

O Concurso 30K (C-30K)

Fase I - "*Pitch*" Sua Ideia De Copy
Até Dia 25/07/2022

O Que Fazer

Sua tarefa para completar Fase I do C-30K
será dividida em 3 Etapas:

1. Pesquisar Prova Para Sua Copy
2. Procurar Feedback Sobre Problemas
3. Apertar os Parafusos Indicados Para Melhorar

Obs: Após as 3 Etapas, você fará um único envio,
o mais parecido possível com o exemplo

Etapa N 1°

- Construir uma página contendo seu “Pitch”, que é para mostrar ao Rocky a ideia que você gostaria de escrever na sua Copy. Isso aplicando a Tríade Vega de Copy. E você venderá uma das opções abaixo:
 1. Um Curso ou Produtos Digital do InfoMoney, e vocês podem selecionar qualquer um deles
 2. Um Produto Físico, o livro *A Arte De Vender Ideias*, do John Forde, que você deve já ter recebido
 3. Um produto próprio, que você queira lançar ou já estão escrevendo Copy para lançar.
- Criar 3 Opções de Headlines diferentes (para a mesma Copy) de maneira gritante. Explicar seu produto usando Copy. Qualquer incerteza, mande um email para nós.

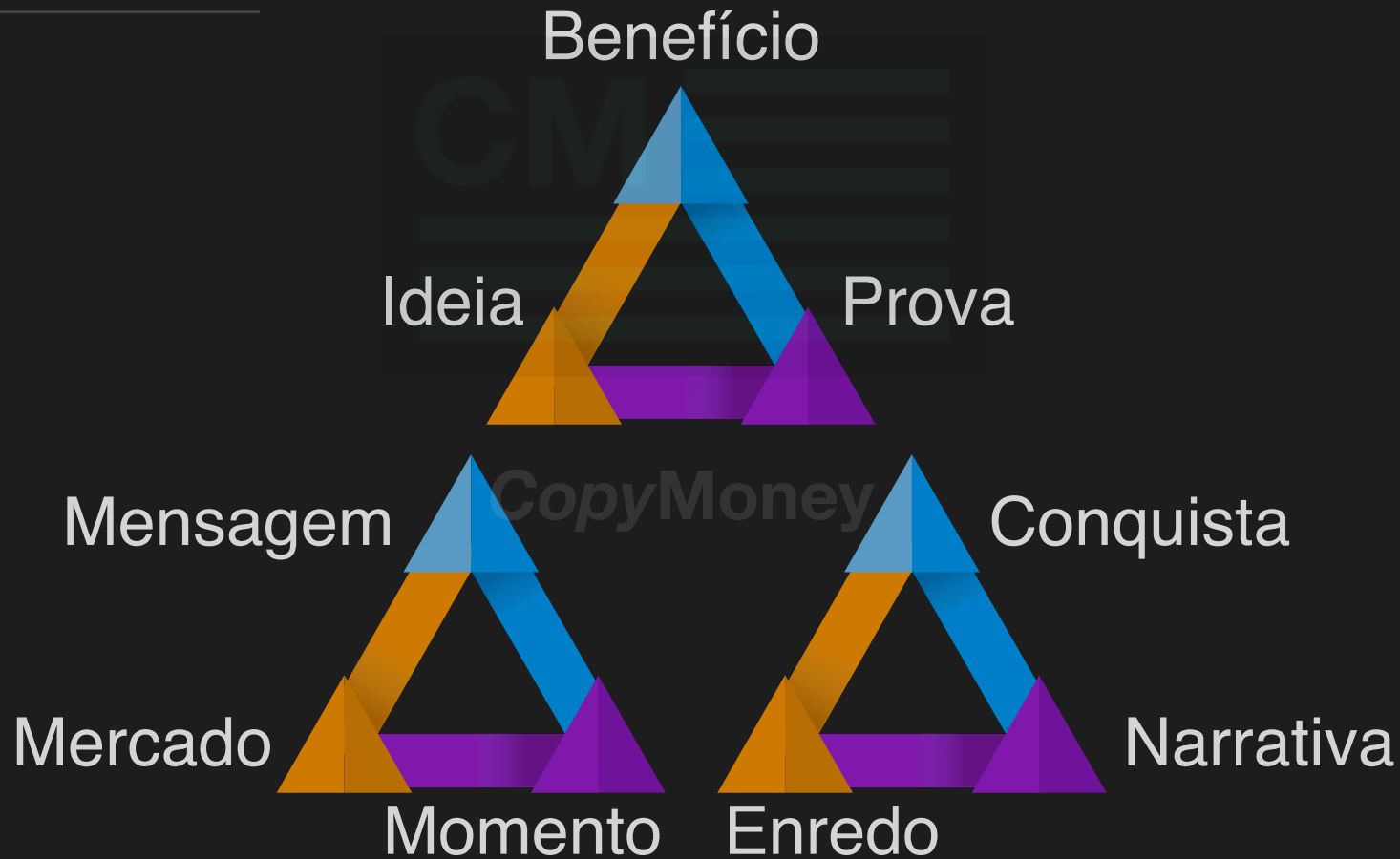
Como Fazer

Seguindo os 9 Pontos da Tríade Vega de Copy

CopyMoney

Etapa I - A Tríade Vega

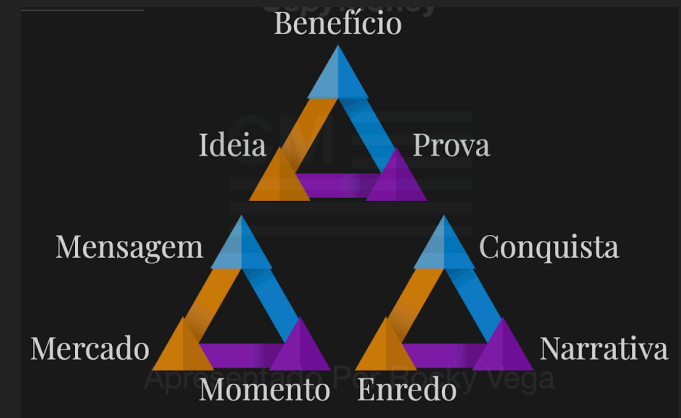
Todos os detalhes da tríade estão na “Aula VIP Inaugural”



Como Aplicar na Prática a Tríade?

Respondendo ao CheckList da Tríade Vega de Copy

1. Qual é o seu **Mercado Alvo**, seu leitor e sua Dor ou Problema?
2. Em que **Momento Atual** você está entrando este mercado com sua Oferta?
3. Qual **Mensagem** vai encaixar bem com seu Mercado Alvo, durante o esse Momento Atual?
4. Qual é a **Big Idea** principal atrás sua Mensagem?
5. Qual **Benefício Profundo** ou **solução** você vai oferecer ao seu Leitor com esse Big Idea?
6. Como você vai **Provar** seu *Mecanismo Único* e a superioridade da sua solução? (Como vai pesquisar?)
7. Qual **enredo** vai formar a base do seu filme mental?
8. Que é a **Narrativa**, feita de *Storytelling*, que vai entregar o Filme Mental?
9. Qual é a **Conquista** no final da sua Narrativa que vai aumentar a Estima do seu Leitor suficiente para destravar a compra que ela já precisa fazer para melhorar a vida dele, começando agora?



Etapa 2

Após estruturar a ideia da sua Copy, você, precisa colocar ela em “Prova Real”, pedindo Feedbacks.

Etapa 2 - Afie Sua “Ideia de Venda”

- A. Após Escrever sua “Ideia de Venda da Copy” resumido em 250 palavras com a sua Big Idea e preenchendo os 9 itens do Checklist, siga para feedback.
- B. Apresente essa Ideia de Venda da Copy" para 3 ou 5 pessoas, para receber feedback.
- C. Evite Copywriters, você sairá melhor compartilhando sua ideia com pessoas normais. Considere os 3 tipos de pessoas a seguir:
 - 1. Compartilhe sua "Prova de Conceito" com alguém que tenha uma atenção muito curto, porque você quer que sua Copy seja tão atraente que até a pessoa mais distraída seja cativada para ler toda e querer mais.
 - 2. Partilhe a sua ideia com uma criança de cerca de 12 anos. Você quer que sua copy seja tão simples que até mesmo um jovem leitor possa entender a ideia e ficar viciado.
 - 3. Compartilhe sua ideia com alguém que seja cientificamente cético em relação a tudo, especialmente ao marketing online. Você quer que a lógica da sua prova seja tão forte que mesmo a pessoa mais difícil de convencer descubra que o que você está dizendo é, de fato, verdade.

Etapa 3

Após receber os Feedbacks, é hora de apertar os parafusos.

Etapa 3 - Os Parafusos Para Ajustar Com Feedback

- ◆ Ela está Emocionalmente atraente? Respeita a Promessa primária de transformação do produto?
- ◆ O Mecanismo Único... dá a esperança de que eles conseguem essa transformação do produto?
- ◆ I.I. = Intellectualmente interessante... com descobertas que eles podem compartilhar com pessoas?
- ◆ Parece Estranho? Excitante? Emocional? Quebra algum padrão?
- ◆ Enquadra na equação de Bencivenga: problema urgente + promessa única + prova inquestionável + proposição amigável = persuasão
- ◆ Trata-se de um problema ou desejo urgente? Você promete uma solução excepcionalmente superior? Você prova o por que a solução é superior? É irresistível para mim experimentá-la?
- ◆ Ela se encaixa perfeitamente na estratégia de marketing?
- ◆ Pode ser usado por 30 anos?
- ◆ Quais são os benefícios intangíveis ou materiais do uso do Mecanismo Mágico? (imagens mentais – barcos, carros, imóveis, etc. Ou dormir melhor à noite, etc.)

Como Enviar

O Passo a Passo da Sua entrega

CopyMoney

Como Entregar

Após completar as 3 Etapas, faça sua entrega

Formato:

Número de páginas: Apenas 1 página

Número de palavras: 250 a 350 max

Fonte e tamanho: Times New Roman, nº12

Sem design e sem imagem

Método de Submissão:

Google docs (online), link aberto para comentários

Você irá submeter através de um link que enviaremos na data

Fase 1 - Exemplo de Formatação

LINK — https://docs.google.com/document/d/1GW0oTciuaMEhtCGOETjloz4T1bPmQ4rU9UK_DuV_Nk0/edit

3 Headlines Diferentes, de 9 a 11 Palavras,
Única parte que pode ter formatação.

- Tamanho Ideal a Entrega

- Tamanho Limítrofe

- Tamanho Excessivo

HEADLINE 1 - Diferenças Gritantes, Mesma Ideia de Copy

HEADLINE 2 - Cada Ideia de Manchete Entre 9 e 11 Palavras

HEADLINE 3 - Única Parte da Copy Que Pode Ter Formatacao

Lorem ipsum dolor sit amet. Sed similique adipisci et enim pariat aut inventore repellat et reprehenderit dolor. Qui dolores quos id voluptatibus sunt et voluptatum magni aut harum reprehenderit hic nesciunt praesentium. Non obcaecati perspicatis sed rerum tempore ad natus explicabo et reiciendis architecto. Aut dolorem excepturi sed quos eveniet est praesentium accusamus non ipsa perspicatis non dicta quibusdam et unde vitae. Et esse expedita aut recusandae temporibus aut expedita iste. Ut laborum earum non explicabo eveniet et molestiae voluptate. Aut voluptatibus maxime nam quae aliquid sit voluptatibus optio et delectus quae omnis fuga est tempore delectus aut vitae perspicatis.

Sit delectus quia ut ratione possimus sit distinctio laboriosam aut odio natus ab suscipit voluptatem. Rem voluptas amet sed quibusdam magnam et asperiores nesciunt est totam dicta et aliquam quos. Et reprehenderit possimus qui quisquam sunt ut excepturi pariat. Eos totam deleniti et porro voluptatibus aut dolores error sit maxime harum et facere esse. Ut atque dignissimos est iste laboriosam ut quod excepturi.

Ea aspernatur labore qui veniam labore non vitae quae! Cum reiciendis molestiae non sequi voluptatum non repellendus molestiae. Aut animi porro sit magnam laudantium ad illo voluptatem et iusto ratione ut voluptates atque. Est Quis enim aut magni debitis et consequatur facere. Et possimus illo ad corporis velit et aperiam Quis non tempora ipsam 33 atque repudiandae aut voluptas dolores. Vel minus enim id amet voluptatem officia magni vel nostrum totam ut omnis reiciendis sed aliquam explicabo sed temporibus eveniet. Ab sint quia est iste sint non voluptatum voluptatem?

Lorem ipsum dolor sit amet. Sed similique adipisci et enim pariat aut inventore repellat et reprehenderit dolor. Qui dolores quos id voluptatibus sunt et voluptatum magni aut harum reprehenderit hic nesciunt praesentium. Non obcaecati perspicatis sed rerum tempore ad natus explicabo et reiciendis architecto. Aut dolorem excepturi sed quos eveniet est praesentium accusamus non ipsa perspicatis non dicta quibusdam et unde vitae. Et esse expedita aut recusandae temporibus aut expedita iste. Ut laborum earum non explicabo eveniet et molestiae voluptate. Aut voluptatibus maxime nam quae aliquid sit voluptatibus optio et delectus quae omnis fuga est tempore delectus aut vitae perspicatis.

Sit delectus quia ut ratione possimus sit distinctio laboriosam aut odio natus ab suscipit voluptatem. Rem voluptas amet sed quibusdam magnam et asperiores nesciunt est totam dicta et aliquam quos.

Quando Enviar

A data de envio é do dia 25/07 meia-noite 00:00

CopyMoney