

MENTORIA DE COPY

MENTORIA FORMAÇÃO MILIONÁRIA 2



I TÓPICOS DE HOJE

01

COPYWRITING

02

PESQUISA

03

HEADLINE

04

GATILHOS
MENTAIS

I O QUE É COPY?

- **Copywriting = Ato/ocupação de multiplicar suas vendas.**
- **A arte de escrever textos persuasivos que levam o leitor/lead a tomada de uma ação (clique, compra, etc).**

I COPY É O SEU VENDEDOR

- **Vendedor Bom = Dinheiro para o seu bolso.**
- **Vendedor Ruim = Você se dá mal.**
- **Ponto A ➡ Ponto B.**

I MENSAGEM CERTA X PESSOA CERTA



PESQUISA

I ENTENDENDO SEU PÚBLICO

- **Seu público é definido como "persona/avatar/prospect/lead".**
- **Várias personas definem seu público-alvo.**
- **Você precisa achar uma forma de se comunicar com todos.**
- **O importante são os dados que você tem a respeito do seu público.**

I COLETA DE DADOS

- Idade
- Gênero
- Profissão e faixa salarial
- Localização
- Fatores determinantes: problemas, objeções, sonhos/desejos.

I COLETA DE DADOS

O que pesquisar?

- . Produto.
- . Concorrência e ofertas atuais.
- . Antigos exemplos de copywriting.
- . Mecanismo.
- . Dores e objeções.
- . Nível de sofisticação.

I COLETA DE DADOS

Onde pesquisar?

- . Fóruns.
- . Grupos do Facebook.
- . Comentários do Youtube.
- . Depoimentos de clientes.
- . Biblioteca de Anúncios do Facebook.
- . Conversão de boletos.

| BRIEFING

- 1. Quem são seus leads?**
- 2. Quais são as dores do seu público? E os maiores medos?**
- 3. Qual é a grande promessa que você vai fazer sobre o conteúdo da sua mensagem de vendas? E como isso vai mudar a vida deles para sempre?**
- 4. Quais soluções já existem no mercado, e por que elas não estão funcionando para seu público?**
- 5. Qual é a verdadeira causa do problema? E como essa nova solução que estamos oferecendo funciona?**

| BRIEFING

6. Quais as pesquisas que você fez para criar seu produto?

7. Qual é a promessa sobre os resultados que eles vão conquistar usando esse produto ou solução?

8. O que é o produto?

9. Credibilidade + História de Descoberta Emocional.

10. Ideias de headlines:

| HEADLINE

Headline é o título chamativo da sua copy.

Qual o objetivo?

- . Chamar a atenção do leitor.**
- . Porta de entrada para sua copy.**
- . Não é feita para VENDER NADA!**

I FUNDAMENTOS DA HEADLINE

- . Curiosidade - “Descubra como acabar com suas espinhas”.
- . Exclusividade - “Entenda o novo método de respiração que acaba com o ronco”.
- . Medo - “Você pode estar jogando dinheiro fora se estiver fazendo essas 3 coisas”.
- . Ganho - “O Manual definitivo para você perder a timidez”.
- . Novidade - “Cientistas descobriram nova fórmula natural para a caspa”.

I FÓRMULA INFALÍVEL DE HEADLINES

4U's:

- . Única - “Elimine sua dor nas costas com este movimento egípcio simples que já foi testado e comprovado”.**
- . Útil - “Para de usar seu cartão de crédito da forma errada e ganhe uma renda extra”.**
- . Urgente - “Aprenda a tocar violão ainda hoje”.**
- . Ultra específica - “Emagreça 3 kg em 3 dias com uma dieta indiana”.**

I The Copywriter's Handbook - Robert W. Bly

8 TIPOS DE HEADLINES.

- . Direta - “Aprenda a fazer VSL’s que convertem”.
- . Indireta - "Uma estratégia especial está esperando por você”.
- . Notícia - "Diretor de Harvard revela mecanismo cerebral que seus alunos mais inteligentes possuem”.
- . Como fazer - "Como tocar violão em tempo recorde”.

I The Copywriters Handbook - Robert W. Bly

8 TIPOS DE HEADLINES.

- . Perguntas - "Você já conhece esse segredo asiático que derrete banha?"
- . Comando - "Clique e veja o método X que está ajudando pessoas a terem uma renda".
- . Numerada - "Os 7 segredos que podem rejuvenescer sua pele".
- . Depoimentos - "Desde que comecei a usar esse creme, minhas espinhas sumiram!".
- . Fórmulas prontas - "Como fazer X coisa Me Fez Y coisa". "Como pegar no sono em 15 segundos".

| GATILHOS MENTAIS

O que são?

- **São formas de facilitar a tomada de uma ação.**
- **Táticas utilizadas há muito tempo e pelos maiores copywriters do mundo com muito sucesso.**

I TIPOS DE GATILHOS MENTAIS

Gatilho da curiosidade

- O ser humano é curioso por natureza!
- Use expressões como “poucas pessoas sabem disso”, “segredo”, “poucas pessoas conhecem”, “a verdade que ninguém te contou”, “saiba como”.
- Esses gatilhos funcionam porque as pessoas não querem ficar de fora de um segredo ou de uma verdade desconhecida!

I TIPOS DE GATILHOS MENTAIS

Gatilho da prova social

- Uma forma de provar que o seu produto/serviço funciona é mostrar como ele ajudou outras pessoas.
- Colete depoimentos.

I TIPOS DE GATILHOS MENTAIS

Gatilho da novidade

- **Somos todos atraídos pela novidade.**
- **Ver algo novo nos deixa carregados de dopamina.**
- **Crie um nome exclusivo para seu produto/serviço.**

I TIPOS DE GATILHOS MENTAIS

Gatilho da reciprocidade

- Nos sentimos em dívida com quem nos dá algo.
- Bônus, Presentes, super DESCONTO para os 100 primeiros compradores.
- Isso gera valor pro seu produto e reciprocidade

I TIPOS DE GATILHOS MENTAIS

Gatilho do medo

- **As pessoas temem perder dinheiro, perder tempo, continuar com o mesmo problema que já têm, de perder a oferta que está sendo apresentada.**
- **As pessoas chegam a ter mais medo de perder do que vontade de ganhar.**

I TIPOS DE GATILHOS MENTAIS

Gatilho da escassez

- **Nosso inconsciente considera que quanto mais difícil conseguir algo, mais valiosa essa coisa é.**
- **Esse gatilho trabalha lado a lado com o gatilho do Medo.**
- **Vagas limitadas, produto em estoque está quase acabando, o carrinho está sendo fechado.**

I TIPOS DE GATILHOS MENTAIS

Gatilho da urgência

- Trabalha o estímulo de aversão à perda, mas com foco maior na limitação de tempo.
- Aquela oferta que você fala: “último dia”, “carrinho fecha em 24 horas”.

I TIPOS DE GATILHOS MENTAIS

Gatilho da antecipação

- Quando você projeta o futuro na mente do seu lead. Ex: Trailers de filmes.
- Desperta a felicidade na mente das pessoas.
- "Imagine daqui há alguns anos você com a pele décadas mais jovem, seu marido e suas amigas elogiando sua beleza e perguntando "o que você fez para estar tão bonita?".

I TIPOS DE GATILHOS MENTAIS

Gatilho da exclusividade

- **Expressões como “VIP”, “edição limitada” e “somente para convidados” fazem o seu lead se sentir único, privilegiado. E nos sentimos bem quando fazemos parte de um grupo exclusivo.**

Gatilho da especificidade

- **A especificidade passa uma ideia de domínio do assunto, traz credibilidade para você.**

I TIPOS DE GATILHOS MENTAIS

Gatilho do descaso

- **Mostra que você não está desesperado por alguma coisa e passa a impressão de que algo incrível para os outros é apenas comum para você.**
- **A ideia é mostrar ao lead que ele vai se beneficiar muito mais pelo seu produto do que você pela venda dele.**

I TIPOS DE GATILHOS MENTAIS

Gatilho dor x prazer

- **Mostra para seu lead que você consegue livrá-lo da dor que ele tem e, com isso, um prazer é gerado no lugar.**
- **Comece mostrando a situação atual que seu lead se encontra hoje e como isso pode piorar caso ele não resolva a dor dele com o seu produto. Em seguida, mostre como a vida dele pode mudar graças ao seu produto.**

I TIPOS DE GATILHOS MENTAIS

Gatilho coerência e compromisso

- **Quando você assume o compromisso com o seu lead.**
- **Você oferece uma garantia de reembolso no seu produto.**
- **Se o lead continuar até o final, vai ganhar um presente ou promete que vai sair com o problema dele resolvido.**

I TIPOS DE GATILHOS MENTAIS

Gatilho da história/storytelling

- Mais fácil mexer com as emoções do seu lead contando histórias.
- Seres humanos amam tanto ouvir histórias que até memorizam melhor informações contadas em formato de narrativa.

I TIPOS DE GATILHOS MENTAIS

Gatilho do inimigo em comum

- **Você e o lead têm coisas em comum que os abominam.**
- **Por exemplo, você fala que a indústria farmacêutica prefere vender remédios que não curam a diabetes, porque eles preferem ganhar dinheiro ao invés de curar as pessoas. Com isso, essa indústria que só pensa em dinheiro é o inimigo em comum entre vocês.**
- **Seu lead se torna o seu aliado.**

I TIPOS DE GATILHOS MENTAIS

Gatilho da comunidade x pertencimento

- **Quando uma pessoa percebe que um grupo de pessoas está tomando a mesma decisão, ela tende a querer fazer parte desse grupo, dessa comunidade.**
- **Grupos dos seus compradores no Telegram, oferecendo o acesso a essa comunidade como um bônus dos seus produtos.**

I PRÓXIMA CALL

01

BIG IDEA

02

P.U.V.

03

MECANISMO
ÚNICO

04

NÍVEL DE
SOFISTICAÇÃO