

GPT EXPRESS

Solução Primária Única

BRUNO PICININI

Capítulos

0:00:00 Introdução da Solução Primária Única

0:02:19 Explicação sobre a criação de nomes e mecanismos

0:05:01 Dicas para criar nomes para Solução Primária Única e ativação do ChatGPT para sugestões

0:06:45 Modificação do Prompt e Criação de Variações de Nomes

0:08:01 Vantagens do ChatGPT e Escolha do Nome do Perfil do Cliente Ideal

0:08:49 Informações Solicitadas sobre o Protocolo de Prestígio Nutricional e Criação de Marca e Branding Names

Sumário

Neste episódio apresentamos a Solução Primária Única, uma versão moderna do Mecanismo Único da Solução. Para definir o perfil do cliente, precisamos entender melhor quem é ele, qual sua meta principal e seus benefícios. É importante lembrar do limite do ChatGPT e que ele pode não ser capaz de analisar todas as mensagens recebidas. Copiamos o perfil do Samir novamente para continuar com o Prompt e explicar sobre a Solução Primária Única e o motivo do nome. Ensinaamos a criar uma nova expressão e atribuir um novo sentido utilizando a técnica de criar nomes e mecanismos, como a justaposição contraditória usada no Férias Sem Fim.

É crucial evitar nomes promocionais ou marqueteiros em excesso e usar palavras que combinem com uma solução primária única. Recomendamos ler com atenção o prompt inteiro e fazer perguntas específicas sobre concorrentes, produto ou serviço e método, além de entender os fundamentos do Marketing Raiz®, níveis de consciência e mecanismo único. O objetivo é criar 20 nomes para uma solução primária única e depois criar mais 20 variações abreviadas desses nomes.

Foi dada a dica de que o perfil do cliente ideal ajuda a começar do zero e, assim, não é preciso gastar mais dinheiro, já que o ChatGPT não analisa todas as mensagens. Criar nomes que soem bem é importante, sendo que o nome escolhido foi "Gosta de Protocolo de Prestígio Nutricional". Apresentamos informações técnicas e algumas analogias sobre esse protocolo e dei algumas opções de marcas criadas como

NutriPrestige, Valoriza Nutri, Nutribrilha e Nutriimpulso. No entanto, é importante lembrar que a escolha final é baseada na experiência do cliente.

É essencial investir nos fundamentos do Protocolo de Prestígio Nutricional para ter sucesso no mercado. Deixamos a reflexão sobre o assunto para o cliente e finalizamos a aula.

TRANSCRIÇÃO

Introdução da Solução Primária Única

[0:00] Solução Primária Única. O que é isso e para que serve? Aqui nós vamos ver agora a parte do Mecanismo Único da Solução, ou como eu chamo, por questão de, como eu já falei, em questão de percepção em marketing e também porque eu acredito que é uma versão atualizada e moderna, a Solução Primária Única.

O que é isso aqui? Eu já estou aqui com o prompt aberto, e nesse caso é interessante eu te mostrar, Porque olha o que começa a acontecer agora com o ChatGPT que a gente tem que lidar e por isso que a gente faz naquele primeiro prompt a definição do perfil do cliente.

Porque eu fui executar o prompt e por limitações, como eu falei aqui, não só do tamanho da mensagem, mas quantas mensagens para trás o ChatGPT consegue olhar.

[0:47] Eu coloquei aqui o perfil exatamente como a gente fez na causa surpreendente principal.

Usando o perfil do cliente, inclusive insisti, do Samir logo acima, vamos agora criar ganchos para definir um mecanismo único da solução, que chamamos de solução primária única.

E se tu olhar aqui pra baixo, olha o que aconteceu. Antes de prosseguir, precisamos entender melhor quem é nome, qual a meta principal e quais os benefícios.

Ou seja, apesar de que esse perfil tá aqui em cima no chat, tá aqui ó, exatamente o mesmo chat que a gente tá fazendo, ele não conseguiu voltar o suficiente.

Então, tem um certo limite, não sei exatamente como funciona, quantas mensagens por trás, mas assim, vai ficar meio claro, porque ele vai te falar que olha, cara, não tô entendendo de quem que tu tá falando.

Aí, o que aconteceu? O que eu precisei fazer?

Eu virei aqui, até caso tu não conheça essa função, mas eu expliquei em outras aulas de engenharia de prompt, que eu testei algumas outras variações e tu pode aqui alternar pra outros prompts e ver diferentes respostas pra tu ir testando, que é assim que tu vai refinando os prompts.

Então, nessa última aqui, o que eu precisei fazer? Eu precisei pegar, deixa eu até ver se ele está abrindo certinho aqui antes de dar o problema. Abriu!

[1:57] Eu precisei abrir aqui a parte que a gente precisava. E o que eu fiz?

Ao invés de simplesmente falar, use o Samir, tá aqui, eu copie e cole de novo, por isso que eu falei que ia ser útil a gente salvar num arquivo separado, porque a gente ia usar dessa maneira.

Então, eu cole de novo aqui o perfil do Samir, é a mesma coisa que tá lá em cima, e agora segui com o resto do Prompt, entendeu como é que funciona?

Explicação sobre a criação de nomes e mecanismos

[2:19] Então agora aqui o resto do Prompt, eu vou fazer que nem na causa surpreendente principal.

Eu vou explicar o que é uma solução primária única, eu vou explicar o porquê do nome, que não é um nome que tanto pro anterior como esse eu não escolhi aleatoriamente, é porque ele seja o mais claro e direcionado possível, que serve tanto para nós entendermos do que a gente está falando, porque mecanismo único do problema.

O que é isso? Agora, causa surpreendente principal. Eu consigo entender que é uma causa, que ela é surpreendente e que ela é o principal de tudo.

Solução.

É uma solução, o mecanismo pode ser qualquer coisa, é uma solução primária única, ou seja, ela é diferenciada.

[3:01] Aí aqui no caso, eu vou falar o que é um mecanismo único, eu vou explicar o que é aquele 1% que falta para a pessoa ter resultados, eu vou falar da questão que eu falei anteriormente de neologizar, ou seja, criar uma nova expressão e atribuir um novo sentido, que é exatamente o que eu fiz com a causa surpreendente principal, com a solução primária única, justamente por esses motivos.

Aí eu vou explicar, vou explicar o perfil do cliente, agora eu vou começar a explicar o que é isso.

Declaração de posicionamento, eu quero que caiba numa frase desse tipo, vou dar alguns exemplos, vou explicar o que é uma justaposição contraditória, que é uma técnica de como criar nomes e mecanismos, que inclusive eu usei no Férias Sem Fim, que eu não sei se tu conhece ou não, mas é uma antiga oferta minha, que inclusive eu tenho um livro aqui em cima, que é este livro.

[3:47] Tá invertido por causa da câmera, mas enfim, dá pra ler que aparece, enfim...

Que é um nome que eu tinha anos e anos atrás, lá em 2014, quando eu comecei a ensinar essa ideia, quando hoje assim não é tantas pessoas que vão questionar isso, de como se criar um negócio online, principalmente baseado em infoprodutos.

[4:02] Cachorro de 29 anos, mesma coisa, é um nome que eu criei, que na verdade foi um produto que eu criei pra mostrar como era o que eu ensinava, como é que funcionava, então como é que eu criei esses nomes, o time do Pegador, enfim...

Outros nomes usando essa estratégia, depois te recomendo voltar e ler com calma o prompt inteiro, porque, de novo, ele é uma aula por si só.

Aqui algumas das perguntas que eu gosto de fazer para entender melhor sobre isso.

Sobre concorrentes, sobre o meu produto ou serviço, o meu método.

São perguntas que eu vou tentar jogar para o ChatGPT, mas eu não tenho ainda... assim, o ChatGPT não vai entender o teu produto tanto quanto tu.

Então ele vai dar sugestões, mas baseado em chutes.

Se tu tiver algo mais específico, tu pode tanto alimentar aqui, ou entender as ideias que eu tô tentando passar e aplicar por conta própria, e de repente depois usar algumas partes do prompt aqui pra acelerar.

Nomenclatura, evite nomes que são impromocionais ou marqueteiros demais, que é a mesma coisa que a gente viu no passo anterior. Exemplos do que eu não quero, exemplos do que eu quero.

Dicas para criar nomes para Solução Primária Única e ativação do ChatGPT para sugestões

[5:01] Palavras que geralmente vão bem com uma solução primária única.

Sistema, protocolo, estrutura, gatilho, estratégia. Às vezes adicionar números, símbolos ou nomes ajuda.

E o comando. Esse é o principal.

Sério, tudo isso eu já ensinei isso no passado.

[5:17] Era uma aula muito mais longa. Porque aqui, claro, eu tô passando batido e te recomendando pra depois tu voltar e ler.

Não tem por que eu ficar lendo aqui se tu pode só tu ler sem ter a minha voz no teu ouvido.

Veia principalmente a aula anterior e a outra falando de Marketing Raiz®, níveis de consciência, mecanismo único.

Porque tu entendendo esses fundamentos, Depois a aplicação vai ser mais fácil.

[5:39] Então, aqui eu estou falando disso. Lê essa parte aqui, lê tudo isso aqui...

Cria agora 20... O que eu consigo agora aqui no prompt? Eu falo, comando, agora, crie 20 nomes para uma solução primária única para pessoas como o nome, que

está junto no nosso prompt, que desejam meta principal, começando a lista com, de novo, markdown, por isso o joguinho da velha, solução primária única.

E aqui ele vai fazer, e agora é o mesmo processo que a gente fez antes.

Eu vou bater o olho e agora eu vou julgar o que que desses nomes aqui me chama atenção, o que eu gosto.

Nesse caso aqui eu escolhi o 2, o 13 e o 20.

Então o que é o 2? Fórmula de valorização nutricional.

O 13? Código de respeito nutricional. Lembrei que tinha até aqui ó, método de nutrição respeitado, o método do respeito, que era uma oferta no nicho de relacionamentos que vendeu muito por muito tempo.

Então, gostei desses, crie mais 20 variações, até que já deu um erro que eu vou recarregar a página, que eu falei, depois crie mais 20 variações de nomes abreviados, que a gente vai usar na próxima parte.

Modificação do Prompt e Criação de Variações de Nomes

[6:45] Aí, como eu precisei modificar? Quando eu fui rodar o prompt anterior, e por isso que deu aquele erro que tu tava vendo, ele começou a se perder de novo no chat, ele não tava conseguindo referenciar o que eu tinha falado anteriormente.

Então, pra garantir, eu copieei e coleii aqueles que eu achei mais legais.

O sistema de nutrivisibilidade, o código de respeito e o protocolo de branding nutricional.

3 que eu gostei, fez o mesmo processo, gostei dos 3 nomes, criei mais 20 variações.

Nesse caso aqui, eu falei para ele criar mais 10 variações de nomes abreviados, mas que eu joguei para um prompt mais para baixo depois, mas só para tu já vai entender o que ele faz.

Aí ele fez a mesma coisa, me deu mais sugestões, eu vou bater o olho, julgar aqueles que eu acho que faz mais sentido, ele vai me dar mais depois 10 variações

abreviadas, que é tipo mais um nome com uma marca, fazer alguma coisa assim, um nomezinho mais curto e legal.

E aí, agora aqui eu comecei a testar para ver se ele estava perdido ou não.

Isso é normal, tá? Se ele se perder, tu pode inclusive...

Mas por isso que é vantagem de se ter o perfil do cliente lá no início.

Abre um novo chat e começa lá do zero. Era melhor se fosse tudo já no mesmo chat, mas ele não lê todas as mensagens.

E a gente tem que jogar com isso, até porque outras ferramentas que tu não usa no ChatGPT, a janela de contexto, se não for incluída manualmente pela ferramenta que tu usa, é zero.

Ele vai sempre considerar as coisas do zero.

A não ser que vá junto, mas as pessoas geralmente não vão fazer isso porque custa mais caro.

Vantagens do ChatGPT e Escolha do Nome do Perfil do Cliente Ideal

[8:01] Então, essa é uma grande vantagem do ChatGPT. Então, aqui eu vou falar, ó, quem é o nome da perfil do cliente ideal?

E ele fala, ó, peço desculpas, mas parece que esses nomes estão em branco.

Ah, ele não tá entendendo de quem eu tô falando.

Aí eu peguei e mandei de novo todo o perfil, repeti isso e agora fiz aquele...

[8:18] Comando parecido com a parte da causa suplemento principal, e eu escolhi o nome de Gosta de Protocolo de Prestígio Nutricional.

Gostei da assonância ou a literação aqui de Protocolo e Prestígio, achei que ficava um nome bacana, Nutricional para saber que eu estou falando desse mercado específico.

Agora, levando em consideração o nome, me dê uma definição técnica, uma definição simples, um pitch do elevador, símiles e analogias, e uma marca e branding names que eu tinha feito antes, mas incorporei aqui porque ficou melhor.

Informações Solicitadas sobre o Protocolo de Prestígio Nutricional e Criação de Marca e Branding Names

[8:49] Com base no perfil detalhado do seu cliente, o Samir, agora ele sabe de quem eu estou falando, aqui estão as informações solicitadas sobre o protocolo de prestígio nutricional.

Definição técnica, simples, pitch derivador, símiles e analogias para me ajudar a explicar melhor essas ideias e algumas marcas e branding names que vão me ajudar, que eu poderia, ah, legal, NutriPrestige, valoriza nutri, nutribrilha, nutriimpulso, hum, talvez, podia.

[9:15] Esse é um nome que eu podia usar pra continuar.

E depois eu continuo testando pra saber se ele tá se achando no perfil pros próximos prompts que a gente vai olhar.

Mas esse aqui que é a solução primária única ou o mecanismo único da solução.

É assim que a gente faz, mas o principal, como eu já venho falando, é tu entender os conceitos e os fundamentos por trás.

Saber como passar de lado e chutar gol, porque daí eu consigo te ajudar, que quando eu te passar esses prompts, Tu vai bater o olho e tu vai... Porque julgar esses resultados eu não vou poder fazer por ti.

É tu que vai ter que sentar, bater o olho e pensar, isso aqui faz ou não sentido?

Qual que é o melhor desses nomes pra eu usar depois nas minhas campanhas?

E isso é a tua experiência que vai editar.

Portanto, vale a pena investir nos fundamentos que com eles a gente vai muito mais longe.

Beleza? Então, essa aula fecha por aqui e a gente já se vê em seguida.