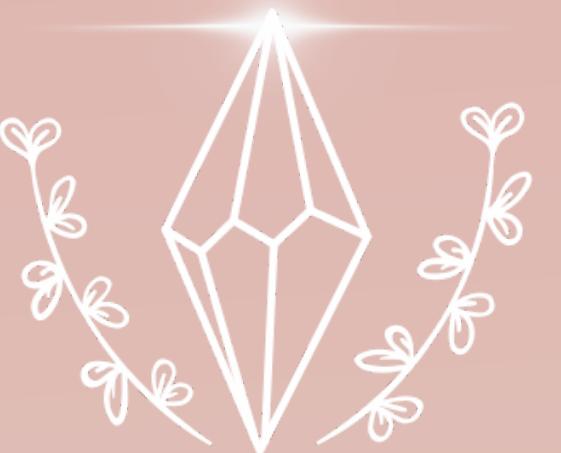


Aula 21/06/2023

Quem faz o quê nos  
lançamentos?

Maravilhosa Ltda.



# Diferentes papéis

Tem muita gente por trás de um lançamento. Claro que dá pra fazer sozinha também, eu mesma fiz (o surto vem depois de um certo volume). Mas é possível!

Aqui, vou explicar o que cada profissional faz e você decide o que está disposta a fazer. Como eu sempre falo: se você sabe/quer fazer, não deixe dinheiro na mesa.

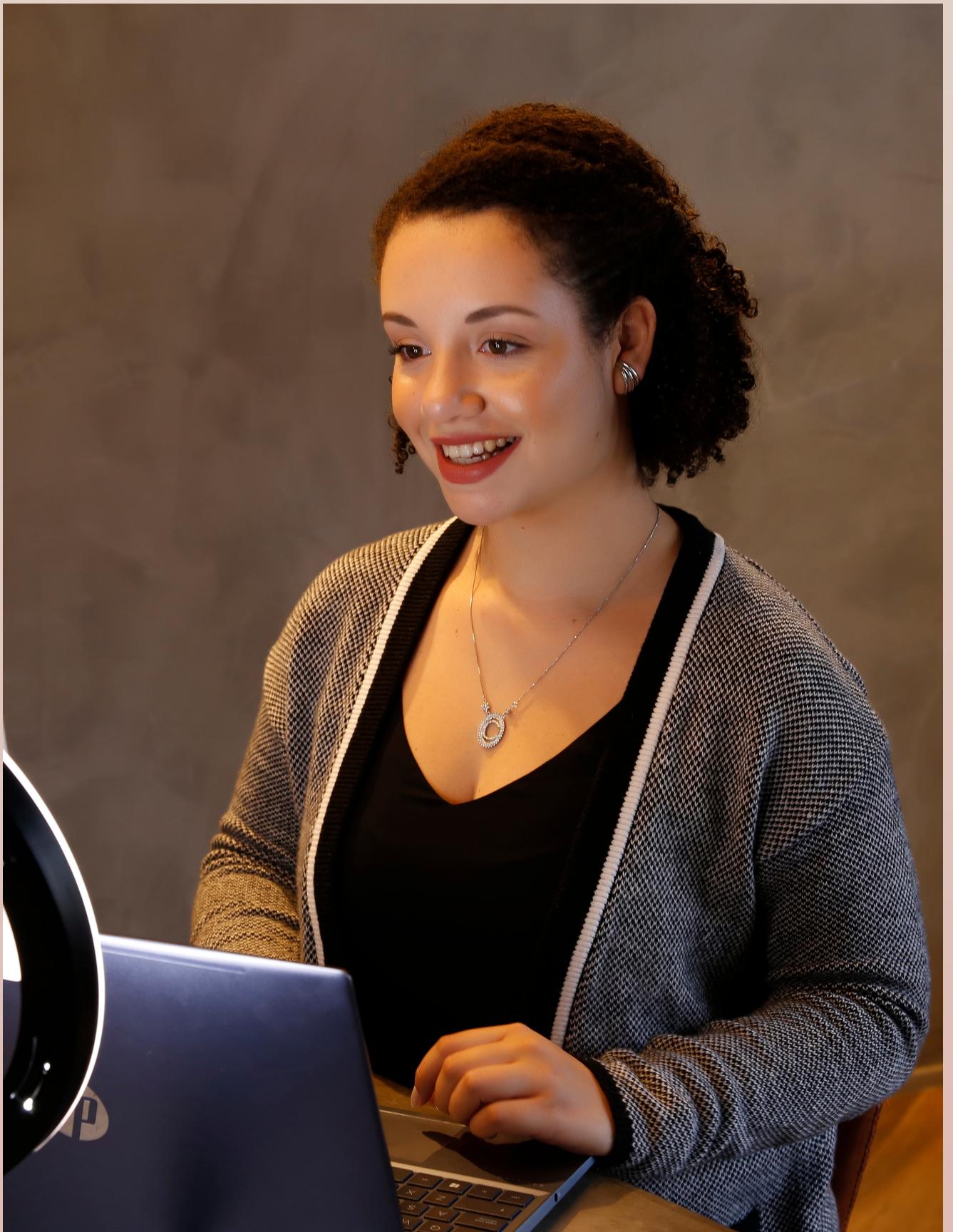


# O papel do expert

O dono do produto, basicamente. Seria eu aqui no caso do Método Maravilhoso.

"Expert" significa "especialista" em inglês. Ou seja: ele é o especialista no tema do curso. É ele quem aparece na frente das câmeras em todos os locais necessários:

Aulas, anúncios, posts, vídeos, página de vendas...



# O papel do coprodutor

---

A partir dessa função, é TUDO opcional. A única pessoa que é essencial, que sem ela o não existe lançamento, é o expert. O resto é refinamento.

O coprodutor é como se fosse um sócio do especialista. Literalmente, inclusive, porque a maioria cobra porcentagem sobre as vendas.

Ele é responsável por definir a estratégia. Vou destrinchar no próximo slide o que é a estratégia de um lançamento.

# O papel do coprodutor

---

- Tipo de lançamento
- Definir a data de abertura e fechamento das vagas
- Quanto será investido em tráfego (se será) e onde serão divulgados os anúncios
- Aulas que antecedem o lançamento: tema, data, plataforma, horário
- Grupos de whatsapp (se tiver)
- Mensagens do grupo
- Copy no geral, mas principalmente da página de captura de leads (dados necessários também) e da página vendas
- Conteúdo que deve ser divulgado
- Suporte de vendas

# O papel do coprodutor

Não necessariamente ele fará tudo isso, normalmente ele faz a copy e toma as decisões técnicas. Mas o design, a produção de conteúdo, a página de vendas, o disparo de e-mails, e o tráfego são pagos á parte.

Eu contratei um coprodutor agora pra lançar a turma 7. Ele é gestor de tráfego também e tem um time de suporte pra ajudar na recuperação de carrinho e nas vendas no 1x1 no período de lançamento.



# O papel do coprodutor

---

Ah, outra coisa importante: se a pessoa já fez lançamentos antes, ele vai fazer diversas perguntas pra entender o que já foi feito, o que funciona e o que não funciona.

Assim, ele toma decisões estratégicas também. Ou seja: que te ajudam a atingir seu objetivo de vendas (um bom coprodutor, aliás todo profissional, é honesto e realista quanto ao alinhamento de expectativas).

Lançador, coprodutor e estrategista são a mesma profissão. O Novo Mercado lançou o curso de coprodução com o nome "Gestor de Marketing". Mesmo raciocínio também.

# O papel do copywriter

O responsável pela escrita dos materiais do lançamento:

- E-mail
- Anúncio
- Página de vendas
- Página de captura
- Mensagens de WhatsApp e Telegram
- Roteiros de vídeos e aulas

\*Dependendo do contrato, ele também pode ajudar na big idea (promessa do evento), persona, linha editorial e narrativa do evento.



# O papel do gestor de tráfego

O gestor de tráfego é o responsável pelos anúncios.

Ele não costuma fazer roteiros ou criativos (artes), mas quem tem experiência já tem um banco de ideias que funcionaram bem. Isso ajuda o expert a se inspirar e fazer anúncios assertivos.

A maioria deles faz Instagram, Facebook e Google. O pagamento costuma ser mensalidade + o valor dos anúncios (cobrado no cartão do especialista ou gera-se boletos). Alguns cobram %, igual coprodutor.



# Dados de rastreamento

---

O gestor de tráfego ou o coprodutor também são os responsáveis por instalar os pixels e UTM (parte chata técnica, não precisa decorar). Você só precisa saber a função:

O pixel serve pra remarketing, sabe aquele anúncio que te persegue até você comprar?  
É isso.

UTM é o código que eles colocam no link do site pra conseguir rastrear de onde cada pessoa (principalmente compradores) veio. Exemplo: da bio, dos stories, da página de vendas...

# O papel do designer

Temos algumas designers diferentes no lançamento  
(dificilmente é a mesma pessoa):

- Webdesigner: desenvolve as páginas (nem sempre é desenvolvedor mesmo, de programação).
- Designer gráfica: costuma fazer tudo, exceto sites. Exemplos: e-mails, anúncios, capa de vídeos, post das redes sociais. Algumas editam os vídeos também.

\*Caso não editem, temos o editor de vídeos para isso.



# O papel do suporte

A pessoa responsável pelo suporte costuma ser chamada de "assistente virtual". Ela entra em contato com cada pessoa que está no grupo pra ver se teve algum problema na compra, tenta recuperar as vendas de quem abriu a página de vendas e não finalizou, além de tirar dúvidas dos possíveis alunos e de quem comprou também.

De novo: nem sempre tem. Nos últimos lançamentos, o suporte era eu mesma. Mas é desgastante, acho que vale a pena contratar uma pessoa específica (o coprodutor tem uma equipe que fará nesse!)



# O papel do suporte

---

A pessoa de suporte pode pegar algumas funções das redes sociais também, como:  
responder direct, caixinha de perguntas e comentários.

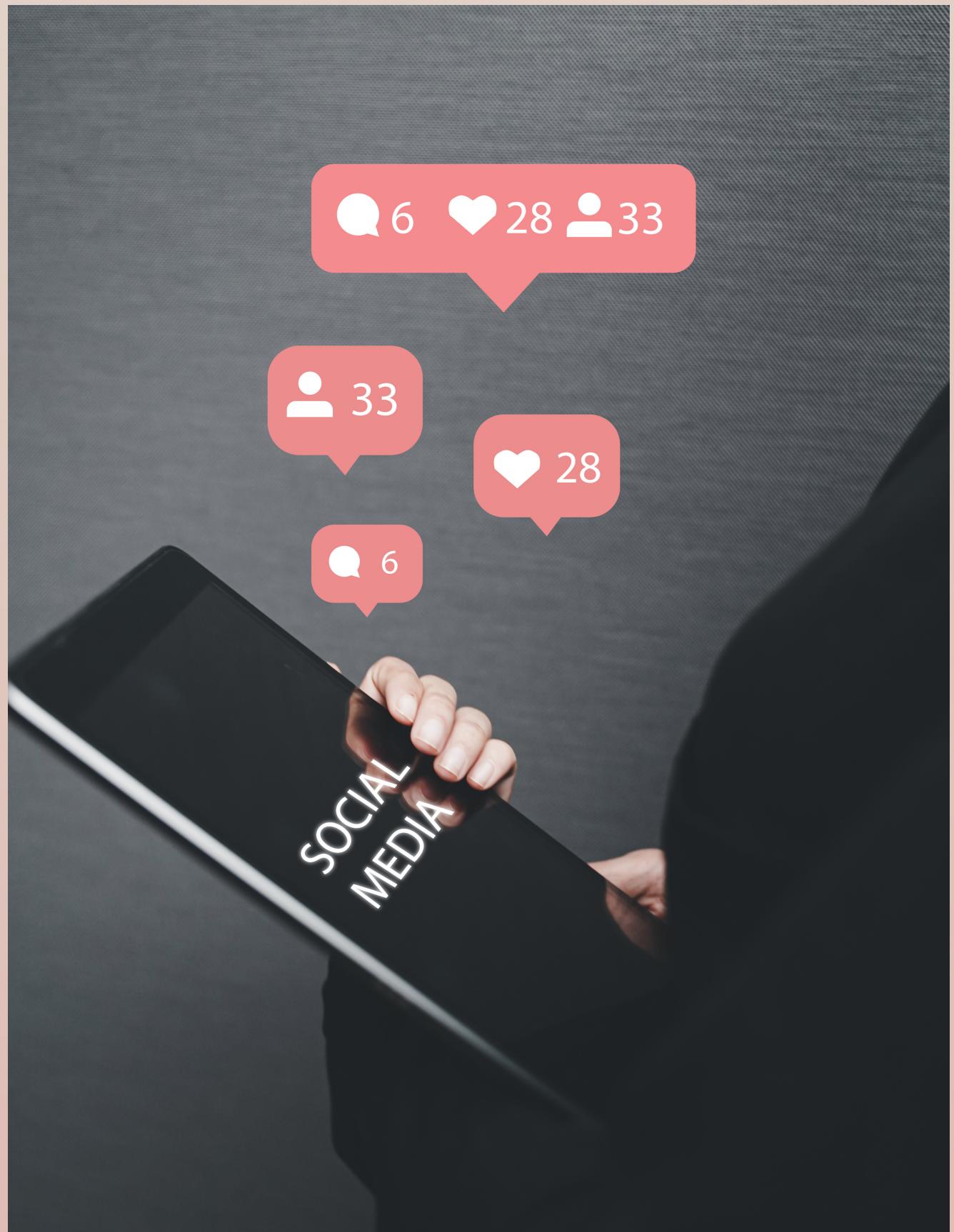
Fica a critério do especialista.

# O papel da social media

"Fazer posts." hahahaha amooo o debate sobre isso.

Mas basicamente: sim, é fazer post. A não ser que você queira pegar outras partes de gerenciamento total que eu, particularmente, deixo para o dono do perfil: postar stories, responder caixinha, comentários e direct.

Agora, não é o post que a gente já arrasa e sabe fazer maravilhosamente bem. O calendário precisa ser diferente. Por isso, vou preparar uma aula só sobre esse tema. Assim a gente abrange tooodos os detalhes.



# Desafio da semana

---

- Prospectar 50 clientes que trabalham com lançamento (10 por dia).
- Fechar com 1, quem topa o desafio? Aqui a gente já atende 3: vida saudável, sono de bebês e desenvolvimento pessoal. É uma delícia, pois o cliente participa bastante!

