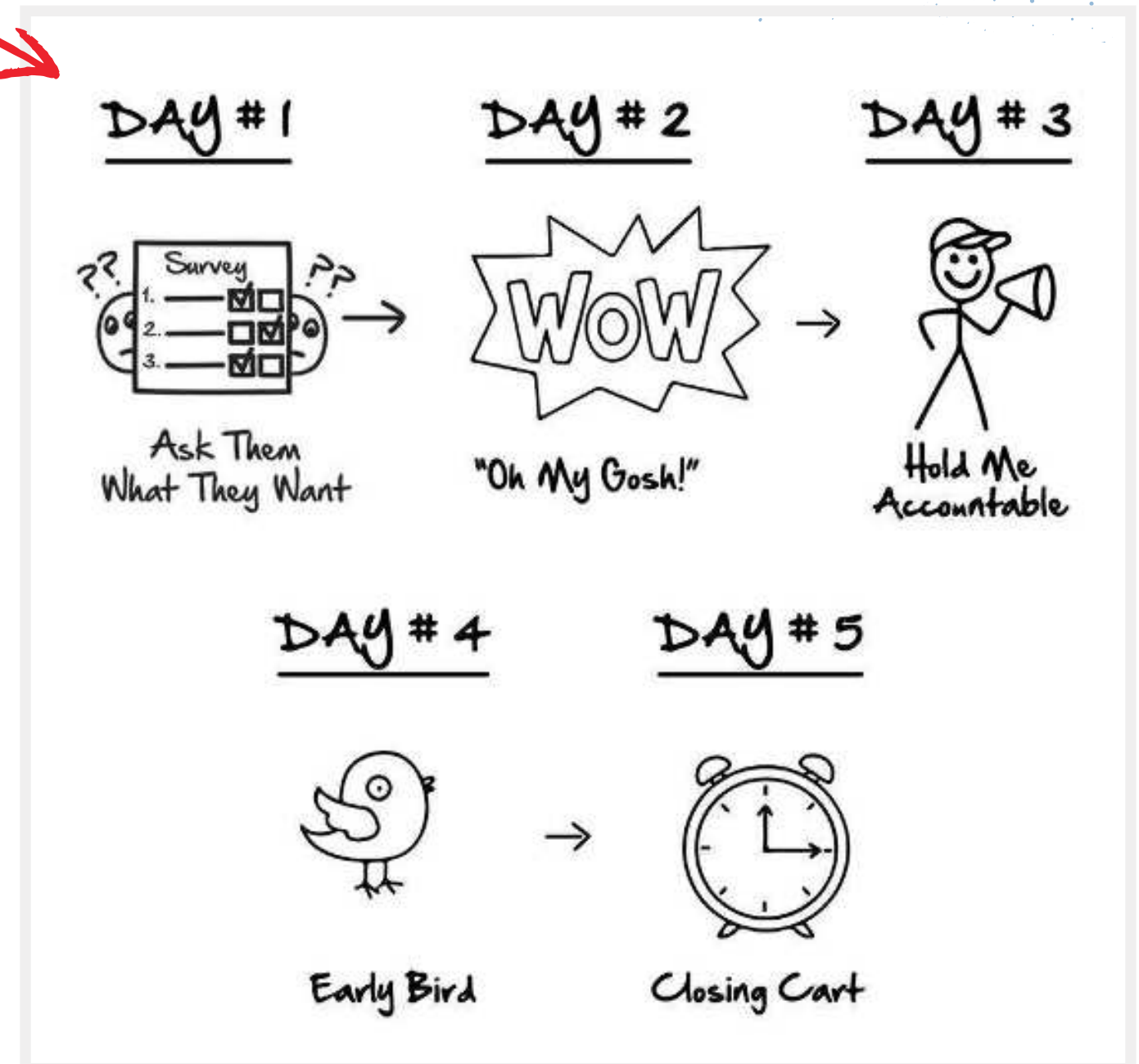
Para obtê-los em ambas as plataformas, seu e-mail deve ter um link para sua postagem no Facebook (diga para eles comentarem "ESTOU DENTRO" na postagem para que você seja responsabilizado), enquanto sua postagem no Facebook deve ter um link para entrar na sua lista de e-mails de inscrição antecipada.

• Dia 4: Madrugador

Lembre-os de entrar na lista de inscritos antecipados.

• Dia 5: Fechamento da lista de inscritos antecipados

Lembre-os de entrar na sua lista de inscritos antecipados porque você vai fechá-la no final da noite.



SEMANA 4: LANÇAR

Você lançará seu MIFGE em sua lista e canais de mídia social.

Você conseguiu! É hora de lançar seu MIFGE para o mundo! Aqui está nossa sequência de e-mail de 6 dias que os tirará da cerca e os colocará na sua lista de clientes! A cada dia (com exceção do Dia 1), você criará uma publicação no Facebook e enviará um e-mail para todos os seus canais de mídia social e suas listas com base no conteúdo do dia abaixo.

• Dia 1: Lançamento Early Bird

Envie um e-mail somente para sua lista de inscritos antecipados, informando que eles podem receber seu MIFGE agora, 24 horas antes de todo mundo, porque eles são inscritos antecipados.

• Dia 2: Lançamento oficial!

Promova seu MIFGE para todos. (Inclua sua lista de inscritos para este e cada um dos dias abaixo.)

• Dia 3: Por que...

Responda à pergunta: "Por que você está fazendo isso?" Eles podem se perguntar por que você está dando de graça quando poderia vendê-lo por US\$ 1.000. Deixe-os saber que você está dando de graça porque quer que eles façam parte da sua assinatura. Você sabe que eles vão precisar dos produtos XYZ depois que se tornarem membros da sua assinatura, então você pensou em dá-los a eles agora de graça para que eles pudessem encontrar o sucesso mais rápido.

• Dia 4: Fatos e números

Todos os compradores emocionais compraram nos dias 1 a 3, então agora é hora de explicar logicamente por que eles deveriam comprar agora.

• Dia 5: Fechando o carrinho

Kevin Richards, o COO da ClickFunnels, diz: "A única razão pela qual abrimos o carrinho é para podermos fechá-lo". Avise-os que você está fechando o carrinho em breve porque é hora de ajudar todos que entraram, e você adoraria ajudá-los também.

• Dia 6: Última chamada!

Quaisquer vendas que você fizer no Dia 1, você normalmente igualará no último dia. Certifique-se de bombardear suas listas e canais de mídia social pelo menos três vezes no último dia.



O ATRAENTE VOLANTE DE CARACTERES

Um volante é “uma roda pesada e giratória que armazena energia cinética para aumentar o impulso da máquina e fornecer maior estabilidade” caso ocorram interrupções de energia.²

Mas no caso do ClickFunnels, é nosso processo comprovado para obter tráfego consistente em seus funis, mesmo quando suas fontes de tráfego podem mudar ao longo do tempo ou até mesmo desaparecer. A qualquer momento, o Facebook, o Google ou o YouTube podem decidir fechar seus anúncios ou banir sua conta, e você precisa ter impulso suficiente criado a partir de tantas fontes de tráfego quanto possível para que você possa superar quaisquer quedas no futuro.

Todos nós sabemos que o melhor momento para plantar uma árvore é há 20 anos, mas o segundo momento é agora. É exatamente assim que queremos que você pense sobre seu A Character Flywheel. Independentemente do que você fez no passado, você está agora mesmo para construir seu tráfego para o futuro.

2. Encyclopedia.com. 2018. “Flywheel.” Última modificação em 21 de maio de 2018.
[https://www.encyclopedia.com/science-and-technology/technology/technology-terms-and-concepts/flywheel.](https://www.encyclopedia.com/science-and-technology/technology/technology-terms-and-concepts/flywheel)

PARTES DO VOLANTE

Embora haja muitas coisas que você pode fazer para direcionar tráfego para seus funis, vou me concentrar nas tarefas mais importantes que produzem o maior retorno para seu tempo. Essas são as tarefas que, depois de serem feitas consistentemente ao longo do tempo, criarão tanto tráfego para seus funis que será impossível desligá-las.

- **E-mails diários**

Você criará um e-mail diário para manter contato e comunicação com sua lista.

- **Dream 100 / Colaborações**

Você fará joint ventures, parcerias e colaborações com outras pessoas que tenham uma lista.

- **Conteúdo orgânico (Twitter / Reels / TikTok / Shorts)**

Você criará conteúdo curto e orgânico para aumentar suas chances de postagens virais e semivirais.

- **Anúncios de personagens atraentes**

Você criará conteúdo como Personagem Atraente para transformá-lo em anúncios pagos.

- **Seu Show (Blog, Vlog, Podcast)**

Você publicará consistentemente para manter seus seguidores aquecidos.

E-MAILS DIÁRIOS

Você criará um e-mail diário para se manter conectado e se comunicar com sua lista.

Esses são os dois tipos de sequências de e-mail que sugerimos que você envie.

SEQUÊNCIA DE NOVELA

Apreendi sobre os e-mails da Sequência de Novela com André Chaperon. Ele sugere que usemos nossos e-mails para contar uma história para nos conectarmos com nossos seguidores. O segredo é sempre incluir um gancho no final de cada e-mail que configure o e-mail do dia seguinte, fogue-os com um gancho e os incentive a abrir seu e-mail no dia seguinte para continuar lendo, daí o termo: Sequência de Novela. Cada e-mail fecha o loop do dia anterior e abre um novo loop que não será fechado até o dia seguinte.

Toda vez que seus clientes interagem em seus funis ou entram em seu mundo, eles devem ser colocados em uma sequência específica de novela de 3 a 5 dias que os aquece e os convida a dar o próximo passo com você na sua Escada de Valor. Aqui estão alguns exemplos:

- **Quando alguém entra na sua lista:**

Você deve enviar e-mails agradecendo, dando boas-vindas e convidando-os a dar o próximo passo com você.

- **Quando alguém opta por um funil de produtos:**

Você deve enviar uma sequência de e-mails específica para ajudá-los a comprar após um determinado número de dias.

- **Quando alguém compra um produto:**

Você deve enviar e-mails agradecendo, dando acesso ao que compraram e convidando-os a dar o próximo passo com você.

Para suas ofertas, você deve criar (no mínimo) uma sequência de novela para:

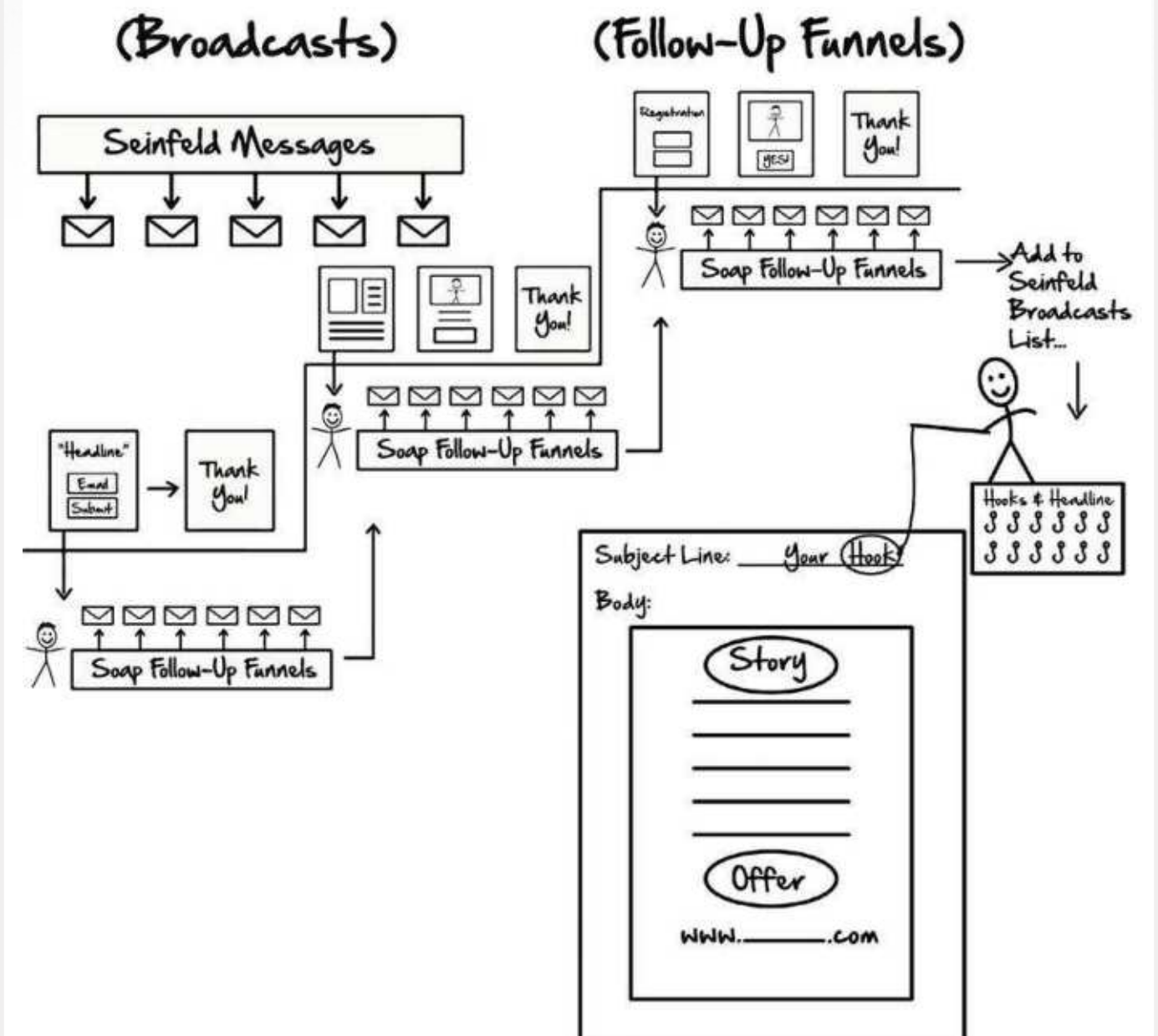
- Quando alguém entra na sua lista (não se esqueça de convidá-lo a comprar a oferta).
- Quando alguém compra sua oferta (depois de dar acesso a essa pessoa, você pode promovê-la para sua próxima oferta).

E-MAILS DE SEINFELD

Depois que eles completam todos os nossos e-mails de Sequência de Novela, eles caem em nossos e-mails de transmissão diária, que chamamos de e-mails Seinfeld. Os e-mails Seinfeld são um conceito que aprendemos com Ben Settle. Ele envia um e-mail para sua lista todos os dias e, no final de cada e-mail, ele inclui um convite para participar de sua newsletter, que é uma continuidade mensal.

A cada dia, escrevemos um e-mail e podemos direcionar tráfego para qualquer oferta que quisermos. Você pode escrever um e-mail todos os dias (mínimo de 3 a 5 vezes por semana) e direcioná-los para sua oferta.

Nós ganhamos mais dinheiro com nossa própria lista de e-mail do que com anúncios pagos. Você pode pagar por anúncios, mas certifique-se de que esses anúncios estejam indo para landing pages que criam sua lista de e-mail para que você tenha seu próprio tráfego.



SONHO 100 / COLABORAÇÕES

Você fará joint ventures, parcerias e colaborações com outras pessoas que tenham uma lista.

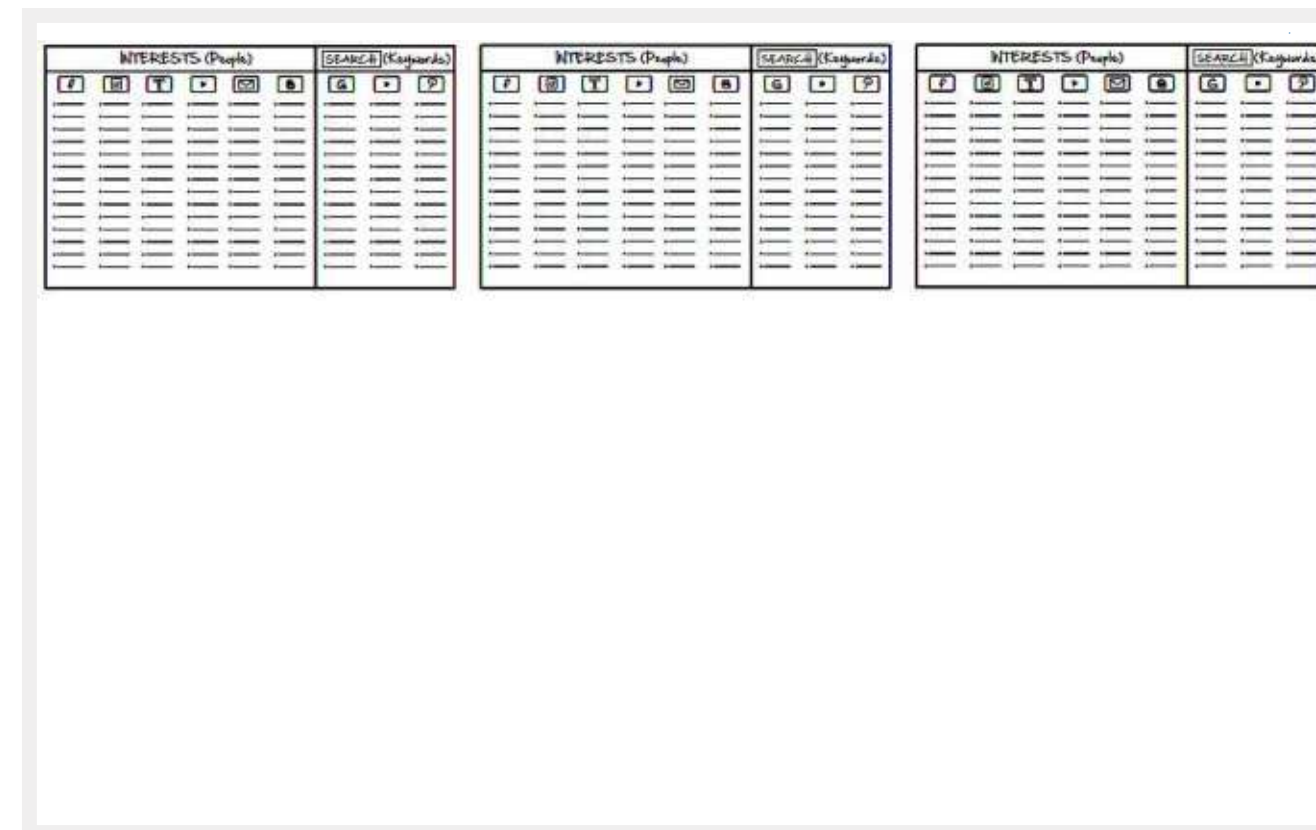
O objetivo do Dream 100 é fazer perguntas: Quem tem a atenção dos meus clientes dos sonhos... e como posso chegar até eles?

Antes de lançar qualquer coisa, sentamos e pensamos sobre quem são nossos Dream 100 (em outras palavras, quem tem mais probabilidade de promover nossa oferta). Criamos uma lista enorme de influenciadores e empresários que têm listas em diferentes plataformas, então começamos a construir relacionamentos na esperança de que, em algum momento, eles estejam dispostos a promover para nós porque podemos trabalhar com eles e dar a eles uma comissão sobre todas as vendas que vêm de seus seguidores.

Também é um jogo de números, então você pode alcançar 100 pessoas, ter 30 que dizem que farão isso e 10 realmente promovem.

Só porque alguém tem um público enorme não significa que sua colaboração resultará em grandes vendas para você. O público dele pode não ser adequado, ele pode não estar condicionado a comprar ou o influenciador pode não promover da maneira que você esperava. Às vezes, os influenciadores menores têm um relacionamento melhor com seus seguidores e acabam sendo os melhores parceiros. Ao escolher seus 100 sonhos, vá para os peixes grandes e os peixes pequenos também.

Você precisará fazer uma pesquisa e começar a anotar o máximo de pessoas que puder pensar que possam promover para você, então você precisará começar a construir relacionamentos com pessoas agora que você acha que podem promover no futuro. Se você ainda não conseguiu nenhuma parceria, tudo bem porque você sempre pode comprar anúncios e segmentar os seguidores do seu Dream 100.

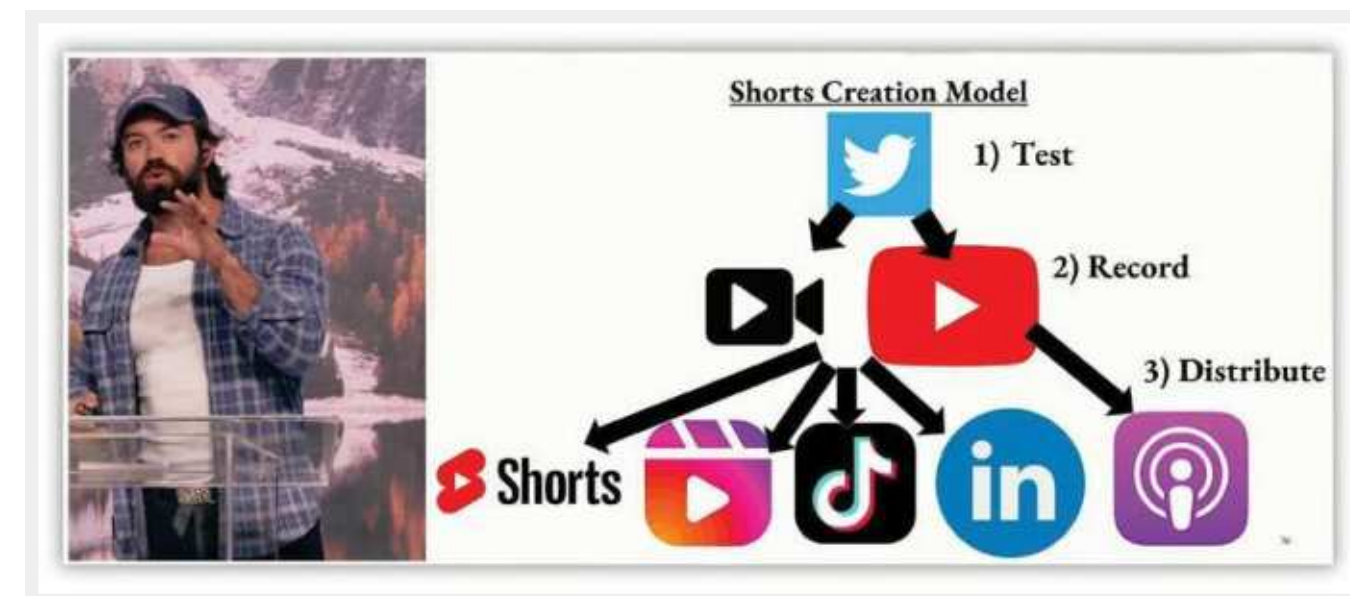


CONTEÚDO ORGÂNICO (TWITTER / REELS / TIKTOK / CURTAS)

Você criará conteúdo curto e orgânico para aumentar suas chances de postagens virais e semivirais.

Embora eu não estivesse focado em aumentar nossa presença orgânica no passado (porque crescemos nossa empresa principalmente por meio de anúncios pagos), agora estou focando mais em orgânico depois de ver como os canais sociais de Alex Hormozi explodiram quando ele se concentrou em orgânico também. Ele obtém de 50.000 a 60.000 visualizações em cada parte do conteúdo que ele publica, então se você quiser esse tipo de tráfego, você deve modelar sua estrutura para obter o máximo de engajamento e exposição em seu conteúdo:

1. Teste seus ganchos no Twitter primeiro.
2. Os que geram mais engajamento se tornam sua inspiração de conteúdo, então você pega esse gancho e se filma falando sobre ele por 15 a 20 minutos.
3. Em seguida, pegue esse conteúdo longo e publique em:
 - YouTube
 - Podcast
 - Blogue
4. Em seguida, corte cada conteúdo longo em pelo menos cinco videoclipes curtos de 15 a 30 segundos e publique em:
 - Curtas do YouTube
 - Reels do Instagram
 - TikTok
 - LinkedIn

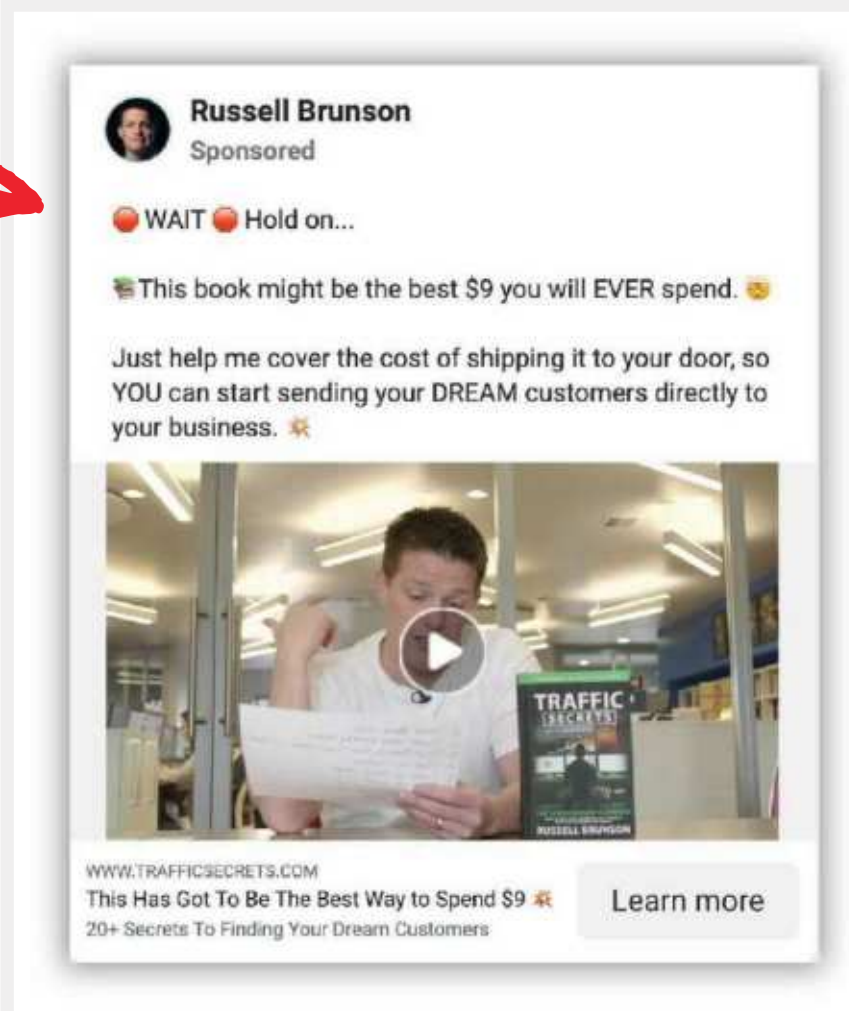


ANÚNCIOS DE PERSONAGENS ATRATIVOS

Você criará conteúdo como Personagem Atraente para transformá-lo em anúncios pagos.

Você vai querer criar anúncios em vídeo para promover sua oferta. Eles não são longos; podem ter apenas 15, 30 ou 60 segundos cada. Então você também criará outros anúncios sem seu rosto neles. Você testará seus anúncios e manterá aqueles que lhe derem o maior ROI (retorno sobre o investimento).

DICA PROFISSIONAL:Qualquer coisa que você faz na sua vida diária pode se transformar em um anúncio!



Russell Brunson
Sponsored

🚫 WAIT 🚫 Hold on...

📖 This book might be the best \$9 you will EVER spend. 😊

Just help me cover the cost of shipping it to your door, so YOU can start sending your DREAM customers directly to your business. 🚀

WWW.TRAFFICSECRETS.COM
This Has Got To Be The Best Way to Spend \$9 🚀
20+ Secrets To Finding Your Dream Customers

[Learn more](#)

SEU SHOW (BLOG, VLOG, PODCAST)

Você publicará consistentemente para manter seus seguidores aquecidos.

Todos os dias, você deve publicar na plataforma com a qual se sente mais confortável. Por exemplo:

- Se você se sente confortável escrevendo, então você deve criar um blog.
- Se você se sente confortável falando, então você deve criar um podcast.
- Se você se sente confortável em estar diante das câmeras, crie um vlog diário.

Se você filmar um vlog, pode publicar o vídeo, o áudio como um episódio de podcast e transcrevê-lo para um blog — três por um! Então, mesmo que você não se sinta 100% confortável diante das câmeras (quem se sente?), eu o encorajo a tentar. Você vai melhorar quanto mais fizer isso.

Eu realmente acredito que se você publicar todos os dias por um ano, você não terá problemas financeiros daqui a um ano. Por quê? Porque publicar consistentemente tem muitos benefícios, como:

- Isso lhe dá tempo para encontrar sua voz.
- Isso dá tempo ao seu público para encontrá-lo.

Então, sobre o que você deveria falar todos os dias? Aqui estão algumas ideias:

- **Documente sua jornada:**

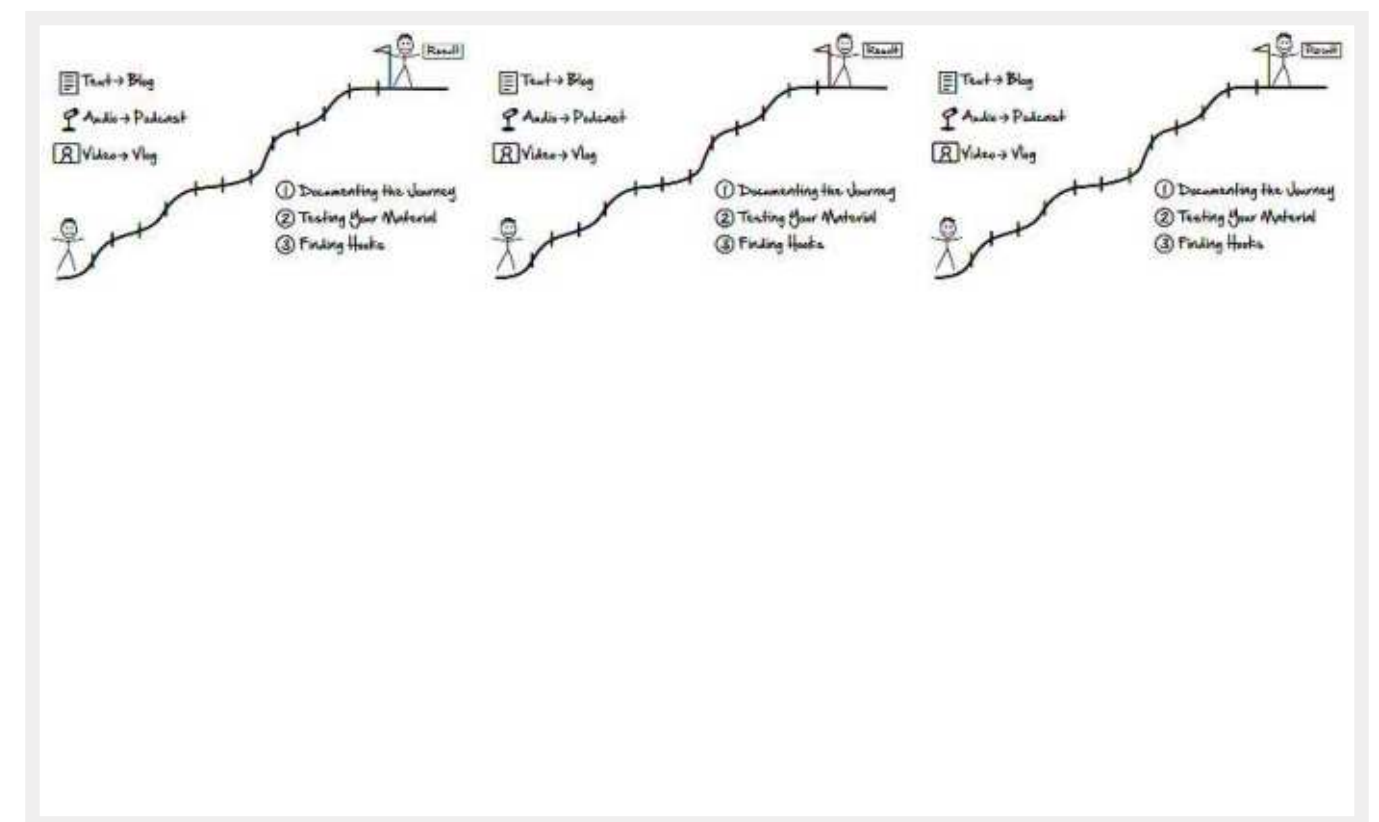
Fale sobre o que você está fazendo naquele dia para atingir seus objetivos.

- **Teste suas histórias:**

Experimente diferentes ganchos e finais e veja qual versão da sua história funciona melhor.

- **Responder perguntas:**

A cada dia você pode responder a uma pergunta dos seus seguidores.



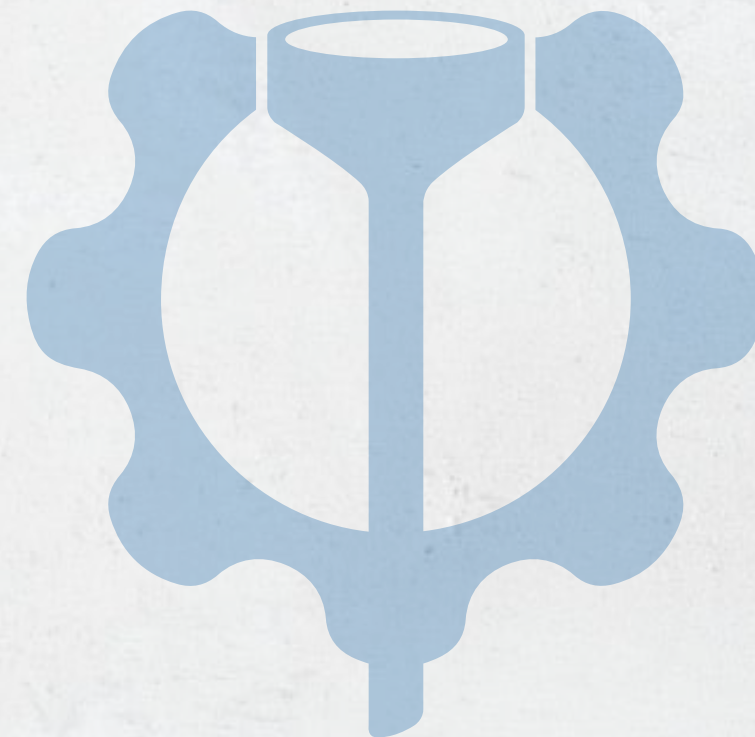
QUANDO PASSAR PARA A PRÓXIMA ETAPA DA ESTRUTURA LINCHPIN

Continue publicando diariamente e construa seu Volante de Personagem Atraente para que você possa obter mais tráfego em seu(s) funil(ais). Então avalie seus resultados, teste as coisas e melhore para obter um ROI mais alto.

Você também pode direcionar tráfego para qualquer um dos seus funis e ofertas usando anúncios do Facebook e postagens de mídia social. Não esqueça de adicionar sua oferta MIFGE às páginas de agradecimento das suas ofertas atuais!

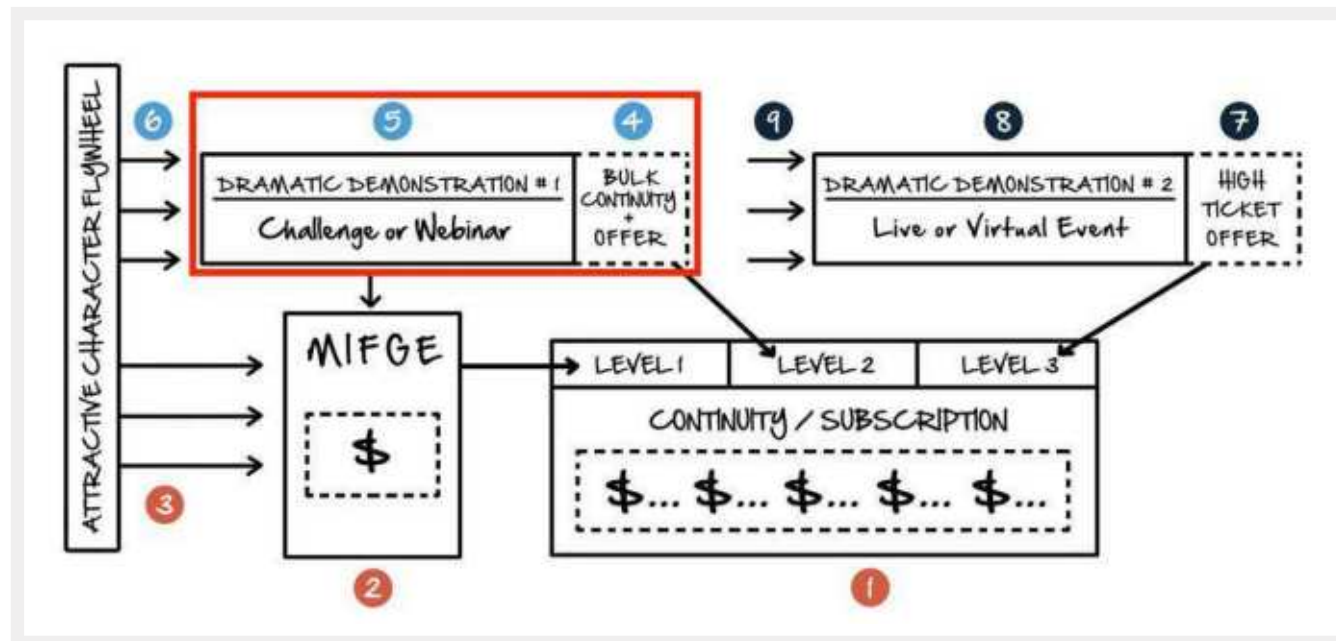
- Página de Leads / Página de Optin > Página de agradecimento com oferta MIFGE
- Página de inscrição do desafio > Página de agradecimento com oferta MIFGE
- Página de registro do webinar > Página de agradecimento com oferta MIFGE
- Página de vendas de livros > Página de agradecimento com oferta MIFGE
- Página de inscrição no Summit > Página de agradecimento com oferta MIFGE
- Etc....Você entendeu a ideia!

Não passe para a próxima etapa da estrutura Linchpin até que você esteja obtendo vendas consistentes e repetíveis, primeiro no seu MIFGE, depois na sua Oferta + Continuidade em Massa e, finalmente, na sua Oferta de Alto Ingresso.



DRAMÁTICO DEMONSTRAÇÃO # 1

Sua demonstração dramática nº 1 (desafio ou webinar) vende seu volume Continuidade + Oferta (Seu SLO!)

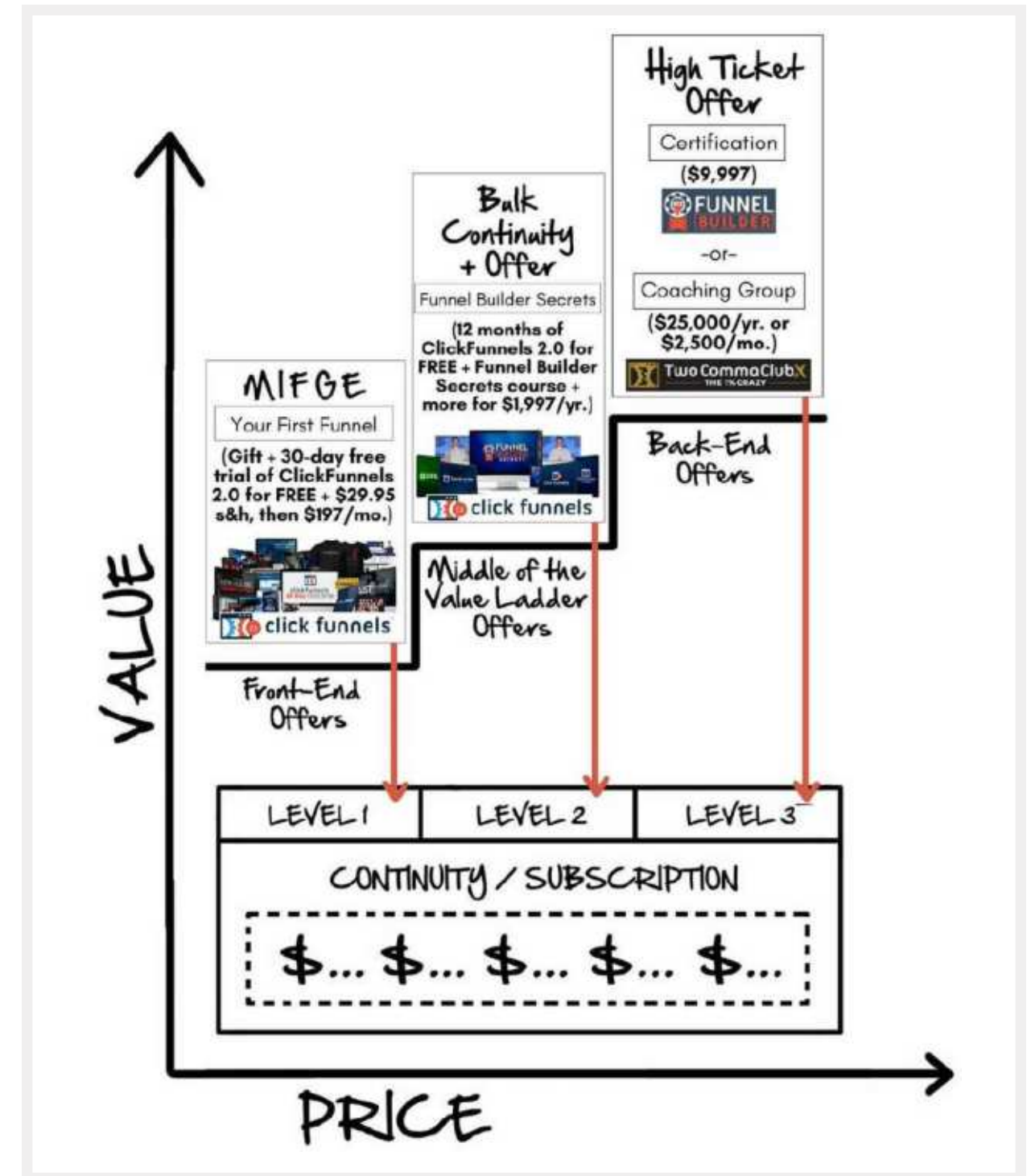


ETAPAS 4 e 5: Crie sua continuidade em massa + oferta... e Demonstração Dramática #1

Você criará uma oferta que inclui Continuidade em Massa gratuita (geralmente 6 ou 12 meses)... e criará um desafio ou webinar para vender sua Continuidade em Massa + Oferta (além disso, você colocará seu MIFGE na página de agradecimento do seu desafio ou webinar para conseguir mais membros).

Depois de lançar seu MIFGE, você estará pronto para criar sua Continuidade em Massa + Oferta e sua Demonstração Dramática nº 1.

Lembre-se de que sua Continuidade em Massa + Oferta será a oferta no meio da sua Escada de Valor e preencherá sua Continuidade de Nível 2.



Mas primeiro, gostaria de abordar o princípio fundamental da Oferta que explico no meu livro, *Segredos do DotCom*.

DE UM PRODUTO PARA UMA OFERTA

Quando você está tentando vender o mesmo produto (ou commodity) que outra pessoa, a única vantagem que você tem é ser o mais barato. E é assim que a maioria das pessoas compete: diminuindo o preço. Mas quando todos estão competindo em preço, é uma corrida para o fundo.

Dan Kennedy disse uma vez:

“ Não há vantagem estratégica em ser o segundo líder de menor preço da cidade, mas há uma enorme vantagem estratégica em ser o mais caro. — Dan Kennedy

Se você brigar por preço, perderá suas margens, não poderá pagar por publicidade, não poderá pagar e contratar a melhor equipe e não poderá fornecer o valor que seus clientes dos sonhos merecem.

Por outro lado, quando você cria uma oferta que é percebida como barata para esses clientes porque você criou muito valor (e muitas vezes o preço é mais caro do que o da concorrência), então você é capaz de atendê-los no mais alto nível. Essa é uma grande mudança de mentalidade que você precisa fazer para se tornar bem-sucedido.

A solução é descomoditizar o que você está vendendo, ou em outras palavras, adicionar mais produtos ou serviços ao que você está vendendo para que não seja mais uma mercadoria... agora seja uma oferta.

Uma Oferta é uma pilha de bens e/ou serviços digitais e/ou físicos que ajudarão seus clientes dos sonhos a obter melhores resultados do que se eles apenas comprassem o produto. Por causa da combinação de itens em sua oferta, você agrega mais valor do que qualquer outra pessoa e ninguém mais pode competir em preço porque não pode vender uma oferta similar à sua.

Geralmente, o objetivo de qualquer oferta é:

- Aumentar o valor percebido do que está sendo vendido.
- Faça com que o item que está sendo vendido seja exclusivo para você e esteja disponível somente dentro desta oferta especial.

Uma oferta é uma pilha de dados digitais e/ou físico bens e/ou serviços e/ou físico que ajudarão seus clientes dos sonhos a obter melhores resultados do que se eles apenas comprassem o produto. Por causa da combinação de itens em sua oferta, você agrega mais valor do que qualquer outra pessoa e ninguém mais pode competir em preço porque não pode vender uma oferta similar à sua.

CONTINUIDADE EM MASSA + OFERTA

Lembre-se de que sua Oferta + Continuidade em Massa é sua nova Oferta de Autoliquidação ou SLO, então todo o dinheiro que você ganhar nessa etapa será destinado a anúncios.



ered de graça...quando eles investem em seu e você __ meses de _____ s, você também receberá este bônus, e esta t a taxa mensal (ou anual) após o

continuidade de graça (quando eles investem em mim

**12 Months Of ClickFunnels 2.0
“Funnel Hacker” Edition For FREE!**

The advertisement features a product box for ClickFunnels 2.0, a computer monitor displaying the ClickFunnels logo, and a small booklet. The bottom banner includes the text "Your First FUNNEL" and the ClickFunnels logo.

EXEMPLO:OFERECER

Aqui está um exemplo da minha pilha de ofertas para a oferta do ClickFunnels.

What You're Gonna Get Inside...

- ClickFunnels 2.0 "Funnel Hacker Annual Plan" **(\$5,964 Value)**
 - 3 ClickFunnels Workspaces!!!
- "ClickFunnels Classic" For 12 Months! **(\$3,564 Value)**
- Funnel Builder Secrets Course **(\$1,997 Value)**
- Geru Pro Account (LIFETIME ACCESS) **(\$1,997 Value)**
- Funnel Scripts Software! **(\$2,997 Value)**

Total Value: \$16,509

Get Started Now At: www.FunnelBuilder.com/doitnow

Ao criar sua Oferta + Continuidade em Massa, ela pode ficar assim:

- Três, seis ou doze meses GRÁTIS do seu Bulk Continuity.
- Um componente de treinamento para que eles aprendam como ter sucesso com a continuidade/produto/serviço (como um curso, treinamento, desafio ou programa).
- Bônus que os ajudarão a encontrar o sucesso (como ferramentas, contratos, documentos legais, scripts de vendas ou modelos).

A oferta que você faz no seu webinar ou desafio, em teoria, é muito semelhante à primeira oferta MIFGE que você criou, porque você ainda está dando a eles um Presente Gratuito Mais Incrível de Todos os Tempos — acesso a 3, 6 ou 12 meses da sua continuidade gratuitamente. Você notará que também estrutura sua Oferta de Ingresso Alto da mesma forma nos próximos capítulos.

EXEMPLO DO MÍNIMO DO QUE VOCÊ PODE INCLUIR EM SUAS OFERTAS:

	MIFGE	Continuidade em massa + Oferta	Bilhete alto Oferecer
Associação Preço	US\$ 97/mês.	US\$ 297/mês.	US\$ 997/mês.
Preço da oferta	Grátis + \$ 29,95 de frete e manuseio, então US\$ 97/mês.	US\$ 1.997/ano.	US\$ 9.997/ano ou US\$ 997/mês.
PRODUTOS <small>INFORMAÇÕES</small>	Presente grátis + teste de assinatura por 30 dias Site	Acesso por 12 meses para Site de Membros + Curso + Facilitado Coaching em grupo + 2 ingressos grátis para o Virtual Evento + Mais	Acesso por 12 meses para Site de Membros + Curso + Facilitado Coaching em grupo + 2 ingressos grátis para evento virtual + Mastermind e eventos para implementar o Programa + Mais
PROGRAMAS	Presente grátis + 30 dias Teste de software (Recursos limitados)	Acesso por 12 meses para Software (Todos Características) + Curso + 2 ingressos grátis para evento virtual + Mais	Acesso por 12 meses para Software (Todos Características) + Curso + Treinamento e Eventos Mastermind para implementar o Programa + Mais
COMÉRCIO ELETRÔNICO	Presente grátis + 30 dias Teste do produto	Fornecimento de 12 meses de produto + curso + 2 ingressos grátis para o Virtual Evento + Mais	Fornecimento para 12 meses de Produto + Curso + Treinamento e Eventos Mastermind para implementar o Programa + Mais

No primeiro capítulo, contei tudo sobre meu webinar onde vendi ClickFunnels. Na oferta, PRIMEIRO dei a eles acesso a uma assinatura gratuita de 6 meses do ClickFunnels quando eles fizeram meu curso Funnel Hacks (e mais bônus)... tudo por apenas \$ 997! (Após os 6 meses, eles continuariam no nível de \$ 297/mês do meu programa de continuidade.) Embora esta seja uma versão mais recente da mesma oferta, minha oferta original parecia muito semelhante.

DEMONSTRAÇÃO DRAMÁTICA #1

Depois de criar sua Assinatura em massa + Oferta, você precisará criar uma Demonstração Dramática para vendê-lo.

Uma **Demonstração Dramática** é um evento tão "barulhento" que eventualmente todos no seu mercado ouvirão sobre sua oferta.

Nossos funis de Demonstração Dramática favoritos são um Funil de Desafio e um Funil de Webinar porque ambos têm uma página de registro gratuita e tempo entre o momento em que se registram e o momento em que começam a passar pelo treinamento ao vivo. Essa lacuna no tempo torna o primeiro MIFGE possível e, em seguida, prepara você durante o treinamento para fazer sua segunda oferta MIFGE, sua Oferta + Continuidade em Massa. Você pode escolher o que preferir (ou se for louco como eu, pode fazer os dois!)

Eu sugiro que você faça um novo desafio ou webinar a cada trimestre. Com seu desafio, você pode simplesmente mudar o gancho e ensinar um tópico ou treinamento diferente para ajudar seus desafiantes a obter um resultado diferente e/ou superar uma crença limitante diferente.

A chave é estruturar sua apresentação de tal forma que, em apenas 90 minutos (para um webinar) ou 5 dias (para um desafio), você possa criar um desejo pela coisa que você quer vender no final, e construir o valor percebido TÃO ALTO que, dentro dessa curta janela, você pode fazer um completo estranho entregar seu cartão de crédito e comprar quaisquer produtos ou serviços que você esteja vendendo a eles. Você faz isso criando o que é chamado de "through-line": cada passo, cada slide, cada momento da sua Demonstração Dramática é arquitetado para fazer alguém comprar seu produto ou serviço.

Uma demonstração dramática é um evento que é tão "barulhento" que eventualmente cada um em um seu marca e tpl ac ewill ele está prestes a seu oferecer .

Two Best Dramatic Demonstration Funnels



Minha estrutura favorita para orientar as pessoas durante nossas Demonstrações Dramáticas é o Webinar Perfeito. Embora tenha sido desenvolvido para webinars, usamos a mesma estrutura para produzir nossos desafios também. O Webinar Perfeito é nossa linha de raciocínio, então deixe-me mostrar como o usamos para vender nossa Oferta + Continuidade em Massa.

Aqui está uma visão geral de alto nível do Webinar Perfeito, então vamos nos aprofundar em como usá-lo para um webinar e um desafio. (NOTA: Se você realmente quiser se aprofundar e dominar essa estrutura, recomendo a leitura do meu livro *Segredos de Especialistas*. Este livro se aprofunda em como vender usando esta estrutura. Você pode obter esse livro de graça em ExpertSecrets.com.)

O PERFEITO ESTRUTURA DO WEBINAR

• História de origem + Nova oportunidade + Crenças falsas sobre veículos

- **História de origem:** Conte a história de como você descobriu a nova oportunidade.
- **Nova oportunidade:** Mostre a eles a nova oportunidade (que é o veículo).
- **Crenças falsas sobre veículos:** Eles querem o resultado, mas não têm certeza se o veículo os ajudará a alcançá-lo, então você precisa ajudá-los a superar suas falsas crenças sobre o veículo.

• Falsas Crenças Internas

- Eles querem essa nova oportunidade, mas não têm certeza se conseguirão, então você precisa ajudá-los a superar suas falsas crenças internas.

• Crenças falsas externas

- Mesmo que acreditem que podem fazer isso, eles culparão alguém ou alguma coisa como a razão pela qual não terão sucesso, então você tem que ajudá-los a superar suas falsas crenças externas.

• Empilhar e Fechar

- **Pilha:** Mostre a eles tudo o que eles ganham com a oferta, empilhando todos os produtos uns sobre os outros para aumentar o valor, e depois mostre o preço real para surpreendê-los.
- **Fechar:** Adicione urgência e escassez para que eles tenham que comprar agora para obter a melhor oferta.

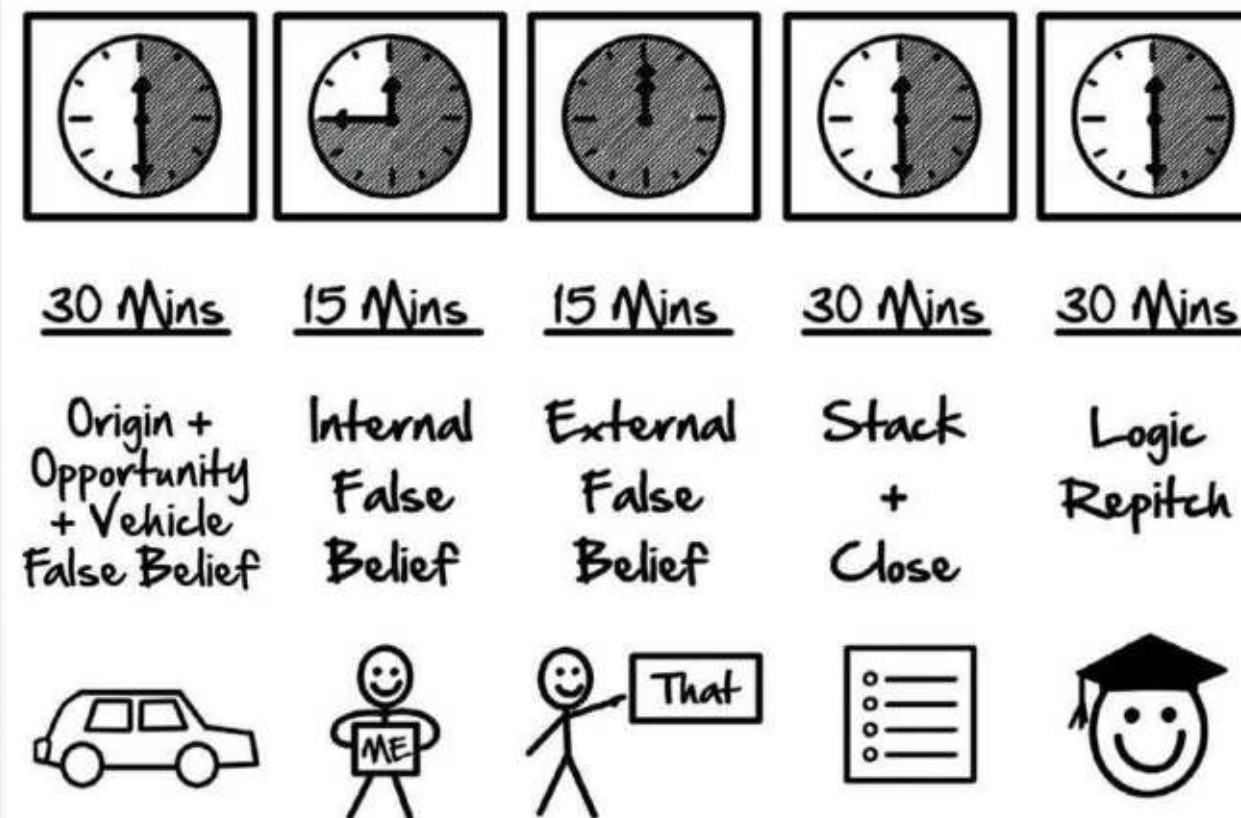
• Lógica Repitch

- Use comparações de preços e outras ferramentas para mostrar que o que eles estão recebendo é um ótimo negócio. Você também pode usar esse tempo para responder a quaisquer perguntas frequentes que geralmente surgem (ou seja, mais objeções e falsas crenças).

Agora que você sabe o que há dentro da estrutura do Webinar Perfeito, mostrarei como usar a estrutura dentro da sua Demonstração Dramática nº 1.

USANDO O WEBINAR PERFEITO EM UM WEBINAR






Dentro de um webinar, você usará todas as peças na mesma ordem. O ideal é que seu webinar tenha 90 minutos, então basta seguir a estrutura na imagem abaixo para construir o tempo do seu webinar.



USANDO "O WEBINAR PERFEITO" EM UM DESAFIO

Em um desafio, você usará todas as peças na mesma ordem, mas, dessa vez, você colocará cada seção em um dia diferente, como mostrado na imagem abaixo.

Não se esqueça de que, ao criar seu funil de Demonstração Dramática nº 1, você precisa colocar seu MIFGE na página de agradecimento depois que eles se registrarem para seu desafio ou webinar.

	MON	TUE	WED	THU	FRI
	Day # 1	Day # 2	Day # 3	Day # 4	Day # 5
SPEAKER PRESENTATIONS (Total 40 min./day)	Origin + Opportunity + Vehicle False Belief 	Internal False Belief 	External False Belief 	Stack + Close 	Logic Repitch 
GUEST SPEAKERS (Total 40 min./day)	2 Case Studies	2 Case Studies	2 Case Studies	1 Case Studies	1 Celebrity Speaker
CLOSING CTA (Total 10 min./day)	Get VIP FREE When You Upgrade And Get MIFGE			Get Bulk Continuity + Offer	
VIP Q&A SESSION (Total 60 min./day)	✓	✓	✓	✓	✓
	Only For VIP Challengers Who Upgraded				

COLOQUE O MIFGE NO

PÁGINA DE AGRADECIMENTO

Lembra como dissemos para você adicionar seu MIFGE à sua página de agradecimento, depois que eles se registrarem para seu desafio ou webinar? Todos os outros (eu incluso) costumavam colocar um SLO de baixo preço na página de agradecimento, mas depois que descobrimos que o dinheiro real era feito na página de agradecimento...

Agora colocamos nosso MIFGE na página de agradecimento depois que eles se registram em nosso desafio ou webinar.

Veja como você pode promover seu MIFGE na página de agradecimento:

- Se eu estiver fazendo um WEBINAR, começarei dizendo: "No webinar, vou mostrar a você como _____. Então, clique no botão abaixo para obter um teste gratuito de ___ dias de _____. Dê uma olhada e, no webinar, mostrarei como ter sucesso com ele. No final, se você decidir que não gosta, pode cancelá-lo..."

- Se eu estiver fazendo um DESAFIO, vamos envolver a oferta MIFGE em um "UPGRADE VIP" para o desafio dizendo: "Ganhe um teste gratuito de ___ dias de _____ ao fazer o upgrade, e você também ganhará um upgrade VIP gratuito, para que possa ter acesso vitalício às gravações, além de participar de nossas Sessões de Perguntas e Respostas exclusivas para VIPs no Zoom para que você possa fazer qualquer pergunta aos nossos palestrantes..."

Enquanto algumas pessoas entenderão seu MIFGE, outras não. No entanto, seu desafio ou webinar é crucial para que seus membros passem por isso para que eles PERMANEÇAM em sua associação porque isso ajudará AMBOS os grupos de pessoas a superar suas crenças limitantes, dará a eles confiança de que podem ter sucesso com seu programa de continuidade, educará sobre como sua continuidade resolverá seus problemas e os doutrinará em sua cultura.



O próprio ato de passando por seu desafio ou webinar ajudará aqueles quem pegou seu MIFGE PARA FICAR mais tempo em seu continuidade, e aqueles quem não conseguiu seu MIFGE para COMPRE seu a granel Assinatura + Ofereça e FIQUE mais tempo também.

Exemplos de DRAMÁTICO DEMONSTRAÇÃO #1

WEBINAR PARA UM DEMONSTRAÇÃO DRAMÁTICA #1

Aqui está um exemplo de um dos nossos funis de webinar.

- 1. Página de registro do webinar:** Eles se registraram para o webinar.
- 2. Página de agradecimento do webinar:** Após o registro, eles puderam obter um teste gratuito de 2 semanas do ClickFunnels (que é o MIFGE) enquanto aguardavam o início do webinar.
- 3. Oferta de webinar:** Eles participaram do webinar e alguns se inscreveram na oferta Bulk Continuity +.
- 4. Testadores e compradores em massa continuam na continuidade:**
 - Os participantes do teste foram colocados em nossa Continuidade Nível 1, e alguns continuaram pagando US\$ 97/mês após o término do teste gratuito de 14 dias.
 - Os compradores em massa foram colocados em nossa Continuidade Nível 1, e alguns continuaram por US\$ 297/mês após o término de sua assinatura em massa de 6 meses.



DESAFIO PARA UM DEMONSTRAÇÃO DRAMÁTICA #1

Aqui está um exemplo de um dos nossos funis de desafio.



1. Página de registro do desafio: Eles se registraram para o desafio.

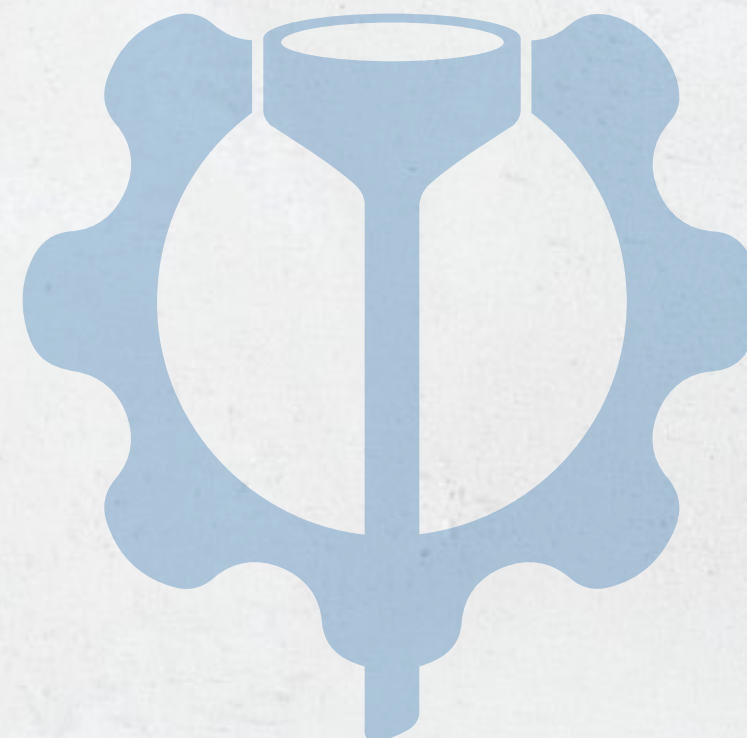
2. Página de agradecimento do desafio: Após o registro, eles poderiam obter um Upgrade VIP para obter um teste gratuito de 30 dias do ClickFunnels (que é o MIFGE) enquanto esperavam o desafio começar.

3. Oferta de desafio: Eles participaram do desafio e alguns se inscreveram na Oferta Bulk Continuity +.

4. Testadores e compradores em massa continuam na continuidade:

- Os participantes do teste foram colocados em nossa Continuidade Nível 1, e alguns continuaram pagando US\$ 97/mês após o término do teste gratuito de 30 dias.

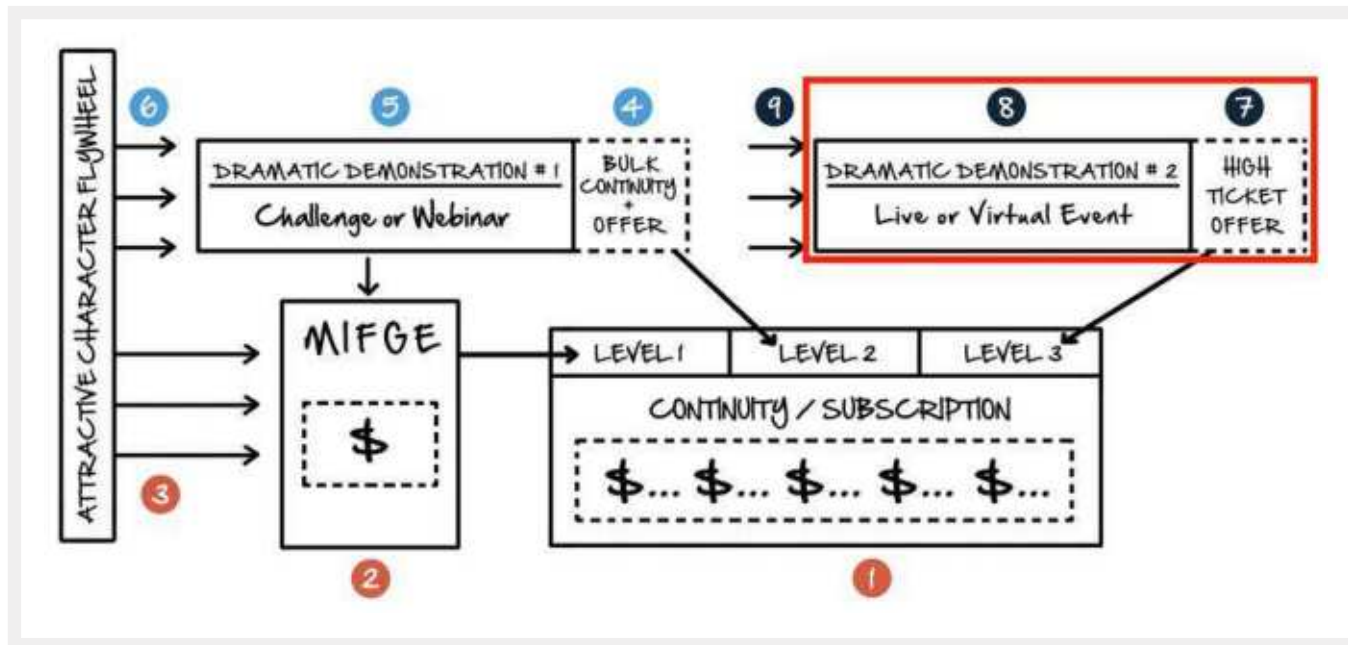
- Os compradores em massa foram colocados em nossa Continuidade Nível 1, e alguns continuaram pagando US\$ 297/mês após o término de sua assinatura em massa de 12 meses.



Capítulo 6

DRAMÁTICO DEMONSTRAÇÃO # 2

Sua demonstração dramática nº 2 (evento ao vivo ou virtual)
Vende sua oferta de alto valor

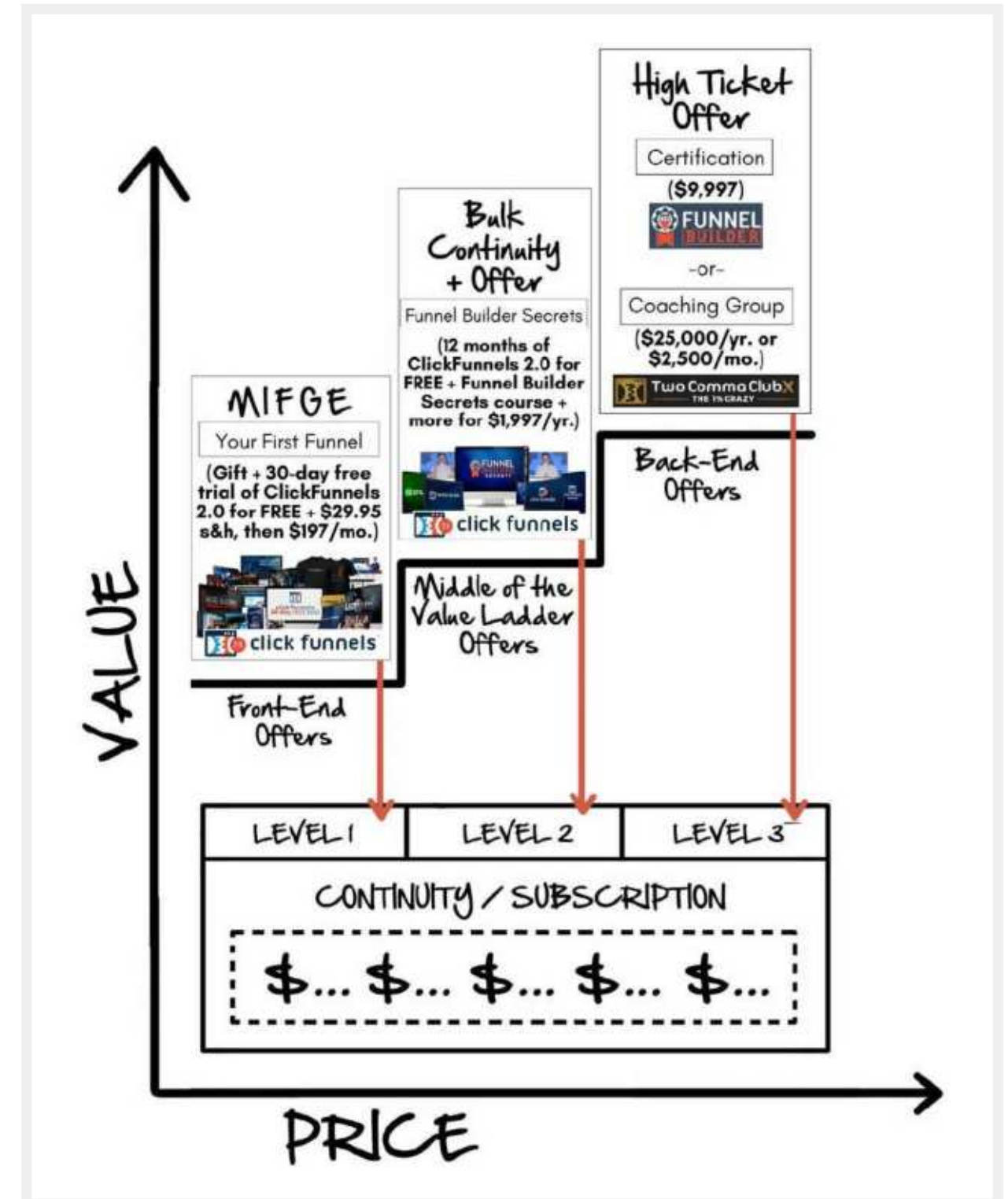


**ETAPAS 7 E 8: Crie sua oferta de alto valor...
e Demonstração Dramática #2**

Você criará uma oferta de alto valor (que inclui continuidade em massa + mais)... e criará uma
evento virtual ou ao vivo para vender sua oferta de alto valor.

Depois de lançar seu MIFGE e sua Demonstração Dramática nº 1, você estará pronto para criar sua
Oferta de Alto Valor e sua Demonstração Dramática nº 2.

Lembre-se de que sua Oferta de Alto Valor será a oferta no final da sua Escada de Valor e preencherá sua
continuidade de Nível 3.



Eu gero tráfego para preencher nossos eventos presenciais e virtuais e, no final dos eventos, ofereço aos nossos membros a oportunidade de participar de nossos programas de alto valor: nossa Certificação Funnel Builders ou o Programa de Coaching Two Comma Club X.

Sempre usamos nosso grande evento, Funnel Hacking LIVE, como o evento em que oferecemos nosso mais alto nível de continuidade, nosso programa de coaching. No passado, porém, eu não tinha uma boa estratégia para fazer nossos participantes comprarem nosso programa de coaching. Todo ano tentávamos algo novo, com vários graus de sucesso. Na verdade, um ano até perdemos dinheiro fazendo o evento! Aqui estão os números de quanto ganhamos no Funnel Hacking LIVE durante nossos primeiros anos:

- 1º ano: pouco menos de US\$ 1 milhão
- 2º ano: \$ 1 milhão de dólares
- 3º ano: quase nada (1.500 pessoas; perda de dinheiro no evento)
- 4º ano: \$ 12 milhões de dólares

Então, qual foi a grande diferença que nos ajudou a ir de perder dinheiro em um ano para ganhar \$ 12 milhões de dólares no ano seguinte? Contratamos Bari Baumgardner e Blue Melnick da SAGE Event Management, e eles nos ajudaram a criar um roteiro para o evento, de modo que cada passo, cada slide e cada momento da nossa Demonstração Dramática fossem perfeitamente arquitetados para fazer alguém comprar nossos produtos e serviços no final.

Agora, deixarei que Bari e Blue compartilhem como você deve criar sua oferta de alto valor e executar seu evento virtual ou presencial.

OFERTA DE ALTO VALOR (POR BARI BAUMGARDNER)

Se você está nervoso sobre vender algo caro, lembre-se de que vendas são serviço. Se você pode servir duro, você pode vender fácil.

Seu “cliente ideal” quer duas coisas:

- Velocidade
- Segurando as mãos

Sua Oferta de Ingresso Alto deve ter ambos. Se você puder pegar sua Oferta de Ingresso Baixo que tem conteúdo e introduzir uma Oferta de Ingresso Alto para melhor atender seu cliente, você tem uma fórmula vencedora para o sucesso.

CAMINHO COMPROVADO EM AÇÃO

Se você está preocupado com a dificuldade de criar uma oferta ou evento de alto valor, aqui está um plano que você pode implementar imediatamente para levar seus seguidores atuais de uma oferta de baixo valor para um evento onde você vende uma oferta de alto valor.

Observe que cada etapa abaixo deve incluir treinamento em:

- **Problema:** O problema que seu cliente tem.
- **Solução:** Como você resolverá o problema do seu cliente.
- **Mentalidade:** A mentalidade que seu cliente precisa ter para superar o problema. (Eles precisam acreditar que podem fazer isso antes de pagar você para fazer isso.)

Agora, aqui está o que você deve criar para ascender seus clientes. No final de cada etapa, simplesmente pergunte: “Quantos de vocês gostariam de mais?”

Eles provavelmente dirão: “Isso é incrível. Eu gostaria de mais.”

Então você pode dizer: “Achei que você faria isso. Acontece que tenho um _____ chegando. Durante ele, nós iremos _____. Você gostaria de se juntar a nós para isso?” Então você pode inscrevê-los em sua próxima oferta. Você não está criando novo conteúdo; você está apenas se aprofundando nos tópicos em cada nível e dando aos seus clientes uma melhor experiência em cada nível mais alto.

Aqui está um exemplo de como ascender seus clientes:

• Desafio

- Treinamento de alto nível para que seus clientes possam entender o que pode ser possível para eles

• Curso

- Semana 1: Semana de Boas-vindas
- Semanas 2-7: Mergulhe fundo nos tópicos do seu treinamento
- Semana 8: Graduação

• Evento de 3 dias

- Dia 1: Mergulho profundo no Tópico nº 1
- Dia 2: Mergulho profundo no Tópico #2
- Dia 3: Mergulho profundo no Tópico #3

• Oferta de alto valor (*Pode ser Mastermind, Coaching, Retiro*)

- Evento 1: Retiro para o Tópico #1
- Evento 2: Retiro para o Tópico #2
- Evento 3: Retiro para o Tópico #3

- Entre os eventos: grupo do Facebook, perguntas e respostas mensais, chamadas de mergulho profundo do Hot Seat

Sugerimos PRIMEIRO projetar o conteúdo da sua Oferta de Ingresso Alto para que você possa então projetar seu evento de 3 dias, curso e desafio a partir dele. Você deve ter no máximo 4–6 coisas na sua Oferta de Ingresso Alto. O preço deve ser de pelo menos \$ 5.000. Certifique-se de que sua Oferta de Ingresso Alto tenha ambos os elementos:

• **ÁS:**

- **Responsabilidade:** Segurando-os responsável por progredir
- **Comunidade:** Obtendo apoio e apoio
- **Oportunidade aprimorada:** Ser mais, fazendo mais, tendo mais e ganhando mais

• **ARO:**

- **Repetição:** Um músculo que você precisa construir
- **Imersão:** Mergulhe em uma comunidade com ideias semelhantes, onde você é lembrado todos os dias de histórias de sucesso
- **Práticas comprovadas de modelagem:** Não reinvente a roda

Você também pode escolher elementos para sua High-Ticket Offer a partir das ideias abaixo. Sugerimos um de cada categoria e possivelmente mais 2 atividades (para um total de 6 entregáveis).

- **Atividade:** Workshop, imersão, retiro, evento
- **Grupo:** Facebook, Signal, Telegram, Círculo
- **Apoiar:** Perguntas e respostas mensais
- **Conteúdo Mensal:** Cadeiras quentes ou treinamento a laser

Quanto mais você cobra, não significa que você está dando a eles mais coisas; significa que você está dando a eles as coisas certas para obter resultados mais rápidos, mais simples e mais fáceis. As pessoas não pagam você para dizer a elas tudo o que você sabe. Elas pagam você para dizer a elas o que elas precisam saber.—*Bari Baumgardner*

Exemplos de DRAMÁTICO DEMONSTRAÇÃO #2

Não foi útil ver como Bari sugere que você crie sua oferta de alto valor? Aqui está um exemplo de um dos nossos eventos ao vivo funis que usamos para Funnel Hacking LIVE.

EVENTO AO VIVO PARA UMA DEMONSTRAÇÃO DRAMÁTICA #2



1. Página de vendas de eventos ao vivo: Eles se registraram para o evento ao vivo.

2. Oferta de evento ao vivo: Eles compareceram ao evento ao vivo e alguns se inscreveram na nossa oferta de ingresso alto para participar do nosso programa de coaching Two Comma Club X por US\$ 2.500/mês ou US\$ 25.000/ano.

3. Compradores de alto valor continuam na continuidade:

Os compradores de ingressos altos foram colocados no Nível 3 da nossa continuidade, e alguns continuaram pagando US\$ 2.500/mês após o término da assinatura anual.

Como expliquei antes, um evento ao vivo é uma das coisas mais difíceis de vender porque as pessoas não só têm que comprar um ingresso para o evento, como também têm que comprar voos e hotéis. Elas têm que deixar o cônjuge e os filhos e contratar uma babá, e para algumas pessoas, é muito difícil comparecer.

Planejar um evento ao vivo também é estressante. Leva 8 meses para preencher o evento, e 25% das pessoas compram nas últimas três semanas! No ano passado, no Funnel Hacking LIVE, gastamos de US\$ 3 a US\$ 4 milhões para produzir o evento, então você pode imaginar o nível de planejamento que foi feito. Embora eventos ao vivo possam ser estressantes, eles são incrivelmente poderosos.

Algumas das coisas que você só pode fazer pessoalmente (e você deve fazer!) são:

- Durante a primeira apresentação no Dia 1, compartilhe a IDENTIDADE do seu cliente dos sonhos e anime-o a embarcar na jornada pelos próximos dias. Crie a identidade, a visão e a crença de onde todos vocês estão indo juntos durante o evento e ajude-os a se sentirem dignos de assumir esse chamado. (Se você ainda não ouviu meu discurso "Drifter vs. Driven" na FHL em 2022, pesquise no YouTube e assista. Este é um exemplo perfeito disso!) Tecnicamente, você também pode fazer isso virtualmente, mas listei aqui porque é muito importante.
- No final da primeira noite, dê aos seus participantes uma oportunidade de doar para uma de suas instituições de caridade favoritas. Isso também os ensina o processo de compra em um evento ao vivo, então, depois que você fizer o pitch, eles saberão como comprar sua High Ticket Offer.
- Se você estiver fazendo um evento de 3 dias, realize a cerimônia de premiação no final da primeira noite, logo após a campanha de caridade. Isso cria uma lacuna entre onde eles estão e onde eles querem estar (no palco da premiação no ano que vem!). Também cria o desejo de ganhar o prêmio e a crença de que eles terão mais probabilidade de ganhar se forem treinados (por exemplo, junte-se à sua High Ticket Offer).
- Tire fotos com os compradores após o pitch. Isso aumenta as vendas drasticamente. Dessa forma, eles podem colocar a foto na parede de casa e lembrar do evento e de seus objetivos muito depois que o evento terminar.

EVENTO VIRTUAL PARA UMA DEMONSTRAÇÃO DRAMÁTICA #2

Aqui está um exemplo de um dos nossos funis de eventos virtuais que usamos para o Two Comma Club LIVE:



1. Página de vendas de eventos virtuais: Eles se registraram para o evento virtual.

2. Oferta de evento virtual: Eles compareceram ao evento virtual e alguns se inscreveram na nossa oferta High Ticket para participar do nosso Programa de Coaching Two Comma Club X por US\$ 2.500/mês ou US\$ 25.000/ano.

3. Compradores de alto valor continuam na continuidade:

Os compradores de ingressos altos foram colocados no Nível 3 da nossa continuidade, e alguns continuaram pagando US\$ 2.500/mês após o término da assinatura anual.

Depois que a COVID-19 nos apresentou o Zoom, os eventos virtuais começaram a decolar e as pessoas realmente começaram a gostar deles. Eles ainda são muito populares, e fazemos muitos eventos virtuais.

Se você sempre quis fazer um evento com seus seguidores, mas está preocupado com o custo, um evento virtual pode ser ótimo para você porque:

• **Para você:**

- Sem contratos de hotelaria
- Sem grandes contas de AV ou despesas gerais
- Você não se sente sem dinheiro

• **Para seus participantes:**

- Não há quartos de hotel
- Não há voos
- Eles não se sentem sem dinheiro e são mais propensos a se inscrever em seus programas

O EVENTO ATRAVÉS DA LINHA (POR BARI BAUMGARDNER)

Quando você pensa no seu “cliente ideal”, considere estas perguntas: O quanto eles precisam de você agora? O quão isolados eles se sentem? Quais segredos você tem que eles precisam saber, e quão mais fácil seria compartilhar em um ambiente de grupo?

Quando você hospeda um evento virtual ou ao vivo, você está obtendo alavancagem porque está reunindo pessoas com ideias semelhantes para que você possa vender todas elas de uma vez em sua oferta de alto valor. Seu evento irá 2X, 3X ou até 10X quaisquer vendas que você esteja fazendo atualmente em seus funis.

3X3 PAG (VISÃO GERAL DO PROGRAMA)

O objetivo de um evento virtual ou presencial de 3 dias é o PAG (Program At a Glance) 3x3 porque a estrutura faz a venda para você.

DAY1	DAY2	DAY3	DAY1	DAY2	DAY3	DAY1	DAY2	DAY3
Content	Pain	Decision	Content	Pain	Decision	Content	Pain	Decision
Connection	Solution	Commitment	Connection	Solution	Commitment	Connection	Solution	Commitment
Community	Invitation	Celebration	Community	Invitation	Celebration	Community	Invitation	Celebration

• DIA 1: SERVIR

- **Contente:**Dê um conteúdo tão bom no começo que eles pensem: “Isso valeu todo o evento”.
- **Conexão:**Crie uma conexão com você, o Personagem Atraente. Você pode compartilhar sua história com uma instituição de caridade e convidá-los a doar. Você também deve ajudá-los a construir uma conexão onde eles acreditam que podem ter sucesso com o que você está ensinando. Eles devem pensar, *Eu pensei que era impossível. Agora acho que eu poderia fazer isso.*
- **Comunidade:**Ajude-os a construir uma conexão entre si. Você pode usar discussões em mesa redonda.

• DIA 2: CONVITE PARA COMPRADORES EMOCIONAIS

- **Dor:**Dê a eles mais conteúdo, conexão e comunidade, mas depois de tantos ahas, eles estão se sentindo sobrecarregados, inseguros sobre como começar e precisam da sua ajuda. Eles sentem uma lacuna entre onde estão (sentindo que podem fazer) e onde querem estar (percebendo tudo o que precisam fazer). Eles estão sentindo que precisam de suporte, solução de problemas e apoio para encontrar o sucesso.
- **Solução:**Apresente seu produto/serviço como a solução.
- **Convite:**Convide-os para receber sua oferta de alto valor e explique que a solução está nas 4 a 6 coisas que vocês farão juntos nos próximos 6 a 12 meses.

• DIA 3: CONVITE PARA COMPRADORES LÓGICOS

- **Decisão:**É seu dever ajudá-los a sair do próprio caminho e fazer o que eles devem fazer. Diga a eles para revisar todas as suas anotações e decidir fazer uma coisa diferente.
- **Compromisso:**Diga a eles para se comprometerem a começar em um dia.
- **Celebração:**Diga a eles que eles devem escolher como celebrarão. Então diga: “Se, ao passar por sua decisão de fazer algo diferente, se comprometer com um cronograma para começar e escolher como celebrar, você percebeu que precisa de ajuda, então meu convite ainda está aqui para você. Decida se juntar a nós. Comprometa-se dando um depósito. E nós vamos celebrar na celebração de boas-vindas.” Você está celebrando que eles investiram em si mesmos e que não estão mais fazendo isso sozinhos.

O CAMINHO SÁBIO DE 3 DIAS

Agora vamos pegar o PAG 3x3 e mostrar como inserir cada peça no seu evento de 3 dias.

Seu conteúdo será a semente dos resultados da sua oferta, e a oferta é apresentada com a Trifecta abaixo.

DAY 1	DAY 2	DAY 3	DAY 1	DAY 2	DAY 3	DAY 1	DAY 2	DAY 3
Opening Keynote		Heart Close	Opening Keynote		Heart Close	Opening Keynote		Heart Close
Meal (30-40 #)	Meal (30-40 #)	Meal Celebration (40 #)	Meal (30-40 #)	Meal (30-40 #)	Meal Celebration (40 #)	Meal (30-40 #)	Meal (30-40 #)	Meal Celebration (40 #)
	Panel/Initiation	Closing Session		Panel/Initiation	Closing Session		Panel/Initiation	Closing Session
Meal (20 #)	Meal Enrollment Break (20 #)		Meal (20 #)	Meal Enrollment Break (20 #)		Meal (20 #)	Meal Enrollment Break (20 #)	
	Laser Coaching And Q&A			Laser Coaching And Q&A			Laser Coaching And Q&A	

• DIA 1

- Palestra de abertura: Encante seu público
- Conteúdo: Fundações
- Intervalo para refeição (60 min.)
- Conteúdo: Tópico 1 (Parte 1)
- Conteúdo: Tópico 1 (Parte 2)
- Intervalo para refeição (60 min.)
- Opcional: Interativo para criar comunidade

• DIA 2

- Discurso principal
- Conteúdo: Tópico 2 (Parte 1)
- Intervalo para refeição (60 min.)
- Conteúdo: Tópico 2 (Parte 2)
- Painel / Convite (Trifecta)
 - Painel de Sucesso para Prova Social
 - Convite para oferta de alto valor
- Intervalo para inscrição para refeição (60 min.)
- Laser Coaching e perguntas e respostas (Trifecta)

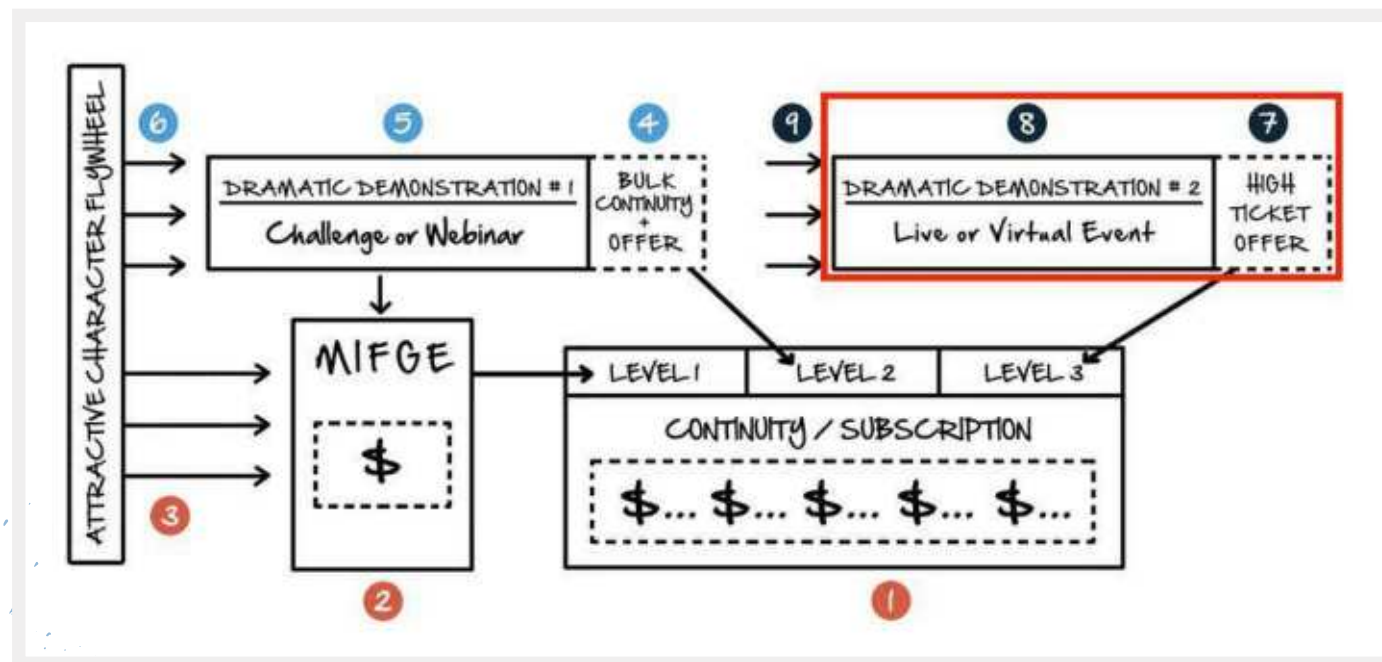
• DIA 3

- Coração Fechado (Trifecta)
- Ajude o comprador lógico a sair da cabeça e entrar no coração.
- Deixe-os saber que a razão pela qual eles dizem que não podem é a mesma razão pela qual eles devem.
- “Seu trabalho é fazer com que a razão deles não...seja a razão deles para.”
— Bari Baumgardner
- Deve estar a serviço de toda a sala (servir primeiro, vender depois).
- Superando Objeções
 - Você não tem tempo para fazer isso? É por isso que você deve fazer isso.
 - Você não tem dinheiro? É por isso que você deve fazer isso.
 - Seu cônjuge não lhe dá apoio? É por isso que você precisa de nós mais do que de qualquer um.
 - Você tem medo de fazer isso? Não é hora de acabar com isso e começar a seguir em frente porque você sabe que foi feito para mais.
 - Você está envergonhado e inseguro porque não acertou? Seu fracasso passado não é um preditor de seu sucesso futuro.
- Conteúdo: Tópico 3 (Parte 1)
- Intervalo para refeição (60 min.)
- Conteúdo: Tópico 3 (Parte 2)
- Sessão de Encerramento

USANDO O LINCHPIN

PARA PREENCHER SUA CONTINUIDADE

Você viu como o MIFGE preenche sua continuidade de Nível 1, e como a Continuidade em Massa + Oferta preenche sua continuidade de Nível 2. Sua Oferta de Bilhete Alto (que você venderá no final de sua Demonstração Dramática nº 2) preenche sua continuidade de Nível 3.



Essencialmente, sua Oferta de Ingresso Alto é apenas outro tipo de MIFGE. Assim como suas outras ofertas, você adicionará tanto valor à sua Oferta de Ingresso Alto que ela será irresistível. Sua Oferta de Ingresso Alto também incluirá acesso em massa à sua continuidade. Por exemplo, quando nossos clientes investem em nossa Certificação Funnel Builder ou no Programa de Coaching Two Comma Club X, eles ganham 6 meses de ClickFunnels Platinum GRATUITAMENTE (mais uma conta de Agência enquanto sua certificação estiver ativa).

CONSTRUTOR DE FUNIL PROGRAMA DE CERTIFICAÇÃO

Aqui está um exemplo da minha pilha de ofertas para o nosso programa de Certificação Funnel Builder (que vendemos no final dos nossos eventos virtuais e presenciais). Você verá que a "Conta da Agência ClickFunnels" é a Continuidade em Massa na nossa Oferta de Ingresso Alto.

What You'll Get Inside Of The Funnel Builder Certification

- 
Funnel Builder Secrets (\$4,997 Value)
 - The 12 Core Funnels + Funnel Hubs + Membership Sites + Follow-Up Funnels
- 
Funnel Builder Certification (\$14,997 Value)
 - 15 Individual Mastery Certifications
 - Funnel Huddles (You Are NEVER Alone)
- 
Geru Agency Account (\$1,997 Value)
 - Paid Proposals Secrets (Get Paid BEFORE You Build)
- 
ClickFunnels Agency Account (\$12,997 Value)
 - Unlock The Unlimited Agency Account
- 
Funnel Scripts Agency Account (\$2,997 Value)
 - Plug Client Avatars In And Unlock All Copy For Your Client!
- 
Funnel Builders Marketplace Premium Listings (PRICELESS)
 - Unlimited Lead Opportunities!

Total Value: \$37,985

PROGRAMA DE TREINAMENTO DO CLUBE X TWO COMMA

Aqui está um exemplo da minha pilha de ofertas para o nosso Two Comma Club X Coaching Program (que também vendemos no final dos nossos eventos virtuais e presenciais). Você verá que as Agency Editions do ClickFunnels, Geru e Funnel Scripts são a Bulk Continuity na nossa High-Ticket Offer.

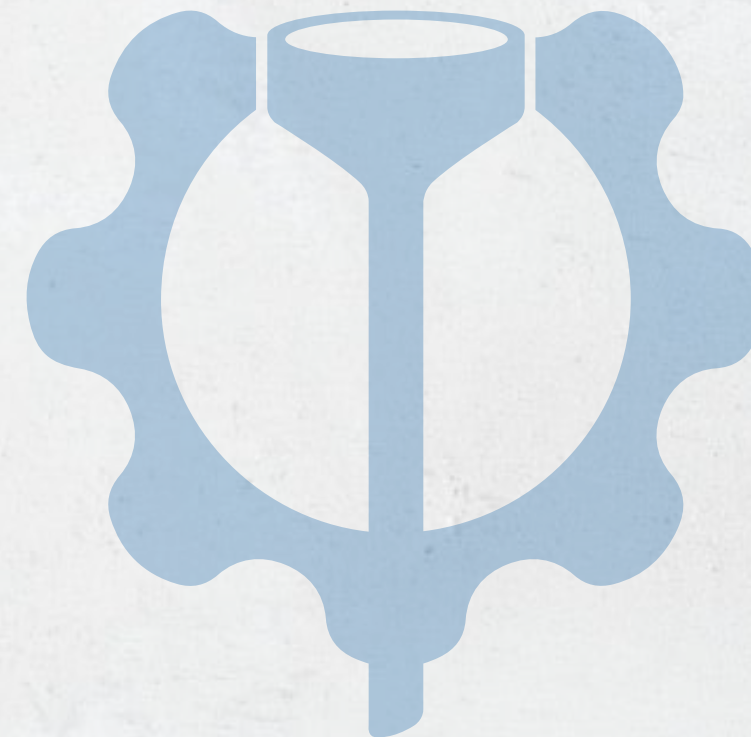
What You're Gonna Get Inside 2CCX

- 
Funnel Builder Certification (\$37,985 Value)
 - Funnel Builder Secrets Training
 - Certification Program + Marketplace Listings!
 - Agency Editions: 6 Months ClickFunnels, Geru, Funnel Scripts!
- 
The Linchpin Success Path (\$24,997 Value)
 - Subscription Secrets
 - MIFGE Secrets
 - Dramatic Demonstrations (Challenge / Webinar / Live Events)
- 
Conversation Domination (\$19,997 Value)
 - 'Attractive Character' Training
 - Integrator / Operator Systems
- 
ClickFunnels Coaching (\$29,997 Value)
 - Performance Coaches
 - 'Big Domino' Daily Accountability Calls
- 
BONUS: Inner Circle LIVE Experiences (\$19,997 Value)
 - Mastermind In Paradise

Total Value: \$132,973

Novamente, ao projetar qualquer uma de suas ofertas, lembre-se de incluir continuidade em todas as três ofertas: MIFGE, Bulk Continuity + Offer e High-Ticket Offer. Aqui está uma última referência do que você pode incluir em todas as suas ofertas. Lembre-se de que este é apenas um guia, e qualquer parte dele pode ser alterada para se adequar ao seu negócio.

<i>Escada de Valor</i>		Nível 1	Nível 2	Nível 3
<i>Tipo assim Vão:</i>		Treinador	Primeira classe	Jato particular
<i>Exemplo Preços:</i>		US\$ 97/mês.	US\$ 297/mês.	US\$ 997/mês.
<i>Eixo de ligação Oferecer</i>		MIFGE	Continuidade em massa + Oferta	Bilhete alto Oferecer
O que Cada nível Poderia Obter para Continuidade	Caminho do Sucesso	✓	✓	✓
	Masterclass mensal	✓	✓	✓
	Passe para os bastidores	✓	✓	✓
	Transformação de Membro	✓	✓	✓
	Comunidade	✓	✓	✓
	Curso		✓	✓
	Grupo Facilitado Treinamento		✓	✓
	Mente Mestra			✓



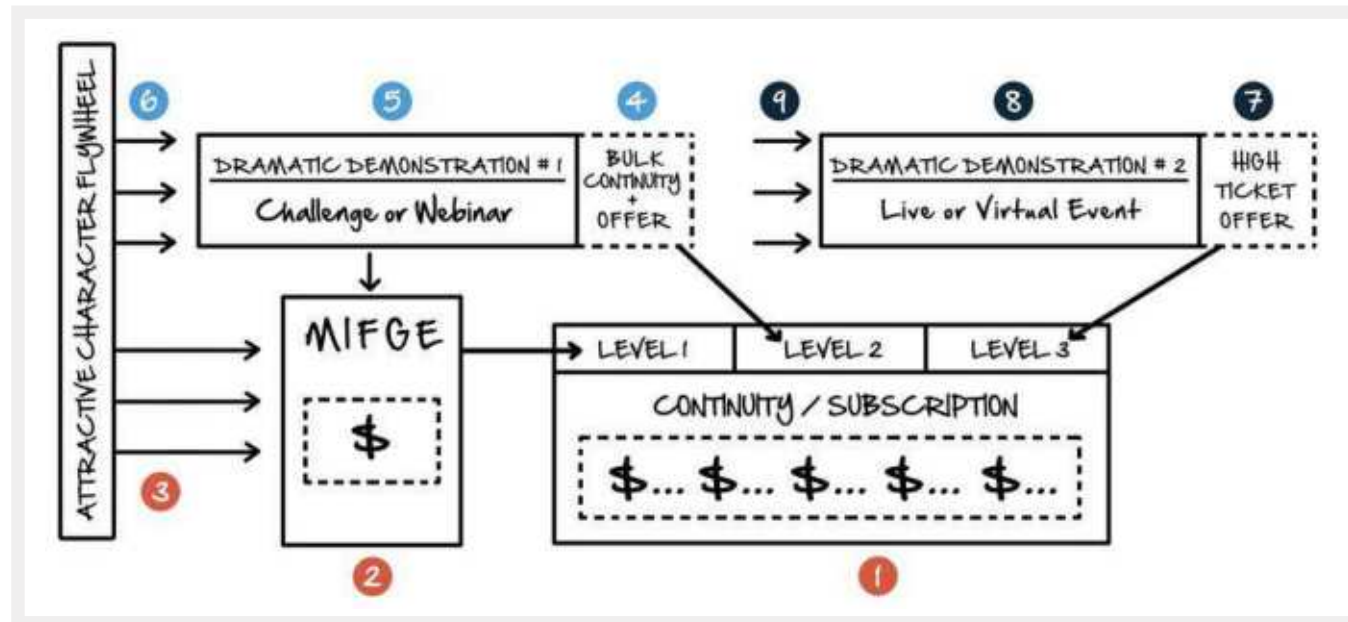
O LINCHPIN

ESCADA DE VALOR

De uma estrutura para uma escada de valor... juntando tudo

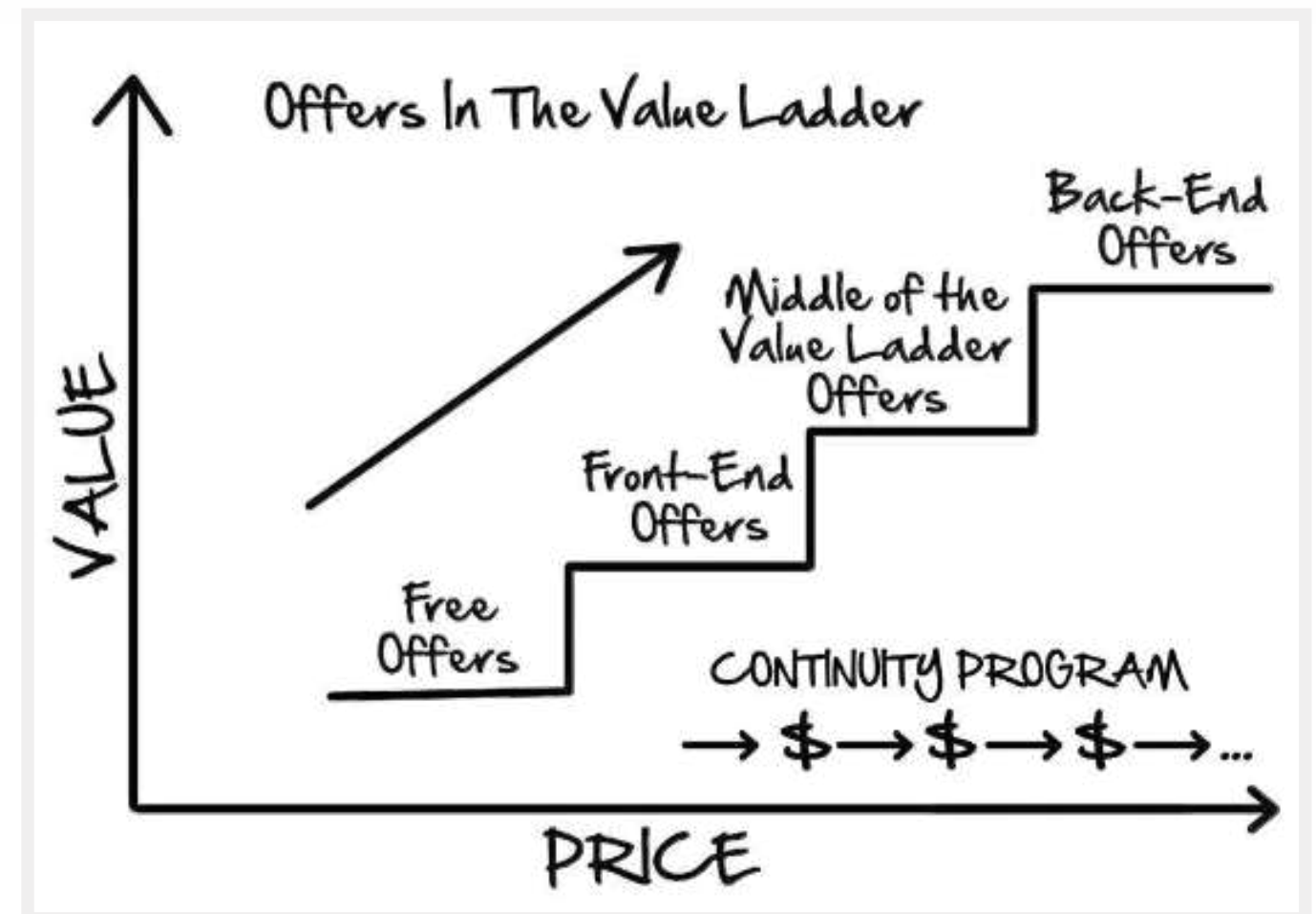
Lembre-se de que você não concluirá todos os três estágios do framework Linchpin de uma só vez. Apenas crie um passo de cada vez, e quando cada estágio estiver produzindo tráfego e vendas consistentes e repetíveis, então você pode construir o próximo estágio.

Agora, deixe-me mostrar como usamos a estrutura Linchpin em nossa Value Ladder hoje. Como um lembrete, aqui está novamente a imagem da Value Ladder do *Segredos DotCom* livro.



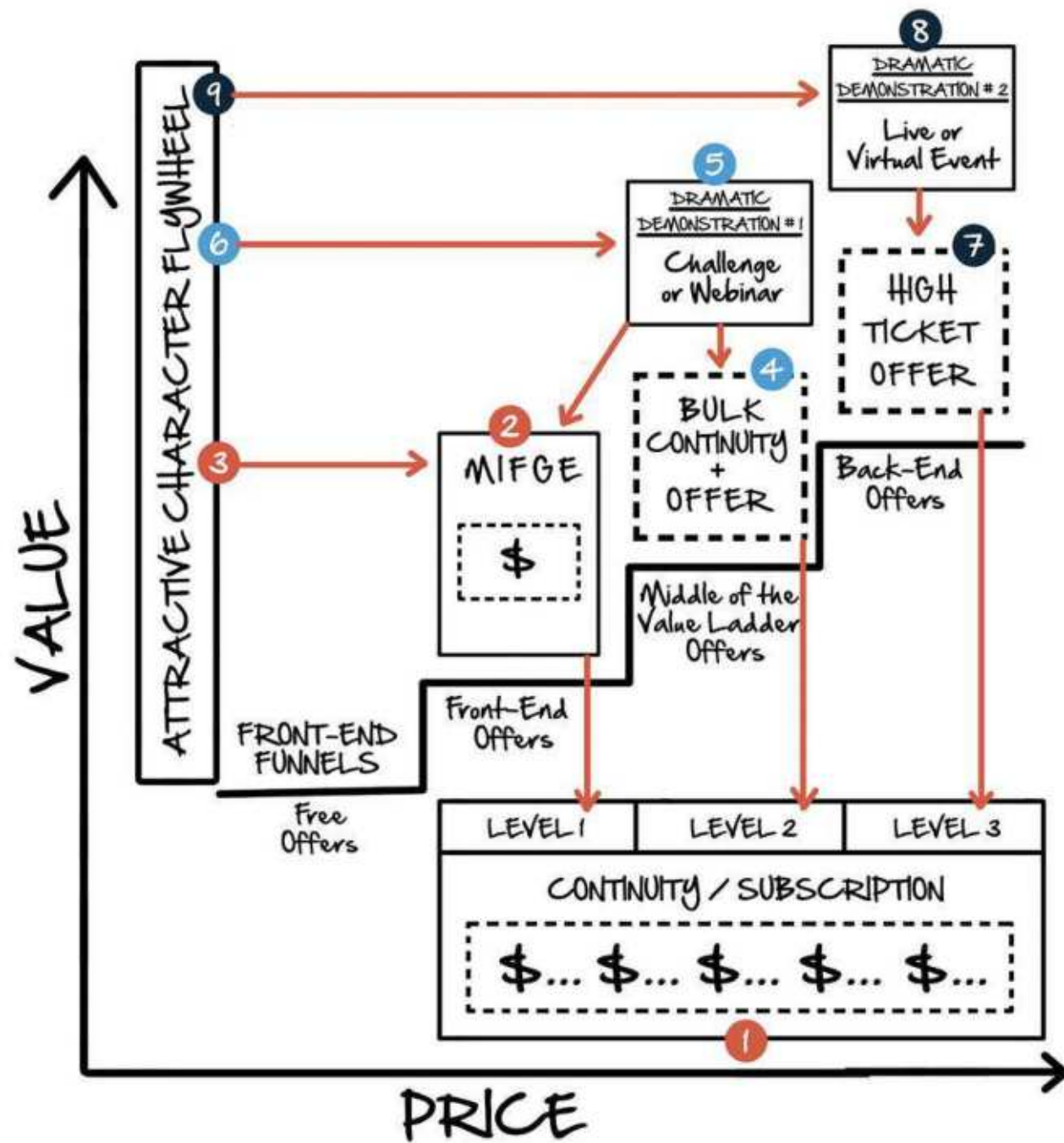
A estrutura do eixo

Agora que você entende toda a estrutura do Linchpin, gostaria de mostrar como a estrutura se encaixa em uma Escada de Valor.



A ESCADA DE VALOR LINCHPIN

Observe como as etapas da estrutura Linchpin se encaixam na Escada de Valor.



Você concluirá as etapas do Linchpin nesta ordem:

ETAPA 1: O MIFGE (Etapas 1-3)

1. Crie seu programa de continuidade ou assinatura

Você criará um programa de continuidade para receber pagamentos recorrentes.

2. Crie seu MIFGE (o presente gratuito mais incrível de todos os tempos)

Você criará uma oferta irresistível que inclui um teste gratuito da sua continuidade.

3. Lance seu MIFGE para o mundo

Você usará o Volante de Personagem Atraente para vender seu MIFGE.

ETAPA 2: DEMONSTRAÇÃO DRAMÁTICA #1 (Etapas 4-6)

4. Crie sua continuidade em massa + oferta

Você criará uma oferta que inclui Continuidade em Massa gratuita (geralmente 6 ou 12 meses).

5. Crie sua demonstração dramática nº 1

Você criará um desafio ou webinar para vender sua Oferta + Continuidade em Massa (além de colocar seu MIFGE na página de agradecimento do seu desafio ou webinar para conseguir mais membros).

6. Lance sua demonstração dramática #1 para o mundo

Você usará o Volante de Personagem Atraente para preencher sua Demonstração Dramática nº 1.

ETAPA 3: DEMONSTRAÇÃO DRAMÁTICA #2 (Etapas 7-9)

7. Crie sua oferta de alto valor

Você criará uma oferta de alto valor (que inclui continuidade em massa e mais).

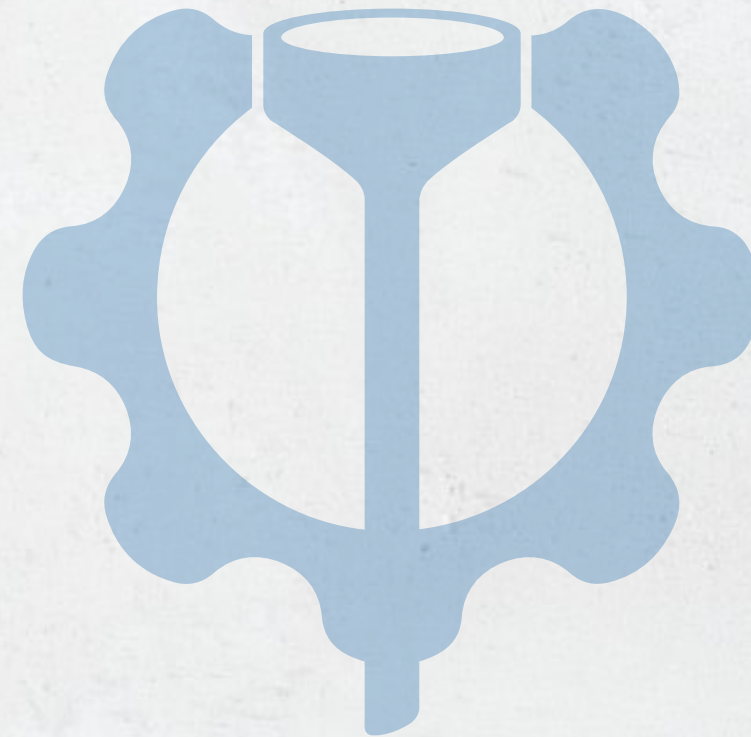
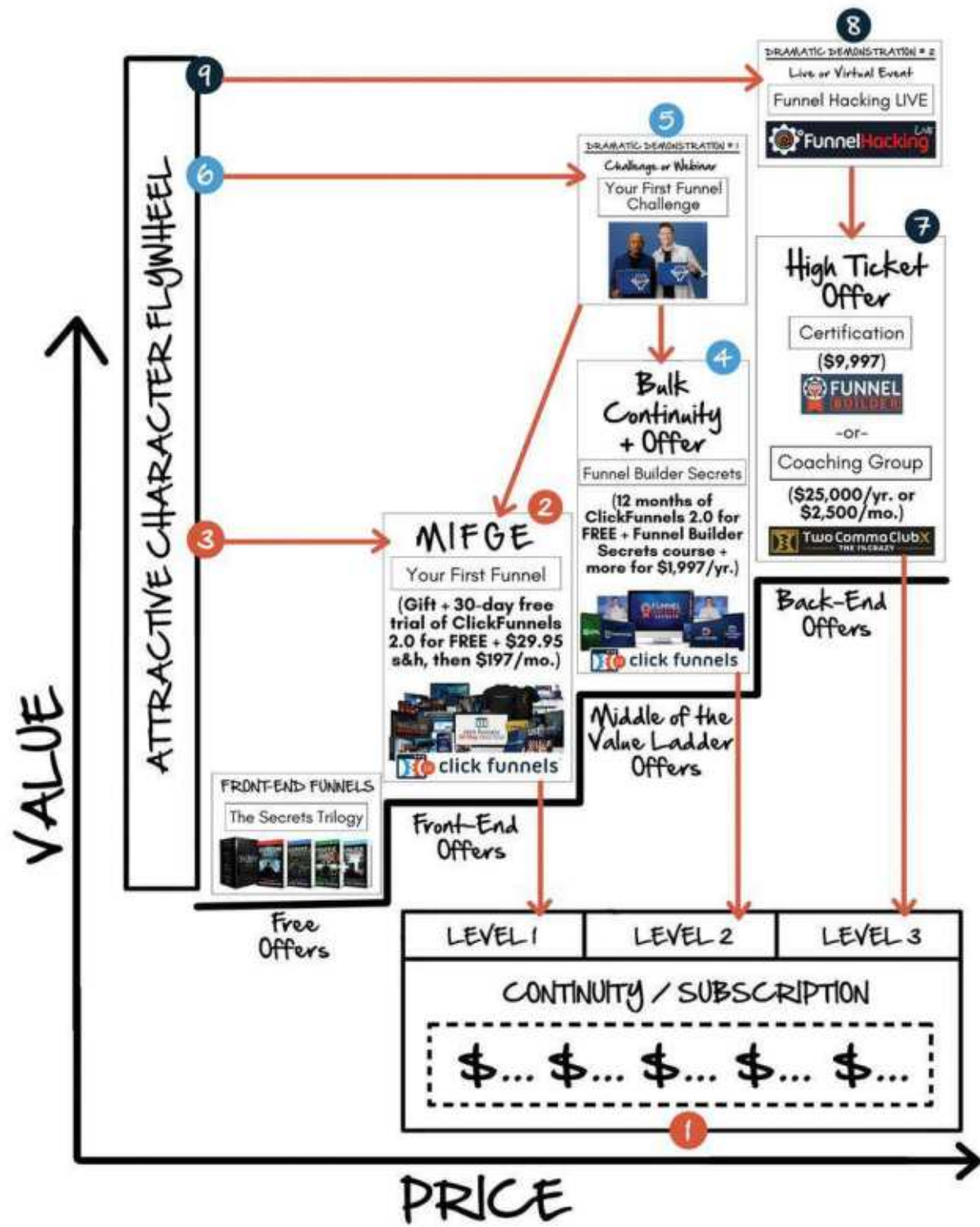
8. Crie sua demonstração dramática nº 2

Você criará um evento virtual ou ao vivo para vender sua oferta de alto valor.

9. Lance sua demonstração dramática #2 Para o Mundo

Você usará o Volante de Personagem Atraente para preencher sua Demonstração Dramática nº 2.

OS FUNIS DE CLIQUE ESCALA DE VALOR LINCHPIN



Capítulo 8

SEU PRÓXIMO PASSO

Quer ajuda para criar sua escada de valor fundamental?

Como mencionei anteriormente, nos últimos anos, temos focado exclusivamente na implementação deste modelo Linchpin em todos os nossos negócios. Fazemos isso com o ClickFunnels. Fazemos isso com a empresa de Dan Kennedy, Magnetic Marketing, que adquirimos. Mas também estamos fazendo isso com nossas empresas de suplementos e nossas outras empresas de infoprodutos e coaching.

Além disso, mudamos completamente o currículo de treinamento do Two Comma Club X para focar somente no Linchpin. Agora, tivemos centenas de empreendedores, como você, que se conectaram àquela comunidade de coaching e mastermind, com o foco de lançar cada passo no Linchpin, passo a passo, até ganharem seu prêmio Two Comma Club X!

Se você gostaria de ter ajuda de mim, dos nossos coaches e dessa incrível comunidade de masterminds, então eu quero convidá-lo a se candidatar para fazer parte desse grupo exclusivo de empreendedores que estão mudando o mundo. Normalmente, só abrimos inscrições para o programa 2CCX durante o Funnel Hacking LIVE, mas como você comprou este livro e leu até o fim, eu quero convidá-lo a se candidatar para participar e pular para a frente da fila.

Criei um vídeo com membros contando suas histórias no 2CCX, junto com um aplicativo simples.

Você pode se inscrever para fazer parte deste grupo exclusivo em TwoCommaClubX.com.

Depois de se inscrever, você receberá um rápido telefonema de alguém da minha equipe para ver se você é uma boa opção para o programa. Se for, e estiver pronto para começar agora, você pode trabalhar diretamente comigo e minha equipe de treinadores nos próximos dias para construir a Etapa #1 do seu Linchpin, seu programa de continuidade.

Muito obrigado pela leitura e mal posso esperar para ver as vidas que você mudará com seu Linchpin!

**THE LINCHPIN FRAMEWORK HELPS YOU STRUCTURE
YOUR OFFERS IN YOUR VALUE LADDER FOR**

MAXIMUM PROFIT AND SCALABILITY

A lot of people talk about how ClickFunnels grew from startup to over 9 figures in just 3 years, and they all point to different reasons why. Some attributed it to the software, others because of the community, and others think it's because of our books or one of our funnels. While all of these things are HUGE contributors to our success, I am fully aware that there was one small tweak we made to our funnels, about 3 weeks after we launched, that instantly 10Xed ClickFunnels almost overnight and was the key to our rapid growth.

**THIS BOOK IS GOING TO WALK YOU
THROUGH THE MODEL THAT WE NOW
AFFECTIONATELY CALL "THE LINCHPIN."**

It's not just "a way" to build your company and structure your funnels; it is "THE WAY." It's the model that all of our coaching clients inside of our "Two Comma Club X" coaching program are following. It's the model that we coach all of my Inner Circle members in during our mastermind meetings. It is the model that every one of my companies follow, and if something doesn't fit into this Linchpin model, then we don't do it. Yes, it's that important.

-RUSSELL BRUNSON