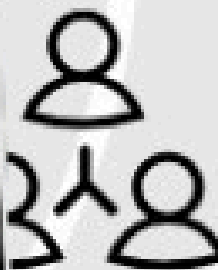
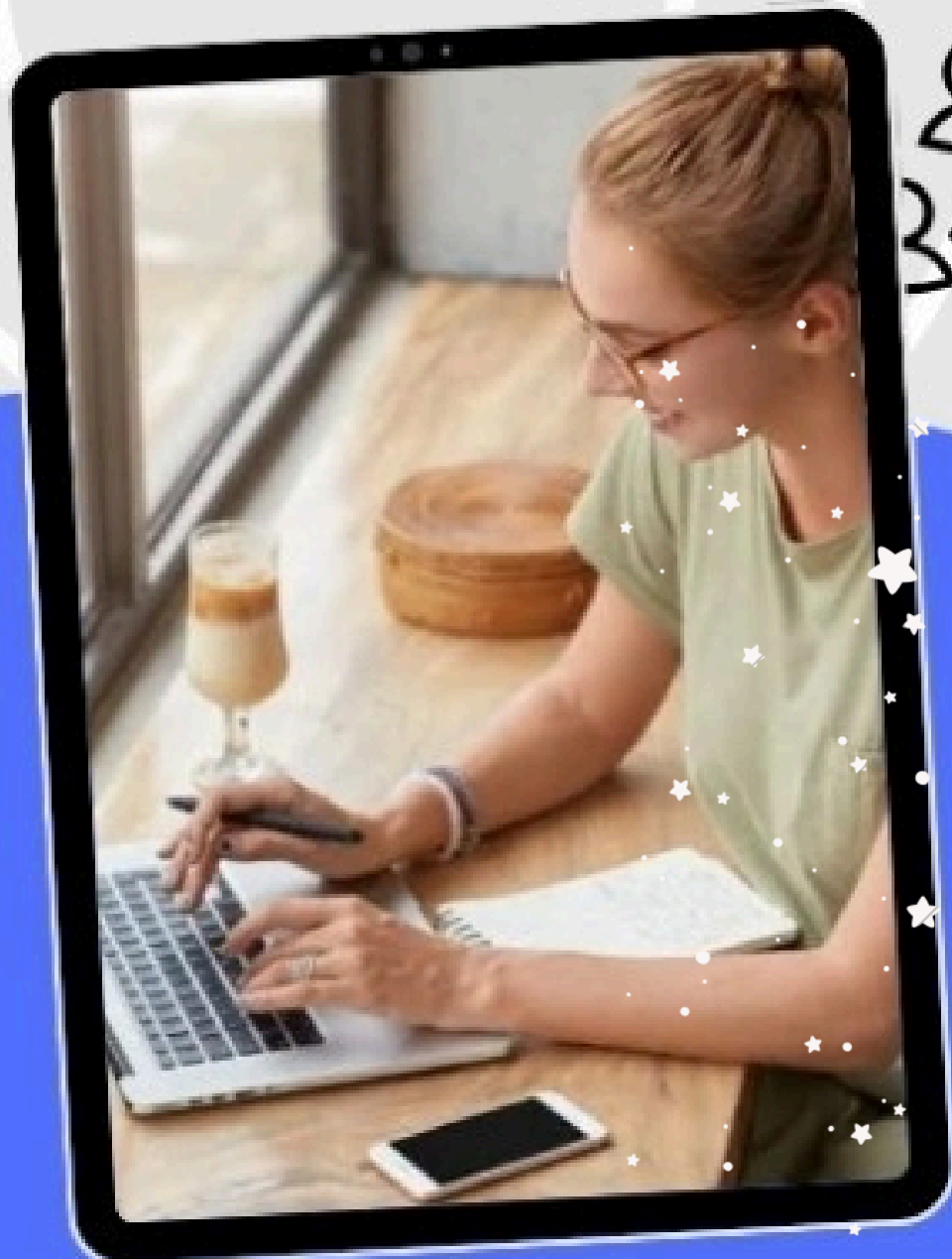


E-BOOK MARKETING DIGITAL

do Zero



Guia Completo de como ter
Um Negócio de Sucesso Online





**Com uma narrativa
inspiradora, apresento
histórias que oferecem
reflexão sobre questões
universais como o propósito
da vida, a busca pela
felicidade e a realização dos
sonhos.**

Rodolfo Souza

ÍNDICE

4 - Apresentação

9 Capítulo 1- Por onde começar

10 - O que é ser um Produtor

11 - O que é ser um Co-Produtor

12 - O que é ser um Afiliado

14 - O que é ser um

Estrategista Digital

15 - O que é ser um Copy Writer

17 - Capítulo 2 - Entenda como

funciona o Funil de Vendas

**25- Capítulo 3 Qual a Rede Social Ideal
para seu Público-Alvo**



32 - Capítulo 4 Faça suas Habilidades

Convergiem para seu público-alvo

36 - Que Tipo de Afiliado você vai ser?

40 - 10 Estratégias para Ter

Primeiros Resultados

44 - Como Tudo Começou(Recomendações)

Apresentação

Olá tudo bemmm !!??

Eu sou o Alessandro Garcia, empreendedor digital e marketing de influência e com esse ebook pretendo ajudar você a como pode usar a internet como uma ferramenta de sua vida, mas não só a sua vida mais também se outros através de sua comunicação.

Um dia eu fui uma pessoa como você, em busca de uma vida melhor, estabilidade financeira e aproveitar a vida como gostaria.

Sei que é insuportável levantar bem cedinho pegar aquele busão bem lotado ao ponto de não conseguir dar um passo, um trabalho chato, funcionários que mais parecem **robozinhos** em que acabando o seu expediente e ele é desligado, e o pior de todos aquele chefe que a única coisa que sabe fazer é mandar, mandar e mandar.



Me conheça



Eu sou jornalista e amo a comunicação e entendo que ela é uma arma para trazer liberdade às pessoas.

Fui feliz e sou feliz na profissão que escolhi para minha vida, por muitos anos trabalhei em uma emissora de TV e uma identidade completa, então veio o ano de 2020 e com ela a Pandemia da Covid19 ...

Bem acho que você meu amigo deve ter entendido o que me aconteceu. Perdi o meu emprego, o meu chão, pois era o que gostava de fazer e onde conseguia extrair o meu melhor.



Por um bom tempo fiquei sem saber o que fazer, mas não podia ficar "chorando pelo leite derramado" como diz o ditado popular, pois de uma forma ou de outra minha vida tinha que continuar.

Foi então que o Marketing Digital entrou em minha vida, não foi fácil e como se fala " Já dei muitas cabeçadas" e minha intenção nesse ebook é mostrar as principais ações a serem tomadas para que você meu amigo não caía nos mesmos erros pelo que eu passei.

Não vou falar aqui que vai ser fácil, e que se você fazer isso ou aquilo outro e começará a ganhar milhões como muitos **gurus Marketing Digital**

prometem, mas sim um conjunto de ações que fazem estruturar um **Negócio Online.**



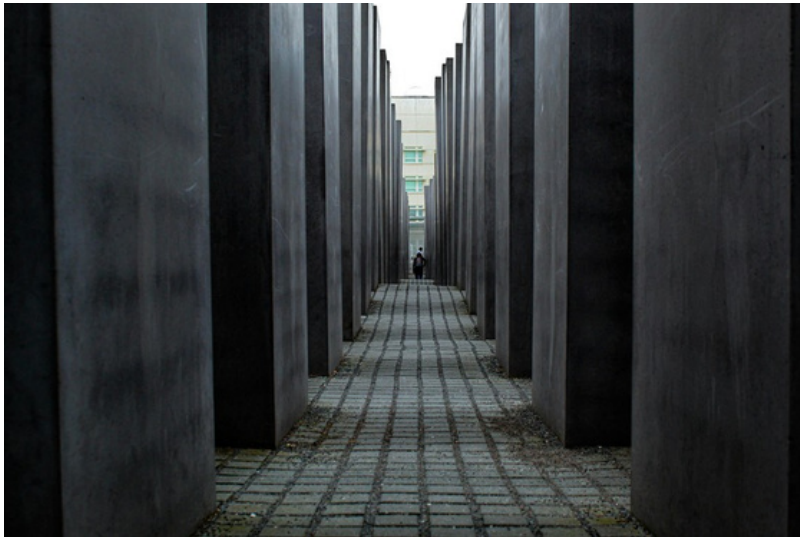
E você que está que baixou este livro digital é uma entre muitas pessoas que não se conforma com vida que leva está em busca de uma transformação financeira e o bem estar de sua família, você que tem coragem de perder um pouco do seu tempo e adquirir conhecimento para de alguma forma ter a mudança de vida tão desejada é uma pessoa que admiro, parabéns !!! 🙌🙌🙌

CAPITULO 1

POR ONDE COMEÇAR



POR ONDE COMEÇAR



No Marketing Digital tem uma afinidades de áreas a serem exploradas, por exemplo você pode ser um Social Mídia divulgando produtos e serviços de empresas em redes sociais, Copywriter fazendo e planejando toda a comunicação a ser feita para uma empresa, Gestor de Tráfego é fazer a parte de Tráfego pago para algum serviço ou produto.



Para você que esta começando tem três formas básicas para iniciar no Marketing Digital.

O QUE É SER UM PRODUTOR

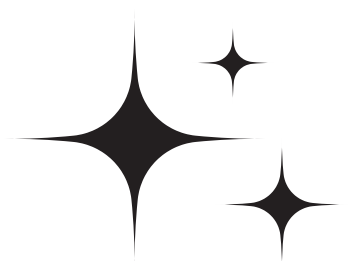


Ser um produtor digital é ter um produto ou serviço bem formatado com a transformação que ele fará em seu público-alvo, em que você é a cara do seu produto ou serviço.

O que é ser um Co-produtor



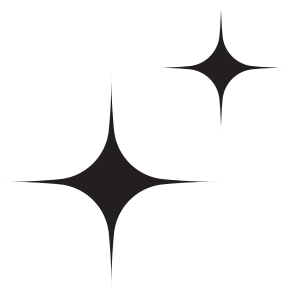
Quando você é um Co-produtor seu trabalho é nos bastidores, estruturando toda a parte de comunicação para ser divulgado nas redes sociais, tanto orgânico como no tráfego pago.



O que é ser um Afiliado



Ser um afiliado é a forma mais básica de começar no marketing digital, que consiste em divulgar infoprodutos digitais e físicos, utilizando estratégias de atração para que o maior número de pessoas visitem o site do produto, caso alguém compre pelo seu link do produto você ganha uma porcentagem, que varia de 30 à 80% do valor do produto.

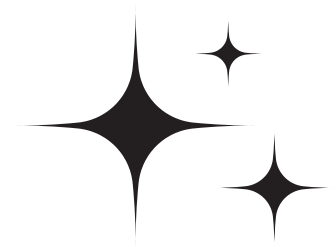


Depois que você já sabe como atuará no mercado, chegou a hora de mapear seu público-alvo, acredito que você já ouviu falar em " achar seu avatar ou sua persona".

Aqui você vai definir quem vai consumir seu produto, por gênero de pessoa(homem ou mulher), idade, local geográfico, estatua financeiro e quanto mais é refinado for essa pesquisa maior a chance de você acertar seu público-alvo.

Para que essa transformação aconteça, é essencial criar uma jornada de aprendizado e conexão com o seu público.

Lembre-se de que as pessoas não compram apenas produtos ou serviços, elas compram soluções para os problemas delas e, mais importante, confiam em quem as orienta nesse processo. Por isso, alinhe a sua comunicação para educar, gerar valor e criar um vínculo genuíno com a sua audiência.



Estrategista Digital

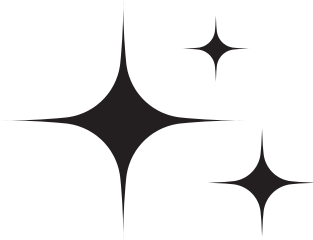
Estrategista de um negócio digital é aquela pessoa responsável de como o produto será divulgado, se será um conjunto de lives, onde se constrói uma história, a jornada, seu processo de aprendizado até o sucesso, construindo uma autoridade .

O objetivo aqui é mostrar que a pessoa adquiriu um conhecimento e tem um produto, um serviço capaz de agregar valor e sanar as principais necessidades.

Um estrategista digital é o encarregado de pensar em todos os detalhes que irá acontecer nas lives ou conteúdo que irá propagar, quanto mais detalhes tiver, melhor será o conteúdo a ser divulgado do produto.

Dica de empreendedorismo digital:

Invista em criar uma presença autêntica nas redes sociais. Compartilhe histórias reais, conquistas e até desafios. A autenticidade é o que diferencia você em um mercado saturado e atrai pessoas que se identificam com os seus valores e propósitos. Quanto mais próximo você estiver da sua audiência, mais fácil será construir uma comunidade fiel ao redor do seu negócio.

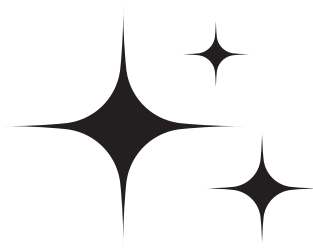


O que é ser um Copywriter

Ser um Copywriter é ser aquele profissional que escreve o conteúdo, trata toda a informação de uma forma que fique atraente para quem consome o conteúdo, nisso se faz o uso de palavras de persuasão e gatilhos mentais .

O que é ser um Designer

Para que esse texto ganhe vida e crie uma conexão genuína com o público, é fundamental contar com a habilidade de um designer, responsável por desenvolver toda a identidade visual do projeto. Essa identidade inclui desde a criação de uma marca consistente e visualmente atraente até a elaboração de materiais gráficos que impactem o público nas principais plataformas digitais. O designer se encarrega de produzir posts cativantes para Instagram e Facebook, stories interativos e visualmente envolventes, além de thumbnails atrativas para vídeos no YouTube. Todo esse trabalho visual contribui para reforçar a mensagem do conteúdo, despertar o interesse do público e transmitir profissionalismo e credibilidade, elementos essenciais para conquistar engajamento e conversões.



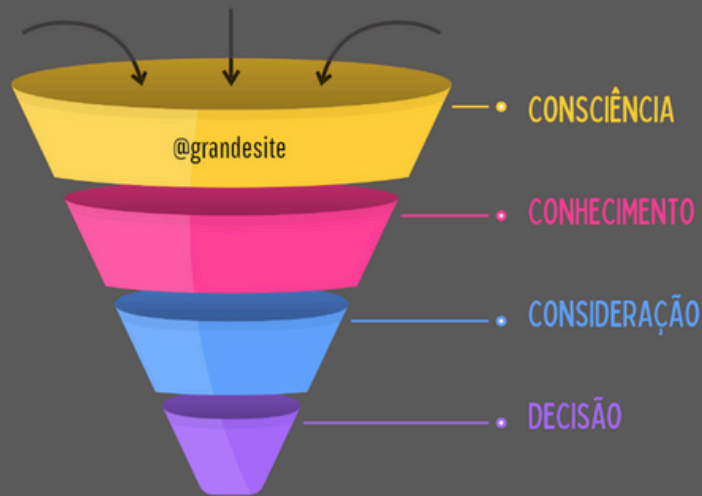
CAPITULO 2

ENTENDA COMO FUNCIONA O FUNIL DE VENDAS



FUNIL DE MARKETING E VENDAS

Entenda como funciona

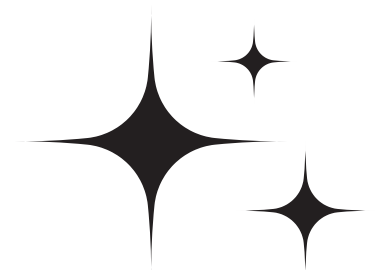


EXPLICAÇÃO



Muitas vezes ouvimos falar que você precisa fazer o seu "Funil de Vendas", mas você sabe o que é um Funil de Vendas ?

Ele explica a jornada que leva pessoas a serem potenciais clientes:



Topo de Funil →

É o começo da jornada e aqui a ideia é atingir aquela pessoa que tem um problema, mas não noção alguma de seu problema e que você tem uma solução.

EXEMPLO: UMA PESSOA QUE SENTE DIFICULDADE EM VENDER ONLINE PODE SE DEPARAR COM UM CONTEÚDO COMO "Os 5 MAIORES ERROS AO COMEÇAR NO MARKETING DIGITAL". NESSE MOMENTO, ELA AINDA NÃO PERCEBE A RAIZ DE SUAS DIFICULDADES, MAS O CONTEÚDO PLANTARÁ A SEMENTE PARA GERAR INTERESSE.

Meio de Funil →

Nesta etapa a pessoa já entende que tem um problema, mas que ainda não encontrou uma solução, então é criada uma comunicação para mostrar como ela pode resolver esse incômodo pessoal.

EXEMPLO: PARA O MESMO PÚBLICO DO EXEMPLO ANTERIOR, VOCÊ PODE OFERECER UM MATERIAL COMO "GUIA PRÁTICO PARA CRIAR UM FUNIL DE VENDAS EFETIVO". AQUI, A PESSOA JÁ SABE QUE TEM DIFICULDADES PARA ORGANIZAR SUAS ESTRATÉGIAS E ESTÁ MAIS ABERTA A RECEBER AJUDA.



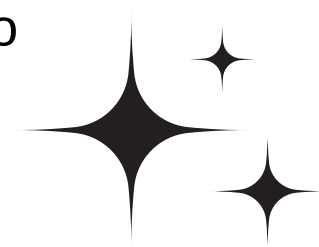
Fundo de Funil →

Agora é o último momento antes de acontecer a venda , em que a pessoa já está consciente de seu problema, conhece a solução para o seu problema, conhece o seu produto e só está esperando uma boa oportunidade de comprar.

EXEMPLO: APÓS CONSUMIR SEUS CONTEÚDOS NO TOPO E MEIO DO FUNIL, O CLIENTE RECEBE UMA OFERTA COMO "CURSO COMPLETO DE MARKETING DIGITAL COM 50% DE DESCONTO, VÁLIDO APENAS HOJE". ISSO PODE SER O INCENTIVO FINAL QUE ELE PRECISA PARA TOMAR A DECISÃO DE ADQUIRIR O PRODUTO.

Conclusão

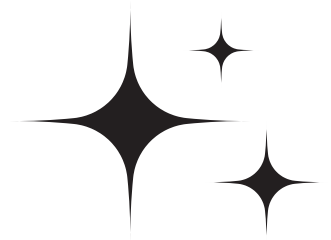
O funil de vendas não é apenas uma sequência de etapas; é uma jornada de construção de confiança e relacionamento. Ele guia o cliente desde o momento em que ele não tem clareza sobre seu problema até o momento em que decide que o seu produto ou serviço é a solução ideal. Cada etapa exige uma abordagem específica e uma comunicação alinhada às necessidades do público naquele momento, garantindo que ele avance no processo de forma natural e confiante.



Como se tornar o numero 1 de público-alvo



O maior esforço que teremos que fazer é criar uma identidade forte e autêntica com seu público-alvo, de modo que ele não apenas se enxergue em sua história, mas também sinta que você entende suas dores, desafios e aspirações. Quando o público percebe que você já trilhou o mesmo caminho que eles estão percorrendo, isso gera confiança e uma conexão emocional poderosa. Essa identificação faz com que eles acreditem que, com sua experiência e o seu produto ou serviço, poderão alcançar suas metas de forma mais eficiente, evitando erros e aprendendo com os atalhos e soluções que você já descobriu. O objetivo é transmitir segurança e autoridade, mostrando que você é o guia certo para levá-los ao sucesso que tanto desejam.

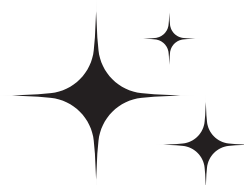


Para criar essa identidade com seu público-alvo, é essencial demonstrar que você tem algo de valor a oferecer, algo que realmente pode transformar a jornada deles. Isso se constrói através de uma Comunicação clara, persuasiva e segmentada, onde cada mensagem é pensada estrategicamente para atingir o estágio certo no funil de vendas que discutimos anteriormente.

Aqui é crucial entender as necessidades de cada etapa: no topo do funil, você atrai a atenção e desperta interesse; no meio, você reforça a confiança e oferece soluções tangíveis; e, no fundo, você entrega a certeza de que seu produto ou serviço é a escolha certa para ajudá-los a alcançar seus objetivos com mais facilidade e menos erros."

Fique Ligado

A intenção aqui é levar uma pessoa completamente desconhecida de seu problema, levar tomar consciência do problema e que você tem a solução.

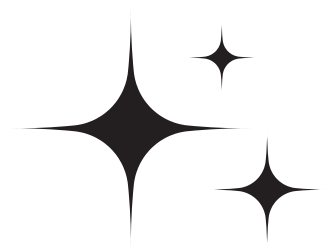


A sua história importa



Muitos que começam no Marketing Digital, sentem presos sem saber por onde começar mas, isso pode ser mais simples do que parece, eu recomendaria que comece sua própria história e seu aprendizado, pois você sempre encontrará alguém que não tem o seu conhecimento.

Garanto que sua história tem um alto potencial de criar uma identidade com o seu público-alvo.



Atenção:

Como pessoas são visuais, ter um banner com uma diagramação bacana chama atenção para a informação que você quer transmitir. Esse é o momento de explorar a criatividade e investir em testes para alcançar um design que seja não apenas visualmente agradável, mas também eficaz na comunicação. É importante considerar elementos como cores, fontes, imagens e até mesmo o espaço em branco, que pode ajudar a destacar os pontos principais. Além disso, analisar a resposta do público ao design pode trazer insights valiosos para aprimorar ainda mais sua mensagem visual.



A 1ª impressão é a que fica



Fazer um bom texto que se identifique com seu público-alvo não é o suficiente, ter um perfil bem arrumado e com um design agradável pode ser um diferencial em quem vai querer te seguir nas Redes Sociais.

Pense comigo "Ninguém quer seguir alguém se essa pessoa passe algo de valor" .

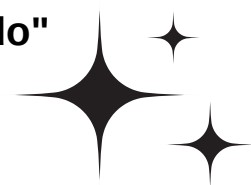
1. Use sua jornada como exemplo:

Mostre que ninguém começa sabendo tudo. Fale dos erros e aprendizados que você teve no início e como isso o ajudou a crescer. Isso cria uma conexão mais forte com quem está começando.

2. O foco é resolver problemas:

Explique que as pessoas seguem quem oferece soluções. Mesmo um conhecimento básico pode ser transformador para alguém.

Um bom exemplo: o que é básico para você pode ser o "segredo" que outra pessoa precisa para dar o próximo passo.



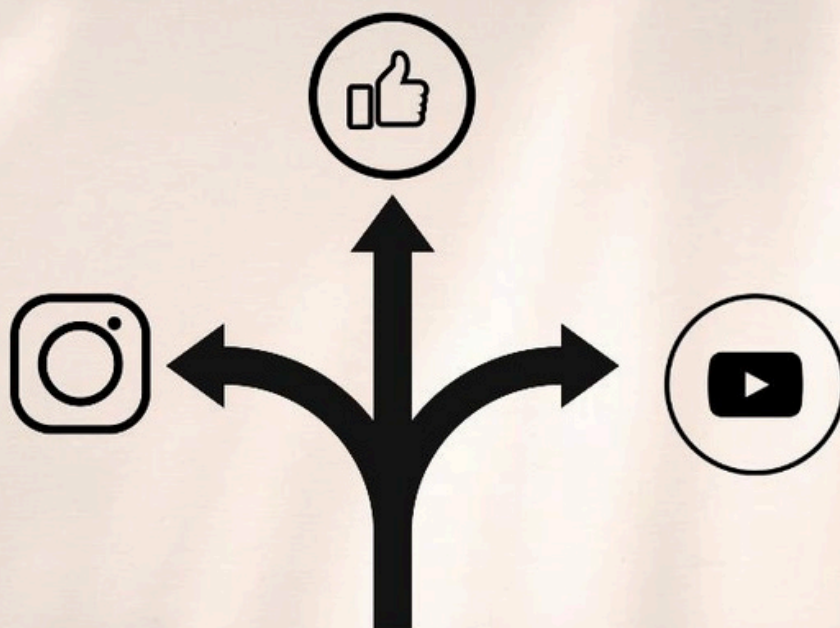
CAPITULO 3

QUAL A REDE SOCIAL IDEAL PARA SEU PÚBLICO-ALVO



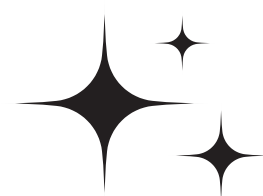
Como encontrar

A melhor Rede Social ?



É normal para alguém que está começando no Marketing Digital querer "abraçar o mundo" isso é o primeiro erro de todo iniciante.

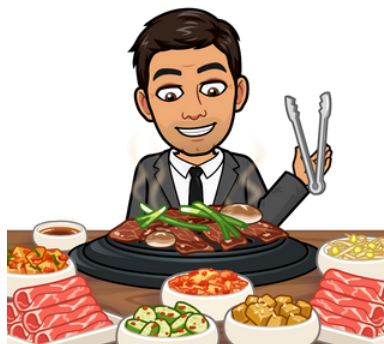
Começa a fazer alguns posts no Instagram, vídeos no YouTube e ...



Vou passar para você alguns motivos para não usar todas as Redes Sociais em seu Negócio Online, você concorda que não dá para agradar a todos !!??

Em primeiro lugar cada Rede Social tem suas particularidades e um perfil de público diferente que consome seu conteúdo.

Tem Redes Sociais em que o público em sua maioria são jovens em que sua busca é o entretenimento, já outras são pessoas mais maduras em busca de uma informação que tirei suas dúvidas.



A regra aqui é produzir um conteúdo que atinja um público específico.

Curiosidade do Empreendedor

O marketing de influenciadores movimenta mais de 16 bilhões de dólares por ano globalmente.

Antes de você escolher uma Rede Social para produzir seu conteúdo, é necessário você entender algumas particularidades:

Instagram : Ideal para publico jovem(18 a 34 anos) visual e focado em Lifestyle, empreendedorismo ou produtos estéticos

TikTok: Voltado para tendências , humor, criatividade e publico mais jovem

YouTube: É estruturado para produzir conteúdos mais longos e com a finalidade de educar sua audiência

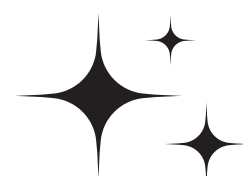




Facebook

Em termos de usuários é a maior rede social do mundo, é claro que quando ela começou algumas estratégias eram mais eficazes, estratégias como só divulgar um link de afiliado em um grupo do Face não funcionam mais, pois o mercado está mais maduro, para uma divulgação de um produto ser mais assertivo, tem que se tratar um conteúdo trazendo valor para um determinado produto.

Mas como uma ferramenta para propagar conteúdo, criar uma identidade e branding ainda o Facebook é muito válido.



Instagram



Adquirido pelo Facebook em 2012, foi criada para ser uma Rede Social para compartilhar fotos e imagens e como o próprio nome diz, o conteúdo é para ser consumido rápido, ao decorrer do tempo e com a criação de novas funcionalidades com “**history**” e “**Reels**” criando uma identidade entre uma **Marca** e seus Seguidores.

YouTube



O YouTube é uma plataforma de criação de videos, é claro que tem a barreira de fazer videos, mas diferentemente do Instagram o conteúdo tem a tendência de tardar para envelhecer, pois quanto mais ele é mais ele é recomendado pelo algoritmo da plataforma.

SAIBA MAIS ...

Os vídeos têm 84% mais chance de engajar do que outros tipos de postagens, sendo que o YouTube é o segundo motor de buscas depois do Google.

Dica 1

CONSISTÊNCIA É MAIS IMPORTANTE QUE FREQUÊNCIA

Muitas pessoas acreditam que postar conteúdo varias vezes ao dia e a chave para o crescimento nas Redes Sociais, mas analises do mercado mostram que manter a consistência de um conteúdo de qualidade e direcionada tem a tendência de engajar mais com seu público-alvo.

Dica 2

O ENGAJAMENTO VALE MAIS QUE O NÚMERO DE SEGUIDORES

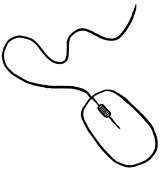
Ter seguidores não é garantia de sucesso nas Redes Sociais, o algoritmo de plataformas como Instagram e TikTok priorizam conteúdos interações (curtidas, comentários e compartilhamentos) assim focar em conteúdos que conecte com seu publico é eficaz que atrair seguidores.



CAPITULO 4

**Faça suas Habilidades
convergiem para seu
Público-alvo**





Antes de começar o seu Negócio Online é necessário acontecer três fatores que te ajuda alcançar o público que pretende atingir.

Habilidades

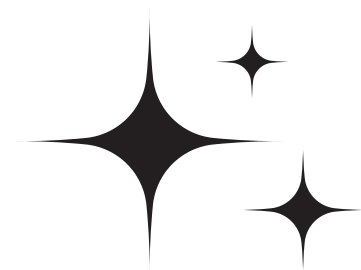
Afinidades

Demanda

Para você ter uma comunicação que atinja o público ideal para o seu Negócio Online tem que acontecer uma convergência entre suas habilidades, suas afinidades pessoais e uma demanda de pessoas buscam uma solução para algum problema.



Para você ter uma comunicação que atinja o público ideal para o seu Negócio Online tem que acontecer uma convergência entre suas habilidades, suas afinidades pessoais e uma demanda de pessoas buscam uma solução para algum problema.



Isso é o ideal, essas três esferas se convergir em, mas as vezes você irá encontrar uma demanda de pessoas, mas não tem uma habilidade mais uma curiosidade de se aprofundar no assunto e encontrar uma solução para o problema desta demanda de pessoas.

Portanto o importante é ter uma afinidade por algum tema e uma demanda.

Pense comigo por quê criar um produto que ninguém vai consumir e se interessar?

Minha Estratégia para atrair mais engajamento

Estratégia de Engajamento para Redes Sociais

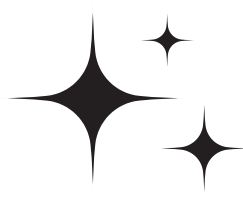
Para aumentar o engajamento nas redes sociais, é essencial criar conteúdos que gerem interação genuína. Aqui está uma estratégia eficiente:

1. **Conteúdo Interativo** – Use enquetes, quizzes e caixas de perguntas para incentivar respostas diretas do público. Quanto mais interações, mais o algoritmo entrega seu conteúdo.
2. **Storytelling** – Conte histórias reais sobre sua jornada, desafios e conquistas. Isso cria conexão emocional e humaniza sua marca.
3. **Desafios e Trends** – Participe de desafios virais e adapte tendências ao seu nicho. Isso aumenta a chance de viralização.
4. **Chamadas para Ação (CTAs)** – Incentive o público a comentar, salvar e compartilhar, usando frases como: "Marque um amigo que precisa ver isso!"
5. **Lives e Colaborações** – Faça transmissões ao vivo e parcerias com outros criadores para expandir seu alcance e engajamento.
6. **Conteúdo Educativo e Entretenimento** – Misture postagens que ensinam algo valioso com conteúdos leves e divertidos.

Mantenha a consistência e analise os dados para ajustar sua estratégia. Engajamento vem da conexão com seu público!



Que tipo de afiliado você vai ser?



Tipos de Afiliados no Marketing Digital

O marketing de afiliados é uma das estratégias mais populares para ganhar dinheiro online.

Ele funciona por meio da recomendação de produtos ou serviços de terceiros, onde o afiliado recebe uma comissão por cada venda realizada através do seu link.

No entanto, nem todos os afiliados atuam da mesma forma. Existem diferentes tipos de afiliados, e entender essas variações pode ajudar a escolher a melhor estratégia para o seu negócio.

1. Afiliado Autoridade

O afiliado autoridade é aquele que constrói uma marca forte no mercado, geralmente por meio de um blog, canal no YouTube ou perfil nas redes sociais.

Ele produz conteúdos relevantes e conquista a confiança do público antes de indicar produtos.

Seu maior diferencial é a credibilidade, e sua conversão tende a ser mais alta porque seu público confia em suas recomendações.



Exemplo:

Um influenciador digital especializado em finanças que recomenda cursos de investimentos para sua audiência.

2. Afiliado Árbitro de Tráfego

Esse tipo de afiliado foca na compra de tráfego pago para gerar vendas rapidamente.

Ele utiliza anúncios no Facebook Ads, Google Ads, TikTok Ads, entre outros, para direcionar usuários para as páginas de venda.

Exemplo:

Um afiliado que cria campanhas no Facebook Ads para promover um curso online e ganhar comissões sobre cada venda gerada.

3. Afiliado Review

O afiliado review cria conteúdos específicos para analisar e comparar produtos ou serviços. Ele pode fazer avaliações em blogs, vídeos no YouTube ou até mesmo no Instagram.

O objetivo é mostrar os prós e contras de cada opção e persuadir o usuário a comprar pelo seu link de afiliado.

4. Afiliado Cashback

Esse afiliado cria sites ou aplicativos que oferecem cashback para quem compra pelo seu link.

Parte da comissão recebida é devolvida ao consumidor, incentivando mais compras.

Exemplo:

Um site de cashback que devolve 5% do valor da compra de um curso online para o usuário.

5. Afiliado Influenciador

O afiliado influenciador tem uma audiência fiel e engajada nas redes sociais.

Ele utiliza sua influência para promover produtos, muitas vezes por meio de stories, reels ou postagens patrocinadas.

Exemplo:

Um influencer fitness que indica suplementos alimentares para seus seguidores.

Conclusão

Cada tipo de afiliado tem sua estratégia específica. Se você deseja atuar nesse mercado, escolha o modelo que melhor se encaixa no seu perfil e nos seus recursos.

O sucesso no marketing de afiliados depende de constância, aprendizado e adaptação às mudanças do mercado.

Por último, gostaria de deixar para você meu amigo empreendedor digital 10 estratégias para aqueles que almejam o seu lugar ao sol no Marketing Digital.



1. Escolha um Nicho Lucrativo

Definir um nicho específico ajuda a atrair um público qualificado. Pesquise mercados com demanda e pouco concorrência para facilitar seu crescimento.

2. Crie um Perfil Profissional nas Redes Sociais

Marque presença nas redes sociais mais relevantes para seu nicho. Um perfil otimizado com uma bio clara e conteúdos estratégicos ajuda a construir autoridade.

3. Produza Conteúdo de Valor

Crie conteúdos educativos e envolventes para atrair e engajar seu público. Blogs, vídeos e posts no Instagram são formas eficientes de gerar tráfego orgânico.

4. Construa uma Lista de E-mails

O e-mail marketing é uma das formas mais eficazes de converter seguidores em clientes. Utilize iscas digitais, como e-books e checklists, para captar leads.

5. Trabalhe com Tráfego Pago

Anúncios no Facebook Ads e Google Ads aceleram seus resultados. Invista valores pequenos no início para testar e otimizar suas campanhas.

6. Utilize Copywriting Persuasivo

Dominar a escrita persuasiva aumenta a conversão de suas ofertas. Use gatilhos mentais como escassez, prova social e reciprocidade para impulsionar vendas.

7. Monetize com Programas de Afiliados

Se ainda não tem um produto próprio, comece promovendo produtos digitais de terceiros por meio de plataformas como Hotmart, Monetizze e Eduzz.

8. Trabalhe o SEO

Se você quer atrair tráfego orgânico, otimize seu site ou blog com técnicas de SEO. Use palavras-chave estratégicas, escreva artigos bem estruturados e melhore a experiência do usuário.

9. Engaje com Sua Audiência

Responda comentários, interaja nos stories e crie enquetes para entender as dores e desejos do seu público. Quanto mais engajamento, maior a conversão.

10. Analise e Ajuste Suas Estratégias

Acompanhe métricas como taxa de cliques, conversão e engajamento para entender o que funciona e o que precisa ser melhorado. Ajuste suas campanhas para maximizar os resultados.

"Seguir essas estratégias pode acelerar seus primeiros ganhos e construir uma base sólida no marketing digital. O sucesso vem com consistência e aprendizado contínuo!"



Então você pode me perguntar:

"Nossa Alessandro, como você conheceu tanto sobre Marketing Digital?"

Além de aprender com meus erros e acertos, tive uma virada de chave em 2016 que me fez ativar minha curiosidade sobre o Marketing Digital.

Foi quando conheci meu amigo Alex Vargas(bem hoje somos bons amigos).

poxaaaaa vou te dizer que me considero uma pessoa sortuda por ter sido apresentado por essa pessoa, ele é um dos maiores especialistas em Marketing Digital do Brasil, meu amigo Alex é produtor, co-produtor e afiliado de info produtos, e tem um treinamento que ensina uma pessoa totalmente leiga a ser um profissional do Marketing Digital.

Sei que provavelmente deixei passar algo, pois como no tecnologia, todos os dias surgem novos métodos e estratégias de como ter resultados no marketing marketing, por isso deixarei meus contatos pessoais para que você possa entrar em contato comigo.

Tem ainda alguma dúvida !!??

Não esquentar entre em contato comigo e terei o maior prazer de tirar suas dúvidas:

contato@umavidasemchefe.com.br

 Quero tirar minhas duvidas

obs: abaixo esta o link do Treinamento de meu amigo Alex Vargas

 **Treinamento Alex Vargas**