

COMO ESCREVER MELHOR, MAIS
RÁPIDO E COM MAIS LUCRO

COMO SE TORNAR UM COPYWRITER "BOLSO CHEIO"

NATANAEL OLIVEIRA

Como Se Tornar um CopyWriter de “Bolso Cheio”

Eu ia começar essa nova série usando uma promessa que é 100% verdadeira, mas algumas pessoas poderiam achar um tanto quanto exagerada. Por isso eu achei melhor evitar. Vou deixar a imagem aqui abaixo para você entender mais ou menos o que estou falando.

How To Write A Sales Letter That Will Make You Rich!

From:
Scott L. Haines
Thursday, 1:40 p.m.

Dear Friend,

If you're interested in making a lot of money in direct mail... and... becoming a world-class copywriter, this message will show you how.

Let me explain:

On April 19th, 20th and 21st of 1996, Gary Halbert held an amazing seminar on How To Write A Sales Letter That Will Make You Rich. And in that seminar, he not only revealed the secrets to writing world-class sales letters... but also... the secrets to sending world-class sales letters by direct mail for maximum response and profits.

Does that excite you?

A headline acima diz: Como escrever uma carta de vendas que irá te deixar rico. (rsrs). Eu até poderia usar essa headline, provavelmente chamaria a sua atenção. Mas uma COPY não é simplesmente sobre chamar atenção, vai muito além.

Eu achei melhor usar a abordagem do: Como se tornar um CopyWriter de “Bolso Cheio” para fazer um “trocadilho” com a expressão de “mão cheia”.

Sabe quando falamos: Esse é um Profissional de Mão Cheia?

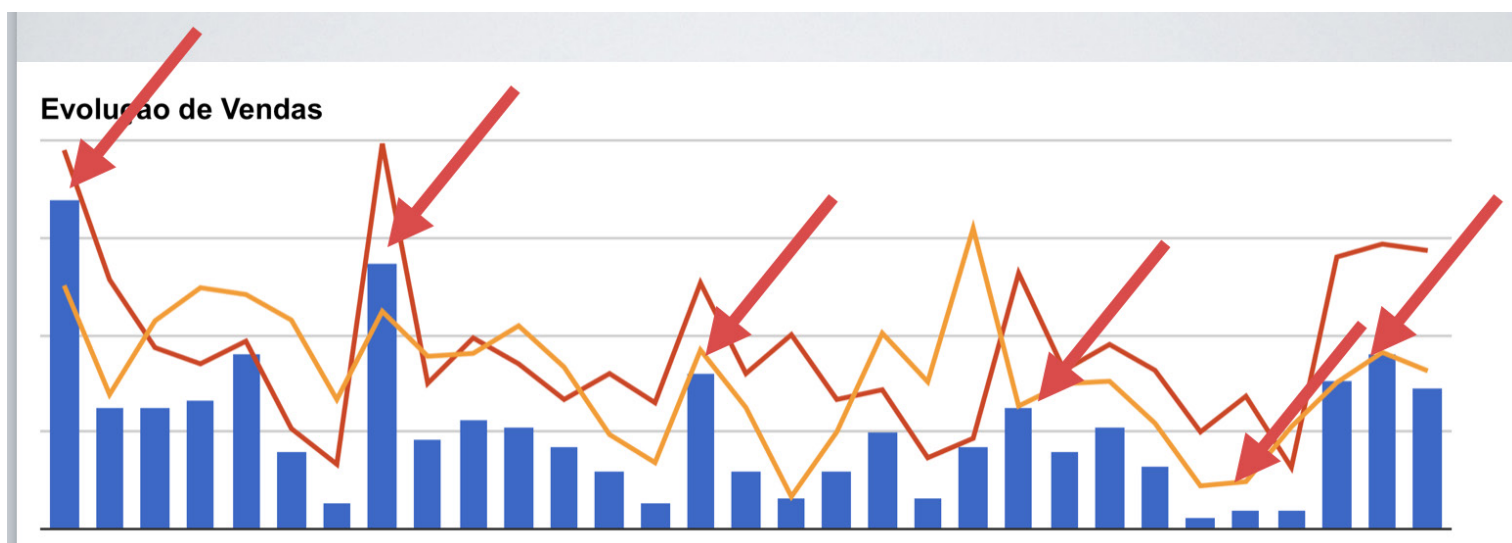
Pois é.

O que eu tenho para compartilhar com você sobre se tornar um CopyWriter de mão cheia ou bolso cheio, envolve ganhos financeiros e algo que eu considero ainda mais importante.

Talvez você concorde comigo. Talvez não.

Master a segurança e confiança de dominar uma habilidade que você será capaz de monetizar “pra sempre” é algo que me deixa MUITO empolgado. Mas antes de falar desses bastidores, eu quero compartilhar uma rápida história com você.

A Habilidade de Transformar Textos e Vídeos em LUCRO



Preste muita atenção no gráfico acima.

Essa imagem representa alguns picos de vendas semanais, dentro de um período de mais ou menos 30 dias. A cada pico de vendas, existe um elemento que é responsável por 90% do resultado.

Esse elemento é a COPY. Eu vou te provar isso com mais detalhes daqui a pouco. Eu prometo.

Mas eu quero que você observe com bastante atenção esse movimento de picos de vendas. É aqui que entra em cena o que eu chamo do CopyWriter de “bolso cheio”.

Eu peço que você preste muita atenção nos detalhes desses

bastidores, pois cada parte importa. Sem exageros.

Então vamos lá.

O Segredo Para Vender Todos os Dias e PICOS de LUCROS Semanais

Se você quer vender todos os dias, existe algo que você precisa fazer todos os dias. Sem exceção.

Você precisa OFERECER o seu produto/serviço TODOS os dias. Parece algo óbvio, mas infelizmente, não é o que a maioria das pessoas fazem.

E eles tem boas razões para isso. A principal delas é: Como que eu ofereço o meu produto TODOS os dias sem parecer um chato ou um disco arranhado repetindo a MESMA coisa?

É exatamente AQUI, que TODA empresa precisa de um bom CopyWriter. Alguém que eu chamo de 5 estrelas.

Em outras palavras: Um CopyWriter que escreve MUITO BEM, de maneira RÁPIDA e e também sabe EXATAMENTE qual estratégia utilizar para cada peça de copy que ele cria.

Repare bem na sequência:

01 - Escrever MUITO BEM

02 - Escrever com velocidade

03 - Saber exatamente o que fazer com a Copy

Porque esses 2 itens são tão importantes.

O escrever muito bem é básico para conseguir transformar uma copy em lucro. MAS existem pessoas que demoram semanas, ou meses para conseguir terminar uma única carta de vendas.

Aqui começa o problema. Quando a carta de vendas fica pronta, em alguns casos, ela já está velha. (Vou falar mais sobre isso na próxima lição).

Mas o que eu quero dizer é bem simples.

A LENTIDÃO é o Mal que está te fazendo perder muito, muito, muito dinheiro. TODOS os Dias.

Quando você consegue criar uma copy de qualidade com extrema velocidade, BINGO! Você vence.

Ou melhor. Quase.

Ainda falta um elemento extremamente importante que é saber o que fazer com aquela copy. É muito importante entender que existe um modelo ideal para cada tipo de produto/campanha.

Se você errar no formato da copy ou campanha, os seus resultados serão bem menores.

Agora eu vou mostrar isso de uma maneira extremamente prática. Quer dizer, vou me esforçar para isso.



A imagem acima é a segunda parte do gráfico de vendas com picos semanais que eu te mostrei agora há pouco.

Aqui está a divisão dos produtos. Eu tenho 3 imersões que foram vendidas dentro do MESMO mês e 2 produtos de mentoria online. (Modelo de negócios Premium e o Clube dos Produtores).

Dentro do MESMO mês eu escrevi 5 cartas de vendas diferentes, para vender produtos diferentes. E a melhor notícia de todas, é que todas as 5 cartas venderam muito bem.

Tem mais um detalhe importante: Lembra que eu falei que você precisa oferecer o seu produto todos os dias? Pois é.

Isso envolve o que eu chamo de PRÉ-COPY e a PÓS-COPY. Que basicamente envolve o que você diz ANTES e DEPOIS de oferecer o seu produto.

Vou te dar um exemplo. Esse texto que você está lendo é uma PRÉ-COPY. Ou seja, eu estou te preparando para uma página de vendas oficial.

Depois que você visualiza essa página de vendas oficial e não compra, você passa a receber outras cartas de vendas. Essa é a PÓS-COPY.

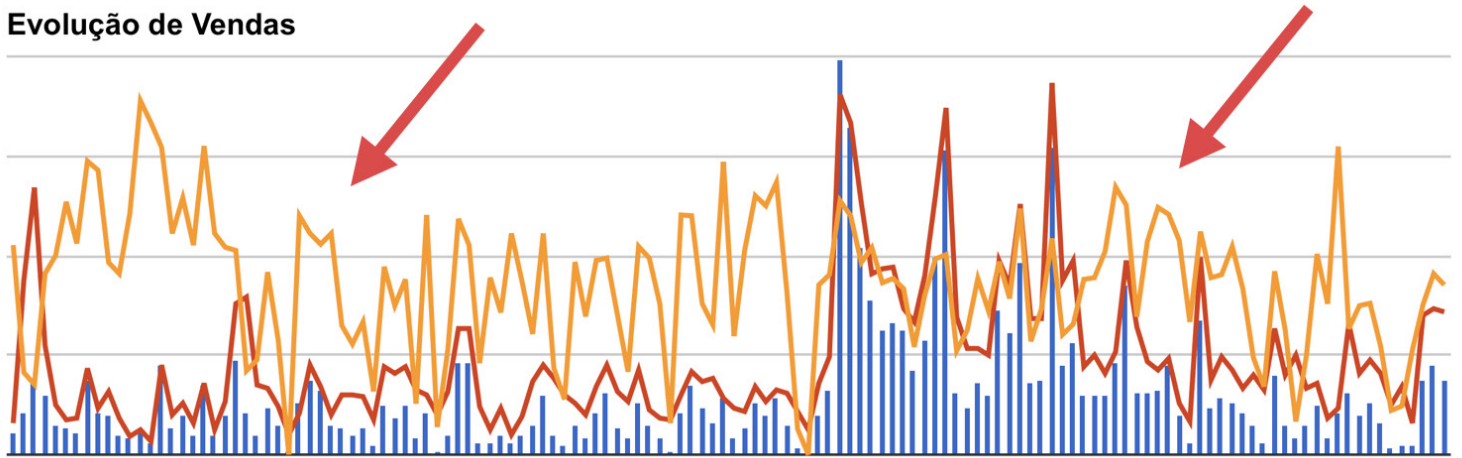
É assim que eu vendo todos os dias. Eu estou sempre preparando para a compra, ou estou oferecendo ou estou com outras abordagens. Isso exige que escrever NÃO seja uma luta. Pelo contrário.

Agora eu vou te mostrar um outro gráfico ainda mais importante. Principalmente para você que quer fazer parte do mercado de ALTO faturamento e LUCRO, sem precisa de muitos e muitos clientes.

Preparado?

Então vamos lá.

Evolução de Vendas



Repare esse gráfico em 3 grandes momentos.

01 - Eu tenho um volume de vendas menor.

02 - Eu tenho um segundo momento com um grande volume de vendas.

03 - Eu volto a um padrão de volume de vendas menor.

Eu vou te explicar isso de uma maneira bem simples. Na próxima lição eu vou detalhar mais, combinado?

Basicamente esse gráfico mostra o seguinte.

Eu sempre trabalhei MUITO forte com tickets de alto valor. (5k, 15k, 35k).

A maioria dos meus produtos digitais estão nessa casa dos 5k.

Eu gosto desses produtos porque eu consigo entregar algo extremamente PREMIUM, VIP, e eu consigo atrair os melhores clientes, ou seja, pessoas que querem algo de uma qualidade maior e também querem algo mais próximo.

Esse tipo de produto é para aquelas pessoas que gostam de receber um tratamento mais premium, querem participar de grupos mais seletos, etc.

Pois bem.

Eu decidi testar fazer um mix. Ou seja, comecei a vender alguns produtos de menor valor, a ideia era observar se as pessoas que compravam produtos de menor valor, chegariam a comprar outros produtos mais premium.

No meu caso, o resultado não foi muito bom. Eu fiz milhares e milhares de vendas de produtos de menor valor. O que gerou um ótimo resultado financeiro. Não posso e não irei reclamar.

MAS eu percebi que muitas pessoas tem o perfil de ficar com produtos de menor valor. Elas não querem avançar para outros programas.

E tem um outro detalhe: Produtos mais baratos acabam dando mais trabalho, porque exigem mais suporte.

Foi por isso que eu tirei o pé e voltei a me concentrar nos produtos de maior valor. Mais lucro, menos clientes, menos stress. (Essa é a última parte do gráfico).

Mas aqui tem algo que foi MUITO positivo nessa experiência.

Eu descobri coisas incríveis.

A COPY Perfeita Para Cada Tipo De Produto, Ticket e Campanha Diferente

Como eu estava acostumado a criar cartas de vendas para determinados tipos de produtos. A minha tendência natural foi utilizar os mesmos recursos para os produtos novos.

Foi um desastre.

Eu comecei a reparar que uma estrutura de copy que dava certo para determinado produto/oferta, não necessariamente funcionava para todos os outros.

Foi quando eu comecei a fazer uma série de experiências, até que eu finalmente fui encontrando todos os padrões.

Comecei a identificar que elementos eu deveria usar em determinados produtos e que elementos eu não deveria

PORTFÓLIO

FUNIL COM E-BOOK (R\$297)
CLUBE DOS PRODUTORES (R\$2.997)
COPYWRITER 10X (R\$997)
ESCOLA DE MENTORES (R\$5.000)
MODELO DE NEGÓCIOS PREMIUM (R\$5.000)
CLUBE DOS INVESTIDORES DIGITAIS (R\$5.000)
MESTRE DA MONETIZAÇÃO (R\$2.000)
GERADOR AUTOMÁTICO DE CLIENTES (R\$2.000)
ACADEMIA DO CEO (R\$4.000) - 2 DIAS
IMERSÃO DOS CEOS (R\$4.000) 1 DIA
IMERSÃO DOS PRODUTORES DIGITAIS (R\$1.000 e R\$2.000)
IMERSÃO EM ORLANDO (R\$7.000) 2 DIAS
EVO VIP (1 DIA) R\$2.000)
CONSULTORIA PREMIUM (R\$20.000) 4 CAMPANHAS

Na imagem acima, você pode ter uma ideia de alguns produtos que eu fiz esses testes mais avançados.

Para cada um desses produtos, eu crie as 3 partes da copy.

01 - Copy de Pré-Venda

02 - Carta de Vendas

03 - Copy após a oferta

Olha! Foi muuuuuuuta copy.

Eu fiz algumas dessas cartas de vendas em texto, outras em vídeos, outras através de Lives, algumas usando apenas email. Foi MUUUUUUITA coisa. usar.

E ao final de cada campanha, eu voltava para os números e começava a fazer testes e mais testes, análises e mais análises.

Algumas vezes eu verificava os números mais de uma vez. Algumas descobertas me deixaram completamente surpreso.

Eu só conseguia pensar: Meu Deus!

Como tem gente errando nisso...É muito dinheiro perdido.

Foi uma experiência e tanto.

Mas o que me deixou mais surpreso foi identificar que existia um formato de copy que simplesmente funciona muito bem para determinado tipo de produto/oferta e outros não.

Em alguns casos, eu peguei a MESMA COPY, e fiz apenas uma alteração na ordem da estrutura. Só isso.

Os argumentos eram os mesmos, a promessa era a mesma, eu só me concentrei em apresentar a copy em uma estrutura e formato diferente.

BINGO!

Vendeu muuuuuuito mais.

Teve um produto que eu fiz uma Live que vendeu 2 cópias de R\$8.000,00.

Depois eu fiz uma outra usando um formato diferente e diz 11 vendas de R\$8.000,00.

Foi impressionante.

É claro que no meio desses casos de sucesso, muitas experiências eu insisti e vi que determinados formatos para alguns tickets, não valem muito a pena.

Mas saber o que NÃO fazer também é muito bom. Concorda?

Como DESTRAVAR a Sua COPY Quase Que da Noite Para o Dia

Nessa primeira lição eu me concentrei em compartilhar com você os bastidores da minha jornada com as estratégias de copy.

A minha meta era simplesmente mostrar a importância dos 3 pilares.

01 - Escrever muito bem

02 - Escrever rápido

03 - Saber o que fazer com a sua copy

Se você se concentrar em resolver esses 3 pontos.

Parabéns!

Você está muito perto de se tornar um CopyWriter 5 Estrelas.

Na próxima lição, eu vou compartilhar os bastidores de como você pode melhorar a sua copy (da noite para o dia). Sério.

Eu não quero parecer exagerado, mas eu tenho visto isso acontecendo com todas as pessoas que eu ensino a técnica que eu chamo de “Aquecimento Mental”.

Essa tema consiste basicamente em te ajudar a encontrar a SUA frequência mental certa para escrever.

Depois de achar a sua frequência, escrever será tão natural para você quanto conversar com os seus amigos e familiares.

Eu vou apresentar também técnicas para você conseguir escrever mais rápido.

São atalhos que irão economizar o seu tempo, sempre que você for escrever uma nova copy.

E por último, vamos falar sobre os tipos de campanhas mais indicados para cada formato de copy.

Em outras palavras, saber o que fazer com a sua copy.

Ufa! Espero que você tenha curtido essa primeira parte.

Agora eu preciso ir, vou gravar as novas aulas do meu Programa de Formação de CopyWriters.

Esse programa está ficando incrível. Se você está gostando dessa série, você vai amar a formação.

Mas esse é um assunto que nós iremos conversar depois, combinado? :)

Como escrever MELHOR, mais Rápido e Com Mais LUCRO

Caro leitor,

Eu preciso que você preste muita atenção no que eu vou te explicar nas próximas linhas. A minha grande meta não é simplesmente te dar dicas de copywriting, macetes ou algo do tipo.

A minha grande meta é fazer com que ao final dessa lição você pense: UAU! Agora eu finalmente tenho um caminho para escrever melhor, mais rápido e com mais lucro.

O que eu vou te ensinar aqui não é algo que vai simplesmente te fazer ganhar mais dinheiro. Eu vou te ajudar a dominar a habilidade que pode levar a sua empresa para o próximo nível, muito mais rápido do que você possa imaginar.

Depois que eu comecei a colocar a maior parte do meu

esforço em aprimorar essas técnicas de copywriting, eu finalmente consegui ter resultados maiores, com mais lucro e menos esforço.

Eu sei que tudo isso parece um pouco exagerado.

Também sei qe você provavelmente deve escutar esse tipo de coisa o tempo todo. Honestamente, não espero que você acredite em mim logo de primeira. Mas uma coisa eu tenho absoluta certeza.

Na verdade, são duas coisas que eu tenho certeza.

01 - Você já tem TUDO o que é necessário para escrever MUITO melhor, com mais velocidade e mais lucro

02 - Eu posso te ajudar a encontrar esse caminho.

Preparado?

Então vamos lá.

Mas antes, deixa eu te contar uma rápida história.



Palestra de SEO com Natanael Oliveira no SEBRAE Fortaleza

1,271 views

10 0 SHARE SAVE ...



Natanael Oliveira
Published on Nov 22, 2012

SUBSCRIBE 21K

Eu fui aplaudido, as pessoas adoraram a palestra mas eu só fiz uma única venda...

A imagem acima é de uma palestra que eu fiz em 2012, no SEBRAE, em Fortaleza. Foi uma palestra gratuita, que reuniu cerca de 140 empresários para ouvir sobre “Como Transformar o Google no seu melhor vendedor”.

O objetivo da palestra era vender um Workshop chamado SEO na Prática. O valor na época era de aproximadamente R\$700. Dois dias de curso presencial.

No final da palestra eu fiz o pitch de vendas para o Workshop. De 140 empresários, apenas 1 pessoa comprou o curso. UMA PESSOA. Eu fiquei extremamente chateado.

A palestra tinha sido gravada, eu lembro de receber o arquivo e assistir minuto por minuto, segundo por segundo, palavra por palavra. Eu queria entender o que eu tinha feito de TÃO errado naquela palestra.

As pessoas tinham elogiado a palestra, eu tinha recebido calorosos aplausos, mas o resultado em vendas foi sofrível. Só de lembrar desse dia, dá vontade de ficar triste. (Eu não estou exagerando).

Eu coloquei MUITO esforço e energia nessa palestra, as minhas expectativas estavam muito altas, eu tinha me preparado muito para aquele momento. Aquela palestra tinha sido ensaiada, slide por slide, frase por frase. Ela tinha que dar certo. Mas não deu.

Depois de assistir a gravação eu comecei a encontrar uma série de trechos, frases e tópicos, que começaram a me deixar incomodado. Eu não deveria ter dito isso. Isso aqui não ficou claro.

A minha frustração foi tão grande, que alguns dias depois, eu recebi a notícia que eu poderia usar novamente o espaço para fazer uma nova palestra. Imediatamente eu recusei.

Eu queria entender o que eu estava fazendo de errado. Eu tinha feito outras palestras naquele mesmo mês, mas a maioria aconteceu em faculdades de fortaleza. Na minha cabeça eu pensava: Eles não tem dinheiro, por isso não compraram.

Mas com 140 empresários, fazer uma ÚNICA venda. Tinha algo muito errado acontecendo. Foi nessa época que eu comecei a comprar vários e vários livros sobre como fazer uma apresentação, como falar em público e uma série de outros materiais.

Eu confesso que muitos livros me deixaram bem irritados. “Meu Deus... que autor enrolão... ele não diz NADA.... fica só enrolando.”

Foi mais ou menos nesse período que eu descobri que existia um tal de copywriting. Logo nos primeiros dias de estudo, eu comecei a entender EXATAMENTE o que eu estava fazendo de errado nas minhas palestras.

Eu vi que eu estava sendo um ótimo professor, estava dando bons conteúdos para as pessoas, mas eu estava fracassando miseravelmente em criar expectativa, desejo, esperança e ansiedade.

Grave isso com muita atenção:

01 - Desejo

02 - Esperança

03 - Expectativa

04 - Ansiedade

Esses 4 elementos representam a diferença entre você ter um conteúdo legal versus uma Copy altamente interessante, persuasiva, atraente e LUCRATIVA.

Cerca de 5 meses depois dessa palestra “traumática”, eu fui convidado para palestrar em um evento em São Paulo.

Dessa vez eu fiz uma apresentação **COMPLETAMENTE** diferente. No final do dia, eu estava com o bolso **LOTADO** de cartões de visitas, com empresários pedindo para saber sobre a minha consultoria.

Eu fechei contratos de R\$5.000 e R\$10.000 e ainda vendi

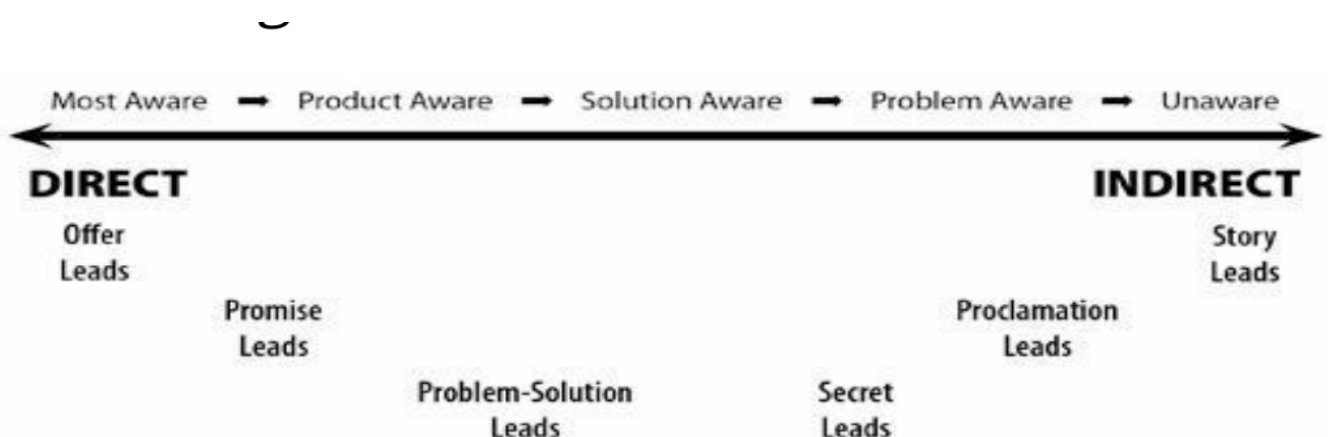
alguns tickets para o meu curso em Fortaleza. SIM! Empresários de São Paulo e outras regiões compraram o evento em Fortaleza.

Eu quase não conseguia acreditar. Desse dia em diante eu sempre me concentro em utilizar esses 4 elementos em TODAS as minhas apresentações. Mas teve um outro segredo que eu descobri.

Eu entendi que eu só conseguia usar esses 4 elementos, quando a minha mente estava trabalhando na frequência correta. E é exatamente isso que eu vou te explicar agora.

Como Escrever Muito Melhor e Com 10x Mais Velocidade

A imagem acima representa os níveis de consciência do



seu público. Que vai desde a pessoa que não faz ideia que tem determinado problema, até a pessoa que reconhece abertamente que tem um problema.

Esse foi o meu ponto de partida para a minha descoberta de como escrever melhor e mais rápido. Antes de falar mais sobre os níveis de consciência, vamos falar um pouco sobre você. Sim, você.

Eu quero que você imagine a seguinte situação:

Imagine que o seu celular toca agora...

Do outro lado alguém diz:

- Alô

- Oi, quem é? Você responde

- Aqui é o João... me indicaram o seu produto/serviço. Você pode me falar mais sobre ele?

- Claro, você responde.

- Mas... me fala um pouco sobre o que você precisa. Me fala mais de você.

Agora imagina que essa conversa começa a desenrolar.

Alguma vez na sua vida, você já passou por uma experiência assim?

Já conversou com alguém sobre o seu produto/serviço? Já tirou dúvidas em uma conversa pessoalmente?

Já deu detalhes de como é o seu programa? Já fez apresentações de como funciona o que você faz?

Eu tenho absoluta certeza que sim.

Agora me responda uma coisa: No meio dessa conversa, você pediu 5 minutos para pensar sobre o que ia dizer?

Você disse: Só um minuto. Deixa eu refazer essa frase. Deixa eu falar isso de novo?

Não... não e não.

Por que?

Simplesmente porque a sua mente FUNCIONA automaticamente na criação de argumentos, discursos, exemplos e convencimento. Nós fazemos isso desde a nossa infância.

- Filho, o que você está fazendo?

- Estou pintando a parede.

- Por que você está fazendo isso?

- Achei que a parede estava sem graça

- Mas é certo pintar a parede?

- É. Alguns pintam no quadro, outros na parede. Eu pinto na parede, mamãe.

Talvez você já tenha escutado conversas desse tipo com crianças. A nossa mente é altamente criativa, as conexões neurais são feitas em milésimos de segundos. A explosão de energia que acontece na nossa mente em uma simples conversa é algo surreal.

Essa é a EXATA energia que também acontece na sua mente. Você só precisa aprender a ATIVAR a sua mente para escrever muito melhor.

Não faz muito sentido que uma pessoa que em uma conversa um a um, dê um show, venda qualquer coisa e quando senta para escrever, simplesmente TRAVA.

Não faz muito sentido que uma pessoa que conversa tranquilamente, apresenta as suas ideias, conta histórias, sabe criar argumentos com grande facilidade, escreve um texto pobre, chato, entediante.

Aprenda a ATIVAR a Sua Mente em 30 Segundos ou MENOS para escrever 10 vezes mais rápido e com muito mais qualidade

Preste muita atenção no que eu vou te explicar agora, porque isso pode destravar a sua copy já nos próximos minutos.

A nossa mente registra os chamados ícones. Vou te dar um exemplo prático.

Pense em uma vaca. Essa vaca que você imaginou, é o seu ícone para a palavra vaca.

Pense em um sorvete. Essa imagem que você viu, é o seu ícone para a palavra sorvete.

Agora imagine uma casa. Essa casa que você imaginou, é o seu ícone para casa.

Se você quiser fazer esse exercício de uma maneira mais divertida, peça para que as pessoas façam desenhos de alguns desses itens. Não deixe que ninguém veja o desenho do outro, até que o desenho esteja pronto.

Desenhos como de casa e de uma árvore, são praticamente idênticos. Os ícones registrados pela maioria das pessoas com certos elementos, são praticamente iguais.

O ponto chave é que a maioria das pessoas já tem um “acervo mental” bem vasto, com uma série de elementos que podem ser facilmente ativados.

Quando você aprende a ATIVAR a sua mente, automaticamente você aprende a ativar a mente do seu leitor utilizando os mesmos recursos.

Eu quero que você feche os olhos por alguns instantes, e tente se lembrar da primeira vez que você falou em público. Tente resgatar a sua primeira memória.

Como você se sentiu? Onde você estava? Sobre o que você falou? O que aconteceu depois que você falou? Quem estava lá? Do que você sentiu medo? Quantos anos você tinha?

Faça esse exercício com muita seriedade. Você verá como ele será muito útil na hora de criar uma copy.

Depois de passar alguns minutos relembrando essa experiência, eu quero que você escreva algumas linhas sobre o que você lembrou.

Consegue fazer isso?

Vai ficar mais ou menos assim:

Eu lembro como se fosse hoje, a primeira vez que eu falei em público. Eu tinha por volta de 10 anos, por alguma razão a professora pediu para que fosse feita uma apresentação de um dos livros que nós estávamos lendo.

Ela disse que todos iriam na frente falar sobre o livro. Eu lembro do meu coração ficar acelerado, um nó na garganta e a minha respiração ficou muito forte. O primeiro colega foi na frente, nervoso, quase não conseguiu dizer uma frase completa.

A sala começou a dar aquela risada baixinha, mas que todo mundo sabe o que está acontecendo. Quando foi chegando a minha vez eu quase entrei em estado de pânico. Mas naquele momento eu decidi criar uma estratégia.

Eu falei: Vou olhar para a parede no fundo da sala, e vou falar sobre o que eu achei do livro sem olhar para ninguém.

Quando eu já estava calmo o suficiente, pronto para usar a minha estratégia. O sinal tocou e a aula terminou. A professora disse que iria continuar na segunda-feira. E lá se foi o meu final de semana.

A história acima é uma meia-verdade. Existem alguns elementos que de fato aconteceram e outros que eu CRIEI.

Eu fiz isso para dizer que o processo de ativar a sua mente para a escrita, envolve basicamente o recurso da MEMÓRIA e o recurso da IMAGINAÇÃO.

Preste muita atenção nisso.

**MEMÓRIA + IMAGINAÇÃO = COPY
MUUUUUUITO MAIS FORTE.**

O que eu quero que você entenda é bem simples.

A maioria dos profissionais de marketing e copywriters iniciantes, sentam no computador e ficam tentando CRIAR algo do zero. Isso é muuuuuuito difícil.

Mas quando você LEMBRA de algo ou cria situações hipotéticas na sua mente, a sua mente entra em OUTRA frequência. Uma frequência muito mais poderosa.

O que eu quero dizer é que você precisa PARAR, respirar, pensar no seu público e começar a imaginar situações ou LEMBRAR de histórias que façam sentido para a sua mensagem.

E é aqui que entra o nível de consciência.

Quando você sabe que o seu público NÃO reconhece tanto assim a dor, você precisa procurar maneiras de apresentar isso na sua narrativa. Você pode apresentar também uma nova visão sobre o mesmo problema.

Eu vou te dar um exemplo bem prático.

No começo desse texto eu falei da minha palestra no SEBRAE. Eu disse que fui aplaudido, as pessoas gostaram mas ninguém comprou. Foi um desastre.

Aqui eu estou ativando a mente do meu público para pensar: Poxa! Isso já aconteceu comigo. Eu já fiz apresentações que as pessoas adoraram mas ninguém comprou. BINGO! BINGO! e BINGO!

As Duas Maneiras Mais Rápidas Para Ativar a Frequência Mental Correta Para Escrever Melhor e Mais Rápido

Existem duas maneiras altamente poderosas para aquecer a sua mente.

A maneira número 01 é quando você conversa sobre o tema que você irá escrever.

Simples assim.

Pegue o tema que você vai escrever e comece a conversar sobre ele. Comece a se questionar sobre ele, faça perguntas, faça observações, apenas fale sobre ele.

Eu vou dar um exemplo prático:

Para começar a escrever essa lição sobre copy eu fiz o seguinte: Eu falo em voz alta algo mais ou menos assim.

Beleza! Então vamos lá falar sobre Copywriting com essa turma.

O que é o mais importante pra falar pra eles? Será que eu falo sobre a frequência mental? Será que dou exemplos de como se conta histórias? O que será que eles precisam??

É... tem muita gente sofrendo para escrever uma simples carta de vendas. Vamos ver se consigo ajudar eles.

Vou separar aqui alguns bons pontos pra ajudar quem está travado.

No começo, é mais fácil você conversar com outras pessoas. Hoje eu já consigo fazer esse exercício sozinho. Mas antes, eu ligava para alguns amigos e começava a conversar.

Ex: Ei, e aí..

Eu vou escrever uma copy para ajudar as pessoas a fechar contratos de alto valor. O que você acha desse tema? Tem algo que te interessa? Desperta a atenção?

Eu fiz isso inúmeras vezes. Eu não estou muito preocupado com o que vai acontecer na conversa, a minha meta é apenas mostrar para o meu cérebro que aquele assunto é importante e ele precisa ficar trabalhando naquele tema.

Alguns chamam esse intervalo após a conversa de “incubação”. Você NÃO faz ideia do que a sua mente pode fazer, quando você dar um tema para o seu subconsciente e deixa ele “ruminar” para você.

Parece que as ideias vão surgindo num ritmo frenético.

Mas você precisa fazer isso de maneira consciente.

01 - Defina claramente o tema da sua copy

02 - Converse por 20-30 minutos sobre o assunto

03 - Faça qualquer outra atividade que não seja escrever

04 - Volte para a atividade da copy e comece a escrever

A segunda maneira é complementar a primeira. Você vai entender o porquê.

Uma das maneiras mais poderosas de escrever uma copy é se dedicar seriamente na fase da PESQUISA. Você começa a se aprofundar no tem que você irá escrever.

Lê notícias, textos, outras cartas de vendas, assiste vídeos. Você está fazendo o chamado INPUT (Colocando informação para dentro). Leia, leia, leia. Veja pesquisas, veja títulos, headlines, emails, etc.

Dê um intervalo.

Volte para escrever a Copy.

Eu gosto de unir as duas estratégias. Eu pesquiso muito, depois eu converso sobre o assunto, e então, vou para o momento do (OUTPUT) colocando as informações para fora.

Se você fizer essas duas estratégias, dificilmente você ficará travado em uma página em branco. É impressionante como a sua mente começa a fazer as conexões.

MAS você precisa ter um cuidado muito importante.

Eu consegui mudar a pessoa de um nível de (Isso não é comigo) para o nível do (Poxa! Isso É COMIGO).

Antes de você sair escrevendo, vire a chave na sua mente para usar a frequência correta.

Tipo de COPY								
			COPY INDIRETA					
			História					
MVP			NOVO CONCEITO					
			SEGREDO REVELADO					
Release 2			NOVA REALIDADE					
			PROVA + HISTÓRIA					
Release 3			BENEFÍCIOS					
			OFERTA					

Observe a imagem acima com bastante atenção.

Esse é um dos MUITOS modelos de Copy que existem. Em outras palavras, essa é uma das estruturas de copy que eu uso.

Por que isso é importante?

Não adianta você ativar a sua mente para escrever e seguir uma ordem aleatória. Você terá um texto interessante, uma narrativa atraente MAS fora do modelo de vendas. Um erro que você não pode cometer.

Esse é um dos grandes erros que muitos cometem. Usar elementos DE MENOS ou elementos DE MAIS.

É preciso saber a dose certa para cada tipo de produto, cada formato de campanha.

Produtos de menor valor, estruturas de copy diferentes. Produtos de alto ticket, algo completamente diferente. Mentorias, grupos presenciais, envolve uma estrutura bem diferente.

Como um CopyWriter 5 estrelas, é o seu papel usar o formato certo.



E é aqui que entra também saber O QUE FAZER com a sua Copy. Que tipo de campanha usar, qual modelo seguir, que sequência trabalhar, e por aí vai.

Existem algumas regras para você aprender:

01 - Produtos de Alto Valor (Exigem uma Copy mais Refinada) Uma Copy mais focada na criação de expectativa para uma nova realidade :

Você precisa mostrar na Copy provas o suficiente que o público perceba uma solução específica para um problema específico. Em alguns casos, uma solução simples, para uma problema complexo.

A Copy para um produto de alto valor precisa ter história, para captar a essência do problema, no nível mais emocional possível. E ao mesmo tempo precisa ter solidez na apresentação da solução. O público precisa sentir que existe algo de muito consistente.

Essa é uma copy mais difícil de criar pois os argumentos são poucos, porém, precisam ser altamente convincentes.

A Copy para o produto de alto valor precisa ser capaz de criar uma pintura de um novo mundo, ou seja, um novo futuro, completamente diferente. Uma realidade que os problemas do passado não existem, ou foram controlados. Uma realidade onde é possível superar algumas barreiras que estavam insistindo em permanecer.

Percebe os detalhes?

02 - Produto de Menor Valor (Copy mais focada na oportunidade e urgência. O foco está em mostrar a solução rápida para um problema frequente

Já a Copy para um produto de menor valor tem uma pegada mais dinâmica. A ideia é de mostrar que é possível se livrar de algo “inquietante”, persistente e estressante.

É ma copy que reforça os pontos de dor e se concentra em mostrar que existe um caminho validado, rápido e simples para resolver esse problema de vez. Essa é uma copy que tem o papel de “salvar” o público de uma cilada.

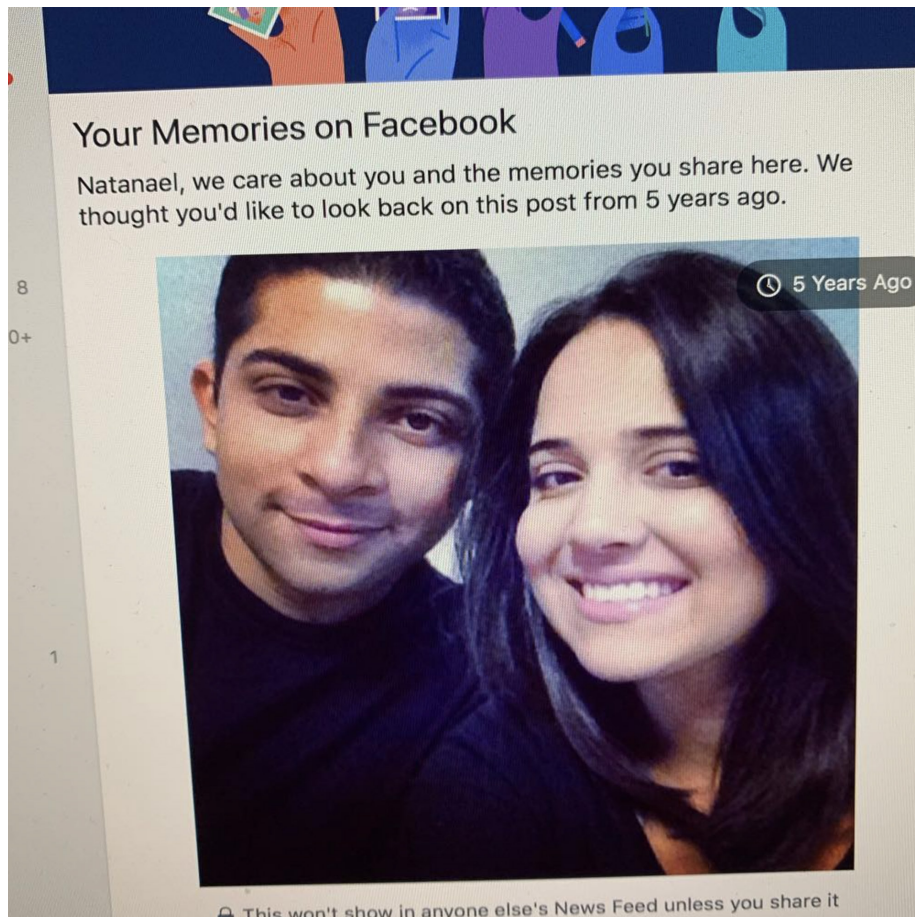
Tem um tom mais de alerta. Do tipo: Ei, você não precisa mais passar horas e horas fazendo exercícios inúteis. Percebe os detalhes?

Eu poderia passar horas detalhando o que é preciso em cada carta de vendas e quais as suas características. É isso que eu tenho me dedicado nos últimos anos.

Mas eu acredito que você essa visão tenha te ajudado.

Ufa! São 12:35 am aqui em Orlando. 2:35 am no Brasil. Eu estou terminando essa texto no dia 1 de março. Sexta-feira que dá o início ao carnaval de 2019.

Mas antes de encerrar, eu quero deixar um recado especial para você que me acompanhou até aqui.



O Seu Resultado Nos Próximos 5 Anos Depende de Onde Você Colocar o Seu Foco AGORA

Há 5 anos eu fiz a minha primeira viagem internacional. Foi a realização de um sonho. Até os meus 24 anos eu nunca tinha andado de avião. Somente depois de casado eu sai pela primeira vez do estado do Ceará.

Quando eu tive condições de fazer a minha primeira viagem internacional, foi um marco pessoal muito importante para mim. Mas eu sabia, que eu estava colhendo os frutos de escolhas certas. Principalmente quando o assunto foi decidir no o que eu iria me especializar.

Pois bem.

5 anos depois. Eu abri a minha empresa nos EUA, estou morando em Orlando e desenvolvendo a nova empresa, chamada Make Sales Daily.

Eu não quero parecer exagerado. Mas a verdade é que o meu ponto de virada começou quando eu decidi me especializar em COPY.

É claro que entender de funis de vendas me alavancou e muito. Dominar as campanhas de vendas online, representou um acelerador absurdo. MAS, sem copy. Nenhuma dessas estratégias teria realmente funcionado.

E foi exatamente por isso que eu decidi continuar me especializando dia após dia. Eu não paro de pesquisar,

testar e validar. Copywriting faz parte do meu dia há pelo menos cinco anos. Mas tudo o que eu ensinei sobre copy, era algo que eu já tinha estudado há um certo tempo.

Eu nunca quis ensinar exatamente no mesmo nível do que eu estava fazendo ou estudando. Mas foi exatamente isso que eu decidi fazer esse ano.

Eu decidi criar a minha formação de copywriters. Montar um time seleta, pessoas que eu vou compartilhar as EXATAS estratégias que eu uso HOJE em 2019. Pessoas que eu vou colocar lado a lado tudo o que eu estou fazendo AGORA.

Além disso, eu decidi formar esses alunos nos princípios que realmente fazem a diferença no mundo da copy. E foi assim que eu criei a Formação de CopyWriters.

Uma divisão entre aulas gravadas, com os bastidores do método + Compartilhando modelos secretos, templates, estruturas + Interação com os alunos em formação + Programas de indicações de clientes e funcionários.

A formação ficou realmente incrível. Eu vou deixar o link aqui abaixo para você ver todos os detalhes.

Se você tomou a decisão de se tornar um grande CopyWriter, essa formação foi desenhada especialmente para te ajudar nessa grande meta.

Eu realmente espero te ver do outro lado o mais rápido possível. Quanto antes você começar, mais rápido você irá colher os frutos.