



ACESSO AOS TEMPLATES E-BOOK DE SUCESSO

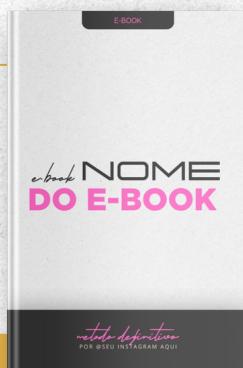
icasmim Domingues

CLIQUE NOS BOTÕES ABAIXO E ACESSE OS TEMPLATES:

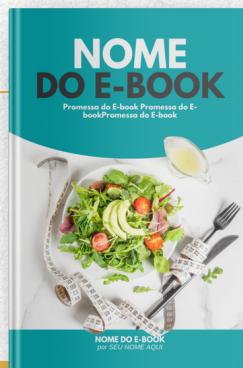
Ao clicar nos botões abaixo você será direcionado para os templates que irá escolher para personalizar:



TEMPLATE E-BOOK [01]



TEMPLATE E-BOOK [02]



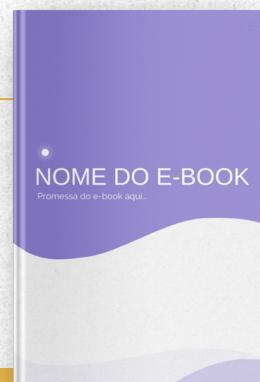
TEMPLATE E-BOOK [03]



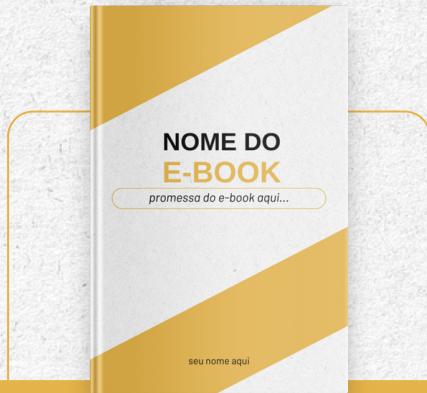
TEMPLATE E-BOOK [04]



TEMPLATE E-BOOK [05]



TEMPLATE E-BOOK [06]



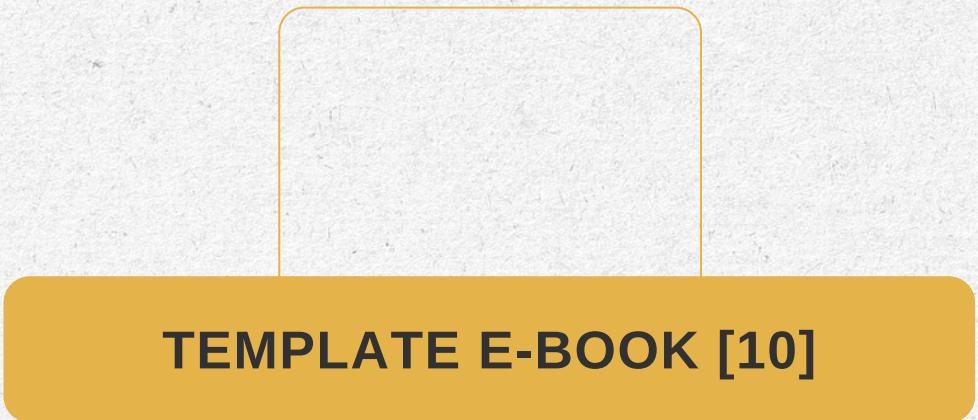
TEMPLATE E-BOOK [07]



TEMPLATE E-BOOK [08]



TEMPLATE E-BOOK [09]



TEMPLATE E-BOOK [10]

TPV

MATERIAL COMPLEMENTAR

PÁGINA DE VENDAS QUE CONVERTE!

iasmin Domingues

PADRÃO - PÁGINA DE VENDAS

MDI - MAPA DO INFOPRODUTO

- [@iasmimdomingues](#)
- Estrutura da página de vendas para produtos de R\$307,00 a R\$2.000,00.
- **Blocos em amarelo:** obrigatórios
- Existem 2 tipos de páginas:** blocos que diferenciam por cores e carta de vendas, algo contínuo onde você escreve uma carta com copy.

1. Headline:

Frase impactante ou Promessa

2. Vídeo:

Uma pitada de autoridade e muita empatia

Conte o porque o seu curso/e-book Transforma e Vantagens que ele proporciona. Pode ter o botão abaixo do vídeo.

3. Marcadores:

Lista de verificação de problemas

Lista de verificação de Avatares

Checklist de Benefícios do Produto

4. Problema:

Revele o Mecanismo do Problema

Se apresentou, e mostre que você também estava nessa mesma situação

5. Solução:

Que segredo/ Método você descobriu?

Mostre que ele foi a solução para você... e que você está em uma missão para ajudar outras pessoas como você.

Revele o Mecanismo da Solução

6. Mostre os benefícios do método que você descobriu

8. Exiba seu produto ou programa e apresente em uma ou duas frases exatamente o que você está oferecendo / o que ele é ...

O que ele é e faz.

9. Mostre várias diferenças de usar métodos tradicionais e se usar esse método.

Como é usar outro método? Como é usar o seu? (Se conseguir Usar Exemplo visual é ainda melhor).

Da forma antiga ela tentou... / Jeito errado / Sem o método...

Da forma nova ... / Jeito certo / Com o Método...

10. Mate objeções de uso desse método

Que objeção a pessoa pode ter do uso do seu produto? Mate a objeção

11. Para quem é o Método:

Pra pessoas que: sentença - Sinto que não são valorizados no trabalho que estão...

Viver: situações que ela vive...

Se você já passou ou passa por alguma dessas situações, esse curso é pra você...

Pra quem não é:

12. Exiba seu produto ou programa apresentando em uma ou duas frases exatamente o que ele é e que resultado ele dará:

Quanto tempo a pessoa tem acesso: o curso é 100% online - pode acessar pelo celular, tablet, notebook, computador.

Liberação imediata

13. Explique como vai ser a rota de transformação da vida dele:

1. Quais serão os passos?
2. Em cada passo o que ele atingirá?
3. Em cada passo que resultado ele terá? Como ele estará?
4. Em cada passo o que (submétodo/ferramenta) ele usará para isso?
5. (Descreva essa vitória como passo ultimo)

PASSO 01:

Nome do passo (que remeta a uma vitória)

O que ele atingirá

Que tipo de resultado terá?

Como ele estará nessa nova etapa?

O que ele usará para chegar nesse resultado?

PASSO 02:

Nome do passo (que remeta a uma vitória)

O que ele atingirá

Que tipo de resultado terá?

Como ele estará nessa nova etapa?

O que ele usará para chegar nesse resultado?

PASSO 03:

Nome do passo (que remeta a uma vitória)

O que ele atingirá

Que tipo de resultado terá?

Como ele estará nessa nova etapa?

O que ele usará para chegar nesse resultado?

14. Dê uma pitada de coisas que ele vai aprender no curso (seja breve demonstrar facilidade e rapidez).

Módulos:

Como serão os módulos, quanto tempo duram, e que ela vai aprender em cada módulo.

Como vai ser a experiência de transformação dela?

Na primeira semana você vai...

Depois, na segunda semana nós vamos...

Além de tudo isso você também vai ver...

Adicione frases que prometem que ela vai aprender coisas que saíram na pesquisa, como coisas que ela já queria aprender...

Sempre em forma de promessas e manchetes

15. Porque o curso é único e diferente de todas as outras alternativas que funcionam?

16. Quem já se transformou:

Nos depoimentos Use sempre formatos diferentes.

Algumas pessoas consomem materiais em textos, outras em vídeo, outras em imagem...

Então use depoimentos em formatos diferentes...

Ou Pegue vídeos, faça uma thumb com texto do que a pessoa disse.

Pode usar foto de antes e depois na thumb, e abaixo do vídeo colocar trecho forte (frase) do que essa pessoa disse dentro do depoimento.

Use nome da pessoa do depoimento para dar segurança

Use depoimento de resultado. Não fique usando depoimento de elogios dizendo que é legal. Isso **desvende** mais do que vende.

17. BÔNUS - Se você se inscrever... agora, você também ganha... X presentes, bônus ...

Não só pra encher linguiça:São bônus para complementar a oferta, e deixar ainda mais irresistível em alguns casos, a pessoa compra, só por causa do bônus.

Ex: curso de hambúrguer gourmet: Marketing para hamburgueria / Como vender seu hambúrguer através do facebook.

Ex: Manual do Casamento Perfeito: Como economizar até 30% em seu casamento...

- Bônus que matem objeções
- Objeções externas
- Internas: sobre incapacidades.
- Sobre o veículo: produto
- Como apresentar cada bônus: Nome do Bônus
- O que ele é
- O que ele faz?
- Que vitórias ele me dá? Deixa o que mais fácil, mais simples ou mais rápido?
- Quanto custa?
- Mockup do Bônus: imagem que simboliza o quanto incrível e maravilhoso esse bônus é...

18. Empilhamento e botão de compra

- Chamada para ação / Você precisa dizer, ordenar para as pessoas tomarem uma decisão.
- Descreva tudo que ela terá acesso ao comprar naquele momento.
- Peça para que ela clique no botão abaixo e faça parte do seu produto.

19. Garantia

20. Empilhamento e botão de compra

Veja tudo o que você leva agora quando se inscrever...

21. Urgência (fale um motivo pelo qual ela tem que mudar a vida dela urgente).

22. Adicionei blocos que matem objeções frequentes.

1 BLOCO POR OBJEÇÃO bem detalhada.

As maiores objeções ou dúvidas que as pessoas têm tido sobre seu curso: o que elas mais te perguntam no whats / o que elas mais perguntam no chat / o que elas mais perguntam sobre seu programa?

23. Empilhamento e Botão de compra

O resumo **impacta** e da força

24. Perguntas e Respostas - FAQ

FAQ é um acrônimo da expressão inglesa Frequently Asked Questions Em português seria algo como "Perguntas frequentes".

Selecione as perguntas mais frequentes que você recebe sobre seu produto:

1. Como irei receber o acesso ao curso?
2. Em quanto tempo posso assistir as aulas?
3. Posso acessar somente pelo celular?
4. Como posso pagar? (formas de pagamento)
5. Consigo ter resultado mesmo sendo iniciante?