

AULÃO LANÇAMENTO NOS STORIES

Resumo

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

◆ OBJETIVOS DA AULA:

- Ensinar algumas técnicas utilizando o relacionamento com a sua audiência nos stories para aumentar seu engajamento, seu alcance e seu número de vendas;
- Criar um fluxo de pequenos lançamentos semanais nos stories.

Meu alcance desabou quando compraram seguidores para minha conta. Tive que começar a desenvolver algumas técnicas para fazer as pessoas engajarem com meu conteúdo, pois quanto mais elas engajam, mais o alcance aumenta. Hacks do Instagram até funcionam, mas se você ficar fazendo isso todos os dias ninguém aguenta.

Passei a seguir menos infoprodutores e mais criadores de conteúdo, pois eles sabem como levantar a audiência organicamente. Percebi uma tendência muito grande na criação de quadros e comecei a criar alguns.

No início, criei quadros para puro entretenimento e, por fim, criei um quadro que tinha relação com o meu conteúdo.

As pessoas gostam de participar e ter os seus 15 segundos de fama. Crie quadros para manter a audiência esperando um determinado conteúdo seu e chame-a para criar junto com você, pois isso ajuda a aumentar seu engajamento e também a construir uma sensação de comunidade e pertencimento.

O quadro de análises te ajuda a:

- Ativar muitos gatilhos, tais como o gatilho da autoridade;
- Aumentar o nível de consciência da sua audiência;
- Gerar desejo;
- Mostrar seu conhecimento;
- Explicar o seu método de maneira rápida;
- Vencer objeções;
- Criar relacionamento com a sua audiência.

Ao fazer a análise escolha uma para comentar que possa representar muitas pessoas do outro lado da tela. Peça a participação da sua audiência, mostre que ela está aprendendo e construindo algo com você. Utilize as ferramentas dos stories, faça perguntas, peça opiniões, demonstre sua autoridade.

Após algumas semanas fazendo o quadro que tem relação com seu conteúdo, explique que isso é uma pequena parte do que você vai ensinar em um aulão. Crie o gatilho de urgência informando que o carrinho ficará aberto só até determinada hora.

Vender cursos caros está cada vez mais difícil. O desejo de aprender e investir na formação por meio do mercado on-line não desapareceu. O que as pessoas estão buscando cada vez mais é a oportunidade de aprender dentro daquilo que elas podem pagar. Oferecer um aulão por um ticket mais baixo possibilita às pessoas que não conseguiram comprar o seu curso principal ter a oportunidade de fazer parte de um outro produto seu e funciona muito bem.

No seu aulão, faça sempre referência ao seu produto/serviço principal e outros aulões que você possa já ter dado. Ao assistir o seu aulão, a pessoa passa a ter mais tempo com você e ganha um nível de consciência no qual ela passa a saber de vários outros produtos que você tem e, com isso, entra na sua teia. Além

de fazer dinheiro com esse aulão, a estratégia principal é alimentar a sua esteira de vendas. Passar o cartão pela segunda vez é muito mais fácil do que passar pela primeira.

O que você pode oferecer hoje por um preço menor que amplie a consciência do seu cliente lá na frente?

A criação de quadros de análise possibilita criar uma narrativa que te ajuda a estruturar o processo de vendas, ou seja, é uma maneira de construir seu conteúdo junto com a sua audiência e vender no final sem ser chata, pois você criou um contexto, gerou um desejo e foi mostrando ao longo das análises que você fez porque ela precisa do seu produto.

Você ajuda a pessoa a amadurecer na decisão de compra, tornando muito mais fácil o processo de convencimento, sem a necessidade de uma grande estrutura de Lançamento.

Criar relacionamento demanda tempo. Por este motivo, indico que você comece com quadro de entretenimento, pois as pessoas participam com mais facilidade e sem medo de serem avaliadas ou julgadas. Pense em algo mais humorístico que faça sentido dentro do seu posicionamento. Use a sua criatividade e pense de que maneira as pessoas se sentiriam à vontade para interagirem com você.

Aos poucos, vá criando quadros mais sérios, voltados ao seu conteúdo, sem deixar de lado o entretenimento. Após várias semanas fazendo quadros fixos, a própria audiência vai pedir para você fazer mais. A audiência quer se entreter, mas quer também ter a sensação de estar aprendendo e não apenas perdendo tempo na internet. A venda só vai acontecer quando as pessoas aprenderem a interagir com você e conforme você for gerando valor para elas.

A ideia é você utilizar o quadro como uma pequena amostra daquilo que faz. Pense sempre no seu funil, em como abastecer a sua audiência de conteúdos que ajude-a a virar logo sua cliente e em como alimentar os seus outros produtos/serviços, fazendo com que ela não se sacie apenas com o que você vai oferecer de mais barato.

Dê a oportunidade da sua audiência saber porque você é a melhor no que faz. O objetivo com essa estratégia de quadros é a sua mensagem se espalhar, fazendo as pessoas te conhecerem cada vez mais.

Toda vez que você fizer um aulão, necessariamente, fale dos seus outros produtos, não apenas do próximo passo que você espera que a pessoa dê. Vá dando consciência, criando uma teia de outros produtos que a pessoa pode ter acesso. Dentro da aula, faça mini pitches de outros produtos seus.

Também é possível usar a estratégia de cashback. Ao comprar esse produto a pessoa ganha um cashback para o próximo aulão que você der ou para outro produto/serviço principal. Estabeleça um prazo para esse cashback ser utilizado. Dê vantagens para quem já está dentro continuar comprando de você e sendo seu aluno.

Ao vender semanalmente um produto seu, quando você resolve colocá-lo como bônus em um Lançamento maior, as pessoas sabem que é um bônus real, pois teve pessoas pagando por ele. Além disso, você cria uma rotina na sua audiência que toda semana tem algo diferente para vender em determinado dia e horário.

Promova os aulões com característica de suporte simplificado. Avise que as dúvidas serão respondidas dentro da própria aula e ofereça um resumo, no máximo. Não faça promessas enormes dizendo que vai responder pessoa por



pessoa. Não associe o aulão a grupos de WhatsApp, comunidades no Facebook, três anos de acesso, etc. Não faça isso, pois vai te dar muito trabalho e não vai valer a pena. Produtos de baixo ticket são para colocar a pessoa na sua esteira e ela comprar seus outros produtos posteriormente.

Faça uma oferta simples sempre pensando de que maneira isso pode virar bônus para o seu curso principal ou downsell da sua próxima oferta.

Independente de você vender algo ou não, tenha uma lista de e-mails. A pessoa costuma ter muito mais paciência ao abrir um e-mail. Se conseguir, associe essa lista a uma newsletter para manter as pessoas mais conectadas com você. Crie algo para que as pessoas queiram passar o e-mail para você.

Com que objetivo ter o e-mail das pessoas?

Com o objetivo de construir relacionamento fora do Instagram que é mediado pelo algoritmo, ou seja, não ficar dependendo apenas do Instagram. A lista te deixa preparada. Você sabe onde encontrar os seus clientes. Você passa a ter uma central de avisos. Crie mecanismos para capturar o e-mail das pessoas.

Mantenha a tradição de vender sempre nos dias certos. Se você for vender na segunda, na quinta já comece a fazer a antecipação e avise o que vai vender na segunda-feira seguinte.

Por que já começar a falar na quinta-feira?

Porque esse tiro de alerta é muito importante para as pessoas saberem o que está por vir e quem está te assistindo na quinta, muitas das vezes, não é a mesma que vai te assistir na sexta, sábado, domingo e na segunda quando o carrinho estiver aberto. Além disso, é uma maneira de amadurecer a sua audiência, tanto quem te assiste todos os dias, quanto públicos diferentes, pois você vai dando razões para participarem dos seus quadros. Em cada intervalo de 24 horas é bom que você reforce o que vai fazer na segunda-feira. Se não quiser anunciar a venda, anuncie que vai ter um quadro analisando alguma coisa.

Eu prefiro que você esteja presente todos os dias nos stories, mas se não for possível tenha, ao menos, um dia fixo na semana para aparecer.

Ensine a audiência a se relacionar com você, mostre que ela pode te enviar mensagens e não será ignorada.

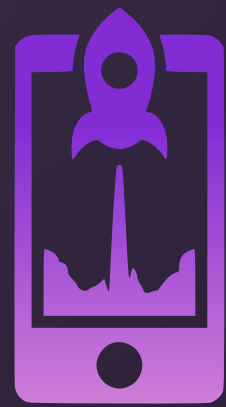
O ideal é manter o carrinho aberto por 24 horas. O investimento no tráfego pago é bem pequeno.

Se coloque na posição de professor para ativar o gatilho da autoridade. Na cabeça das pessoas o professor é uma figura de autoridade, sabedoria e poder.

Um ponto positivo dos aulões além da objeção da falta de dinheiro é vencer a objeção da falta de tempo, pois eles são rápidos com duração de, no máximo, 2 horas.

Pense num valor atrativo para a sua audiência. Veja se apresentar esse valor em 12 vezes vai funcionar para o seu público.

Esteja ciente que na primeira vez você vai vender pouco. Repetição e perseverança são as palavras-chave.



AULÃO LANÇAMENTO NOS STORIES

Resumo

PODCAST CITADO NA AULA

Picolé de Limão - Não Inviabilize

PERFIS CITADOS:

@cicaregomacedo
@giselehedler
@bynv
@victoroliveira

Valeska Bruzzi

@valeskabruzzi