

# Copywriting:

## Como Acabar com a Frustração da Página em Branco

...e ganhar confiança, tempo e resultados

Webinar realizado dia 28 de Maio de 2012 para a Markedu  
(<http://www.markedu.com/2012/04/30/copywriting-como-acabar-com-a-frustracao-da-pagina-em-branco/>)

por Maria Spínola – <http://www.mariaspinola.com>



# A razão deste Webinar...



# O que é Copywriting?

**Copywriting é a mensagem  
que apresentamos à nossa  
audiência (público-alvo)**

**– em qualquer fase do processo de  
venda/compra, meio, formato**

# Este Webinar **NÃO**...

**NÃO** são fórmulas de Copywriting (AIDA)...

**NÃO** são regras escrever títulos, call-to-actions...

**NÃO** são regras escrever anúncios, páginas web, emails, landing pages, social media, vídeos...

**NÃO** são regras de Copy para “Above/Below the Line”

... mas **É a BASE** que vai ajudar a escrever tudo isso -- e em qualquer linha 😊

# O que pode esperar deste Webinar...

A sua próxima tarefa de copy + rápido, + fácil e + efetiva...

Sentir uma redução radical da energia despendida...

Terá a **CLAREZA** absoluta para **QUEM** está a comunicar... **O QUE** é **IMPORTANTE** para eles... como eles **FALAM** sobre... o que eles valorizam...

... Em vez de sentir medo e adiar, irá sentir **confiança**

# Maria Spínola

- Quem sou?
- Origem deste webinar



Pergunta...

**“O que sentem quando  
têm de escrever Copy?”**

# Os 3 Principais Problemas

## - de quem escreve Copy

- ☹ Não saber por onde começar...
- ☹ Não saber como continuar...
- ☹ Uma eternidade para acabar...



# Os 3 Principais Problemas

## - do Copy (resultado)

- ☹ Parece/Soa inautêntico...
- ☹ Não passa teste “Quero lá saber”...
- ☹ Não produz resultados...

# Modelo 5 Decisões ajuda...

- 😊 **Decidir ANTES de escrever...**
- 😊 **Escrever aos poucos...**
- 😊 **Saber o que escrever ...**

# 5 Decisões



# Quem é a audiência?

## ... E quem NÃO é?

Audiência



Problema



Falam  
Problema



Falam  
Solução

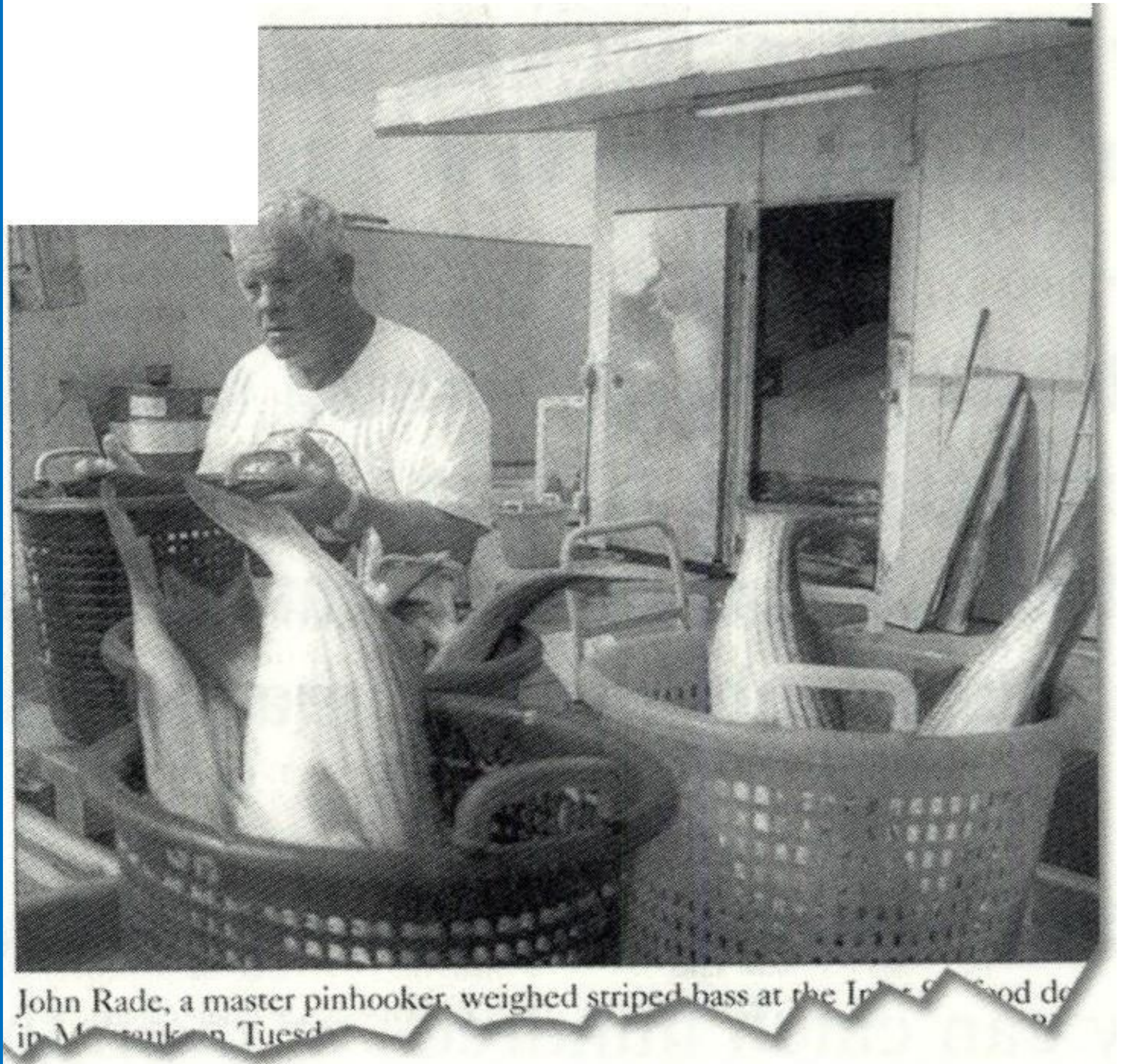


Mais  
Valioso



Pensa como  
o peixe....

Não como  
pescador



John Rade, a master pinhooker, weighed striped bass at the Inland Seafood dock in Milwaukee on Tuesday.



# Nosso “Peixe”



Audiência



Problema



Falam  
Problema



Falam  
Solução



Mais  
Valioso

Fonte: Rethinking the Sales Cycle

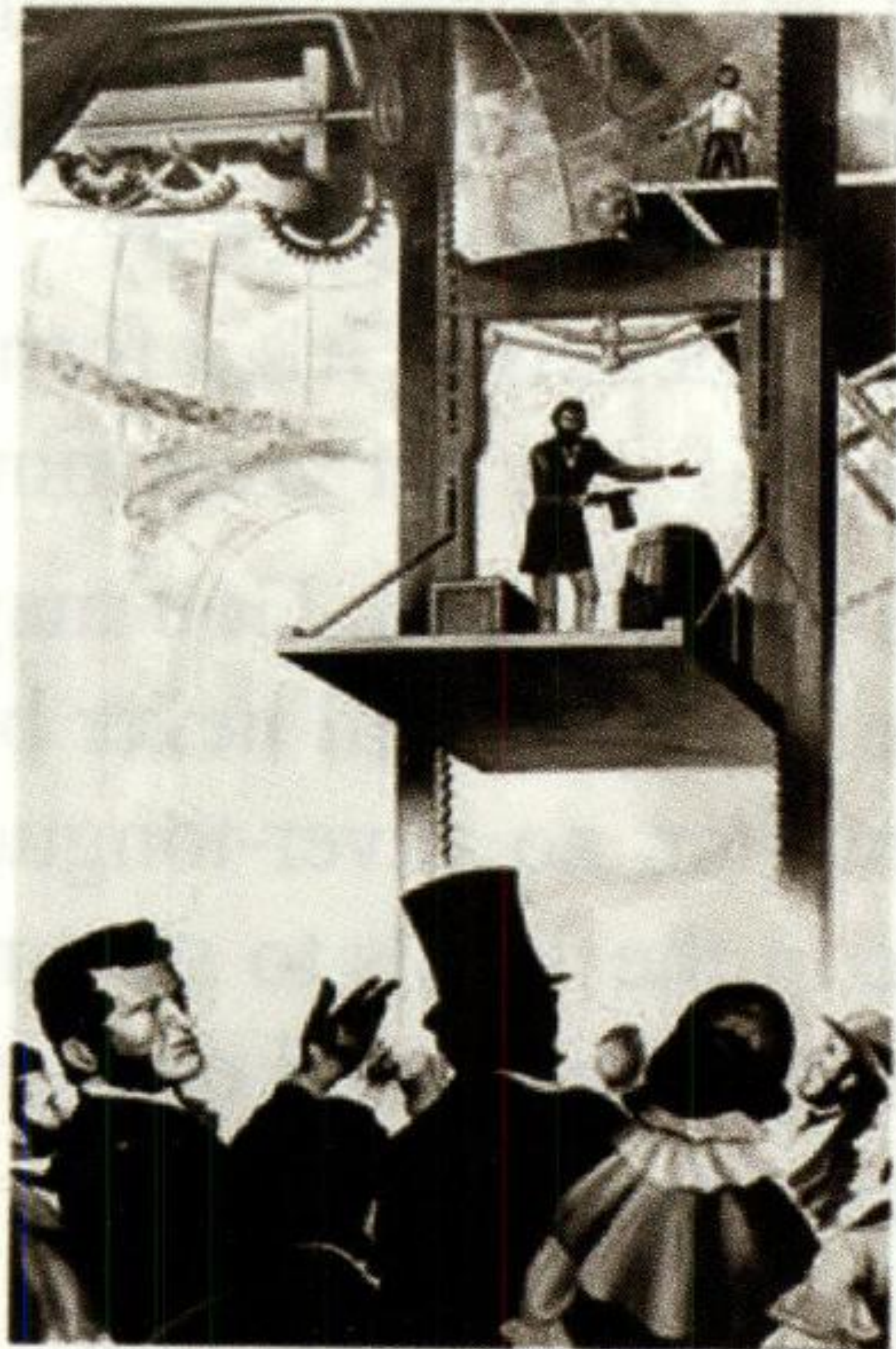
# Estado Consciência



# Estado Consciência & Copywriting

|                | Muito              | Produto           | Solução            | Problema                | Nenhum              |
|----------------|--------------------|-------------------|--------------------|-------------------------|---------------------|
| Arpão ou Rede? | Diretos            |                   |                    |                         | Indiretos           |
| O quê?         | Produto + Preço    | Descontos + Bônus | Promessas + Provas | Benefícios + Ansiedades | Marketing Educativo |
| Como?          | Email Subscritores | Anúncios          | PPC Ad             | Pesquisa Orgânica       | Mass Media          |





Uma  
Prova  
(demonstração)  
Que  
MUDOU  
O  
Mundo

# Maturidade Mercado & Copywriting

**Quantos produtos existem no mercado?**

1

- **"NOW! LOSE UGLY FAT!"**

2

- **'LOSE UP TO 47 POUNDS IN 4 WEEKS OR RECEIVE \$40 BACK!'**

3

- **"FLOATS FAT RIGHT OUT OF YOUR BODY!"**

4

- **FIRST NO-DIET REDUCING WONDER DRUG!"**

# Quem é a audiência?

Profissionais de Marketing ou empreendedores  
que **consideram Marketing Digital fundamental,**  
**mas...não estão a obter os resultados desejados.**

Escrevem os seus próprios conteúdos,  
ou validam os conteúdos escritos por outros

## ... E quem NÃO é?

- Não adotou o Marketing Digital
- Está satisfeito com os resultados do Marketing Digital
- Copywriters





# Estado Consciência





- Até o melhor copy não produz resultados
- Paralisamos, não conseguimos escrever
- Temos a sensação, muito má, de que nada vai resultar



- Copy assim-assim produz resultados
- As “coisas” parecem cair no lugar certo
- Sentimos grande confiança a escrever



# Quais são os...

... problemas **ÓBVIOS (\*)**  
da audiência

**\*principais e mais dolorosos**







# SABER

O que provoca:

- Insónias
- Pesadelos
- Indigestões





# SABER

## De que têm medo?



# SABER

De que têm  
raiva?

Ou a quem têm  
raiva?





# SABER

**3 principais  
frustrações  
diárias?**



# SABER

## Tendências actuais que influenciam?





Audiência

Problema

Falam  
Problema

Falam  
Solução

Mais  
Valioso







- **Eles não mostram interesse**
- **Muitas vezes, a nossa oferta é uma solução à procura de um problema que não existe**
- **Resultados difíceis**



- **Eles são “NOSSOS”**
- **Sentem que o Copy foi escrito para eles**
- **Resultados são fáceis**



# Como eles ...

## **FALAM sobre o problema?**



# SABER

Possuem  
linguagem  
própria?







- **Não há rapport. Não conexão**
- **Não confiam em nós**  
(dá a ideia de que não os conhecemos)
- **Não executam a ação**  
(nenhum resultado)



- **Rapport INSTANTÂNEO** -  
sentem que somos um  
amigo de longa data
- **A emoção dominante  
é a confiança**
- **Facilmente executam  
a ação**



# Como eles falam...

## ... sobre a solução

Audiência



Problema



Falam  
Problema



Falam  
Solução



Mais  
Valioso

# NÃO como você fala sobre a solução



# Qual escolhia?

**A1**

**Garantia absoluta ganhar €75000**

**B1**

**80% probabilidade de ganhar €100000  
com 20% probabilidade de ganhar nada**

# Qual escolhia?

**A2**

**Garantia absoluta perder €75000**

**B2**

**80% probabilidade de perder €100000  
com 20% probabilidade de perder nada**



- **Perdemos o acesso à imaginação deles**
- **Fazer com que executem ação é uma batalha perdida**
- **Estamos condenados, no mínimo, à mediocridade**



- **Chegam à conclusão, por eles, que têm de agir**
- **A resistência deixa de existir**
- **Conseguimos resultados excelentes**



# Finalmente...

O que é **Mais Valioso**

Audiência



Problema



Falam  
Problema



Falam  
Solução



Mais  
Valioso



# SABER

## O que desejam de verdade?







- **Apontamos, mas não acertamos no centro**
- **Abrimos o caminho para a concorrência**
- **Perdemos**



- **Estamos no caminho de dominar o nosso mercado**
- **Construímos a nossa U.S.P.**
- **Ganhamos**



# Em resumo:

1- Audiência Ideal

2- Seus PROBLEMAS

3- Como eles FALAM  
sobre os seus  
PROBLEMAS

4- Como eles  
FALAM sobre a  
nossa SOLUÇÃO

5- O que é  
MAIS VALIOSO  
nossa SOLUÇÃO

Audiência



Problema



Falam  
Problema



Falam  
Solução



Mais  
Valioso

Pergunta...

**Sentem que agora conseguem  
escrever Copy com..**

**+ confiança...**

**+ rápido...**

**+ resultados?**

# Perguntas e Respostas



## Muito Obrigada

Maria Spínola

Content Marketing Mapping & Copywriting

<http://www.mariaspinola.pt>

[maria@mariaspinola.com](mailto:maria@mariaspinola.com)

+351 91 293 05 19