

**ROTEIROS E
TÉCNICAS DE
COPYWRITING**

RICO DUARTE



Módulo 1: Entendendo Copywriting

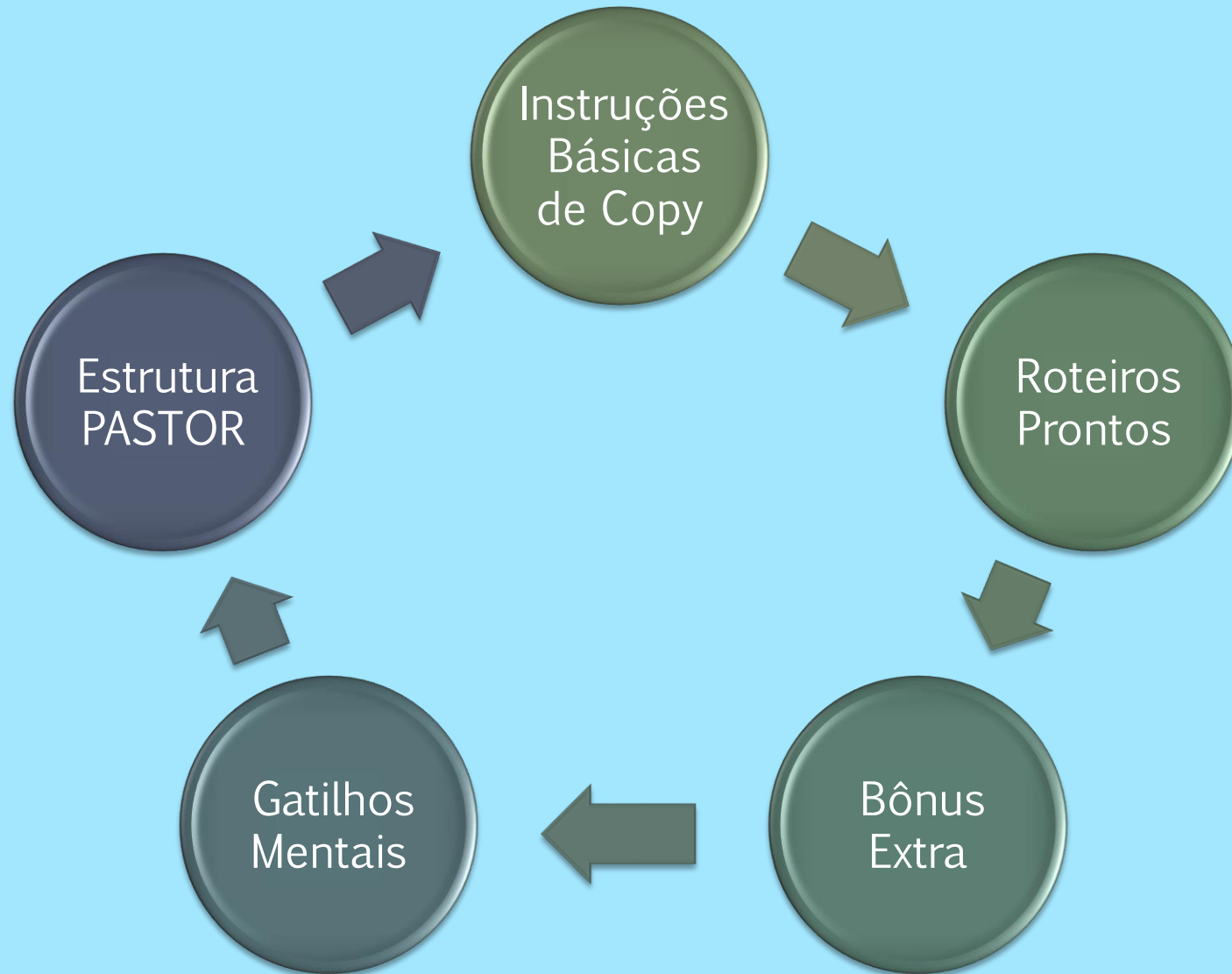


Instruções iniciais para a montagem de uma copy:

Para montar uma boa copy, você precisa identificar o seu produto ou serviço que está oferecendo, conhecendo bem o seu nicho de mercado, siga estas instruções para elaborar a sua copy.

- Qual o nome do produto/serviço;
- Descrição do produto/serviço;
- Benefícios do seu produto/serviço;
- Qual a maior dor, o que ele resolve?;
- Quais as características?

O que você aprenderá neste e-book:



Aqui **VOCÊ** aprenderá:

COPYWRITING:

Como fazer seus clientes se apaixonarem pelos seus produtos e praticamente implorarem para comprar de você...

ATENÇÃO: Você vai ter acesso agora....

As estratégias para **aumentar muito** suas vendas, sem ser chato.

Mesmo se você já tentou de tudo, você aprenderá elaborar copys automaticamente.

É necessário saber Copywriting?



Eu respondo que não, pois você não precisa saber o que é Copywriting, desde que:

- Você não venda seus serviços ou produtos;
- Não trabalhe com Marketing Digital e;
- Não seja um escritor de conteúdos, desta forma tudo bem.

É necessário saber Copywriting?

Entretanto, se você trabalha ou quer começar a trabalhar, é MANDATÓRIO que você saiba o que é Copywriting, pois é absolutamente importante para o sucesso do seu negócio online.

Esse material é para mim?

Esse material ajuda tanto **experts** que desejam alavancar suas vendas, como **iniciantes** que estão dando os primeiros passos.

Afinal, o que é Copywriting?



Copywriting é estrategicamente entregar palavras (escritas ou faladas) de modo a persuadir as pessoas para uma determinada ação.

Copy é um formato de comunicação com intuito de vender algo.

E quem faz copy, é o que?

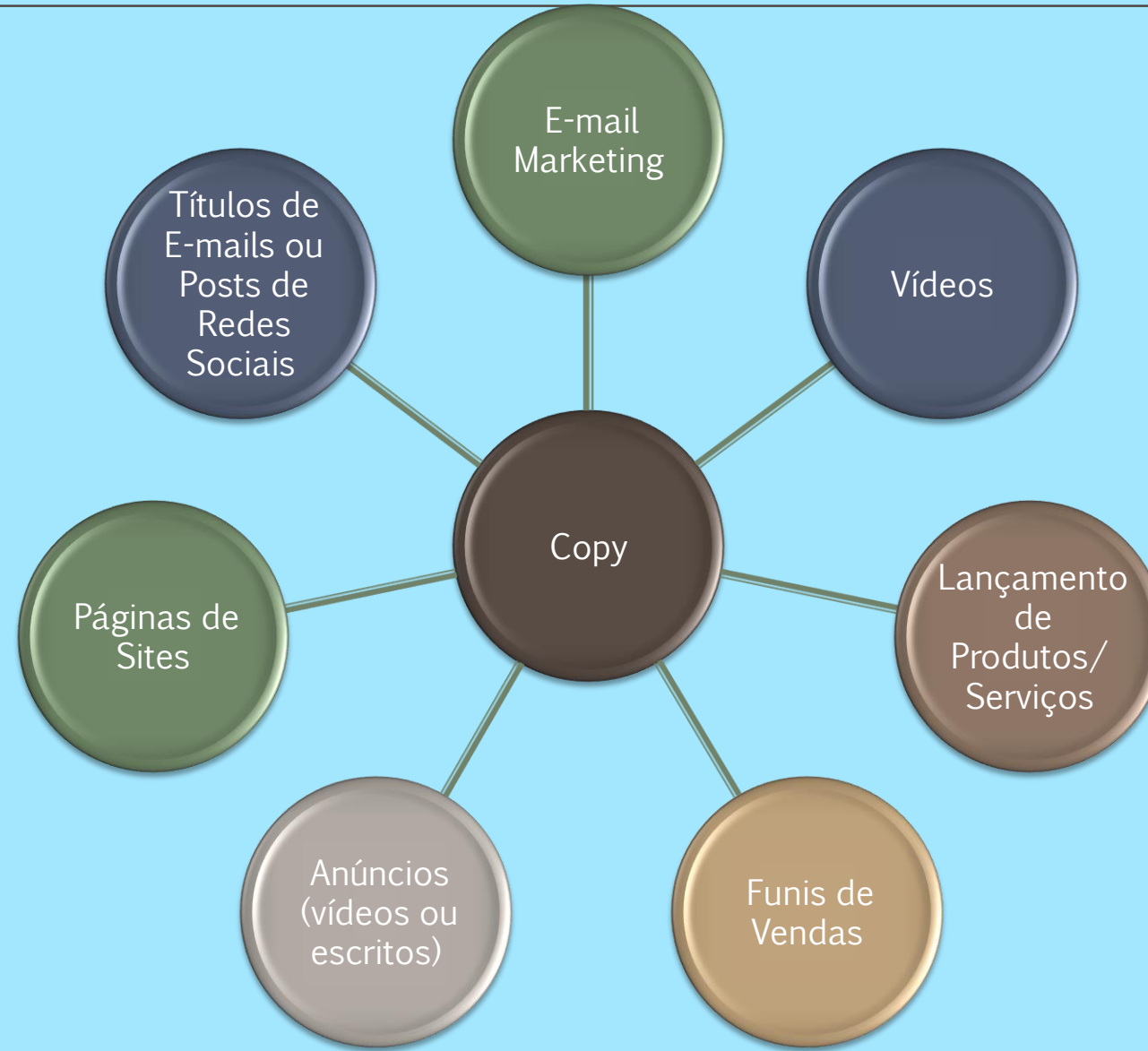


Um **copywriter** é o responsável por elaborar o material (**vídeo ou escrito**) para ser capaz de cativar, motivar e influenciar pessoas com o poder das palavras.

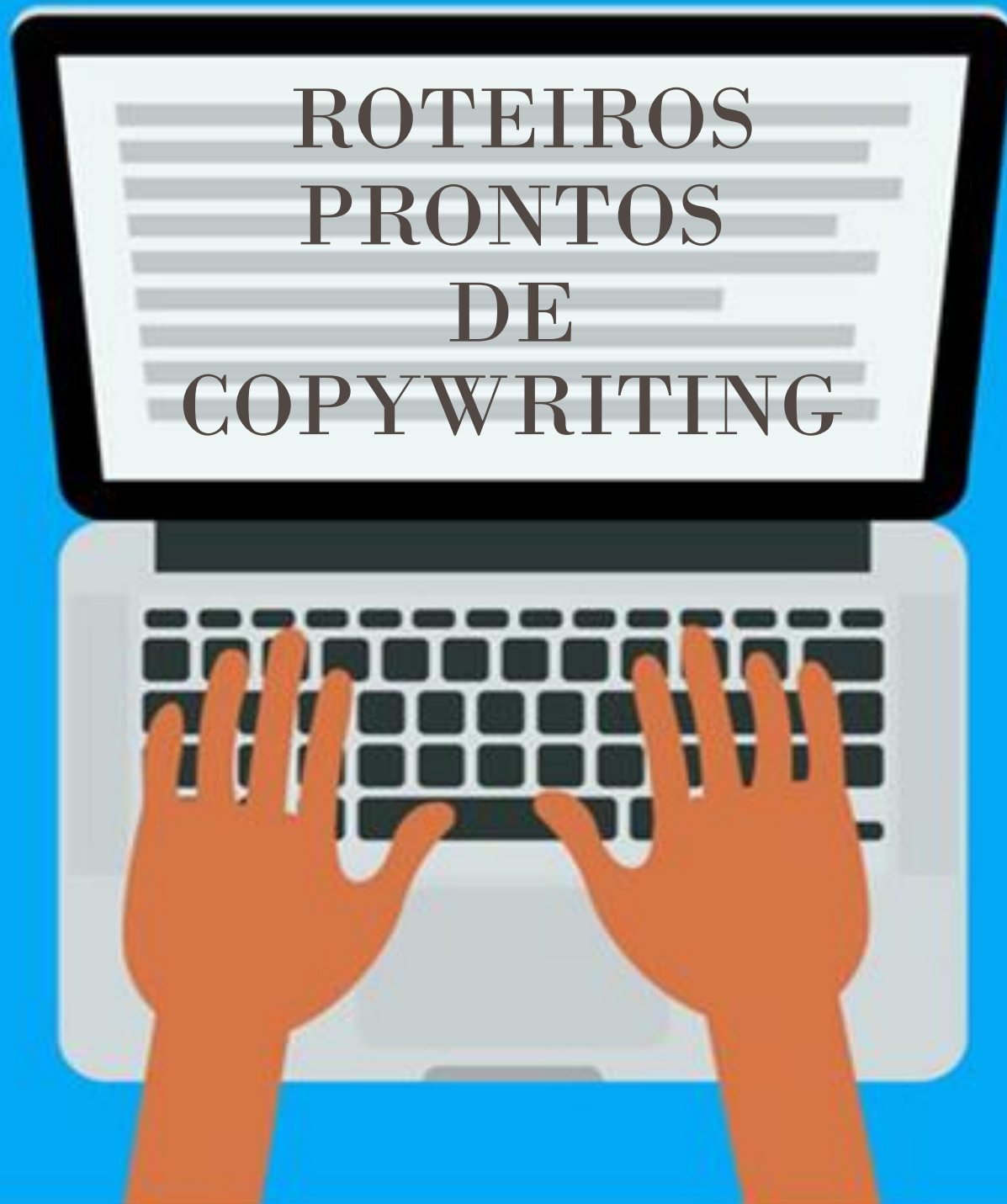
Com o propósito de chamar a atenção, despertando a curiosidade e interesse e depois levando o seu público para a ação.

Em outras palavras copywriter é a pessoa que tem a habilidade de falar ou escrever para **VENDER**.

Onde podemos utilizar as estratégias de copy?



ROTEIROS PRONTOS DE COPYWRITING





Módulo 2: Roteiros

Roteiros prontos de Copywriting, basta que você copie e adapte ao seu negócio:

- Preparei estes roteiros para que você possa utiliza-los principalmente em vídeos de vendas e e-mail marketing, mas também servem para stories, posts, manychat, entre outros que você considere que possa adapta-lo.

Módulo 2:

Aplique essas 10 técnicas ao seu negócio:

1 - VENDAS

2 - ESTÁ TUDO BEM?

3 - ACONTENCEU ALGO?

4 - QUERO TE DIZER UMA COISA

5 - EXISTE OUTRA OPÇÃO

6 - PRAZER E DOR

7 - DESCASO

8 - PARE DE PERDER TEMPO

9 - CHAMADA PARA AÇÃO

10 - UPSELL - FIDELIZE O CLIENTE

Tópico 1:

Aplique essas 10 técnicas ao seu negócio:

1 - VENDAS

2 - ESTÁ TUDO BEM?

3 - ACONTENCEU ALGO?

4 - QUERO TE DIZER UMA COISA

5 - EXISTE OUTRA OPÇÃO

6 - PRAZER E DOR

7 - DESCASO

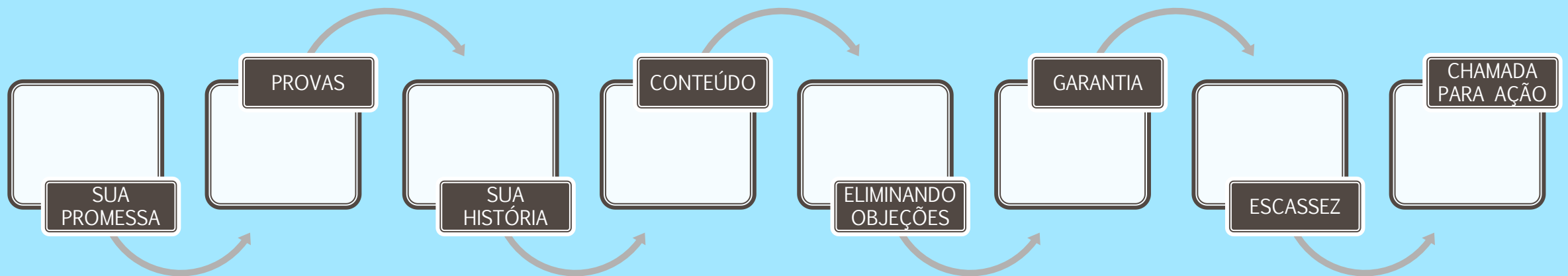
8 - PARE DE PERDER TEMPO

9 - CHAMADA PARA AÇÃO

10 - UPSELL - FIDELIZE O CLIENTE

1 - VENDAS

ESTRUTURA DE COPYWRITING PARA VENDAS – USADA POR TODOS OS TOP PLAYERS DO MARKETING DIGITAL EM LANÇAMENTO DE INFOPRODUTOS



1 - VENDAS

▪ SUA PROMESSA

Que tipo transformação as pessoas vão ganhar por adquirir o seu produto / serviço, que você está ofertando a elas?

Exemplo: Você está próximo de adquirir o produto que vai revolucionar a sua vida, como a de [liste a quantidade] de pessoas que aderiram a este [método/treinamento/conceito]...

▪ PROVAS

Mostre provas para sustentar a sua promessa. Essa fase serve para eliminar a objeção principal que uma pessoa que não te conhece, terá ao ouvir a sua promessa.

Exemplo: As provas podem ser:

- *Científicas ou baseadas em resultados (mostrar dados e fatos que comprovem o que você disse anteriormente)*
- *Mostrar um ou vários depoimentos de resultados*

1 - VENDAS

▪ SUA HISTÓRIA

Como essa ideia surgiu? Relatos do fracasso ao sucesso. O que te aconteceu, que te fez ter sucesso? As pessoas se interessam por pessoas e se envolvem em histórias.

Exemplo: Estou neste mercado a X anos, e nem sempre as coisas foram fáceis, para eu chegar até aqui, bati muito a cabeça, e fiz este conteúdo incrível...

▪ CONTEÚDO

Mostre o que tem no curso ou serviço que você vai receber? Qual é o método? Módulos?

Exemplo: Você vai aprender no módulo 1:

Exemplo2: Como elaborar estratégias para começar no mercado digital do absoluto zero;

Exemplo3: Como criar um site mesmo sem nenhum conhecimento;

Exemplo4: Reforce outros fatores de aprendizado

1 - VENDAS

▪ ELIMINANDO OBJEÇÕES

Porque você deve comprar este produto? Mostre ao seu cliente as razões:

Liste todas as razões:

Razão 1; Razão 2;

Estas razões devem eliminar as principais objeções.

Exemplo1: Não tenho tempo; (Não Existe falta de tempo, e sim de prioridades)

Exemplo2: Não tenho dinheiro; (Investimento não é custo, mencione o que a pessoa vai perder de oportunidades na vida se não tiver esse conhecimento, liste formas de cortar custos desnecessários para investir no curso que mudará a vida)

Faça uma lista de 1 a 50 e veja os itens que você consegue eliminar para que você consiga ter dinheiro para comprar este curso, que mudará a sua vida.

Exemplo3: 12 x 49,50 -> o valor da parcela é menor do que um lanche.

Exemplo4: Isso não é para mim. (mostre resultados de alguém que começou do ZERO)

1 - VENDAS

- **GARANTIA**

Mostre o seu comprometimento com o cliente. Assuma todos os riscos.

Exemplo: Se você achar que este produto não é para você, eu assumo todos os riscos, e te dou 7 dias de garantia, para que você usufrua de todos os conteúdos.

Se achar que não é para você, basta me enviar um e-mail que faço o reembolso do valor pago, sem perturbações.

- **ESCASSEZ**

Informe o dia que o carrinho irá fechar. Essa é uma oportunidade única e limitada. Exemplifique o motivo que o carrinho será fechado neste dia.

Exemplo: Devido a limitação de suporte que tenho que dar aos alunos desta turma, terei que limita-lo a quantidade de X alunos.

1 - VENDAS

▪ CHAMADA PARA AÇÃO

Reforce a chamada para ação. Se ela não agir, mostre a dor que a pessoa terá se não aceitar essa oferta agora.

Exemplo1. Você pode ignorar este recado e seguir a sua vida.

Exemplo2. Você poderá aprender tudo isto sozinho, porém ficaria bem mais fácil se seguisse todos os caminhos que te indico.

Exemplo3. Compre agora e acelere os seus resultados.

Exemplo3. Liste os bônus que a pessoa receberá ao realizar a compra neste Exato momento...

Exemplo4. Botão de compra

Tópico 2:

Aplique essas 10 técnicas ao seu negócio:

1 - VENDAS

2 - ESTÁ TUDO BEM?

3 - ACONTENCEU ALGO?

4 - QUERO TE DIZER UMA COISA

5 - EXISTE OUTRA OPÇÃO

6 - PRAZER E DOR

7 - DESCASO

8 - PARE DE PERDER TEMPO

9 - CHAMADA PARA AÇÃO

10 - UPSELL - FIDELIZE O CLIENTE

2 - *ESTÁ TUDO BEM?*

Muito usado em e-mail marketing.

Dê um motivo para mostrar que entende o cliente e que talvez ele possa ter um problema diferente. Justifique a decisão dele.

Dê um motivo para mostrar que ele não tenha se interessado. Mostre que você entende a justificativa dele.

Exemplo1. Tudo bem...você não se interessou eme isso é compreensível talvez porque já deve.....ou porque.....Enfim, o que importa é que:

Exemplo2. O que vem te impedindo de dar esse passo?

Exemplo3. Você vai se arrepender se não fizer isso.

Exemplo4. Conte uma história para envolvimento e faça a chamada para ação.

História + “eu estou te dando essa oportunidade agora”... + chamada para ação: então clique no botão abaixo e faça a sua inscrição agora mesmo.

Tópico 3:

Aplique essas 10 técnicas ao seu negócio:

1 - VENDAS

2 - ESTÁ TUDO BEM?

3 - ACONTENCEU ALGO?

4 - QUERO TE DIZER UMA COISA

5 - EXISTE OUTRA OPÇÃO

6 - PRAZER E DOR

7 - DESCASO

8 - PARE DE PERDER TEMPO

9 - CHAMADA PARA AÇÃO

10 - UPSELL - FIDELIZE O CLIENTE

3 - *ACONTECEU ALGO?*

Muito usado em e-mail marketing, no título do e-mail.

O cliente/público estava procurando algo e não gostou da sua oferta. Talvez tenha faltado um algo a mais da sua parte.

Exemplo1: Resolvido. Preço não é mais o problema....

Exemplo2: Eu quero garantir que você saia daqui com uma solução em mãos. Afinal você já fez um grande esforço e merece uma oportunidade melhor, por este motivo o preço deste produto hoje será....

Exemplo3: Recado para: [nome da pessoa].

Exemplo4: Olá [Nome do cliente],

Sabe que as inscrições terminam amanhã às 23:59 e você ainda não fez a sua inscrição, por que?

Tópico 4:

Aplique essas 10 técnicas ao seu negócio:

1 - VENDAS

2 - ESTÁ TUDO BEM?

3 - ACONTENCEU ALGO?

4 - QUERO TE DIZER UMA COISA

5 - EXISTE OUTRA OPÇÃO

6 - PRAZER E DOR

7 - DESCASO

8 - PARE DE PERDER TEMPO

9 - CHAMADA PARA AÇÃO

10 - UPSELL - FIDELIZE O CLIENTE

4 - TEM UMA COISA QUE EU GOSTARIA DE TE DIZER

Muito usado em e-mail marketing, no início do e-mail.

Dê esperanças e mostre que você ainda tem algumas cartas na manga para apresentar nesse jogo.

Exemplo. Tem alguma coisa que gostaria de te dizer, ainda Existe uma possibilidade. Para facilitar seu processo de decisão eu vou tornar tudo mais fácil para você.

Mostre o que o seu público estará perdendo de oportunidade...

Tópico 5:

Aplique essas 10 técnicas ao seu negócio:

1 - VENDAS

2 - ESTÁ TUDO BEM?

3 - ACONTENCEU ALGO?

4 - QUERO TE DIZER UMA COISA

5 - EXISTE OUTRA OPÇÃO

6 - PRAZER E DOR

7 - DESCASO

8 - PARE DE PERDER TEMPO

9 - CHAMADA PARA AÇÃO

10 - UPSELL - FIDELIZE O CLIENTE

5 - *EXISTE OUTRA OPÇÃO*

Muito usado em e-mail marketing, ao longo do e-mail.

Faça uma oferta mais barata por algo menor e mais significativo para o cliente.

Exemplo. Você pode fazer um investimento menor para obter somente este conteúdo, que já é muito bom...

Coloque aqui o conteúdo que seus clientes se interessam mais.

Tópico 6:

Aplique essas 10 técnicas ao seu negócio:

1 - VENDAS

2 - ESTÁ TUDO BEM?

3 - ACONTENCEU ALGO?

4 - QUERO TE DIZER UMA COISA

5 - EXISTE OUTRA OPÇÃO

6 - PRAZER E DOR

7 - DESCASO

8 - PARE DE PERDER TEMPO

9 - CHAMADA PARA AÇÃO

10 - UPSELL - FIDELIZE O CLIENTE

6 - *PRAZER E DOR*

Muito usado em e-mail marketing, ao longo do e-mail.

Compare as escolhas que o cliente tem agora com a dor de desconsiderar essa oferta.

Exemplo. Essa é a melhor escolha que você pode fazer para obter resultados que tanto procura como...ou como.....sem precisar investir o preço total do produto Y.

Tópico 7:

Aplique essas 10 técnicas ao seu negócio:

1 - VENDAS

2 - ESTÁ TUDO BEM?

3 - ACONTENCEU ALGO?

4 - QUERO TE DIZER UMA COISA

5 - EXISTE OUTRA OPÇÃO

6 - PRAZER E DOR

7 - DESCASO

8 - PARE DE PERDER TEMPO

9 - CHAMADA PARA AÇÃO

10 - UPSELL - FIDELIZE O CLIENTE

7 - *DESCASO*

Muito usado em e-mail marketing, ao longo do e-mail.

Mostrar descaso tira a pressão da venda e faz o cliente ver que não se importa, é mais importante para ele essa decisão.

Exemplo. Agora quero te deixar claro que tenho a consciência limpa de que fiz todo o possível para te ajudar a alcançar, mas no final a decisão é sua, não me importo, afinal eu vou continuar obtendo esses ótimos resultados.

Tópico 8:

Aplique essas 10 técnicas ao seu negócio:

1 - VENDAS

2 - ESTÁ TUDO BEM?

3 - ACONTENCEU ALGO?

4 - QUERO TE DIZER UMA COISA

5 - EXISTE OUTRA OPÇÃO

6 - PRAZER E DOR

7 - DESCASO

8 - PARE DE PERDER TEMPO

9 - CHAMADA PARA AÇÃO

10 - UPSELL - FIDELIZE O CLIENTE

8 - *PARE DE PERDER TEMPO*

Muito usado em e-mail marketing, ao longo do e-mail.

Você não precisa reinventar a roda, a solução já está aqui.

Exemplo. Esse é um atalho para o seu sucesso. Para que perder tempo se eu já fiz tudo por você e estou aqui deixando tudo prontinho para você aplicar agora mesmo.

Tópico 9:

Aplique essas 10 técnicas ao seu negócio:

1 - VENDAS

2 - ESTÁ TUDO BEM?

3 - ACONTENCEU ALGO?

4 - QUERO TE DIZER UMA COISA

5 - EXISTE OUTRA OPÇÃO

6 - PRAZER E DOR

7 - DESCASO

8 - PARE DE PERDER TEMPO

9 - CHAMADA PARA AÇÃO

10 - UPSELL - FIDELIZE O CLIENTE

9 – CHAMADA PARA AÇÃO

Muito usado em e-mail marketing, ao final do e-mail.

Dê uma descrição Exata dos passos que O SEU CLIENTE deve dar para completar o seu pedido.

Exemplo. Clique no botão que está abaixo desse vídeo e faça agora mesmo o seu pedido/compra / inscrição

Exemplo2: Esse é um atalho para o seu sucesso. Para que perder tempo se eu já fiz tudo por você e estou aqui deixando tudo prontinho para você aplicar agora mesmo.

Tópico 10:

Aplique essas 10 técnicas ao seu negócio:

1 - VENDAS

2 - ESTÁ TUDO BEM?

3 - ACONTENCEU ALGO?

4 - QUERO TE DIZER UMA COISA

5 - EXISTE OUTRA OPÇÃO

6 - PRAZER E DOR

7 - DESCASO

8 - PARE DE PERDER TEMPO

9 - CHAMADA PARA AÇÃO

10 - UPSELL - FIDELIZE O CLIENTE

10 - *FIDELIZE SEU CLIENTE COM UPSELL*

Upsell é oferecer uma solução que traga mais valor ao consumidor e que também aumente o faturamento dos seus negócios.

Muito usado em vídeos para chamadas de ação, como anúncios e também em e-mail marketing, para aumentar ainda mais a fidelização do seu cliente e o seu LTV (lifetime value).

10 - *FIDELIZE SEU CLIENTE COM UPSELL*

ESTRUTURA DE COPYWRITING USANDO O UPSELL



10 - *FIDELIZE SEU CLIENTE COM UPSELL*

- **MUITO BEM**

Exemplo: Muito bem! Você está quase....

Olá, tudo bem? Aqui é o [ciclano], e eu quero parabenizar você por tomar essa atitude agora! Você está a apenas alguns minutos de começar seu treinamento avançado de [nome do produto]...

- **AQUI TEM TUDO**

Exemplo: e eu quero te garantir que agora você tem o que precisa para conseguir [descreva o maior sonho do cliente/público]...

10 - FIDELIZE SEU CLIENTE COM UPSELL

- VOCÊ É DIFERENTE?

*Exemplo. Acredito que algumas pessoas querem ir **além** da maioria e realmente querem se destacar...*

- ECONOMIZE TEMPO E DINHEIRO

Exemplo. e você quer fazer isso, gastando o menor tempo e dinheiro possível...

- PROBLEMA COM DINHEIRO e X

Exemplo. por isso, você que é o nosso cliente, terá hoje a oportunidade de adquirir este [nome do produto] com 30% de desconto...e colocando em prática o que você aprenderá [diga o item] neste curso, é somente um Exemplo de vários aspectos que você poderá melhorar [no seu negócio/vida/outro relacionado ao produto]...

Tudo para que o seu [negócio/vida/saúde/outro nicho] seja o mais [rentável/produtivo] e que resolva esse problema [descreva o problema] de uma vez por todas....

10 - *FIDELIZE SEU CLIENTE COM UPSELL*

- PERGUNTA / RESPOSTA

Exemplo. muitas pessoas possuem esta dúvida:

- funciona para mim?

- como fazer?

- liste outras dúvidas do cliente/público

E a resposta está aqui...

- MEU DESCONTO ESPECIAL

Exemplo. aprenda hoje mesmo como [diga o que o seu produto vai proporcionar ao cliente/ o maior benefício do seu produto] e adicione o treinamento [nome de outro treinamento que é o complemento do que o cliente já tinha se interessado] ao seu pedido hoje, com esta oferta super especial...

10 - FIDELIZE SEU CLIENTE COM UPSELL

- SUA CHANCE!

Exemplo. agora o que você precisa fazer é apenas clicar no botão abaixo para confirmar o seu pedido, que te incluíremos no [método/treinamento/ferramenta/masterclass/outros] hoje e fazemos isso com esse desconto especial que é bem menor do que o preço Exigido normalmente...

Você terá acesso a TODO treinamento e também terá acesso instantâneo ao [método/treinamento/ferramenta/masterclass/outros] pelo preço especial de hoje que você vê abaixo:

- FAÇA A SUA DECISÃO!

Exemplo. garanta o seu [lugar/vaga/sua cópia agora mesmo]

Coloque o botão “QUERO FAZER O UPGRADE AGORA”

Se você ainda tem alguma dúvida, e quiser saber mais a respeito, fique à vontade para [ler/ver/ouvir] esse conteúdo que preparamos para você logo abaixo [link para abrir o conteúdo]

Aguardo você!

AUMENTE SEU RELACIONAMENTO COM UPSELL

Se você chegou até aqui, merece esse bônus:

- Já ouviu falar em como aumentar o relacionamento com UPSSELL?
- Não?
- Não tem problema, por isso que estou

AUMENTE SEU RELACIONAMENTO COM UPSELL

Muito usado em vídeos e também em e-mail marketing para chamadas de uma nova ação.

- INSCRIÇÃO CONFIRMADA

Exemplo. Parabéns!

Sua compra foi concluída com sucesso. Você receberá todas as informações por e-mail (se for um vídeo) ou neste e-mail (se for um e-mail)...

- NOVA OPORTUNIDADE

Exemplo. agora estou aqui, porque eu tenho uma oportunidade que talvez seja interessante para você...

AUMENTE SEU RELACIONAMENTO COM UPSELL

- ENVOLVIMENTO DE OUTRAS PESSOAS

Exemplo. muitas pessoas pedem isso, é uma coisa que nós não oferecíamos antes, mas muita gente está pedindo isso, e nós começamos a oferecer...são centenas de pessoas que já participam deste [treinamento/metódo/outro/aulão]..

- PRODUTO

Exemplo. muitas pessoas pediram [nome do produto com upgrade]..

- *mas [seu nome] o que seria o [nome do produto com upgrade]?*

AUMENTE SEU RELACIONAMENTO COM UPSELL

▪ USE OUTROS EXEMPLOS

Exemplo. Não sei se você já conhece isto [liste algum bom exemplo do seu nicho].

Exemplo2 Se for um aulão para 500 pessoas

Não sei se você conhece ou já foi na Disney ou não, mas quando você vai lá, você tem a opção de comprar o “Fastpass”, que te dará uma opção privilegiada que te poupará muito tempo, te dando opção de entrar primeiro...

▪ ADAPTE AO SEU NEGÓCIO

Exemplo. no nosso caso o [treinamento/metódo/outro/aulão]...te dá o direito de liste os Exemplos associados...

Exemplo2 associado: no nosso caso, o “fastpass”, te dará a oportunidade de acessar a aula 30 minutos antes do público geral, assim você poderá escolher o lugar que quiser, para que tenha mais condições de focar...

AUMENTE SEU RELACIONAMENTO COM UPSELL

▪ CHAMADA PARA AÇÃO

*Exemplo. então se você é uma pessoa que faz questão de [use exemplos associados ao seu produto/serviço], então aqui embaixo tem um botão, nele você poderá fazer o **upgrade** do seu [produto/serviço] pelo preço que está aí indicado.*

COLOQUE O BOTÃO “QUERO FAZER O UPGRADE [NOME DO PRODUTO/SERVIÇO]”

Valor do investimento R\$197,00

▪ FAÇA A SUA DECISÃO!

*Exemplo. se você não quiser fazer este upgrade, está tudo bem, isso foi simplesmente uma **exigência** tão grande dos nossos clientes, que nós acabamos implementando, mas se você não quiser está tudo bem, basta você clicar no botão “NÃO OBRIGADO” (se for vídeo) ou ignorar este e-mail (se for e-mail).*

De um jeito ou de outro, te vejo no [treinamento/aulão...]

MÓDULO 3 - FÓRMULAS PERSUASIVAS

Essas são fórmulas para anúncios ideias para facebook ads, google adwords, tweets e chamadas em redes sociais...

Podendo ser usada tanto em frases curtas como em posts maiores.

[Na seção de Fórmulas você vai encontrar estratégias rápidas para aplicar em títulos, tweets, e-mails, blog posts e muito mais]

[Aproveite esses métodos práticos para deixar suas chamadas e textos muito mais persuasivos]

MÓDULO 3 - FÓRMULAS PERSUASIVAS

- *Anúncios (Fórmulas Persuasivas)*
- *- Fórmula (AIDA)*
- *- Fórmulas (3 porques)*
- *- Fórmula Uma boa história...*
- *- Fórmula (IPPC)*
- *- Fórmula (P.A.R.)*
- *- Fórmula (4Us)*
- *- Fórmula (4Cs)*
- *- Fórmula (A.D.P.)*
- *- Fórmula (E.H.S)*
- *- Fórmula (C.V.B)*
- *Fórmula (P.R.S)*

Fórmula AIDA (Persona Ana)

A -> Atenção: Consiga a atenção da pessoa;

I -> Interesse: Dê conteúdo interessante

D -> Desejo: Benefícios do produto

A -> Ação: Pergunte por uma resposta

Exemplo. Atenção! Primeira versão do nosso projeto liberado: copys automáticas rapidamente! Quer entrar?

Resumindo a jornada de compra da Ana em um diagrama:



No diagrama, deu pra perceber em quais pontos da jornada Ana foi influenciada pelos gatilhos mentais. Percebeu o quão importante eles são?

Fórmula (3 Porques)

- *1. Porque você/produto é o melhor?*
- *2. Porque eu deveria acreditar em você?*
- *3. Porque eu deveria comprar agora?*

Ex. Recomendado por 70% das corretoras. Tiram os a dor de cabeça dos investimentos e recomendamos apenas lucro certo.

Fórmula Uma Boa História

Toda grande história precisa de:

- *1. Um herói*
- *2. Um objetivo*
- *3. Um conflito*
- *4. Um mentor*
- *5. Uma moral*

Fórmula Uma Boa História

Toda grande história precisa de:

- *1. Herói Relutante*
- *DESCRIÇÃO: Você é um herói que descobriu algo incrível mas não sabe se deveria compartilhar este conhecimento com as pessoas e por algum motivo estava receoso. Até tomar esta decisão de ajudar outras pessoas...*
- *Ex. Confesso que fiquei relutante de revelar este segredo _____ (o que você vai revelar) isso porque _____ (dê uma razão para não querer revelar)*
- *Quando comecei a _____ (ação) encontrei obstáculos enormes para aprender a _____ (habilidade profissional) porque não existia muita informação congruente sobre _____ (assunto principal). Eu tive que _____ (dificuldade enfrentada 1) e isso sem contar o _____ (perda de algo valioso).*
- *Não foi fácil mas depois de pensar muito eu decidi compartilhar esse segredo que eu _____ (esforço que você teve que fazer para conseguir) isso porque eu acredito que _____ (fale algo com significado emocional – sua missão/propósito/paixão).*
- *Então se você quer _____ (benefício) sem precisar _____ (objeção)*
- *Clique neste link e acesse agora o nosso _____ (curso gratuito/vídeo/aula/software)*

Fórmula IPPC

[Fórmula Imagem – Promessa – Prova – Comprometimento]

- 1. Imagem – Pinte uma imagem que chame a atenção e gere interesse*
- 2. Promessa – Descreva o seu produto/serviço que irá entregar*
- 3. Prova – Provenha suporte para a sua promessa*
- 4. Comprometimento – Peça por comprometimento*

Ex. Sem mais correrias a noite! Remédios entregues na sua porta 24 horas por dia.

Ligue agora 32423....

Fórmula P.A.R

[Fórmula Problema – Agitar – Resolver]

- 1. Identificar um problema.*
- 2. Agitar o problema.*
- 3. Resolver o problema.*

Ex. Travado olhando para uma tela branca? Vai deixar o bloqueio criativo vencer de novo OU vai lutar contra. Veja aqui como: WWW.....

Fórmula 4Us

[Fórmula Útil – Urgente – Único – Ultra Específico]

- 1. Útil – Seja útil ao leitor*
- 2. Urgente – Crie um senso de urgência*
- 3. Único – Mostre um benefício que seja único*
- 4. Ultra Específico – Seja direto ao ponto em cada parte*

Ex. Webinar Quarta: Respondendo todas as perguntas sobre SEO, não importa quanto tempo demore. Faltam apenas 5 lugares.

Garanta a sua vaga em www.4us.com.br

Fórmula 4Cs

[Fórmula Claro – Conciso – Captativo – Credibilidade]

Ex. Lembre-se de tudo. Até do aniversário da sua sogra. Tente a agenda de compromissos mais popular da internet, acesse aqui...www...

Fórmula ADP

[Fórmula: Antes – Depois – Ponte]

- 1. Antes – Aqui está o seu mundo com um problema.*
- 2. Depois – Imagine como seria ter esse problema resolvido.*
- 3. Ponte – Aqui está como você chega lá.*

[Descreva um problema, descreva um mundo onde aquele problema não existe e então explique como chegar lá]

[Esse é uma fórmula persuasiva simples que pode ser aplicada em blogs, twitter, facebook, e-mails e onde mais você quiser]

Ex. Criar imagens bonitas custa tempo. Imagine cortar 1 em uma hora o que você pode fazer em 15 minutos.

Aqui como: www.....

Fórmula E.H.S

[Fórmula Estrela – Historia – Solução]

- 1. Estrela – O personagem principal da história*
 - 2. História – A história por si mesma*
 - 3. Solução – Uma explicação de como a estrela vence no final*
- [Essa fórmula não precisa ser linear. Você pode contar sua história e apresentar sua estrela ao mesmo tempo. E a estrela pode ser qualquer coisa seu produto/serviço/idéia ou até mesmo seu cliente]*

Ex. Alcance suas metas! Saia mais cedo na sexta. Soluções de marketing para empresários do futuro.

Fórmula C.V.B

[Fórmula Características – Vantagens – Benefícios]

- 1. Características – O que você ou seu produto pode fazer*
- 2. Vantagens – Porque isso é útil*
- 3. Benefícios – O que isso realmente significa para a pessoa*

Ex. Análise completa do perfil social da sua empresa para te ajudar a planejar postagens e conseguir mais cliques. [www.....](#)

Fórmula P.R.S

[Fórmula Problema – Reação – Solução]

- 1. Problema – Mostre um problema*
- 2. Reação – Mostre a dor / sofrimento que esse problema pode causar*
- 3. Solução – Dê uma solução para o problema*

Ex. Você já perdeu clientes porque não soube convencer da sua oferta? Frustrante não é mesmo? Então veja esse método garantido e comprovado.

Clique aqui e saiba mais....

Módulo 4: Gatilhos Mentais

O que são Gatilhos Mentais?

Resumidamente podemos dizer que são padrões da linguagem persuasiva que de alguma forma causam efeitos emocionais no cérebro humano.

Quando decidimos tomar uma ação, por exemplo, a decisão é inicialmente consciente, mas logo em seguida o **sistema límbico (emocional)** assume o controle e coordena a ação de dezenas de músculos nas pernas e braços, garantindo que demos um passo, e depois outro e assim sucessivamente para aquela ação...

Ao aplicar os gatilhos mentais de forma correta, você é capaz de **cativar, motivar e engajar as pessoas, influenciando-as a agir.**

Módulo 4: Gatilhos Mentais

5 Gatilhos Mentais que explodem muito suas vendas

- 1. Reciprocidade;*
- 2. Escassez;*
- 3. Autoridade;*
- 4. Surpresa;*
- 5. Curiosidade*

Módulo 4: Gatilhos Mentais

1. Reciprocidade

É dando que se recebe, lembra? É preciso dar alguma coisa de graça, ajudar sem pedir nada em troca, consequência de um propósito verdadeiro.

Você tem vontade visceral de fazer alguma coisa pela pessoa e ela te agradece por compartilhar tal material, dizendo "obrigado".

Obrigado vem da palavra “Obriga” a “Ação” que é a reciprocidade.

Como podemos dar reciprocidade no mundo digital? Com conteúdo de valor, sendo genuíno, verdadeiro, íntegro, gerando autenticidade.

Temos que gerar valor com integridade.

Módulo 4: Gatilhos Mentais

2. Escassez

Você tem uma oferta e ela está acabando, faz a oferta para a pessoa tomar a ação de compra agora, no ato.

Exemplo.

Tempo = 10 minutos

Quantidade = restam apenas 2 vagas

As pessoas odeiam ficar fora de algo, e aí que você vai conseguir ganhar.

Esses dois juntos é que vão deixar a sua escassez bem forte.

Módulo 4: Gatilhos Mentais

3. Autoridade

Você não pode buscar ser uma autoridade apenas por sua qualificação. Ter autoridade não é ter diploma, não são apenas as suas certificações, principalmente no mercado digital você precisa ter resultados.

O que gera autoridade é o resultado.

Como você vai ter autoridade, sem resultado? Sem manipular, ajudando a pessoa, entregando um conteúdo gratuito e de qualidade, você gera autoridade, a partir daí você começa a mostrar os seus resultados.

Exemplo. Inclusive nós já ajudamos mais de 5 mil pessoas a ter resultados com esse método de copywriting.

Você se torna Expert em algo, quando está condicionado a buscar Exemplopertise, tende a convencer mais outras pessoas por autoridade, deve ser integro, e assim a autoridade será percebida por outras pessoas.

Módulo 4: Gatilhos Mentais

4. *Surpresa*

Usar a surpresa ao seu favor, por exemplo, ofertas relampâgos. É uma ótima forma de ativar o gatilho mental da surpresa.

Duas formas de colocar este gatilho mental na sua estratégia:

1 – Super oferta

É realizar uma super oferta, com um super desconto e fazer a pessoa agir naquele momento, para aproveitar este super desconto, sendo realmente uma oportunidade imperdível.

Você faz uma ação dessa junto com o gatilho mental da escassez, e conseguirá os resultados.

Exemplo. Você tem até 23:59 de hoje para comprar o produto, restam tantas horas e apenas mais 2 vagas para a minha mentoria.

Módulo 4: Gatilhos Mentais

4. *Surpresa*

2 - Overdelivering

A premissa de overdelivering é fidelizar o cliente.

Com isso você promete algo na entrega do seu produto ou serviço e oferece muito mais, dando bônus ao que você ofertou.

A pessoa compra um determinado produto ou serviço, e você oferece muito mais, e com isso gera valor percebido no cliente, gerando a surpresa e assim faz a pessoa querer comprar ainda mais de você, fidelizando-o como um cliente em potencial.

Módulo 4: Gatilhos Mentais

5. Curiosidade

Mais usado no dia-a-dia, muito recomendado para gerar o clique. Fazer a pessoa ficar curiosa para ver o que tem dentro de algo.

Para ativar esse gatilho na pessoa, você usa isso por meio da subjetividade, você precisa mesmo ser subjetivo.

Esse gatilho serve para que você faça a pessoa ir até ao seu conteúdo, é onde você quer que o seu cliente chegue, e nesse local, você terá a oferta de e-book gratuito ou a oferta de um produto/serviço.

Módulo 5: Estrutura PASTOR

Siga esta estrutura de copy, para rapidamente montar a sua estratégia de vendas, usando o poder da persuasão.

A estrutura que vamos utilizar abaixo é a **PASTOR**, essa técnica de copy é frequentemente utilizada por grandes players do mercado digital, ao final desta leitura você se identificará, pois assim como eu, provavelmente já recebeu vários e-mails ou viu em páginas de vendas com esse formato.

Módulo 5: Estrutura PASTOR

“P”

PROBLEMA (Perdeu dinheiro)

“A”

AMPLIFICAÇÃO DO PROBLEMA (Perdeu dinheiro por não saber as técnicas de marketing digital)

“S”

SOLUÇÃO (aprender as melhores técnicas de marketing digital)

“T”

TESTIMONIAL (PROVA SOCIAL)

“O”

OFERTA (do produto)

“R”

RETORNO (Garantia): Se não der certo, então...devolvemos o seu dinheiro.

Módulo 5: Estrutura PASTOR

- *PROBLEMA + AMPLIFICAÇÃO DO PROBLEMA*

AMEAÇA (se, então)

Exemplos:

1. Se {SITUAÇÃO ESPECÍFICA E EMOCIONAL ACONTECENDO}, então talvez {SEU PIOR MEDO SEJA VERDADE}

Exemplo: Se [você está engordando mesmo fazendo dieta], então talvez [seu metabolismo seja o culpado].

2. O que fazer se {SITUAÇÃO ESPECÍFICA E EMOCIONAL RUIM ACONTECENDO}

Exemplo2: O que fazer se [suas costas não param de doer]?
{SEUS CLIENTES}, Cuidado: A nova farsa com {...} que você deve evitar

Módulo 5: Estrutura PASTOR

- *PROBLEMA + AMPLIFICAÇÃO DO PROBLEMA*

AMEAÇA (se, então)

Exemplos:

3. {SEUS CLIENTES}, Cuidado: A nova farsa com {...} que você deve evitar

Exemplo3: [Investidores], cuidado: A nova farsa com [promessa de dinheiro fácil] que você deve evitar.

4. 9 mentiras que {GRUPO DE PESSOAS/EMPRESA} GOSTA(M) DE CONTAR

Exemplo4: 9 mentiras que a [Indústria Farmacêutica] gosta de contar que pode estar te impedindo de emagrecer com saúde.

Módulo 5: Estrutura PASTOR

- *PROBLEMA + AMPLIFICAÇÃO DO PROBLEMA*

DOR (Se, então)

5. Se {UM FORTE DISPARADOR EMOCIONAL ESTÁ ACONTECENDO}, então {SEU PIOR MEDO PODE SER VERDADE}

Exemplo: Se [você sente dor nas costas ao sentar-se], então [você pode precisar de cirurgia].

Módulo 5: Estrutura PASTOR

- *SOLUÇÃO*

COMO

a. *Como conseguir {RESULTADOS} {RAPIDAMENTE/FÁCIL/PRÁTICO} {SEM RISCOS/GARANTIDO}*

Exemplo. Como conseguir [fechar uma venda] [muito mais rapidamente] [sem assustar seus clientes];

b. *Como {TRANSFORMAR UM PROBLEMA} {EM UM BENEFÍCIO}*

Exemplo2: Como [transformar sua careca] [em uma imã de mulheres];

c. *Como você pode {FAZER ALGO} enquanto você {FAZ ALGO DIFERENTE}*

Exemplo3: Como você pode [ganhar dinheiro] enquanto você [dorme]

Módulo 5: Estrutura PASTOR

- *SOLUÇÃO*

OBJEÇÕES

Fórmula: Expressão de força + Benefícios/Resultado + Tempo – Inimigos/Objecções

[Expressão de força]: A maneira mais simples do mundo...

[Benefícios/Resultado]: de como perder 21 quilos

[Tempo]: em apenas 28 dias

[Inimigos/Objecções]: sem precisar contar calorias ou passar de fome

Exemplo: A maneira mais simples do mundo + de como perder 21 quilos + em apenas 28 dias – sem precisar contar calorias ou passar de fome.

Módulo 5: Estrutura PASTOR

- *SOLUÇÃO*

GANCHO (PROMESSA IRRESTÍVEL) + BENEFÍCIOS

Trabalha com necessidades e desejos dos seus leads. Algo que desperte a curiosidade. Uma promessa praticamente impossível.

Exemplo. Descubra como aumentar suas vendas, usando essas palavras hipnóticas poderosas.

Faça uma lista com todos os benefícios do seu produto.

Módulo 5: Estrutura PASTOR

- *TESTIMONIAL*

PROVA SOCIAL

*Funcionou para tais pessoas.
Prove que a sua oferta é verdadeira.*

Exemplos:

a. {FAÇA ALGO} Como {PESSOA FAMOSA}: 20 maneiras para {...}

Exemplo: [Faça apresentações] como [Steve Jobs]: 20 maneiras para [arrasar na hora da palestra]

b. Fórmula: Como {NÚMERO IMPRESSIONANTE} conseguir {RESULTADO DESEJADO} em {PERÍODO DE TEMPO} sem ter {ALGO DESEJADO}

Exemplo2: Como [2.350 pessoas] conseguiram [ganhar dinheiro com marketing digital] em [menos de 12 meses] sem ter que [estudar tanto].

Módulo 5: Estrutura PASTOR

- *OFERTA*

PRODUTO

Descreva-o. Faça uma breve descrição do seu produto que prove que vai resolver o problema da pessoa, gerando uma transformação.

Use argumentos lógicos que comprove que o seu produto não é uma mentira.

Classifique sua oferta como uma oportunidade única. Algo que realmente ensine o seu público, ao mesmo tempo que valorize a sua solução.

Exemplo. “Aplicando o que eu vou te ensinar nesse curso...”

“Ao aplicar este passo-a-passo do curso para o seu negócio, você terá mais tempo e dinheiro, aumentando a sua qualidade de vida, tendo mais tempo para a sua família, melhorar a sua saúde, etc”.

Módulo 5: Estrutura PASTOR

- *OFERTA*

BÔNUS

Maximize a sua oferta com a entrega dos bônus. É o que você oferecerá ao seu cliente ao adquirir o seu produto.

Deixar claro que não faz parte do produto.

O bônus precisa gerar valor agregado ao cliente, deve ser percebido por ele.

Exemplo. Compre o livro por R\$90,00 + R\$10,00 de frete (não tem ganho do cliente, embora tenha pagado mais barato).

Ou

Exemplo. Compre o livro por R\$100,00 + Frete grátis (Paga mais caro, mas percebe o valor agregado).

As pessoas gostam de ganhar as coisas, e deve estar claro para elas.

Módulo 5: Estrutura PASTOR

- *OFERTA*

PREÇO

Justifique o preço, dizendo que poderia cobrar muito mais caro, mas ao realizar a compra naquele momento, terá um preço mais baixo, junto com todos os outros bônus que possuem valores imensuráveis;

Mostrando valor a ser pago e o resultado que irá trazer;

Direcionar o foco para INVESTIMENTO e não CUSTO;

Exemplo: Eu poderia cobrar facilmente, R\$497,00 por todos esses bônus, mas hoje ele sai de graça para você.

Exemplo: Em todos os treinamentos você aprenderá:

Item 1; 2 e 3...(enumere os benefícios)

Exemplo: Você precisa comprar hoje, vagas limitadas. Este curso transformará a sua vida.

Módulo 5: Estrutura PASTOR

- *RETORNO*

GARANTIA

Um dos maiores medos das pessoas é de se arrepender por ter comprado algo.

Você deve transferir o risco da transação totalmente para você ao invés do comprador.

A quantidade de pessoas que irá converter é muito maior que pessoas que agem de má fé e cancelam a compra só para economizar, depois que viram o seu conteúdo.

Geralmente, para cursos online, quanto maior a garantia, maior o seu retorno.

Exemplo. Se não der certo para você, basta você entrar em contato, então devolveremos todo o seu dinheiro.

Módulo 6: As 5 Principais Objeções

1. Não tenho tempo suficiente.
2. Não tenho dinheiro suficiente.
3. Não vai funcionar para mim.
4. Eu não acredito em você.
5. Não preciso disso.

[Lembre enquanto escrever, busque resolver pelo menos uma das objeções.]