

LEADLOVERS 2026

O carrinho abriu. A automação não.

Automação de marketing para
infoprodutores: do primeiro
lead ao aluno ativo.

GUIA ILUSTRADO PARA CRIADORES,

LANÇADORES E OPERAÇÕES • 33 PÁGINAS



ABERTURA DE CARRINHO · 08H07

A venda entrou. A mensagem de “última chance” também.

Marina, Caio e Luiza são personagens fictícios. A operação é familiar: quando checkout, CRM e área de membros discordam, o cliente recebe a automação errada no momento mais sensível.

Marina abre o carrinho às oito. Às oito e sete, uma compradora aprovada recebe o lembrete de escassez; outra conclui no Pix, mas continua na recuperação de abandono.

Luiza vê uma aluna sem acesso e um reembolso ainda elegível para upsell. Caio descobre que cinco ferramentas registram a mesma pessoa com estados diferentes.

O time não escreve mais uma sequência. Primeiro define eventos, precedência e portas de saída. A automação deixa de repetir mensagens e passa a mover pessoas entre estados verificáveis.



A PERGUNTA CENTRAL

Se uma compra for aprovada agora, quais campanhas param, qual acesso abre e quem recebe o erro se alguma etapa falhar?

A SEQUÊNCIA NÃO É O SISTEMA

Uma campanha ordena mensagens. Uma operação orientada por eventos decide quem pode receber cada mensagem e qual estado vem depois.

Automação como calendário

Dia 0 → e-mail. Dia 1 → WhatsApp. Dia 3 → urgência. A sequência continua mesmo quando a pessoa comprou, pediu suporte, cancelou ou trocou de endereço.

Automação como estado

Evento → validação → estado → ação → confirmação → saída. Compra aprovada encerra venda, libera acesso e inicia onboarding sem apagar o histórico.

CRITÉRIO DE PRONTO

A pessoa é uma só. Os estados mudam. A regra existe para impedir que uma versão antiga dela continue comandando a conversa.

Reconstruir o estado real

Quem é esta pessoa agora, segundo qual evento?

Um mapa de estados, um dicionário de eventos e regras de precedência que impedem mensagens incompatíveis.

SAÍDA DESTE CAPÍTULO

Um mapa de estados, um dicionário de eventos e regras de precedência que impedem mensagens incompatíveis.



UMA PESSOA, MUITOS MOMENTOS

O estado substitui a lista solta

Listas acumulam rótulos. Estados descrevem a condição válida para decidir a próxima ação e a saída necessária.

1

Visitante

Consumiu uma página; identidade e intenção ainda podem ser desconhecidas.

2

Lead

Entregou contato e recebeu finalidade clara para o canal.

3

Lista de espera

Declarou interesse na oferta, sem compromisso de compra.

4

Checkout iniciado

Começou uma tentativa; ainda não é comprador.

5

Compra aprovada

Pagamento confirmado; venda deve parar e entrega deve começar.

6

Aluno ativo

Acesso liberado e primeiro valor observado.

REGRA

Estado crítico não nasce de abertura de e-mail; nasce do sistema responsável por pagamento, acesso ou saída.

O VERBO PRECISA DE CONTRATO

Seis campos antes de ligar o gatilho

O mesmo nome pode esconder significados diferentes. Defina o contrato antes que ferramenta e equipe interpretem por conta própria.

1

Nome

Vendas no passado: checkout_iniciado, compra_aprovada, acesso_liberado.

2

Origem

Sistema autorizado a declarar o fato.

3

Identificador

ID único para reconhecer repetição e reproprocessamento.

4

Tempo

Ocorrido em, recebido em e processado em.

5

Carga mínima

Pessoa, produto, oferta, moeda, canal e estado necessário.

6

Efeito

Ações permitidas, supressões, confirmação e erro esperado.

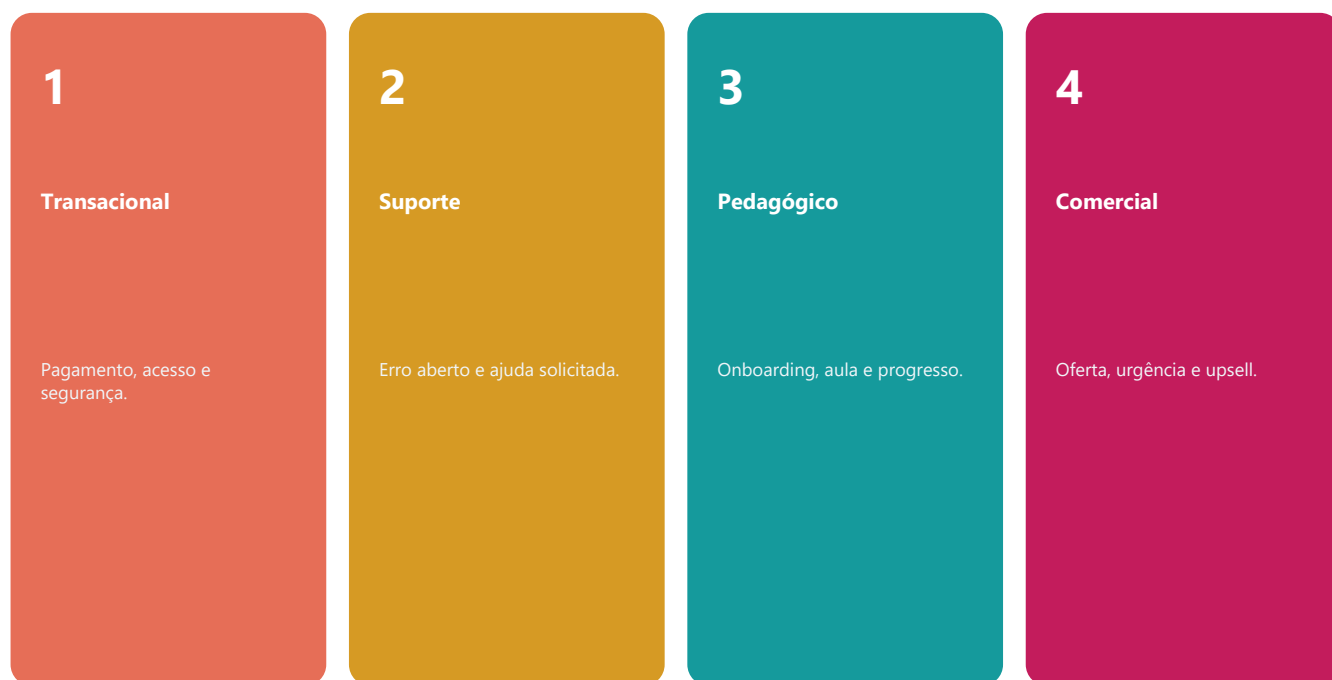
TESTE

Reenvie o mesmo evento: o efeito final não pode duplicar acesso, mensagem, receita nem comissão.

A MENSAGEM CERTA TAMBÉM PODE ESPERAR

Quatro prioridades de comunicação

Quando campanhas colidem, a prioridade protege a relação e reduz custo. O conteúdo de menor nível aguarda ou sai.



LEITURA OPERACIONAL

Compra aprovada interrompe a venda. Pedido de suporte suspende pressão comercial. Descadastro promocional não apaga aviso transacional necessário.

UM COMPRADOR NÃO É CINCO CONTATOS

Reconciliação antes da mensagem

E-mail alternativo, telefone, ID de compra e perfil da área de membros podem representar a mesma pessoa.

1

Chave primária

Define o identificador interno que não muda com o canal.

2

Chaves de ligação

E-mail, telefone e IDs externos entram com fonte e confiança.

3

Normalização

Padronize DDI, caixa do e-mail, espaços e campos vazios.

4

Fusão

Combine somente com evidência; preserve histórico e desfazer.

5

Duplicidade

Unificação com chave idempotente para cada pessoa e evento.

6

Conflito

Regra explícita para estados divergentes e revisão humana.

SINAL DE ALERTA

Se o fluxo precisa pesquisar por nome para decidir quem comprou, a identidade ainda não está pronta.

02

Capturar e preparar

O calendário é de lançamento ou da pessoa?

Dois relógios coordenados, captura com finalidade e preparação baseada em comportamento verificável.

SAÍDA DESTE CAPÍTULO

Dois relógios coordenados, captura com finalidade e preparação baseada em comportamento verificável.



DOIS RELÓGIOS, UMA CAMADA DE EVENTOS

Lançamento e perpétuo compartilham fatos

O lançamento segue data pública. O perpétuo segue o tempo de cada pessoa. Compra, acesso, saída e consentimento continuam canônicos.

1

Relógio do lançamento

Abra, abertura, fechamento e bônus em datas comuns.

2

Relógio individual

Entrada, atraso, primeira ação e inatividade por pessoa.

3

Camada comum

Eventos normalizados alimentam os dois motores.

4

Conflito

Estado individual prevalece sobre campanha geral incompatível.

5

Troca de motor

Critério claro entre turma, espera e fluxo perpétuo.

6

Histórico

Origem e oferta preservadas para atribuição e suporte.

PRÁTICA

Desenhe o calendário e a jornada em linhas separadas; ligue-as somente por eventos nomeados.

O PRIMEIRO VALOR CHEGA ANTES DA NUTRIÇÃO

Lead magnet com consentimento e confirmação

A entrega imediata confirma o endereço e registra a expectativa. O relacionamento começa depois dessa promessa cumprida.

**LEITURA OPERACIONAL**

Não esconda comunicação promocional dentro da entrega. Registre a finalidade separadamente e preserve prova de quando ela foi apresentada.

PREPARAR NÃO É CONTAR ATÉ ABRIR

Cinco sinais para adaptar a conversa

Tempo na lista não prova intenção. Use interações relevantes para mudar o conteúdo sem inventar prontidão.

1

Dor declarada

Resposta ou escolha voluntária orienta o recorte.

2

Aula vista

Presença e progresso distinguem lembrete de aprofundamento.

3

Pergunta enviada

Tema vira resposta útil e sinal para atendimento.

4

Página visitada

Contexto, não sentença; combine com outros sinais.

5

Canal preferido

Respeite frequência, formato e retirada.

6

Silêncio

Reduza pressão; não transforme ausência em urgência.

SAÍDA

Cada mensagem deve entregar uma decisão menor: assistir, responder, escolher tema ou sair.

A PRESENÇA MUDA O PRÓXIMO PASSO

Convite, lembrete, aula e replay por comportamento

O fluxo reconhece quem entrou, quem ficou e quem pediu ajuda. O replay não repete a mesma promessa para todos.

**LEITURA OPERACIONAL**

Ausência recebe acesso simples. Presença recebe continuidade. Compra aprovada sai de ambos e entra no onboarding.

03

Vender sem cruzar fios

Qual evento encerra a venda e abre a entrega?

Um fluxo de checkout com aprovação, atraso, abandono e supressão tratados como estados diferentes.

SAÍDA DESTE CAPÍTULO

Um fluxo de checkout com aprovação, atraso, abandono e supressão tratados como estados diferentes.



O CARRINHO É UMA MÁQUINA DE ESTADOS

Tentativa não é receita

A pessoa pode mudar de rota. O sistema preserva a tentativa, mas age somente sobre o estado mais recente confirmado.

**LEITURA OPERACIONAL**

O mesmo checkout pode emitir mais de um evento. Ordene pelo ocorrido em, valide a transição e rejeite regressão impossível.

A COMPRA ACIONA TRÊS TRILHOS

Vender para, entregar para e reconhecer

A automação aprovada não termina no recibo. Ela fecha a campanha comercial, abre acesso e cria observabilidade.

1

Confirmar pagamento

ID, produto, oferta, valor e comprador reconciliados.

2

Suprimir venda

Retire urgência, abandono e remarketing incompatível.

3

Liberar acesso

Turma, produto e identidade corretos.

4

Enviar boas-vindas

Uma mensagem clara, transacional e recuperável.

5

Registrar atribuição

Origem e afiliado preservados sem duplicar mérito.

6

Alertar falha

Fila e responsável quando qualquer trilho não confirmar.

CRITÉRIO

O evento está concluído quando supressão, acesso e confirmação retornam sucesso — ou entram numa fila visível.

ABANDONO E PAGAMENTO ATRASADO NÃO SÃO IGUAIS

A razão muda o tratamento

Recuperar uma decisão interrompida exige contexto. Pressionar quem já tentou pagar ou precisa de suporte cria custo e reclamação.

1

Abandono real

Interrompe e não concluiu; lembre benefício e caminho de volta.

2

Pix ou boleto

Aguarde o estado; informe prazo e como consultar.

3

Falha técnica

Priorize suporte, não escassez.

4

Compra aprovada

Saia imediata da recuperação.

5

Pedido de ajuda

Conversa humana suspende a sequência.

6

Prazo encerrado

Feche a tentativa e preserve preferência.

LIMITE

Sem consentimento e contexto, lembrete de carrinho vira mensagem promocional não solicitada.

ESTADO, OBJETIVO, CANAL E SAÍDA

Uma linha por decisão de comunicação

A copy vem por último. Antes dela, registre por que a pessoa entra, o que deve acontecer e qual sinal encerra a etapa.

1

Entrada

Evento e condição que tornam a mensagem permitida.

2

Objetivo

Uma decisão observável, não “engajar”.

3

Canal

E-mail, WhatsApp, página, área de membros ou humano.

4

Conteúdo

Informação necessária, contexto e próximo passo.

5

Saída

Compra, resposta, acesso, prazo ou retirada.

6

Falha

Retentativa, fila, alerta, responsável e tempo máximo.

MODELO

Se [evento] e [condição], enviar [conteúdo] em [canal]; sair com [evento]; falhar para [fila].

04

Ativar o aluno

A venda virou primeiro valor percebido?

Onboarding, progresso, inatividade e saídas conectados à experiência de aprendizagem.

SAÍDA DESTE CAPÍTULO

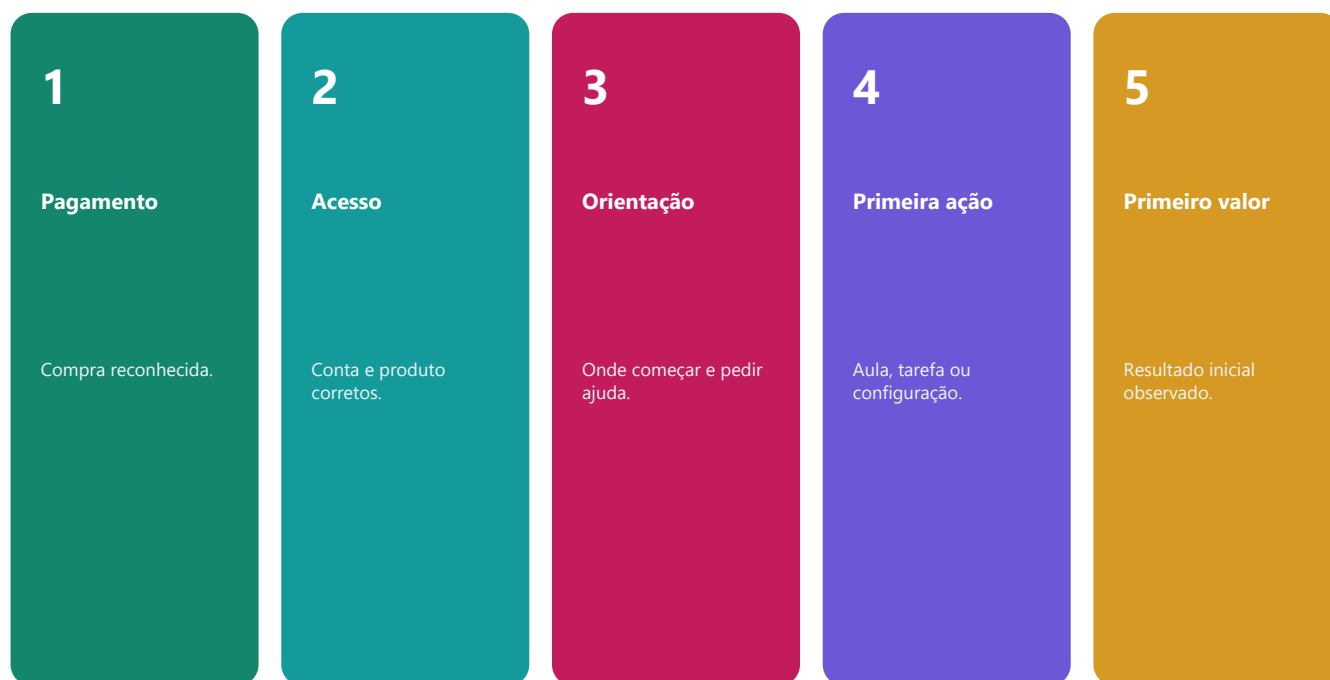
Onboarding, progresso, inatividade e saídas conectados à experiência de aprendizagem.



ACESSO NÃO É ATIVAÇÃO

Cinco confirmações até o primeiro valor

O onboarding reduz ansiedade e mostra um passo pequeno. Cada porta confirma sucesso antes de abrir a seguinte.



LEITURA OPERACIONAL

Escolha um evento de ativação que represente valor real. Login isolado mede entrada, não aprendizagem.

INATIVIDADE PEDE DIAGNÓSTICO

Sinais antes do lembrete

Uma semana sem login pode significar falta de tempo, bloqueio técnico, aula concluída fora da plataforma ou desistência.

1

Último valor

Qual etapa útil foi realmente concluída?

2

Bloqueio

Erro de acesso, pagamento ou pré-requisito?

3

Ritmo

A jornada prometeu cadência ou autonomia?

4

Preferência

Conteúdo e frequência continuam válidos?

5

Ajuda

Ofereça rota curta para suporte e retomada.

6

Saída

Passos, conclusão ou retirada encerram a insistência.

PERGUNTA ÚTIL

"O que impediu o próximo passo?" produz mais informação que "sentimos sua falta".

REEMBOLSO MUDA ACESSO, RECEITA E MENSAGEM

Uma reversão, três domínios

Cancelamento de assinatura, reembolso e chargeback podem exigir tratamentos distintos. Preserve o motivo e a fonte.

1

Financeiro

Reverta receita líquida e conciliação.

2

Acesso

Revogue segundo contrato e prazo aplicável.

3

Comercial

Suprima upsell e pressão incompatível.

4

Suporte

Mantenha canal para confirmação e contestação.

5

Dados

Preserve o mínimo necessário e respeite direitos.

6

Aprendizado

Melhor alimenta produto sem rotular a pessoa para sempre.

CONTROLE

Toda saída precisa ser reversível quando o evento for corrigido ou a contestação for resolvida.

CONCLUSÃO NÃO É ABANDONO

Reconheça o resultado antes da próxima oferta

A expansão começa pelo que a pessoa concluiu e pelo que ainda deseja resolver, não por uma espera arbitrária.

1

Conclusão

Curso pedagógico confirmado, não apenas dias decorridos.

2

Evidência

Entrega, projeto, avaliação ou marco voluntário.

3

Celebração

Reconheça o progresso sem expor dados indevidos.

4

Próxima necessidade

Pergunta ou comportamento declarado.

5

Elegibilidade

Estado financeiro, consentimento e intervalo adequados.

6

Oferta

Continuidade coerente, com saída simples.

REGRA

Aluno ativo recebe continuidade; pessoa com suporte aberto recebe ajuda; saída financeira recebe confirmação.

05

Governar canais e IA

A mensagem é permitida, entregável e economicamente sustentável?

Regras para domínio, WhatsApp, privacidade e agentes de IA antes do ganho de escala.

SAÍDA DESTE CAPÍTULO

Regras para domínio, WhatsApp, privacidade e agentes de IA antes do ganho de escala.



REPUTAÇÃO É PARTE DO PRODUTO

Seis controles para e-mail em 2026

O Gmail exige autenticação e boas práticas de envio. Para volume, a disciplina inclui SPF, DKIM, DMARC, descadastro e reputação.

1

Identidade

Domínio, remetente e propósito reconhecíveis.

2

Autenticação

SPF e DKIM; em volume, SPF, DKIM e DMARC alinhados.

3

Consentimento

Origem e expectativa comprováveis.

4

Descadastro

Visível e, quando aplicável, com um clique.

5

Cadência

Aqueça gradualmente e evite picos artificiais.

6

Reputação

Monitore reclamações, rejeições e engajamento.

FONTE OFICIAL

Consulte as Diretrizes para remetentes do Gmail antes de aumentar volume ou mudar infraestrutura.

CATEGORIA MUDA CUSTO E PERMISSÃO

Marketing, utilidade e atendimento não são sinônimos

A plataforma considera categoria, país e conversa. Mensagem promocional, atualização solicitada e resposta de suporte seguem regras diferentes.

1

Marketing

Oferta, promoção, recomendação e recuperação comercial.

2

Utilidade

Atualização não promocional ligada a ação ou pedido.

3

Atendimento

Resposta dentro da janela iniciada pela pessoa.

4

Modelo

Conteúdo aprovado e categoria coerente com a intenção.

5

Custo

Calcule por mensagem entregue e cenário de volume.

6

Saída

Preferência e interrupção devem funcionar no canal.

CONTROLE

Antes de enviar, registre categoria, motivo, janela, custo máximo e evento que interrompe a mensagem.

FINALIDADE ANTES DA SEGMENTAÇÃO

Consentimento não corrige coleta excessiva

A LGPD exige base adequada ao caso. Interesse legítimo não é autorização genérica e não se aplica a dados pessoais sensíveis.

1

Finalidade

Específica, concreta e informada.

2

Necessidade

Somente dados essenciais para a ação.

3

Base

Hipótese legal documentada por finalidade.

4

Preferência

Canal, tema, frequência e retirada.

5

Direitos

Acesso, correção e oposição com caminho funcional.

6

Retenção

Prazo, descarte e exceção justificada.

CUIDADO

Valide o caso concreto com orientação jurídica; este guia é operacional e educativo.

COPIAR É PERMITIDO; DECIDIR EXIGE LIMITE

Quatro verbos e duas portas

IA pode acelerar rascunho, classificação e triagem. Estado financeiro, revogação de acesso e exceção sensível precisam de regra e supervisão.

1

Ler

Fontes autorizadas e dados minimizados.

2

Sugerir

Texto, categoria ou próxima ação com justificativa.

3

Executar

Somente verbos permitidos, limite e idempotência.

4

Registrar

Entidade, fonte, ação, custo e resultado.

5

Escalar

Baixa confiança, conflito, risco ou pedido humano.

6

Reverter

Caminho testado para desfazer efeito inadequado.

ORÇAMENTO

Defina teto por chamada, por pessoa e por mês; volume de conversa transforma detalhe técnico em custo de margem.

06

Provar e melhorar

A operação converteu, ativou e reteve sem esconder saídas?

Um funil reconciliado, um plano de trinta dias e um scorecard baseado em evidências.

SAÍDA DESTE CAPÍTULO

Um funil reconciliado, um plano de trinta dias e um scorecard baseado em evidências.



A RECEITA SÓ CONTA DEPOIS DA RECONCiliaÇÃO

Do clique ao aluno ativo

Métrica de campanha e métrica financeira respondem perguntas diferentes. Preserve as duas e reconcilie por coorte, produto, oferta, origem e estado.

**Conversão aprovada**

Compras aprovadas ÷ checkouts identificados.

Ativação

Alunos que atingiram o primeiro valor ÷ compras aprovadas.

Receita líquida

Receita aprovada menos reembolsos, cancelamentos e chargebacks.

Custo por ativado

Mídia, ferramenta, canal e operação ÷ alunos ativados.

CRITÉRIO

Um dashboard está pronto quando a mesma compra não aparece duas vezes e cada queda leva a uma ação operacional.

QUATRO SEMANAS PARA UMA JORNADA CONFIÁVEL

Comece por uma oferta e um único caminho crítico

O objetivo não é automatizar tudo. É provar que a operação reconhece compra, acesso, saída e consentimento sem contradição.

1

SEMANA 1 · ESTADOS

Escolha um produto. Liste eventos, fonte responsável, identificador, estado de entrada, estado de saída e prioridade.

2

SEMANA 2 · CAMINHO CRÍTICO

Implemente captura, checkout iniciado, compra aprovada, acesso liberado e bloqueio da campanha de venda.

3

SEMANA 3 · EXCEÇÕES

Teste Pix atrasado, boleto, duplicidade, reembolso, cancelamento, chargeback, falha de acesso e indisponibilidade.

4

SEMANA 4 · PROVA

Reconcilie uma coorte real, meça ativação, revise consentimento, custo por canal, logs e roteiro de reversão.

JANELA DE MUDANÇA

Faça a virada em horário de baixo risco, com perfis de teste, observação em tempo real e retorno documentado à configuração anterior.

DEZ RESPOSTAS ANTES DE ESCALAR

Marque sim, não ou evidência ausente

Um “sim” sem log, captura, consulta ou pessoa responsável ainda é opinião. Some somente o que outra pessoa consegue confirmar.

01

Identidade

E-mail, telefone ou ID de compra unem a mesma pessoa sem duplicar ação?

06

Entregabilidade

Domínio, autenticação, descadastro e reputação são monitorados?

02

Evento

Cada gatilho tem origem, carimbo de tempo, identificador e política de repetição?

07

Canal

Categoria, janela e custo de WhatsApp entram na decisão?

03

Supressão

Compra aprovada interrompe venda e preserva avisos transacionais necessários?

08

Exceção

Atraso, cancelamento, reembolso e chargeback têm saída explícita?

04

Acesso

Liberação, falha e revogação ficam confirmadas e recuperáveis?

09

Medição

Coorte aprovada, ativada e líquida é reconciliada?

05

Consentimento

Canal, finalidade, data e retirada estão registradas?

10

Reversão

Há fila, log, alerta, responsável e caminho de retorno?

LEITURA

0–4: contenha. 5–7: pilote com limite. 8–9: escale por coorte. 10: mantenha a evidência viva.

PRÓXIMO PASSO

Escolha uma compra e siga o evento.

Do checkout à ativação, registre o estado real, bloqueie a mensagem incompatível e confirme a próxima porta. Uma jornada confiável nasce desse caminho curto.

ESTUDAR AUTOMAÇÃO NO PORTAL

VER AUTOMAÇÕES LEADLOVERS

VER INTEGRAÇÕES

VOLTAR À BIBLIOTECA

Fontes oficiais: Hotmart, Gmail, WhatsApp Business e ANPD.

Material educativo · edição de 28 de julho de 2026 · não substitui orientação jurídica.