

MÓDULO AVANÇADO - 100 PASSOS 3.0

INTRODUÇÃO AO COPYWRITING

100 PASSOS 3.0

Valeska Bruzzi

2021

NENHUMA PARTE DESTA EBOOK PODE
SER UTILIZADA OU REPRODUZIDA SOB
QUAISQUER MEIOS EXISTENTES SEM
AUTORIZAÇÃO EXPRESSA, POR
ESCRITO, DO AUTOR, EXCETO PELO
USO DE CITAÇÕES BREVES EM UMA
RESENHA DO EBOOK.

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS 2021

PROMESSA

Qual é a sua promessa? Qual é o resultado que a pessoa vai ter se comprar de você ou te contratar?

Lembrando que uma excelente promessa deve ser:

- Concreta: se tiver números, melhor. Evitar palavras vagas.
- Desejada: seu cliente deve querer muito esse resultado.
- Exclusiva: tomar cuidado ao prometer igual ao que todo mundo promete.

O ideal é que a sua promessa esteja resumida em uma frase na headline do seu perfil. Qual é a sua headline?

BENEFÍCIOS

Escreva 5 benefícios profundos do seu produto/serviço e avalie o impacto da sua promessa para o cliente que fizer tudo o que for sugerido.

OBJEÇÕES

Defina 5 objeções ao seu produto/serviço:

CONEXÕES

Quais dessas objeções você também já teve? Como superá-las? Mostre que você entende as objeções, pois você mesma já pensou assim, e traga fatos que vençam as objeções.

HISTÓRIA

É hora de contar a sua própria história. De montar o seu storytelling, para que isso fique claro para todos: quando aconteceu, o que mais queria, as dificuldades que enfrentou, o que sentiu, o que sentiu, o que fez para superar, o que conquistou e os aprendizados que teve.

SEU PORQUÊ

Por que você faz o que faz?

SEU PRODUTO

Explique o seu produto ou serviço de maneira bem sucinta: O que é? É presencial ou on-line? Como funciona o acesso? Quanto tempo dura? Como é entregue? O que ele faz pelo cliente?

SOLUÇÃO

Explique qual o problema que o seu produto/serviço resolve e qual é a solução que ele traz. Para que é o seu produto/serviço? Para quem não é?

ECONOMIA

Avalie o que você oferece e responda:

- Quanto custaria se seu cliente fosse buscar outras soluções?
- Quanto ele perderia em dinheiro e tempo buscando o que não é o melhor para ele?

URGÊNCIA

O que acontece se o seu cliente deixar para comprar depois? O que ele perde?

OFERTA

Faça a sua oferta completa dentro deste modelo, trazendo: como funciona, como é entregue, benefícios, para quem é, para quem não é, resultado que as pessoas têm, quanto vale, quanto custa, garantia e como comprar.

MODELO: Você gostaria de conquistar (promessa), e ter (benefícios), mesmo que (objeções)? Eu também já passei por isso (o que você sentia?). (Sua história). É por causa disso que hoje eu faço (seu porquê, sua causa), e por isso que quero te falar do (produto). Você gostaria de conquistar _____, e ter _____, mesmo que _____? Eu também já passei por isso _____. É por causa disso que hoje eu faço _____, e por isso quero te falar do

“SUA FUNÇÃO É VENDER, NÃO DEIXE QUE NADA TE DISTRAIA DO ÚNICO PROPÓSITO DA PUBLICIDADE.”

DAVID OGILVY

PUBLICITÁRIO FUNDADOR DA OGILVY & MATHER - ELE É AMPLAMENTE ACLAMADO COMO “O PAI DA PROPAGANDA.”

DÚVIDAS?

PERGUNTE NA NOSSA COMUNIDADE CLICANDO AQUI:

COMUNIDADE 100 PASSOS 3.0

OU MANDE UM E-MAIL:

CONTATO@VALESKABRUZZI.COM.BR