

2017

VIVER DE BLOG

“A dream written down with a date becomes a goal.
A goal broken down into steps becomes a plan.
A plan backed by action makes your dreams come true.”

- Greg Reid



Parabéns por tomar a iniciativa de organizar ainda melhor seu ano de 2017!

Esperamos que esse Planner torne a realização das metas e análise dos seus resultados mais eficiente.

Esse material é editável, então você pode escrever nas caixas em branco desse arquivo, apagar e fazer novas anotações quantas vezes quiser.

Colocamos espaços destinados a programar em detalhes os dias da sua semana em cada mês, quando a semana estiver terminada basta apagar suas anotações e programar a próxima.

Você pode usar o calendário mensal para manter os compromissos mais importantes sempre registrados.

Gostaria de destacar que as metas anuais e mensais nesse planner não são somente pessoais, mas focadas no seu negócio, então organize aqui metas de vendas, visualizações, publicações... Enfim, tudo que ajudará seu negócio a prosperar.

E se gostar desse material não deixe de compartilhar o link do Blog com seus amigos para que também façam o download!



METAS ANUAIS

JANEIRO



FEVEREIRO



MARÇO



METAS ANUAIS

ABRIL



MAIO



JUNHO



METAS ANUAIS

JULHO



AGOSTO



SETEMBRO



METAS ANUAIS

OUTUBRO



NOVEMBRO



DEZEMBRO





FINANCEIRO ANUAL

RECEBIMENTO

GASTOS

TOTAL

JANEIRO

FEVEREIRO

MARÇO

ABRIL

MAIO

JUNHO

JULHO

AGOSTO

SETEMBRO

OUTUBRO

NOVEMBRO

DEZEMBRO



CALENDÁRIO DE AFILIADOS

SEMANA 1

SEMANA 2

SEMANA 3

SEMANA 4

SEMANA 5

JANEIRO

FEVEREIRO

MARÇO

ABRIL

MAIO

JUNHO

JULHO

AGOSTO

SETEMBRO

OUTUBRO

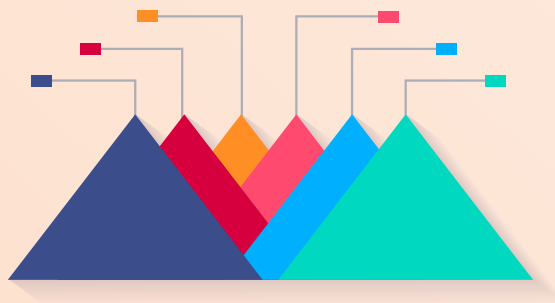
NOVEMBRO

DEZEMBRO

BANCO DE IDEIAS PARA ARTIGOS E TEXTOS



BANCO DE IDEIAS PARA INFOGRÁFICOS



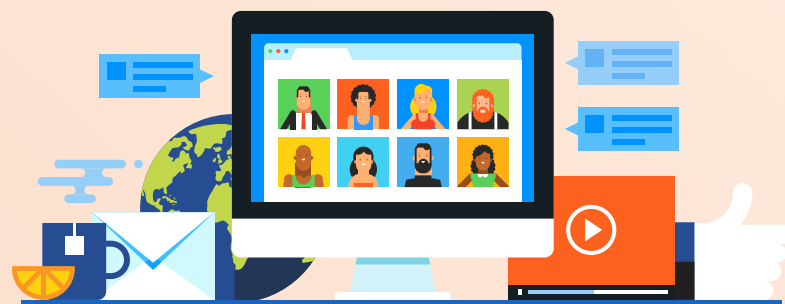
BANCO DE IDEIAS PARA VÍDEOS



BANCO DE IDEIAS PARA PODCASTS



BANCO DE IDEIAS PARA REDES SOCIAIS



JANEIRO



COMPROMISSOS DE JANEIRO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

METAS DE JANEIRO

SEMANA 1

SEMANA 2

SEMANA 3

SEMANA 4

SEMANA 5

FINANCEIRO DE JANEIRO

DATA

RECEBIMENTO

GASTOS

TOTAL

IDEIAS DE CONTEÚDOS PARA JANEIRO

TEMA

TIPO DE CONTEÚDO

DATA PREVISTA

CALENDÁRIO EDITORIAL DE JANEIRO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

MÉTRICAS

VENDAS

Vendas de produto próprio

Vendas de produto afiliado

BLOG

Visitas Orgânicas

Visitas de Tráfego Pago

Visitas de Tráfego Direto

Visitas por outra fonte de tráfego

YOUTUBE

Visualizações

Inscritos

Engajamento

Horas assistidas por mês

REDES SOCIAIS

Engajamento

Números de seguidores

Número de visitas enviadas para blog

Alcance orgânico de publicações

EMAIL MARKETING

Aberturas de e-mail (Open rate)

Cliques de e-mail (Click rate)

CTOR = unique clicks / unique opens

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

FEVEREIRO



COMPROMISSOS DE FEVEREIRO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28				

METAS DE FEVEREIRO

SEMANA 1

SEMANA 2

SEMANA 3

SEMANA 4

SEMANA 5

FINANCEIRO DE FEVEREIRO

DATA

RECEBIMENTO

GASTOS

TOTAL

IDEIAS DE CONTEÚDOS PARA FEVEREIRO

TEMA

TIPO DE CONTEÚDO

DATA PREVISTA

CALENDÁRIO EDITORIAL DE FEVEREIRO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28				

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

MÉTRICAS

VENDAS	BLOG	YOUTUBE	REDES SOCIAIS	EMAIL MARKETING
Vendas de produto próprio	Visitas Orgânicas	Visualizações	Engajamento	Aberturas de e-mail (Open rate)
Vendas de produto afiliado	Visitas de Tráfego Pago	Inscritos	Números de seguidores	Cliques de e-mail (Click rate)
	Visitas de Tráfego Direto	Engajamento	Número de visitas enviadas para blog	CTOR = unique clicks / unique opens
	Visitas por outra fonte de tráfego	Horas assistidas por mês	Alcance orgânico de publicações	

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

MARÇO



COMPROMISSOS DE MARÇO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

METAS DE FEVEREIRO MARÇO

SEMANA 1

SEMANA 2

SEMANA 3

SEMANA 4

SEMANA 5

FINANCEIRO DE MARÇO

DATA	RECEBIMENTO	GASTOS	TOTAL
------	-------------	--------	-------

IDEIAS DE CONTEÚDOS PARA MARÇO

TEMA

TIPO DE CONTEÚDO

DATA PREVISTA

CALENDÁRIO EDITORIAL DE MARÇO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

MÉTRICAS

VENDAS

Vendas de produto próprio

Vendas de produto afiliado

BLOG

Visitas Orgânicas

Visitas de Tráfego Pago

Visitas de Tráfego Direto

Visitas por outra fonte de tráfego

YOUTUBE

Visualizações

Inscritos

Engajamento

Horas assistidas por mês

REDES SOCIAIS

Engajamento

Números de seguidores

Número de visitas enviadas para blog

Alcance orgânico de publicações

EMAIL MARKETING

Aberturas de e-mail (Open rate)

Cliques de e-mail (Click rate)

CTOR = unique clicks / unique opens

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

ABRIL



COMPROMISSOS DE ABRIL

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

METAS DE FEVEREIRO ABRIL

SEMANA 1

SEMANA 2

SEMANA 3

SEMANA 4

SEMANA 5

FINANCEIRO DE ABRIL

DATA

RECEBIMENTO

GASTOS

TOTAL

IDEIAS DE CONTEÚDOS PARA ABRIL

TEMA

TIPO DE CONTEÚDO

DATA PREVISTA

COMPROMISSOS DE ABRIL

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

MÉTRICAS

VENDAS	BLOG	YOUTUBE	REDES SOCIAIS	EMAIL MARKETING
Vendas de produto próprio	Visitas Orgânicas	Visualizações	Engajamento	Aberturas de e-mail (Open rate)
Vendas de produto afiliado	Visitas de Tráfego Pago	Inscritos	Números de seguidores	Cliques de e-mail (Click rate)
	Visitas de Tráfego Direto	Engajamento	Número de visitas enviadas para blog	CTOR = unique clicks / unique opens
	Visitas por outra fonte de tráfego	Horas assistidas por mês	Alcance orgânico de publicações	

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

MAIO



COMPROMISSOS DE MAIO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

METAS DE FEVEREIRO MAIO

SEMANA 1

SEMANA 2

SEMANA 3

SEMANA 4

SEMANA 5

FINANCEIRO DE MAIO

DATA

RECEBIMENTO

GASTOS

TOTAL

IDEIAS DE CONTEÚDOS PARA MAIO

TEMA

TIPO DE CONTEÚDO

DATA PREVISTA

COMPROMISSOS DE MAIO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

MÉTRICAS

VENDAS

Vendas de produto próprio

Vendas de produto afiliado

BLOG

Visitas Orgânicas

Visitas de Tráfego Pago

Visitas de Tráfego Direto

Visitas por outra fonte de tráfego

YOUTUBE

Visualizações

Inscritos

Engajamento

Horas assistidas por mês

REDES SOCIAIS

Engajamento

Números de seguidores

Número de visitas enviadas para blog

Alcance orgânico de publicações

EMAIL MARKETING

Aberturas de e-mail (Open rate)

Cliques de e-mail (Click rate)

CTOR = unique clicks / unique opens

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

JUNHO



COMPROMISSOS DE JUNHO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

METAS DE FEVEREIRO JUNHO

SEMANA 1

SEMANA 2

SEMANA 3

SEMANA 4

SEMANA 5

FINANCEIRO DE JUNHO

DATA

RECEBIMENTO

GASTOS

TOTAL

IDEIAS DE CONTEÚDOS PARA JUNHO

TEMA

TIPO DE CONTEÚDO

DATA PREVISTA

COMPROMISSOS DE JUNHO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

MÉTRICAS

VENDAS

Vendas de produto próprio

Vendas de produto afiliado

BLOG

Visitas Orgânicas

Visitas de Tráfego Pago

Visitas de Tráfego Direto

Visitas por outra fonte de tráfego

YOUTUBE

Visualizações

Inscritos

Engajamento

Horas assistidas por mês

REDES SOCIAIS

Engajamento

Números de seguidores

Número de visitas enviadas para blog

Alcance orgânico de publicações

EMAIL MARKETING

Aberturas de e-mail (Open rate)

Cliques de e-mail (Click rate)

CTOR = unique clicks / unique opens

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

JULHO



COMPROMISSOS DE JULHO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

METAS DE FEVEREIRO JULHO

SEMANA 1

SEMANA 2

SEMANA 3

SEMANA 4

SEMANA 5

FINANCEIRO DE JULHO

DATA	RECEBIMENTO	GASTOS	TOTAL
------	-------------	--------	-------

IDEIAS DE CONTEÚDOS PARA JULHO

TEMA

TIPO DE CONTEÚDO

DATA PREVISTA

COMPROMISSOS DE JULHO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

MÉTRICAS

VENDAS

Vendas de produto próprio

Vendas de produto afiliado

BLOG

Visitas Orgânicas

Visitas de Tráfego Pago

Visitas de Tráfego Direto

Visitas por outra fonte de tráfego

YOUTUBE

Visualizações

Inscritos

Engajamento

Horas assistidas por mês

REDES SOCIAIS

Engajamento

Números de seguidores

Número de visitas enviadas para blog

Alcance orgânico de publicações

EMAIL MARKETING

Aberturas de e-mail (Open rate)

Cliques de e-mail (Click rate)

CTOR = unique clicks / unique opens

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

AGOSTO



COMPROMISSOS DE AGOSTO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

METAS DE FEVEREIRO AGOSTO

SEMANA 1

SEMANA 2

SEMANA 3

SEMANA 4

SEMANA 5

FINANCEIRO DE AGOSTO

DATA	RECEBIMENTO	GASTOS	TOTAL
------	-------------	--------	-------

IDEIAS DE CONTEÚDOS PARA AGOSTO

TEMA

TIPO DE CONTEÚDO

DATA PREVISTA

COMPROMISSOS DE AGOSTO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

MÉTRICAS

VENDAS	BLOG	YOUTUBE	REDES SOCIAIS	EMAIL MARKETING
Vendas de produto próprio	Visitas Orgânicas	Visualizações	Engajamento	Aberturas de e-mail (Open rate)
Vendas de produto afiliado	Visitas de Tráfego Pago	Inscritos	Números de seguidores	Cliques de e-mail (Click rate)
	Visitas de Tráfego Direto	Engajamento	Número de visitas enviadas para blog	CTOR = unique clicks / unique opens
	Visitas por outra fonte de tráfego	Horas assistidas por mês	Alcance orgânico de publicações	

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

SETEMBRO



COMPROMISSOS DE SETEMBRO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

METAS DE FEVEREIRO SETEMBRO

SEMANA 1

SEMANA 2

SEMANA 3

SEMANA 4

SEMANA 5

FINANCEIRO DE SETEMBRO

DATA

RECEBIMENTO

GASTOS

TOTAL

IDEIAS DE CONTEÚDOS PARA SETEMBRO

TEMA

TIPO DE CONTEÚDO

DATA PREVISTA

COMPROMISSOS DE SETEMBRO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

MÉTRICAS

VENDAS

Vendas de produto próprio

Vendas de produto afiliado

BLOG

Visitas Orgânicas

Visitas de Tráfego Pago

Visitas de Tráfego Direto

Visitas por outra fonte de tráfego

YOUTUBE

Visualizações

Inscritos

Engajamento

Horas assistidas por mês

REDES SOCIAIS

Engajamento

Números de seguidores

Número de visitas enviadas para blog

Alcance orgânico de publicações

EMAIL MARKETING

Aberturas de e-mail (Open rate)

Cliques de e-mail (Click rate)

CTOR = unique clicks / unique opens

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

OUTUBRO



COMPROMISSOS DE OUTUBRO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

METAS DE FEVEREIRO OUTUBRO

SEMANA 1

SEMANA 2

SEMANA 3

SEMANA 4

SEMANA 5

FINANCEIRO DE OUTUBRO

DATA

RECEBIMENTO

GASTOS

TOTAL

IDEIAS DE CONTEÚDOS PARA OUTUBRO

TEMA

TIPO DE CONTEÚDO

DATA PREVISTA

COMPROMISSOS DE OUTUBRO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

MÉTRICAS

VENDAS

Vendas de produto próprio

Vendas de produto afiliado

BLOG

Visitas Orgânicas

Visitas de Tráfego Pago

Visitas de Tráfego Direto

Visitas por outra fonte de tráfego

YOUTUBE

Visualizações

Inscritos

Engajamento

Horas assistidas por mês

REDES SOCIAIS

Engajamento

Números de seguidores

Número de visitas enviadas para blog

Alcance orgânico de publicações

EMAIL MARKETING

Aberturas de e-mail (Open rate)

Cliques de e-mail (Click rate)

CTOR = unique clicks / unique opens

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

NOVEMBRO



COMPROMISSOS DE NOVEMBRO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

METAS DE FEVEREIRO NOVEMBRO

SEMANA 1

SEMANA 2

SEMANA 3

SEMANA 4

SEMANA 5

FINANCEIRO DE NOVEMBRO

DATA

RECEBIMENTO

GASTOS

TOTAL

IDEIAS DE CONTEÚDOS PARA NOVEMBRO

TEMA

TIPO DE CONTEÚDO

DATA PREVISTA

COMPROMISSOS DE NOVEMBRO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

MÉTRICAS

VENDAS

Vendas de produto próprio

Vendas de produto afiliado

BLOG

Visitas Orgânicas

Visitas de Tráfego Pago

Visitas de Tráfego Direto

Visitas por outra fonte de tráfego

YOUTUBE

Visualizações

Inscritos

Engajamento

Horas assistidas por mês

REDES SOCIAIS

Engajamento

Números de seguidores

Número de visitas enviadas para blog

Alcance orgânico de publicações

EMAIL MARKETING

Aberturas de e-mail (Open rate)

Cliques de e-mail (Click rate)

CTOR = unique clicks / unique opens

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

DEZEMBRO



COMPROMISSOS DE DEZEMBRO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

METAS DE FEVEREIRO DEZEMBRO

SEMANA 1

SEMANA 2

SEMANA 3

SEMANA 4

SEMANA 5

FINANCEIRO DE DEZEMBRO

DATA

RECEBIMENTO

GASTOS

TOTAL

IDEIAS DE CONTEÚDOS PARA DEZEMBRO

TEMA

TIPO DE CONTEÚDO

DATA PREVISTA

COMPROMISSOS DE DEZEMBRO

Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

MÉTRICAS

VENDAS	BLOG	YOUTUBE	REDES SOCIAIS	EMAIL MARKETING
Vendas de produto próprio	Visitas Orgânicas	Visualizações	Engajamento	Aberturas de e-mail (Open rate)
Vendas de produto afiliado	Visitas de Tráfego Pago	Inscritos	Números de seguidores	Cliques de e-mail (Click rate)
	Visitas de Tráfego Direto	Engajamento	Número de visitas enviadas para blog	CTOR = unique clicks / unique opens
	Visitas por outra fonte de tráfego	Horas assistidas por mês	Alcance orgânico de publicações	

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

Post:

Data:

Envio de e-mails:

Prioridades do dia:

06:00:

15:00:

07:00:

16:00:

08:00:

17:00:

09:00:

18:00:

10:00:

19:00:

11:00:

20:00:

12:00:

21:00:

13:00:

22:00:

14:00:

23:00:

CONTATOS IMPORTANTES

Nome

Contato



O QUE DIZEM SOBRE O HENRIQUE?



O Henrique é minha referência absoluta no que se diz respeito a criação de audiências e receita através de um blog". - Érico Rocha



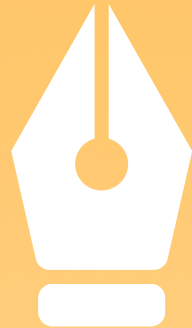
Livro negócios digitais atingiu a quarta posição entre os mais vendidos no ranking da Veja.



Viver de Blog é um dos 1.000 sites mais influentes do Brasil segunda ranking Alexa.



Eleito um dos melhores blogs de marketing digital do Brasil pela Hubspot.



Produção de Conteúdos Memoráveis

**Viralize seus conteúdos.
Aumente suas vendas.**

QUERO SABER MAIS! >



Fique de olho nas atualizações de conteúdo memorável do Viver de Blog



Dicas rápidas e práticas de Marketing Digital



Palestras, entrevistas e conteúdos em vídeo sobre Marketing Digital



@viverdeblog
Acompanhe o meu dia a dia na rede social do momento



Espírito Viver de Blog traduzido em imagens inspiradoras



Publicações relevantes e atualizadas do mercado de Marketing Digital



HENRIQUE CARVALHO

Vive exclusivamente de blog desde seus 23 anos e tem como propósito de vida ajudar cada vez mais pessoas a realizar o sonho de Viver de Blog também.

VIVER DE BLOG

Mais que um blog, um estilo de vida.