

## **Mentoria 13/11 – Prestador de serviço;**

- Marcos Menezes Campolina Diniz
- Nicho: Direito Médico
- LP: <https://lidiacampolina.com.br/>
- Link do instagram: <https://www.instagram.com/lidiacampolina/>
- Nível CE: Acima de 51%

Faturamento 30D: 15k (5k, 5k, 15k)

Investimento em tráfego 30D: 830

Lucro 30D: 13k

Funil de métricas:

Impressão: 12.300 (é a quantidade de vezes que um anúncio é impresso na tela do usuário)

Cliques: 650

Leads: 49

Vendas: 1 – ticket De 5k a 8k

Plano de saúde.

Qual a principal dificuldade que você tem nesse negócio?

Principal dificuldade são os cliques no botão da página iniciarem conversa. Nos últimos 30 dias, tive 49 Leads, contudo, apenas uma pessoa me chamou no WhatsApp, a que fechou a contratação.

=====

Principal transformação:

Obter tratamento ou medicamento que foi negado pelo plano de saúde ou SUS.

=====

3 ações para o lead chegar lá >>>

Média de mercado geral: 50% dos “leads” que clicam no botão iniciam a conversa. (10 cliques > 5 vão conversar com você).

=====

Especificidade.

Quando você vende um produto de alto ticket.

- \* Trabalhar vídeos de conteúdo no Instagram (médio/longo prazo)
- \* Trabalhar vídeos de conteúdo no YouTube (médio/longo prazo)

99% das pessoas não sabem que tem esse direito.

> Mostrar os anúncios da Lídia em vídeo para os usuários (descoberta).

=====

Lista de tarefas:

1. LP: Comunicação direta apenas com quem possui plano de saúde. (2 Cirurgia)

“Descubra como conseguir a aprovação de Cirurgia, tratamento ou medicamento que foi negado pelo seu plano de saúde.”

Converse com uma advogada especialista e saiba como obter esse direito que já é seu.

1.1 Parar de direcionar direto para WhatsApp; (Opção de formulário prioridade > Botão Whats secundário).

Uma informação mais precisa de até quanto você pode/quer pagar por lead.

Você não sabe o valor do lead.

2. Criaria uma pesquisa com 5 perguntas no máximo de POR QUE NÃO COMPROU.

2.1 Criar uma pesquisa para quem se torna clientes.

(Respostas são bases para tudo) Segmentação, público, copy, palavras-chave....

3. Criar um planejamento de palavras-chave para cada tipo de "categoria".

1. Pesquisas com cliente;

2. Planejador de palavras-chave;

3. Sem Rush (site);

4. Answer de public (site);

1. Advogado especialista em saúde;

2. Cirurgia negada por plano de saúde

3. Bariátrica; .

Comunicação > palavra-chave > anúncio > destino

Advogado especialista em saúde > Advogado especialista em saúde >

Advogado especialista em saúde > Advogado especialista em saúde

Comunicação > palavra-chave > anúncio > destino

Cirurgia negada por plano de saúde > Cirurgia negada por plano de

saúde Cirurgia negada por plano de saúde > Cirurgia negada por plano de saúde

Comunicação > palavra-chave > anúncio > destino

Como conseguir bariátrica pelo plano > Como conseguir bariátrica pelo plano > Como conseguir bariátrica pelo plano > Como conseguir bariátrica pelo plano

90% palavras foco e 10% CTA (Call to action > chamada para ação)

Como conseguir uma cirurgia bariátrica pelo meu plano de saúde

Keyword: pega o termo pesquisado exato e joga automaticamente no anúncio.

4. Campanha de remarketing (10 a 20 reais)

5. Aumentaria um pouco o orçamento; (50,00)

6. Estratégia de lance (no início) maximizar conversões, sem CPA desejado. (Cuidado maior > Google no controle).

7. Segunda alternativa: Utilizar CPC (custo por clique) manual (Você no controle).

Como resolver uma cirurgia negada; 30,00

8. Dois tipos de campanha de pesquisa.

1. Fundo

1. Advogado especialista em saúde;

2. Cirurgia negada por plano de saúde (Não pesquisam só isso aqui)

VIAJANTES FREQUENTES

3. Bariátrica;

4. Institucional (Nome da profissional)

2. Meio

1. cirurgia abdominoplastia

3. TOPO > Porque 99% das pessoas não sabem que isso é possível (elas não buscam) (Instagram e YouTube.)

9. Incluir público de observação.

\* Rede pesquisa - Fundo do funil.

\* Levantar recurso.

Alinhamento Extremo:

Comunicação > palavra-chave > anúncio > destino

Cirurgia negada > Cirurgia negada > Cirurgia negada

Aumenta de índice de qualidade do anúncio.

Orçamento de 30,00 por dia >> 20,00 (lance)

40,00 > 20,00 (2 leads)

AMPLA

Cirurgia negada

EXATA

[Cirurgia negada]

CONTÉM

“Cirurgia negada”

Local > Rede pesquisa > Lance vs. orçamento