



10 TEMPLATES DE COPY

**PARA PRODUTORES DIGITAIS,
COACHES, CONSULTORES,
VENDA DE GRUPOS,
IMERSÕES, WORKSHOPS E
EVENTOS.**

10 Templates de Copy Para Produtores Digitais, Coaches, Consultores, Venda de Grupos, Imersões, Workshops e Eventos.

De: Natanael Oliveira

Todo estudante de copywriting sabe que o processo de criar uma copy envolve sempre dois passos cruciais: Preparar para uma oferta e a destruição de objeções.

Me permita usar o termo destruir objeções. Vou explicar mais a frente exatamente o porquê essa precisa ser a sua meta.

Mas antes vamos entender um pouco mais sobre o “preparar para uma oferta”. Uma Copy não é nada mais que descrever uma situação atual desagradável e apresentar na sequência um futuro desejável.

Apesar dessa descrição simplificar muito bem o propósito de uma copy, existe um elemento que acaba sendo esquecido por muitos profissionais de marketing e empresários.

Infelizmente, é exatamente nesse detalhe que as coisas se perdem drasticamente.

Vou explicar isso da maneira mais simples possível. Preste muita atenção nas próximas linhas.

Eu falei sobre a Copy descrevendo uma situação atual que de certa forma é desagradável e destaquei a importância de falar de um futuro desejável.

Mas a parte que falta em muitas cartas de vendas é a PONTE entre esses dois elementos. Conseguir unir essas duas pontas de uma maneira contextual, que permita que o seu público naturalmente lhe acompanhe de uma fase até a outra.

Muitos copywriter em início de jornada cometem o erro de tentar quebrar as objeções depois de apresentar a oferta. Em outras palavras, eles vendem e depois justificam o que estão vendendo.

Esse é um caminho muito arriscado. Principalmente quando você está escrevendo uma Copy para um Coach, profissional liberal ou para a venda de um workshop, grupo, etc.

Um dos maiores erros dos novos copywriter que estão chegando no mundo do marketing digital é que eles confundem cartas de vendas de produtos digitais com cartas de vendas para serviços ou eventos presenciais.

São abordagens e estruturas completamente diferentes. Alguns elementos até se repetem, porém, com uma aplicação absurdamente distinta.

Nesse material exclusivo eu vou te ajudar a entender qual a estrutura perfeita para uma carta de vendas para Coaches, Consultores, venda de workshops e grupos.

Eu vou compartilhar 10 modelos de templates que você poderá transformar literalmente em 10x mais dinheiro no seu bolso.

Seja você vendendo os seus serviços usando esses modelos de cartas de vendas, seja você vendendo esse tipo de carta de vendas.

Os Fundamentos de Copywriting para a venda de serviço

Sempre que você pensar em objeções eu gostaria que você destacasse três principais:

01 - Urgência

02 - Necessidade

03 - Confiança

Essas são as três grandes barreiras de compra que você precisa destruir. Vou explicar rapidamente qual objeção é mais forte em cada tipo de oferta.

Urgência: Forte em produtos físicos. As pessoas naturalmente irão procrastinar para comprar algo que seja físico. Por isso a escassez nas ofertas precisam estar muito presentes.

Ex: Só AMANHÃ. É SÓ AMANHÃ MESMO.

Quando eu lancei o meu novo livro Não Me Faça Dormir (Livro Físico) eu usei três recursos para criar urgência.

01 - Bônus

02 - Limitado para os 100 primeiros compradores

03 - Válido pelas próximas 24 horas

O resultado foi extremamente forte. Passamos e muito dos 100 compradores e nós acabamos liberando para todos os compradores que em pouco mais de 5 dias chegou perto da marca de 1.000 unidades.

Fomos para o TOP1 da Amazon ainda na pré-venda.

Necessidade: Altamente forte nos produtos digitais.

Normalmente ninguém está pensando em comprar um novo curso online.

As pessoas tem problemas que elas se “acostumam” a ter. Em outras palavras, incomoda mas não é algo que é uma necessidade imediata.

O papel da Copy em um produto digital é exatamente criar esse ambiente de necessidade urgente. Porém, um bom copywriter faz isso de maneira inteligente.

Ele cria o que nós chamamos de GANHO IMEDIATO. Em outras palavras, a Copy é toda criada para criar um ambiente de um Ganho/Vitória altíssimo e não somente a solução de um problema.

Confiança: Extremamente forte na venda de serviços como Coach e Consultoria, essa objeção geralmente envolve o processo de escolha do público.

Preste atenção nesse tópico: Processo de escolha.

Um empresário não acorda um belo dia e fala: Preciso de um consultor, vou pegar o primeiro que eu encontrar na internet.

É um processo um pouco mas lento, porém, não tão lento assim. O processo de venda de um serviço usando a internet e uma estratégia de copy, envolve basicamente a construção de uma imagem de confiança.

É aqui que muita gente erra dramaticamente. Coachs e consultores ficam tentando se tornarem “celebridades”

quando na verdade, a sua copy deveria se concentrar em gerar confiança.

Ser reconhecido como alguém importante e famoso é totalmente diferente de ser reconhecido como alguém de confiança.

Eu não estou dizendo que as duas coisas não podem andar juntas. Mas a prioridade deveria ser usar elementos de copy que geram confiança.

Você precisa criar uma Copy que ao mesmo tempo mostre que você é confiável, crie um desejo de uma decisão imediata.

Qual a melhor maneira de fazer isso? Abordar problemas CONHECIDOS com soluções desconhecidas. "Esse é o BIG SECRET".

Você não precisa inventar a roda. Você vai falar do ÓBVIO, isto é, problemas que o público já está "careca de saber", no entanto, você irá criar um cenário NOVO no que envolve a solução.

Bem, se você é um leitor atento, deve ter percebido que eu estou fazendo isso com você neste EXATO momento.

Eu estou explicando algo VELHO de uma maneira NOVA. Estou ensinando conhecido porém com uma solução ou um caminho “desconhecido”.

Existem cerca de 10 maneiras de fazer isso, com alguns apelos emocionais específicos. Eu decidi pegar algumas áreas de atuação de Coach, alguns nichos de produtos digitais, pois facilita entender os tipos de sentimentos e abordagens que podemos trabalhar.

No passado, a minha ideia era ensinar isso para os consultores para que eles pudessem vender isso para Coaches. Mas eu desisti dessa ideia.

Vou explicar o porquê. Apesar de ser fácil vender esse tipo de serviço para coach e ser algo extremamente lucrativo, o mercado de coach no Brasil (na minha opinião) ainda precisa amadurecer em muitos aspectos.

Você tem vários Coachs que de fato ainda não tem um negócio.

Muitos ainda tentando recuperar o investimento nas várias formações que fizeram, o que acaba colocando uma pressão financeira que atrapalha os seus projetos online.

Apesar de ser mais fácil vender consultoria para coaches, eu acredito ser mais difícil de entregar a consultoria para esse tipo de cliente.

E se você é produtor digitais, você verá que alguns formatos de produtos são bem mais fáceis de vender do que outros.

E alguns templates de copy são mais recomendados que outros.

Obviamente existem as suas exceções, no entanto, hoje eu prefiro recomendar que os consultores atendam produtores digitais. Não vou detalhar todas as razões nesse material, mas iremos falar mais sobre isso em breve.

Então vamos lá.

Template número 01: Experimente fazer uma pergunta ao invés de fazer uma promessa

Esse é um template extremamente simples de ser usado, porém, extremamente poderoso para pegar “carona” em promessas muito agressivas do seu mercado.

É natural que promessas muito agressivas possam causar uma objeção proporcional no seu público.

Imagine que você leia algo do tipo: Como derreter 5kg de gordura em 7 dias sem ir para academia ou passar fome.

Essa é uma boa promessa, concorda? Porém, ao mesmo tempo facilmente ignorada ou desacreditada.

Agora vamos ver a aplicação desse template de pergunta ao invés de promessa.

Ex: É realmente possível derreter de 3k a 5k de gordura em 7 dias ou menos mesmo sem ir para a academia?

Esse é o primeiro passo desse template. A headline que cria uma grande dúvida se aquela promessa é verdade ou não.

Nesse tipo de gancho você apela para a curiosidade primeiro para somente depois avançar para uma necessidade/desejo.

A segunda parte da copy seria a abertura.

Headline: É realmente possível derreter de 3k a 5k de gordura em 7 dias ou menos mesmo sem ir para a academia?

Abertura: Talvez você já tenha visto promessas desse tipo: Derreter gordura em poucos dias. Mesmo sem ir para a academia.

Bom, essa é uma meia-verdade.

O que você realmente precisa se perguntar é: O que as pessoas que estão conseguindo esse tipo de resultado REALMENTE fizeram?

Por que algumas pessoas realmente conseguem resultados rápidos assim e outros não?

O segredo está em identificar QUAL o seu estado atual, qual a sua rotina atual e SE você será capaz de seguir o plano que gera esse tipo de resultado.

Esse template de copy é perfeito pra transformar uma promessa muito agressiva em algo tangível. Porém, se você prestar atenção, esse template usa argumentos do tipo:

É possível ter esses resultados que é dito por aí? Sim. MAS é preciso ter um plano PERSONALIZADO.

É nesse gancho que você cria o DESEJO por sua consultoria, processo de coaching, grupo, imersão, etc.

Você sempre irá usar argumentos de copy que entregam vitórias mas ao mesmo tempo criam uma necessidade de orientação.

A terceira e quarta parte da copy envolve apresentar os benefícios do que você irá oferecer e depois entrar na oferta.

ANTES de entrar na oferta da consultoria, grupo, imersão, processo de coach, etc... o mais importante é que você destaque os pontos que a pessoa precisa seguir.

Vou montar a copy completa para você ver como funciona:

Headline: É realmente possível derreter de 3k a 5k de gordura em 7 dias ou menos mesmo sem ir para a academia?

Abertura: *Talvez você já tenha visto promessas desse tipo: Derreter gordura em poucos dias. Mesmo sem ir para a academia.*

Bom, essa é uma meia-verdade.

O que você realmente precisa se perguntar é: O que as pessoas que estão conseguindo esse tipo de resultado REALMENTE fizeram?

Por que algumas pessoas realmente conseguem resultados rápidos assim e outros não?

O segredo está em identificar QUAL o seu estado atual, qual a sua rotina atual e SE você será capaz de seguir o plano que gera esse tipo de resultado.

Solução/Benefícios:

E aqui está exatamente os passos que você precisa seguir.

Passo número 01: Você precisa (Destacar o passo sugerido)

Passo número 02: Você precisa (Destacar o passo sugerido)

Passo número 03: Você precisa (Destacar o passo sugerido)

É importante você notar que esses passos acima precisam ter relação DIRETA com a sua oferta.

Ex: Imagine que eu vou vender uma imersão para produtores digitais.

Eu diria.

Passo 01: Você precisa montar uma jornada de produtos

Passo 02: Você precisa de um processo mestre para criar produtos

Passo número 03: Você precisa de uma estratégia mestre para vender os seus produtos.

Você pode destacar alguns pontos chaves de como a pessoa irá fazer isso.

Oferta: Agora você irá apresentar o seu grupo, serviço, etc...

E foi exatamente por isso que eu criei o [Nome do seu programa]

Aqui está o que eu vou te ajudar a fazer...

Eu vou te ajudar a [Passo 01, Passo 02, Passo 03] agora você começa a prometer que vai orientar a pessoa EXATAMENTE nos passos que você disse que era o mais importante.

Você irá perceber que TODOS os outros templates seguem EXATAMENTE o mesmo padrão, mudando somente a headline + abertura.

Template número 02: Prometa algo extremamente ÚTIL

Esse é um dos templates mais fortes que existe para pegar um público frio. Porém, tem uma observação importante.

Ele tende a funcionar em mercados que as pessoas já RECONHECEM que precisam de ajuda com determinado problema.

O gancho central dessa copy é: Como evitar o maior erro que você pode cometer ao [Colocar aqui o desejo do público]

O foco desse template é o de SALVAR o seu público de um possível problema.

Ex: Como evitar o maior erro que você pode cometer ao tentar criar uma lista de emails

Como evitar o maior erro que você pode cometer ao tentar fazer um investimento na bolsa de valores

O gancho do MAIOR erro é o que cria a sensação de urgência e curiosidade no leitor.

Já a abertura após a headline segue uma linha extremamente simples.

Abertura: O que eu vou te apresentar agora pode literalmente te salvar de cometer o que eu considero como o maior erro para [desejo].

Antes de detalhar qual o maior erro, vamos falar dos dois caminhos que você pode seguir.

O primeiro caminho é o que a maioria tem seguido. São pessoas que [descrever os problemas que as pessoas enfrentam por não ter o seu produto/serviço].

O segundo caminho que poucos conseguiram trilhar é o caminho das pessoas que conseguiram (detalhar aqui o cenário do lead transformado)

Eu preciso que você preste atenção no que eu vou te explicar agora.

A diferença entre esses dois grupos é simples. Aqueles que estão enfrentando dificuldades, estão cometendo esse grande erro.

Já os que conseguiram ter resultados, não cometem esse erro.

E aqui está o maior erro que você precisa evitar se quiser (Meta desejável)

Revela o ERRO.

Na sequência você vai explicar.

Ok, agora que você sabe qual o erro, deixa eu te mostrar os PASSOS que você precisa seguir para (Meta).

Basicamente você repete o mesmo processo de sempre. Apresenta os pilares do seu serviço sem fazer a oferta, apenas dizendo o que a pessoa precisa saber/fazer.

Depois disso, você entra na oferta. Aqui está exatamente o que eu preparei para você.

Template número 03: Prometa revelar um segredo desconhecido

Esse é um modelo de template perfeito para vender workshops, mas obviamente funciona para as outras modalidades que temos destacados aqui.

Vou fazer uma breve revisão para garantir que o leitor aproveite ao máximo esses templates.

Esses roteiros de copy são perfeitos para quando você vai vender algo que envolve interação pessoal. Coach, consultoria, grupo, workshops.

Por que?

Por que eles não tentam convencer o público a comprar informações mas a se interessar em comprar uma orientação/acompanhamento.

Voltando para o template.

Modelo: A ÚNICA coisa que você precisa saber para [Desejo do público]. Dica: Não é o que você está pensando.

Aqui você precisa quebrar os argumentos óbvios e apresentar algo novo e diferente.

Vou dar um exemplo do que eu usei recentemente para a Imersão dos CEOs.

Eu disse o seguinte.

Essa é a única coisa que você precisa saber para conseguir aumentar o lucro da sua empresa. Dica: Não é o que você está pensando.

E a continuação da mensagem diz:

Todo mundo fala sobre melhorar os resultados de uma empresa. MAS quando nisso todo mundo só pensa em vender mais.

Será que esse é o único caminho? Felizmente a resposta é não.

Existe algo que se você dominar os resultados da sua empresa podem ir para o próximo nível. Estou falando sobre a habilidade de criar NOVAS fontes de lucro.

Se você aprender como criar novas fontes de lucro. As coisas podem ser bem diferentes para a sua empresa.

Aqui está o que você precisa saber sobre criação de novas fontes de lucro.

Mais uma vez, entra aqui na parte dos passos e na sequência entra na oferta.

Reparem que a parte dos passos e da oferta, basicamente se repetem em todos os templates. A grande diferença está na abertura. Essa é a parte crucial.

Ao invés de entregar CONTEÚDO ou dicas aleatórias, essas abordagens preparam o público para a oferta. Em outras palavras, criam um desejo antes da apresentação da oferta.

Dependendo do formato do produto, o ideal é que no momento da oferta você leve as pessoas para uma aplicação e não para uma página de checkout.

Somente se você já tem uma lista de emails e já vende com frequência para essa lista e já tem outros programas de imersões que eu recomendo que faça isso direto.

Template número 04: Apresente uma “contradição”

Esse template especialmente se aproveita de algo que o seu público considera uma grande dificuldade e a provável causa de ainda não conseguir o resultado desejável.

Exemplo: Como Vender Mais Produzindo Menos Conteúdo.

Isso não é algo tão comum no nosso mercado, concorda?

Quando eu uso esse tipo de promessa, naturalmente eu desperto a curiosidade mas também dou um “ar de esperança”.

O leitor irá pensar: Será que é possível isso? Por isso falamos de uma contradição aparente. Algo que você irá justificar e provar por $a + b$ que é possível.

Sempre lembrando de criar um cenário que crie o desejo por uma orientação.

Exemplo: Se você criar entender exatamente como criar o conteúdo certo, você terá a oportunidade de lucrar mais produzindo menos.

Nesse caso eu explico a diferença de um conteúdo aleatório x uma palestra lucrativa e bem estruturada. Ao final, eu vendo uma orientação de como criar campanhas de monetização.

Basicamente foi assim que eu vendi o meu Workshop de Copy.

Eu defendi que se você criar uma copy bem feita, mesmo produzindo pouco, você pode vender muito.

Acredito que nessa altura o leitor já tenha aprendido a estrutura base.

Headline
Abertura
Benefícios
Oferta

A Headline irá dar o tom da promessa. A abertura defende a argumentação criada pela headline.

Na parte dos benefícios você apresenta o caminho que a pessoa precisa seguir para alcançar o resultado desejável. Esse é o “ganho” do conteúdo para o cliente.

Em outras palavras, o exato benefício que ele está recebendo em consumir o que você está ensinando.

No momento da oferta é basicamente a criação de um contexto entre tudo o que foi dito até então, para uma chamada de ação de um próximo passo.

A partir do próximo template eu vou destacar os elementos primários. Headline + Abertura.

A minha sugestão é que você TREINE criar textos e vídeos usando esses primeiros ganchos.

A ideia é que você possa desenvolver a argumentação com base nos templates.

Por isso que eu não vou colocar muitos detalhes de como falar de cada fase, para evitar que você crie vícios na sua argumentação.

Eu preciso que você aprenda a construir a mensagem dentro de um tema que eu estou recomendando para você.

Mas não posso deixar que você se limite a repetir frase por frase. O ideal é que você se esforce para seguir uma linha de raciocínio com base nos templates mas evite “copiar”.

Agora vamos seguir em frente.

Template número 05: Faça promessas ultra específicas e com ganhos imediatos + longo prazo

Exemplo: Como gerar 7 dias de lucro todas as semanas durante 1 ano.

Esse tipo de headline é específica, apresenta um ganho imediato mas também remete a um longo prazo.

Geralmente usado para programas de mentoria ou workshops, que podem ter uma promessa mais completa.

Nesse tipo de copy você prende a atenção do leitor para a possibilidade de um resultado recorrente. A ideia aqui é a

apresentação de uma solução definitiva para um problema recorrente.

Grave bem isso. Solução definitiva para um problema recorrente.

Esse é um modelo perfeito para Coach, pois envolve a promessa de uma transformação. Que começa com algo pontual (7 dias de lucro) mas que envolve algo de longo prazo (durante 1 ano).

A ideia é que você possa encaixar sua promessa aqui.

Como conseguir [benefício] todas as semanas. Durante 1 ano.

Adaptação: Vamos imaginar um coach que ajuda a falar bem...

Como falar bem em público já na sua próxima apresentação e eliminar 100% ansiedade de subir no palco em apenas 8 semanas

A ideia é sempre prometer algo mais viável e complementar com algo mais completo.

Na abertura dessa copy você precisa PROVAR que é possível o que você está falando. Ou seja, essa é uma copy bem direta.

Ex: O que eu vou te apresentar nos próximos segundos será capaz de [repetir promessa da headline].

Eu vou te provar como é possível alcançar esse resultado e o que você precisa fazer agora.

Mas antes... olha esses resultados.
[Apresenta cases]

Não tem cases?

Trabalhe com perguntas mais abertas.

Ex: Mas antes... deixa eu te fazer algumas perguntas:

Por que algumas pessoas conseguem [resultados desejáveis]
E outras por mais que tem continuam [Situação desagradável]

A ideia é que você possa argumentar dentro dessa lógica. Na sequência, como de costume, chegou o momento de dizer o que a pessoa precisa saber/fazer e na sequência você faz a oferta.

Template número 06: Ofereça um checklist gratuito para contratar um serviço parecido com o seu

Esse é um dos templates mais fortes que existe, porém, não pode ser usado exageradamente. O ideal é que essa copy possa ser promovida para um público frio, porém, não seja a ÚNICA copy.

Essa é a única copy que eu não recomendo que você faça sozinha. Todas as outras você pode comprar tráfego e ficar usando isoladamente.

Essa eu não recomendo. Explico.

O template do checklist pega um público já em processo de decisão ou que já comprou anteriormente serviços com o seu.

Quando você usa apenas ele, a sua mensagem não fica tão forte. Apesar de isoladamente ele ter um poder de conversão interessante, unir esse template com um template de promessa específica, é o ideal.

Esse template basicamente apresenta de 3 a 4 perguntas que o cliente precisa fazer antes de contratar X.

Exemplo: Imagine que você é um consultor de marketing digital.

O seu vídeo seria:

3 Perguntas Que Você Precisa Fazer ANTES de contratar um consultor de marketing digital

A ideia é apresentar uma espécie de checklist para evitar que a pessoa tenha problemas ao contratar XYZ.

Nesse conteúdo você faz uma abertura dizendo que infelizmente muitas pessoas acabam tendo problemas ao contratar XYZ e que a maioria desses problemas seriam resolvidos SE essas X perguntas fossem feitas.

Esse é o tom da copy.

Esse modelo é muito utilizado na TV americana em propagandas de advogados. Em um tom um pouco mais “agressivo”.

Ex: Se o seu advogado não souber essas 3 perguntas. Pule fora.

Eu não recomendo esse tom. Não acho necessário, principalmente porque você tem vários outros templates de apoio para usar na sua estratégia.

Aqui nós usamos simplesmente um atalho mental que todo ser humano tem que é o MEDO de cometer erros na hora de contratar.

Muitas vezes nós contratamos não o que consideramos o melhor, mas o que nós sentimos mais CONFIANÇA que não vai dar errado.

Preste atenção nisso. Não é necessariamente o que será o MELHOR mas aquele que terá a menor chance de dar errado.

Template número 07: Como Conseguir (MUITO MAIS)

Esse template se concentra em despertar um desejo de ganho imediato. Algo extremamente natural no ser humano.

O cérebro reptiliano trabalha com mensagens completas (Começo, meio e fim) e também trabalha com comparativos.

Naturalmente nossa mente pensa em termos de: QUAL O MELHOR? Qual a melhor escolha?

Porém, um outro recurso que nossa mente usa o tempo todo é também com relação a volume. Como conseguir MAIS de xyz?

Quando você cria uma abordagem de falar abertamente sobre conseguir MUITO MAIS, naturalmente o cérebro humano faz o comparativo e entende que existe algo que é MUITO MENOS.

Simple assim.

Vou dar um exemplo que usei recentemente: Como Vender MUITO MAIS em 2019.

Imediatamente eu crio um abordagem mental com a seguinte mensagem:

Algumas vezes vão até conseguir vender mais em 2019. Mas outras irão conseguir MUITO MAIS. Sabe por que?

Porque elas vão fazer isso aqui. (Esse isso aqui é o que você vai vender.) Simples desse jeito.

A abordagem que eu utilizei foi a seguinte.

Está chegando 2019... todo mundo já começa a pensar em novas tendências e novas e novas estratégias. Todos com a mesma meta de vender mais em 2019.

Bem, eu vou te falar agora o que você precisa fazer para vender MUITO MAIS em 2019.

A resposta é: Você vai fazer MUITO MENOS. Sério. Você não vai ficar tentando fazer 10 estratégias ao mesmo tempo. Você vai escolher UMA e vai fazer do começo ao fim.

Ponto final. Existem 3 estratégias principais e eu vou te ajudar a escolher apenas uma. Combinado?

Ao final eu disse: Ok! agora você entendeu que você precisa fazer MENOS para vender MUITO MAIS... deixa eu explicar como eu posso te ajudar pessoalmente a implementar essa ÚNICA COISA.... melhor do que isso, deixa eu te mostrar como eu vou te ajudar a ESCOLHER.

Na sequência eu vendi o grupo de implementação. Pegou a lógica? Viu como é simples?

Percebe que eu não preciso obrigatoriamente escrever palavra por palavra da copy? Tudo o que eu faço é estabelecer o TOM inicial e para que destino eu quero levar a mensagem.

Template número 08: REVELE UM SEGREDO

Esse é um template que eu recomendo que você use apenas quando já tiver uma certa audiência e obviamente um certo respeito dessa audiência.

Esse modelo funciona assim: *Como eu me preparei para [resultado de algo que você fez que deu certo]*

Eu fiz um modelo como esse recentemente: Como eu me preparei para vender nos EUA.

Eu começo o vídeo com essa promessa. Eu vou explicar como eu me preparei. Explico.

Ao final eu falo. Bom, você não precisa demorar o mesmo tempo, porque agora eu já sei os atalhos e o melhor caminho.

Esse template desperta a ideia de bastidores, quase que uma “confissão”. Foi assim que eu me preparei para xyz.

Essa copy é perfeita para vender grupos presenciais. A ideia de bastidores é naturalmente interessante para a maioria das pessoas.

Todo mundo quer saber como algo aconteceu, o que foi feito, o que não deu certo. Se você criar esse ar de bastidor na sua copy, fica muito mais fácil vender a sua oferta de grupo.

Algumas variações: Como eu conseguir fazer [Nesse caso já apresentado um processo e não necessariamente um bastidor]

Ex: Como eu conseguir colocar 4 livros na lista dos mais vendidos da Amazon sem gastar R\$1.

Esse é um vídeo que irei fazer em breve. (Percebe como eu consigo criar suspense?)

Obviamente o meu propósito será vender algo no final que tenha relação com o segredo revelado.

Template número 09: REVELE ALGO QUE IRÁ ACONTECER

Essa é uma copy de apoio que você pode usar logo após ter feito alguma oferta com outro modelo de copy. O objetivo dessa copy é uma continuação após falar da oferta.

Exemplo: Imagine que você usou a copy do (Como conseguir MUITO MAIS (XYZ) e ao final você fez a oferta de um Workshop de Vendas chamado (Workshop Venda TOP)

Esse vídeo do template revele algo que irá acontecer seria:

Como será o Workshop VENDIDA TOP. Essa é uma típica copy de follow up que apesar de simples tem um poder absurdo.

Infelizmente muita gente usa isso de maneira errada, ou seja, fazem isso PRIMEIRO e não por último. O momento de fazer esse tipo de copy é praticamente no encerramento de uma oferta.

Logo após fazer a escassez, entre os últimos 2 dias de encerramento. Aqui se quebra as objeções mostrando nos detalhes o que irá acontecer.

A estrutura desse vídeo é absurdamente simples.

A ideia é você explicar: Aqui está o que vai acontecer no (Programa X).

Mas antes de entrar nos detalhes, deixa eu explicar o porquê esse programa é tão diferente dos demais.

O objetivo da copy não é necessariamente dizer como será MAS falar o porquê esse programa é diferente.

Existem duas maneiras de fazer isso.

A primeira é comparando com algo anterior que você fez:

Exemplo de como eu fiz: Esse evento será diferente de todos os outros. Pela primeira vez eu vou fazer um evento falando sobre NEGÓCIOS como tema principal e não marketing e vendas.

O outro gancho que eu usei: *Esse é um programa para os empresários que querem ESCALAR seu lucro. Não é para aqueles que hoje estão com escassez de vendas. Ou para aqueles que desejam nunca mais ter que viver uma escassez de vendas.*

Percebe a segmentação na própria copy?

A sua meta é simplesmente fazer com que o público pense: Ei, isso parece ser para mim. Pronto! Bingo!

Template número 10: Entregue algo gratuito em formato de LISTA

Esse template é perfeito para segmentar a sua lista, engajar e preparar as pessoas para uma oferta (muitas vezes sem que eles percebam).

Essa é a copy mais difícil de criar, porque 95% dela é PURO conteúdo didático. Não é todo mundo que consegue fazer isso.

Mas o objetivo é ensinar algo em formato de lista. (Não vou explicar porque listas são importantes). Mas as listas criam um desejo natural nas pessoas que saber o que é.

Esse é um tipo de conteúdo perfeito para você ativar nas mídias sociais/lista atual de emails.

Basicamente você promete. Ei, eu criei um material com 10 modelos, 10 templates de XYZ que vão te ajudar a XYZ... dá uma olhada.

E na sequência você explica porque isso é importante e então apresenta a lista para o seu público.

Como são MUITAS opções, isto é, uma lista de 5,10 opções, naturalmente o público terá dúvidas sobre a melhor opção usar. BINGO!

É aqui também que surge a necessidade de uma? (Silêncio para você responder mentalmente)..... Orientação. Muito bem está um expert.

Vou te dar um exemplo prático que eu acabei de usar com você. :)

10 Templates de Copy Para Produtores Digitais, Coaches, Consultores, Venda de Grupos, Imersões, Workshops e Eventos.

Pois é. Esse material que você está lendo é uma COPY. E um dos formatos de copy perfeitos para vender grupos e mentorias.

A razão é simples. O conteúdo em si gera autoridade. Concorda? (Obviamente não pode ser um conteúdo fraco).

Mas quando eu vou te passando as opções eu falo sobre (tipos de negócios, lista de emails, campanhas). Eu vou apresentando elementos que dizem basicamente o seguinte:

Olha.. se esse é o seu negócio. Então faz assim. Eu não recomendo usar esse aqui caso você não tenha X... A medida

que eu vou ensinando, também dou “pitacos” da melhor forma de utilizar.

E é aqui que você está preparando o público para uma oferta de grupo.

O raciocínio é simples. A mensagem que eu estou criando é:

Por que você vai ficar tentando colocar tudo isso em prática sozinho, quando EU que criei esse material posso te ajudar pessoalmente?

É por isso que eu defendo que você deve criar conteúdos que tenham ligação DIRETA com as suas ofertas. Simples assim.

Se você voltar as páginas e ler esse documento do começo ao fim, irá perceber que eu começo com a headline, faço uma abertura, defendo a importância do material e então começo o passo a passo.

Pois bem. Agora que eu terminei o conteúdo, vamos para a oferta? rrsrrs.

Espero que você esteja se divertindo lendo esse material. Eu estou. Fico imaginando a cara que você talvez esteja fazendo. rrsr.

Qual o seu próximo passo ideal?

Muito bem, então vamos lá. Você viu os 10 modelos de copy e aprendeu um pouco mais sobre maneiras diferentes de vender seus produtos e serviços.

Mas como eu tenho dito, mais importante do que saber COMO fazer, ou O que fazer é saber o que fazer PRIMEIRO.

Em outras palavras, qual deveria ser a sua ÚNICA coisa hoje? Que ação você deveria se concentrar agora para ter resultados reais para o seu negócio?

É exatamente esse tipo de pergunta que eu te ajudo a responder no meu grupo de implementação. Eu vou deixar um link aqui para você ler todos os detalhes e preencher a sua aplicação.

Essa é a sua oportunidade de ser acompanhado pessoalmente por mim durante 365 dias e participar de 4 encontros presenciais comigo no nosso escritório em São Caetano do Sul.

[Aqui está o link](#)

Espero que você tenha curtido esse material! =)

Grande abraço
Fica com Deus
Vamos em Frente

Natanael Oliveira