

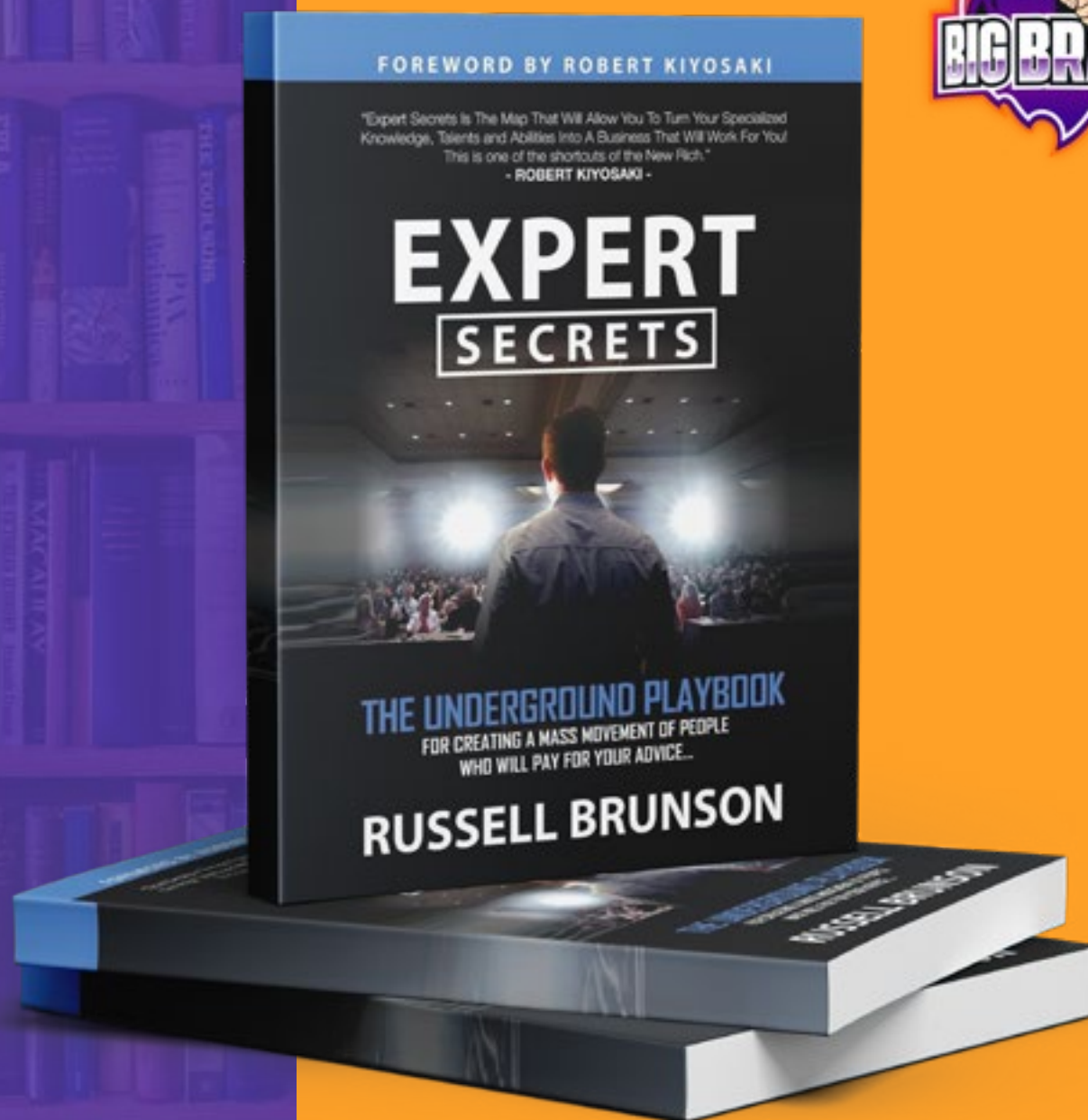
LIVE#03

PARTE 2 / 2

Livros da
Gringão

EXPERT SECRETS

RUSSELL BRUNSON



CONHEÇA SEU PROFESSOR



Fernando Brasão

Tiozão assumido, pai do Fernandão Brasão Jr. e Thor Brasão (Dogs lindos), amante de mocassim e cerveja com churrasco.

Ex professor de matemática, Fernando Brasão, também conhecido como Big Brasa, não é irmão do The Rock, embora o porte físico seja muito semelhante.

Nota do estagiário: Mereço um aumento, né, chefinho?

Criador da comunidade **“Família Big Brasa,”** que reúne dezenas dos maiores nomes do mercado digital brasileiro, que já venderam 7 dígitos, 8 dígitos e até mesmo 9 dígitos.

APÓS FALHAR NOS SEUS 7 PRIMEIROS NEGÓCIOS, QUER AJUDAR O MAIOR NÚMERO DE EMPREENDEDORES A NÃO PASSAREM PELOS MESMOS DESAFIOS QUE ENFRENTOU EM SUA JORNADA.

Só Lembrando!

Esse e-book é um material complementar da Live #03 - Expert Secrets, do Projeto "Livros da Gringa"- Parte 2

É EXTREMAMENTE RECOMENDADO QUE VOCÊ ASSISTA A LIVE E UTILIZE ESSE EBOOK COMO SUPORTE*

Clique aqui e assista!

OU ACESSE



/FERNANDO BRASÃO

O QUE É A SÉRIE LIVROS DA GRINGA?

Apaixonado por empreendedorismo e educação, Fernando Brasão juntou essas duas paixões e criou o projeto "**Livros da Gringa**", onde ensina o melhor conteúdo sobre empreendedorismo, marketing digital e vendas, de forma **gratuita** no seu canal do Youtube.

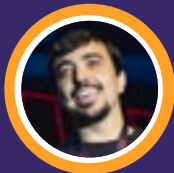
Cadastre-se para participar das lives e receber os Ebooks que já foram produzidos

Acesse agora mesmo o site **WWW.FERNANDOBRAO.COM** e seja avisado de tudo!

*A live e o ebook não substituem a leitura completa do livro. Indica-se fortemente a sua compra.

SEÇÃO #03

Sua obrigação moral



Fernando Brasão

@fernandobrasao



“Se você acredita no produto ou serviço que você está vendendo, então você tem uma obrigação moral de tentar e servir seus clientes de todas as formas possíveis.” Jay Abraham.

Comumente as pessoas acreditam que o conteúdo delas é tão bom, que as pessoas automaticamente irão seguir e pagar a ela por aquela informação. “O que eu descobri das melhores pessoas no negócio é que ensinar o melhor conteúdo possível, na verdade mata a venda. Mas aprender como identificar, quebrar e reconstruir padrões fazem as pessoas tomarem ações que precisam a fim de mudar.”

SEGREDO 11 - O “STACK SLIDE”



| THE STACK SLIDE | |
|--------------------------|-----------------|
| What You're Gonna Get... | |
| Masterclass | (\$9,997 value) |
| Tools | (\$997 value) |
| Tangible #1 | (\$297 value) |
| Tangible #2 | (\$297 value) |
| Tangible #3 | (\$297 value) |
| Bonus | (Priceless) |
| Total value: \$11,885 | |

Antes que eu comece a vender qualquer coisa, meu primeiro passo é criar uma **OFERTA IRRESISTÍVEL**. Esse é o produto ou combo que será vendido ao final da apresentação. Ele será apresentado completamente no “Stack Slide”.

Todo item colocado no slide tem o seu valor atrelado.

O objetivo é mostrar que você está dando mais que 10 vezes do valor que está sendo cobrado. Se estiver vendendo algo de \$97, então tem que ancorar em preço de pelo menos \$997.

Algumas pessoas ficam preocupadas em como colocar o valor para cada item. Pense nisso não no valor de vendas, mas sim no valor que eles recebem do produto.

Ao longo dos anos, Russell desenvolveu 6 tipos de elementos que funcionam melhor na oferta total:

1. Produto principal focado na nova oportunidade;

2. Ferramentas que facilitem o processo:
Pode ser um software, template, checklist, contratos, planilhas, etc;

3. Bônus relacionado ao veículo:

Quais crenças falsas os consumidores têm sobre o veículo/nova oportunidade? Aqui é ótimo oferecer estudos de casos que mostram que é possível.

4. Bônus relacionado ao Interno:

Uma vez que eles acreditam que o veículo é o certo para eles, quais crenças eles têm sobre **eles mesmos**, que o fariam pensar que não conseguiriam? Ex: “Legal, mas eu não sei como _____.”

5. Bônus relacionado ao Externo:

Aqui é a última coisa que trava eles. Eles acreditam no veículo, eles acreditam que são capazes, mas ainda tem algo externo que pode fazer com que achem que irá dificultar. Pode ser algo como a economia, falta de tempo, coronavírus. Ex: Para a oferta de Funnel Hacking, tráfego era um problema que eles tinham, então criou um curso ensinando a levar tráfego para os funis.

6. Bônus exclusivo:

Algo que cause urgência e escassez. Ex: “10 consultorias com a equipe para os primeiros que comprarem.”



What You're Gonna Get...

- 6 Weeks Funnel Hacks Masterclass (\$2,997 Value)
- ClickFunnels: 6 Month Enterprise Account (\$3,564 Value)
- Instant Traffic Hacks (\$1,997 Value)
- Inception Secrets (\$1,997 Value)
- Soap / Seinfeld Secrets (\$997 Value)
- Unlimited Funnels In Your Account (First 50 Only) (Priceless!)

Total Value: \$11,552

click funnels #funnelhacker

CLAIM YOUR FREE COPY OF THE EXPERT SECRETS BOOK AT WWW.EXPERTSECRETS.COM

Lembre-se:

Mais treinamentos não é tão bom, porque as pessoas assumem que ele é igual a mais trabalho. As pessoas querem coisas tangíveis que façam o treinamento principal ser mais fácil de implementar.

SEGREDO 12 - O WEBNÁRIO PERFEITO



Embora o nome que tenha pegado seja esse, essa técnica serve para qualquer tipo de apresentação. O nome correto seria “A apresentação perfeita”.

Embora possa parecer que o script tem muita informação, no fim das contas você só tem um objetivo: Fazer eles acreditarem naquela **única coisa**.

Jason Fladlien: “A ideia é ter um **único ponto de crença** em torno da qual sua mensagem é criada. E então enfatizar isso várias e várias e várias vezes de diversos ângulos diferentes.”

Essa **única coisa** é o “Grande dominó”. A apresentação toda é criada para derrubar esse dominó, que derruba todas as crenças restantes. Os 3 segredos que vamos usar são as formas que você ataca esse dominó de **diferentes ângulos**. Ex: o grande dominó do Russell é fazer com que as pessoas percebam a necessidade de se criar funis de vendas.

Antes de entrarmos em detalhes, vamos olhar globalmente para as 4 partes que formam esse Webinar ou Apresentação Perfeita:

1

A Introdução/Gerando conexão:

Aqui é onde você dá boas vindas, cria conexão, atíça a curiosidade e deixa eles animados.

2

A Única coisa:

Atíçar mais a curiosidade, identificar o Grande Dominó e contar a sua Epifania.

3

Os 3 Segredos (Quebrando e reconstruindo crenças):

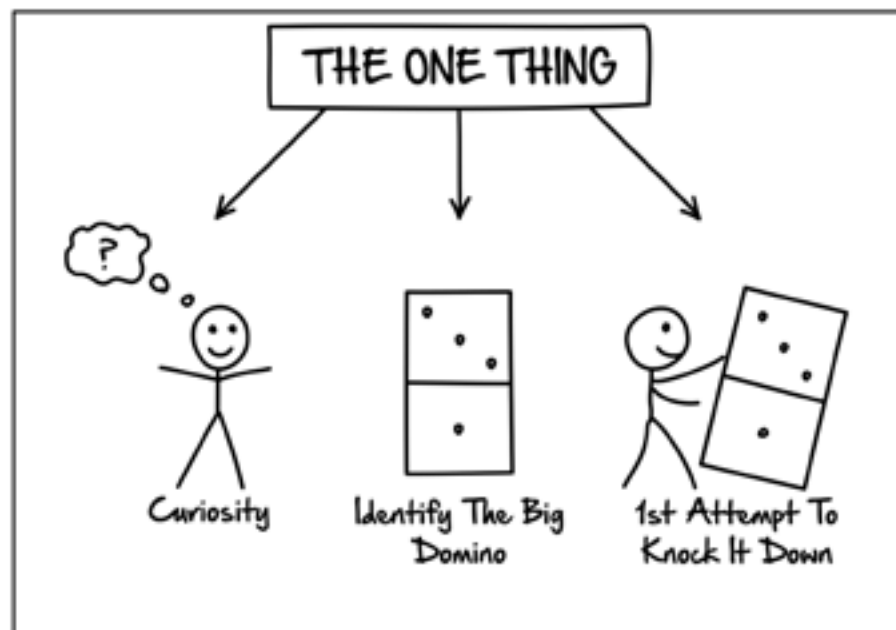
O veículo/nova oportunidade; A habilidade de usar o novo veículo (crenças internas); A coisa número 1 que impede eles de começar (crenças externas). Essa é a parte do conteúdo em si. Aqui você conta histórias de epifania para reconstruir falsas crenças.

4

O Stack (empilhamento):

Mudança do conteúdo para a venda, usando o Stack Slide.

SEGREDO 13 - A ÚNICA COISA



1

A introdução e a Única Coisa

Em um webinar clássico isso leva de 5 a 10 minutos, mas aqui você pode fazer bem mais rápido. O intuito é gerar conexão e deixar as pessoas animadas com o que elas vão aprender.

2

Título do slide:

“Como _____ sem _____.”

(Script 1)

“Olá pessoal, bem vindos a esse webinar. Eu sou _____ e hoje eu vou te mostrar como _____ sem _____.”

3

Introdução e Conexão

Lembre-se da fala de Blair Warren: “As pessoas farão qualquer coisa para quem encoraje seus sonhos, justifique suas falhas, acalme seus medos, confirme suas suspeitas e ajude a jogar pedras em seus inimigos.”

(Script 2) Confirma suas suspeitas:

“Se você alguma vez já pensou que o governo ou os bancos querem na verdade que você falhe, você está provavelmente certo. Eles não se



beneficiam do seu sucesso. Eles querem manter você em débito e com necessidades. A diferença com a gente é que realmente ligamos para o seu sucesso e queremos realmente ver você vivendo a vida dos seus sonhos.”

(Script 3) Encoraje seus sonhos:

“Então é para isso que estamos aqui. Eu sei que você tem um sonho de mudar o mundo e causar um impacto, e eu quero mostrar a você como fazer isso acontecer durante esse webinar.”

4

A nova oportunidade:

Esse slide é uma régua onde irão medir o seu webinar. Se você não disser a eles quais seus objetivos, mesmo se você fizer tudo perfeitamente, eles podem ficar chateados porque seus objetivos eram diferentes dos seus. O objetivo é que eles vejam que essa nova oportunidade é para eles, para alcançarem seus maiores sonhos.

(Script 4)

Meu objetivo com essa apresentação é ajudar dois tipos de pessoas: Para aqueles que são iniciantes, você vai conseguir _____.
Para os mais experientes, _____.

5

O grande dominó:

O próximo slide é uma continuação dos objetivos, e onde mostra pela primeira vez o Grande Dominó.

(Script 5)

Meu Objetivo com essa aula é: 1. A única forma de você exponencialmente crescer sua empresa é através de um Funil de Vendas... 2. A única forma de criar funis é através da ClickFunnels.

6

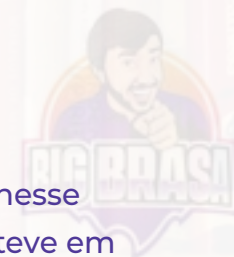
Qualifique você:

Aqui é onde você introduz você e permite as pessoas entenderem porque eles deveriam ouvir você. Isso mostra a eles que você já atingiu o que eles desejam. Brevemente cite resultados externos e cite resultados internos que sua conquista te permitiu.

7

História da Epifania:

Conte sua história e os eventos que levaram você a crer que essa nova oportunidade era pra você. Use o Script da “Ponte da Epifania” para contar sua história de forma que eles tenham a mesma epifania que você teve.



8

Link sua história a eles:

Depois que você contar sua história, algumas pessoas podem achar que é legal, mas não é para elas. Então você tem que tornar relevante para eles.

(Script 6)

“Vocês provavelmente não querem estar no ramo de Armas de Batata, mas funis ainda se aplicam a tudo que você fizer. Aqui está o jeito tradicional de vender: você coloca um monte de produtos em um site e espera que os visitantes comprem algo antes que eles saiam. E aqui está o que é complicado: você não tem controle de onde eles clicam ou o que eles estão vendo em sequência. Funis tornam o seu ecommerce escalável porque você está levando seu consumidor por um caminho onde eles só precisam olhar para um produto por vez. E os upsells fazem você lucrar mais com cada consumidor.

9

Estudo de caso/prova:

Aqui é onde você adiciona um estudo de caso de algum aluno.

(Script 7)

“Isso não apenas funcionou para mim, mas aqui está

uma história sobre Trey, que estava recentemente nesse mesmo webinar, e olha a transformação que ele teve em apenas 6 meses!

10

Transição para os 3 Segredos:

Para muitas pessoas, essa história inicial vai deixar eles entusiasmados, mas objeções e falsas crenças irão brotar assim que você introduzir a nova oportunidade. Aqui é onde você transiciona para a parte do conteúdo, onde você vai quebrar e reconstruir as suas falsas crenças. Isso deve durar 45 minutos ou mais.

(Script 8) Segredo #01 – Funnel Hacking:

“Como Roubar de uma Forma Ética mais de R\$ 1.000.000 de dólares em valor de hacks dos funis dos seus concorrentes gastando menos de \$100.”

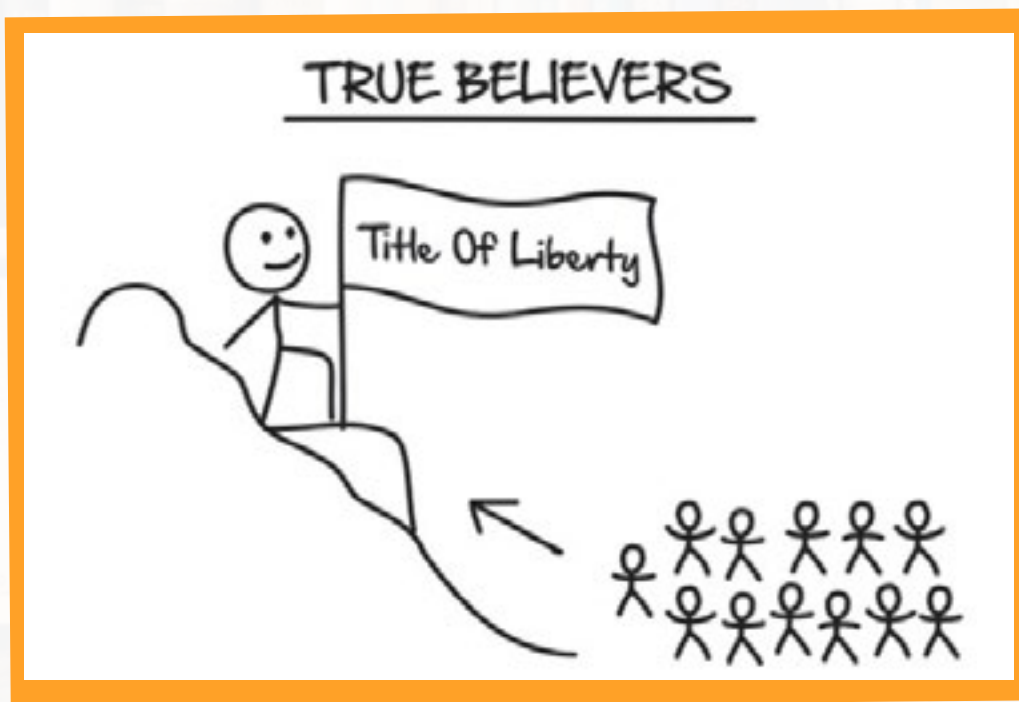
(Script 9) Segredo #02 – Funnel Cloning:

“Como clonar seus funis já validados (dentro do ClickFunnels) em menos de 10 minutos.”

(Script 10) Segredo #03 – Meu Hack #1 de Tráfego:

“Como conseguir exatamente os mesmos clientes que estão indo para o funil do seu concorrente, para virem para o seu funil!”

SEGREDO 14 - RECONSTRUINDO CRENÇAS



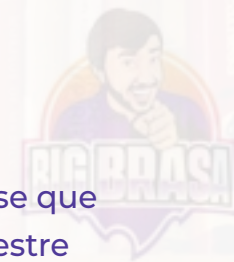
Todas as coisas que você fez até esse momento geram curiosidade, criam conexão e introduzem a nova oportunidade. Agora estamos transacionando para a seção do conteúdo. Você vai ficar tentado em realmente ensinar o conteúdo, e isso pode simplesmente destruir totalmente suas vendas.

Essa não é uma apresentação para ENSINAR, mas sim para **inspirar** e fazer com que partam para ação para mudar suas vidas. Você ensina depois que eles compraram.

Ensinar de fato não tem lugar nesse webinar. Esse é com certeza o jeito mais certo de matar as vendas. Lembre-se, você está focado em identificar seus padrões de crenças, quebrá-los e reconstruí-los com a verdade.

Quando ensinei meu melhor conteúdo, as pessoas saíram com um novo conteúdo que nunca aplicaram, mas como não mudei suas crenças, nunca mudei suas vidas. Eu realmente acredito que o maior serviço que você pode fazer por alguém é fazê-los comprar algo.

O ato de comprar cria comprometimento que leva eles a realmente entrarem em ação. Vários de meus amigos já vieram a meus eventos de graça, onde pessoas pagaram \$25 mil dólares para estar.



Nenhum deles até hoje de fato criou um negócio de sucesso, enquanto os que pagaram quase sempre criam.

Bill Glazer explicou que quando você está ensinando as pessoas no momento errado, você está na verdade mantendo elas longe de ter sucesso. O momento certo para ensinar irá chegar, mas você tem que colocar as pessoas no seu estado correto de crença primeiro.

(Script 1)

Aqui você cita rapidamente o Secredo #01 e muda para o próximo slide contando a história da epifania.

“Agora, deixa eu te contar uma rápida história...”

Lembre-se:

O objetivo não é ensinar a eles, mas sim contar histórias que os farão chegar até o momento de epifania, que criará um desejo e crença. Eles têm que descobrir por si só.

Mostre os resultados de outras pessoas. Lembre-se que nesse momento você pode parecer um Extraterrestre pra eles, e podem pensar que só funciona com você. Então tente mostrar exemplos de pessoas comuns.

Quebre as crenças relacionadas: é hora de voltar àquela lista e quebrar qualquer outra crença que eles possam ter. Russell estava fazendo um webinar com Jason Fladlien e ele quebrou todas as objeções possíveis: “Você provavelmente está pensando que _____, certo? Bom, _____.”

(Script 2)

“Você provavelmente está pensando que precisa de muito dinheiro para gerar tráfego, correto? Bom, na verdade você só precisa de 100 cliques por dia. Você provavelmente esteja pensando que você precisa saber programação, certo? Bom, na verdade, você só precisa clonar o funil de outra pessoa dentro do ClickFunnels.”

Jason fez isso com mais de 50 objeções e o webinar já estava no ar por mais de 3 horas. Cada uma levou de 30 a 60 segundos. Ao final do webinar, foi incrível. Venderam mais de 3 vezes durante seus 90 minutos de quebra de objeções, do que nos 90 minutos do webinar.



“Ele continuou quebrando falsas crenças até que não haviam mais objeções que alguém poderia pensar. Não havia mais nenhuma resistência sobrando.”

Coloque a Nova Crença como uma Verdade Inegável: A crença antiga foi substituída e isso é a coisa mais poderosa que você pode fazer como um professor e especialista.



(Script 3)

“Então agora você já sabe como eticamente roubar mais de um milhão em valor, de hacks dos funis dos concorrentes por menos de cem dólares. Isso não é maravilhoso?”

Repita todo o procedimento feito para o SEGREDO #01, agora para o SEGREDO #02 e o SEGREDO #03.

Com esse formato você vai mudar o mundo deles de “Eu não consigo” para “Eu consigo e eu vou fazer”.

Esse é o maior presente que você pode dar às pessoas:

A esperança e acreditar nelas mesmas. Isso vai ter durado de 45 a 60 minutos e após isso, o grande dominó vai ter caído e eles têm uma **única** nova coisa para acreditar. A transição para a venda: começa fazendo uma revisão dos 3 segredos e fazendo reafirmar que isso mudaria tudo.

(Script 4)

“Deixa eu te fazer uma pergunta. Se você seguir o que te mostrei no Segredo #01 e encontrar um funil que já esteja funcionando, e então fazer o que ensinei no Segredo #02 e usar a ClickFunnels para construir um funil similar em apenas 10 minutos, e então usar o Segredo #03 para conseguir tráfego do mesmo lugar que seus concorrentes estão conseguindo... Você acredita que teria sucesso?”

Se eles responderem Sim a essa pergunta, isso significa que todas as crenças internas foram derrubadas e o Grande dominó caiu.



Armand Morin ensinou a fazer uma transição simples, do conteúdo para a venda. E logo na sequência pedir permissão para a venda.

(Script 5)

“Deixa eu te fazer uma pergunta... Quantos de vocês estão empolgados sobre o que acabamos de conversar? Quantos de vocês estão sentindo um pouco sobrecarregados porque cobrimos tanta coisa?”

(Script 6)

“É tranquilo se eu gastar 10 minutos passando por uma oferta especial que eu criei para ajudar você a implementar _____?”

Espere eles dizerem sim, e então todo o sentimento estranho de venda desaparece.

SEGredo 15 - O “STACK SLIDE”

Armand Morin ensinou essa técnica. Em uma palestra com 1000 pessoas, ele vendeu para praticamente metade deles sem nenhum esforço. Russell saiu de 5 a 10% de vendas para mais de 40% após usar isso.

A ideia central é que quando você está vendendo, as pessoas só se lembram da última coisa que você mostrou a elas. E normalmente as pessoas citam a oferta principal e depois vão para os bônus. A última coisa que vai ser mostrada é um bônus e isso pode não ser suficiente para convencer as pessoas.

Você adiciona cada item por vez, e o seu preço é atualiza o preço total até o momento. Vai fazendo isso, sempre revisando, até chegar no momento final em que **tudo** está sendo mostrado na tela, inclusive com o preço ancorado de quanto vale aquela oferta como um todo.

“O que você vai levar...”. Aqui o ideal é mostrar uma imagem representando o conteúdo do curso:





1 Cite brevemente os tópicos do conteúdo:

Não entre em detalhes, tem que ser algo rápido, que leva cerca de 30 segundos.

(Script 1)

“Aqui está o que vamos te mostrar no curso. Na Semana 1, nós vamos falar sobre _____. Na semana 2 sobre _____. E finalmente na semana 6 nós finalizamos com _____.”

2 Mostre 3 estudos de caso:

(Script 2)

“Agora deixa eu te mostrar algumas pessoas que passaram por esse treinamento. Deixa eu te introduzir ao _____. Também temos o caso do _____. E provavelmente minha história favorita é _____.”

3 Após isso, mostre que funciona para todos os casos, inclusive pra elas.

(Script 3)

“Eu quero voltar rapidamente e ter certeza que você entendeu para quem é isso: é para pessoas que estão começando ou que já têm sucesso e querem escalar.”

4 Destrua a razão #01 que as pessoas não começam

(Script 4)

“Você pode estar pensando que você não pode começar porque _____. Aqui está a prova de que isso é um erro que está segurando você de alcançar seu sucesso...”



5 Revele o primeiro item no Stack Slide com seu valor na frente.

(Script 5)

“Quando você se cadastrar, você vai ter acesso instantâneo à minha Masterclass de 6 semanas que tem um valor total de R\$_____.”

6 Introduza o segundo elemento: as ferramentas.

(Script 6)

“Como parte desse combo, você vai receber _____. Essa é uma ferramenta que vai te ajudar a _____.”

7 Você quer que eles percebam que investir no seu produto não custará nada, apenas economizará dinheiro.

(Script 7)

“Quando você tiver essa ferramenta, você vai poder _____. Quando você tiver essa ferramenta você vai se livrar de _____.”

8 O problema que essa ferramenta resolveu para você

(Script 8)

“Quando eu estava aprendendo a _____ eu passei por apuros. Eu não sabia como _____, então eu tive que criar _____ para mim mesmo.”



9 Quanto tempo e dinheiro irá economizar

(Script 9)

“Naquele época eu tive que gastar _____ e _____ para descobrir uma forma eficiente de lidar com esse problema. Mas eu não quero que você tenha que recriar a roda. Eu já provei que _____. E eu vou te dar ele nesse combo, ok?”

10 Quebre crenças relacionadas sobre as ferramentas

Então adicione a segunda linha ao Stack Slide e atualize o preço. Então, introduza o Bônus relacionado ao Veículo:

(Script 10)

“Quando você fizer seu investimento hoje, você também terá acesso a _____, que vai te ajudar a _____. Eu tive que _____ e _____ para conseguir _____. Mas você não vai ter que passar por isso, porque eu vou dar pra você o _____ como um bônus especial.”

11 Facilidade e velocidade

(Script 11)

“Esse bônus vai fazer você _____ mais rápido e fácil. Como? Porque ele _____.”

12 Quebre crenças relacionadas ao bônus.

13 Adicione a terceira linha do Stack slide e atualize o preço.



“Às vezes você pode sentir que está sendo repetitivo, mas essa é a chave. Isso ajuda sua audiência a entender completamente a oferta. As primeiras vezes que eu fiz isso, eu me senti estúpido cada vez que eu reempilhava. Mas depois que eu adicionei isso e comecei a fechar 300% mais vendas nas minhas apresentações, eu rapidamente parei de me sentir estúpido. Essa é a chave do sucesso para vender para as massas.”

Repita essas mesmas etapas para o Bônus relacionado ao problema interno e também para o relacionado ao problema externo.

Finalize o Stack Slide. Você quer que o total mostrado seja mais de 10 vezes maior que o preço que será vendido.





“Se todo esse combo”: agora que você mostrou o valor de ancoragem, nós temos que convencer ele que essa oferta vale tudo isso (O preço cheio) e fazê-los admitir isso a eles próprios. Fazemo isso usando a técnica que Dave Vanhoose usa.

(Script 1)

“Claro que eu não vou cobrar de você _____. Mas se eu cobrasse os _____ e esse combo fizesse você _____ ele valeria esse valor?”

1

Faça um “Se todo ele” para os 3 segredos:

(Script 2)

“Se todo esse sistema fizesse você _____, valeria os _____?” Repita para os 3 segredos.

2

Eu tive 2 opções

Aqui você faz eles concordarem que você precisava cobrar mais para fazer o programa melhor.

(Script 3)

“Eu tinha 2 opções. Eu poderia fazer o mais barato que pudesse e tentar vender o máximo possível. Mas o problema com isso é que eu não poderia realmente entregar um devido valor a você. Então eu decidi a segunda opção, que obviamente requer uma quantia maior de investimento, mas podemos dedicar mais tempo, energia e recursos para garantir o seu sucesso.”



3 Quanto valeria alcançar seu resultado?

(Script 4)

“Se você tivesse um funil de sucesso hoje, que fizesse dinheiro pra você, quanto isso valeria? (Pausa) Quanto você pagaria para ter um funil de sucesso? (Pausa). Você agora pode provavelmente entender porque as pessoas pagam _____ por um resultado similar que eu forneço... Porque não é um custo, mas sim um investimento.”

(Script 5)

“Você já viu como isso vale _____. E até mesmo a _____, que é o que eu cobro do público, é uma ótima oferta. Mas, por causa de _____, eu vou te dar uma oferta muito especial...”

4 Justificativa do preço

(Script 6)

“Se você for no meu site agora mesmo, você pode comprar esse mesmo produto por _____. Mas, porque você investiu esse tempo comigo, e provou que quer realmente ter esse resultado, eu vou fazer uma oferta especial somente para esse webinar. Se você fosse contratar um profissional para fazer isso, te custaria algo em torno de _____. Mas, como você está aprendendo a fazer você mesmo e eu estou te dando todas as ferramentas e recursos para fazer isso rápido, você irá pagar apenas _____.”

5 Você tem 2 opções

(Script 7)

“Então agora você tem 2 opções. Opção 1: não fazer nada. Se você não fizer nada com a informação que você aprendeu na última hora, o que você vai obter? Nada. Ou então você pode ter um pouco de fé. Apenas testar e ver se irá funcionar para você.”

**6**

Garantia

(Script 8)

“Se você testar e não funcionar pra você, não tem problema algum. Nós temos uma garantia de 30 dias e devolveremos todo o seu dinheiro de volta. Sem perguntas, sem ressentimentos. Você pode testar tranquilamente e ver se funciona pra você. Você não tem nada a perder.”

7

A verdadeira Questão

(Script 9)

“A verdadeira questão é: Vale a pena arriscar poucos minutos do seu tempo para testar? Mesmo que funcione apenas metade do que mostrei aqui hoje, ele se paga em apenas _____.”

Revisão do Stack Slide para reforçar.

Bônus de urgência e escassez somente para os que estão ao vivo. Replay não:

Lembre-se que essa é a chave para fazer as pessoas comprarem imediatamente. Se eles saírem do webinar, as chances de que voltem e comprem é praticamente zero.

CTA de fechamento e Perguntas finais:

Esse é o slide final que fica durante toda a sessão de perguntas e respostas.

Esse slide deve conter:

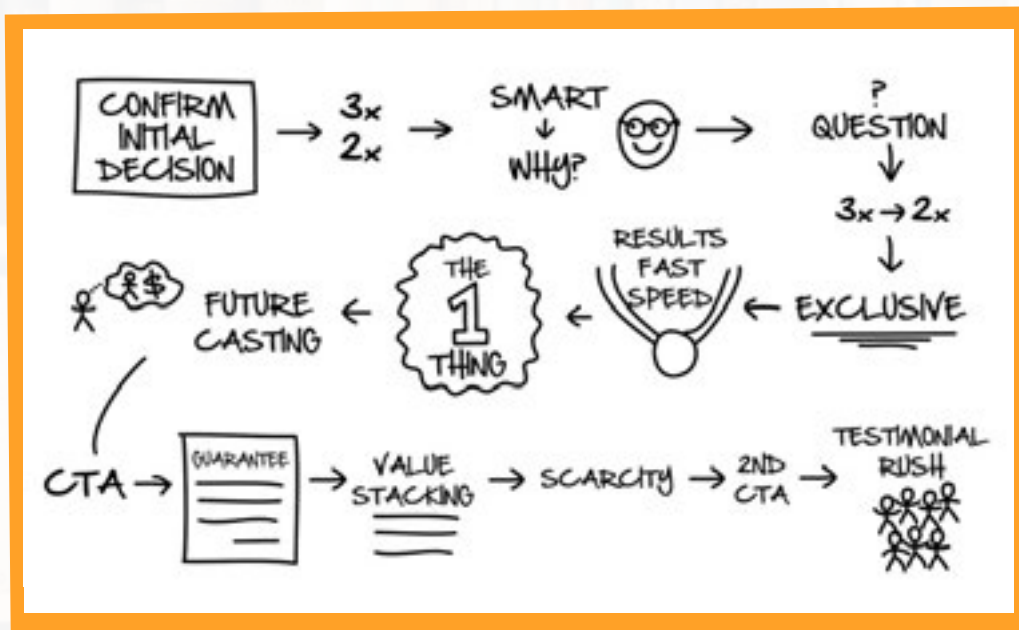
- Resumo da oferta;
- Contador de 30 minutos;
- Preço;
- Chamada para ação.

Fique quebrando crenças que eles possam ter com a frase “Você provavelmente pode estar pensando que _____, certo? Mas na verdade _____.”



SEÇÃO#03 - SUA OBRIGAÇÃO MORAL

SEGREDO 16 - FECHAMENTOS



Ted Thomas era famoso por vender muito bem no palco. Em uma conversa com Russell, ele fazia várias perguntas casuais e então disse a ele: “O que sua cabeça está fazendo agora? Essa é uma técnica que eu uso onde eu faço várias mini perguntas para que você balance a cabeça em sinal de afirmação.

Então quando eu peço dinheiro a eles no final da apresentação, eles já me disseram SIM inúmeras vezes nos últimos minutos.”

Russell passou a usar e no seu webinar tradicional, a receita passou de \$9.45 dólares por pessoa para \$16.50.

Exemplos de perguntas simples para afirmação:

- “Estão prontos para começar?”
- “Estão entendendo isso?”
- “Isso faz sentido?”
- “Isso não é legal?”



Os 16 fechamentos: argumentos de Jason Fladlien para usar na oferta.

1 Dinheiro é bom

2 Renda está sendo mal utilizada

3 Dinheiro volta mensalmente, tempo não.

4 Quebra de hábitos antigos

5 A informação sozinha, sem ajuda, não vale de nada.

6 Dinheiro ou desculpas.

7 Minhas duas opções

8 Suas duas opções

9 Nós vs Eles

10 Pegar na mão. Passo a passo da compra.

11 Dizer adeus à dor após investir

12 A vida agora e depois.

13 Apenas desculpas.

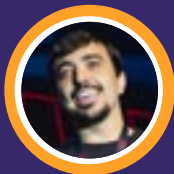
14 Não sou Herói.

15 Se tudo desse combo...

16 Fechamento real.

SEÇÃO #05

Os Funnis



Fernando Brasão

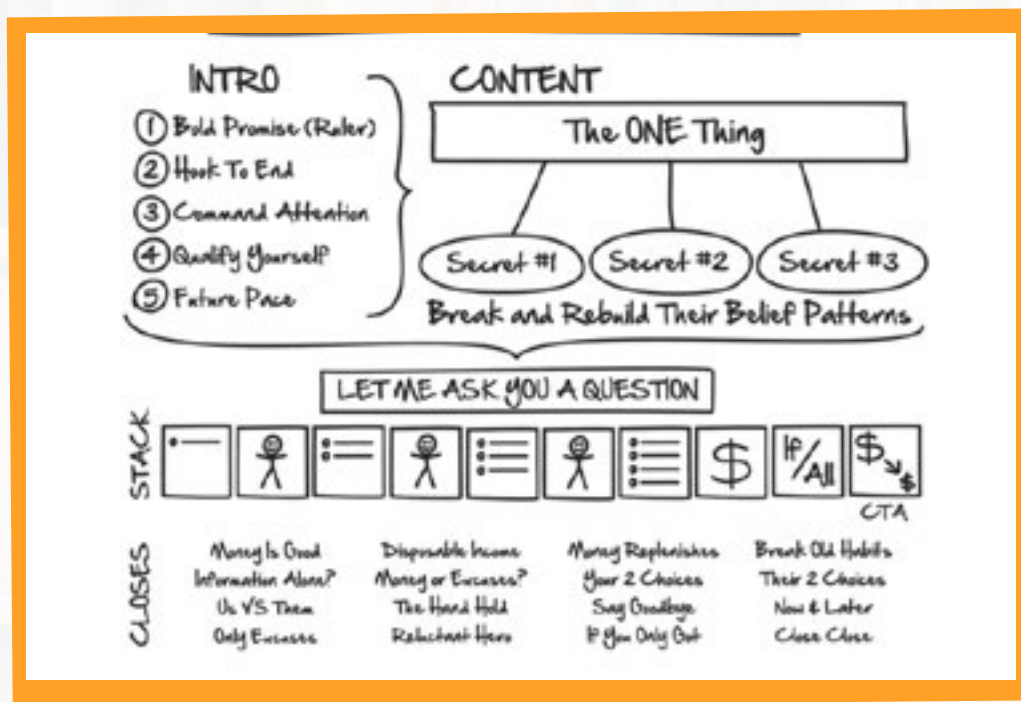
@fernandobrasao



Até agora você já entendeu como criar um movimento em massa com seu líder carismático, criar uma causa e uma nova oportunidade para o futuro. Você aprendeu a contar histórias que reconstroem falsas crenças. Aprendeu como criar uma apresentação de vendas focada em transformá-los e prepara-los para mudança ao invés de simplesmente entregar conteúdo no momento errado. E aprendeu a mostrar o valor do seu produto usando o Stack Slide

O próximo passo é ter as pessoas certas vindo até você e entrando no seu ambiente de vendas onde você poderá entregar sua mensagem e encorajar as pessoas a seguirem você até a nova oportunidade.

SEGREDO 17 - O WEBINÁRIO PERFEITO



Você precisa fazer O MESMO webinar TODA SEMANA por no mínimo 12 meses. Isso pode ser contraintuitivo porque você tem vontade de criar novas apresentações e vender novos produtos, mas foi isso que levou Russell de 0 a \$10 milhões de dólares em um ano e para mais de \$30 milhões de dólares no ano seguinte.

Seu objetivo aqui é trazer **novas pessoas** para o seu funil e melhorar sua taxa de conversão no pitch de vendas.

Cronograma do webinar:

- Tráfego de captação: de segunda a quinta;
- Webinar na quinta a noite;
- Vendas e foco no replay até domingo 23:59h.

Números esperados pelo Russell:

- \$3 dólares por cadastro. Total de 1000 cadastros por semana (Total de 3 mil dólares investidos);
- 25% de presença (250 pessoas);
- 10% de vendas a \$997 (Total de 25 mil dólares);
- Dobrar as vendas com o replay (Mais 25 mil dólares);
- Portanto, com esse formato está gastando \$3.000 dólares por semana e retornando \$50.000 dólares, além de 1000 novas pessoas na lista.

Não automatize seu webinar até você ter feito dezenas de apresentações.

A cada um, mantendo o mesmo conteúdo, você irá aprender objeções novas que precisam ser quebradas. Russell colheu feedbacks após uma apresentação para 600 pessoas num dia, que gerou \$30 mil em vendas. Após 4 horas fez outra apresentação acrescentando o que colheu de feedback e para 500 pessoas vendeu \$120.000 dólares.

Quando for fazer o tráfego, lembre-se que a chave para uma página de alta conversão é a **curiosidade**. Por isso eu normalmente uso imagens estranhas e headlines chamativas. Não mostre demais, senão podem achar que já sabem as respostas e não precisam assistir. Use a headline “Como _____ sem _____”. A página tem que ter urgência, com contador.

Ex: “Meu estranho nicho onde meu funil está fazendo mais de \$17.947 dólares por dia... E como você pode eticamente usá-lo em menos de 10 minutos!”

Página de obrigado com uma oferta para pagar o tráfego. Aqui coloca um vídeo falando o quão empolgado está com o evento. A página de cadastro é sobre curiosidade, a de obrigado é sobre paixão, energia.



Aqui venda algo que **complemente** (e não compita) com o webinar e a oferta principal que será vendida. Valores entre \$37 e \$47 ou um trial (gratuito ou de um dólar). Só no clickfunnels 15.000 pessoas se inscreveram para o trial e 4.500 dessas, ainda estão ativas hoje.

Envie uma série de pelo menos 3 e-mails com conteúdo doutrinador e que aumente a conexão e consciência do lead sobre o assunto e a vontade de participar do webinar na quinta.

Não tem problema se alguns desses vídeos vierem depois do webinar. O funil de vendas acontece até no domingo a noite.



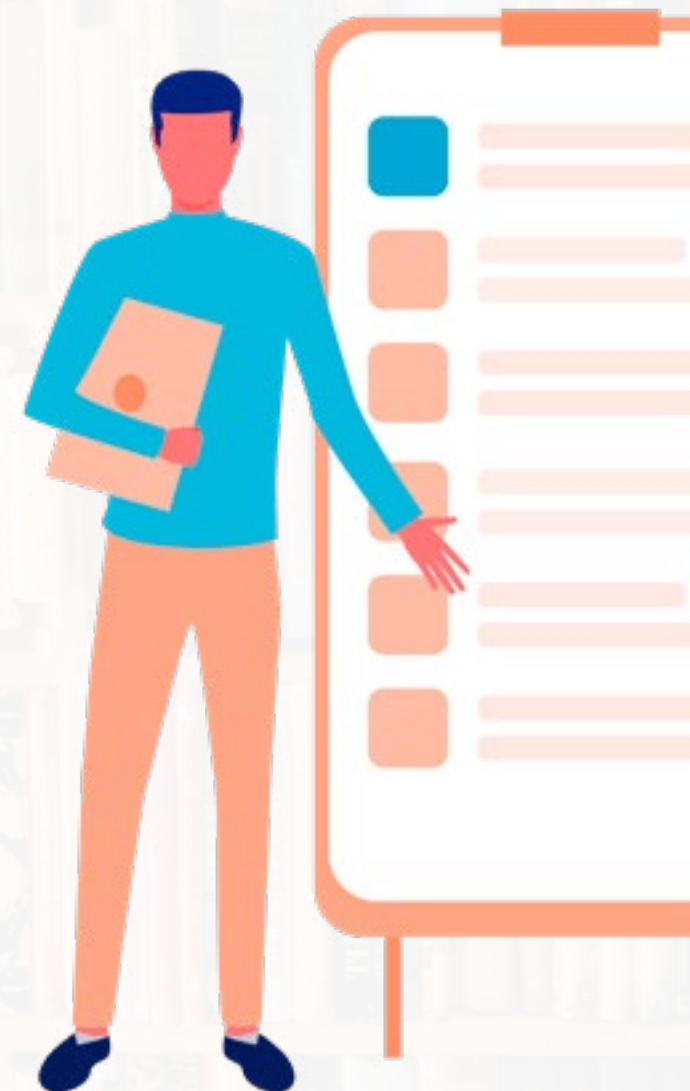
Os lembretes começam na quarta-feira. Na quinta feira manda de manhã, uma hora antes, outro 15 minutos antes e finalmente uma mensagem de “Estamos ao vivo!”.

O webinar deve ter cerca de 90 minutos. Os primeiros 60 minutos focam na quebra de crenças e os últimos 30 minutos para o pitch. Após os 90 minutos, 15 a 30 minutos de perguntas e respostas.

Russell fecha cerca de 15% das pessoas que estão online no momento do pitch. É muito comum no primeiro webinar começar com cerca de 5% e ir aumentando até chegar nessa faixa, conforme vai aprendendo e colhendo feedbacks.

Lembre-se:

Após o webinar, use de urgência e escassez para as campanhas de replay. No último dia, mande alguns e-mails. É impressionante a quantidade de pessoas que compram nos últimos minutos.



SEGREDO 18 - AS 4 PERGUNTAS (ALTO TICKET)



O script que você aprendeu do webinar perfeito funciona muito bem para ofertas entre \$297 e \$2997. Mas para produtos mais caros, é necessário uma etapa a mais. Ao invés de já executar a venda, mande eles para uma página onde preencherão um formulário e depois entre em contato via telefone para uma entrevista e ver se encaixa no programa.



No livro Dotcom Secrets, o último funil é ensinando como fazer vendas de alto ticket. Mas naquele caso você precisa de duas pessoas na equipe de vendas.

Aqui será ensinado algo que você sozinho pode executar no começo, enquanto ainda não tem equipe suficiente para isso. Quando normalmente iniciamos uma conversa, a maioria das pessoas quer bater um papo inicial básico para interagir e depois ir ao ponto. Você não quer isso. Você quer desde o primeiro momento mostrar que irá conduzir o processo.

(Script 1)

“Ei, aqui é o Russell e estou feliz de estar nessa ligação com você. Vou te explicar como ela funciona. Eu vou te perguntar 4 coisas. Dependendo das suas respostas, nós decidiremos se continuamos com o processo.

Podemos combinar assim?”



1

Primeira pergunta

Aqui você quer que eles descrevam seus objetivos internos e externos.

(Script 2)

“Imagine que eu e você começamos a trabalhar juntos hoje. Eu ensino você tudo que eu sei e faço tudo que posso pra te ajudar a colher seus resultados. Agora imagine que estamos tomando um café daqui um ano. O que aconteceu na sua vida, tanto pessoal quanto profissionalmente, para que você se sinta feliz com o seu progresso? O que faria você acreditar que foi a melhor decisão que já tomou na sua vida?”... (depois vá adiante nas respostas dele). “O que faz você querer ganhar \$10.000 por mês? O que faz você querer de fato uma casa grande e chique?”

2

Segunda pergunta

Aqui você está procurando por obstáculos e objeções.

(Script 3)

“Claramente você sabe o que quer. Você desenhou muito bem o seu futuro pra mim. Então me responda uma coisa: por que você já não alcançou isso? O que tem impedido você de alcançar esses sonhos?”

3

Terceira pergunta

Aqui você quer colocar eles para pensar no potencial que eles têm e que não estão usando 100% como poderiam.

(Script 4)

“Eu quero que você pense sobre os recursos, conexões, talentos ou habilidades que você tem acesso mas não está utilizando 100%, que nós poderíamos usar para te ajudar a superar seus obstáculos e atingir seus objetivos.” Conforme ele vai respondendo: “O que mais?”... “Então vamos revisar: 1. Me parece que você sabe exatamente o que quer. Você me disse que quer _____ porque _____. 2. Até agora você não conseguiu atingir isso porque _____ e _____, certo? 3. E por último, me parece que você tem todos os recursos que o levariam a alcançar esses objetivos, certo?”

Aqui você está procurando o comprometimento.

(Script 5)

“Então eu só tenho mais uma pergunta. Você quer que eu te ajude?” (Espera responder)... “Ótimo, funciona assim. O que eu cobro é R\$ _____. Por esse investimento você vai receber _____. Estou aqui para te ajudar. Eu posso transferir você para meu assistente que cuida dessa parte de finanças. Você quer que eu faça isso?”

Uma vez Russell não tinha tempo para criar o webinar perfeito, então se desafiou a fazer uma versão em 15 minutos. Para organizar isso, basta que você responda as 5 perguntas abaixo, e então estará apto a fazer uma apresentação que converta.

- **Pergunta 1.** O que é a nova oportunidade que eu estou oferecendo?
- **Pergunta 2.** O que é o grande dominó para essa oferta?
- **Pergunta 3.** Qual oferta especial eu posso criar para quem comprar?
- **Pergunta 4.** Qual a minha história de epifania?

- **Pergunta 5.** Quais as 3 crenças falsas que eles têm sobre essa nova oportunidade? Transforme em 3 segredos e crie as 3 histórias de epifania para reconstruí-las.

No livro DotcomSecrets, é ensinado a Sequência de Novelas. Após alguns testes, Russell notou que seria possível adaptar o script do Webinar Perfeito (que deveria ser chamado de Apresentação Perfeita), para esse funil.

E os 5 e-mails tratariam dos seguintes tópicos, já abordados nesse livro:

- **Email 1.** História do passado, conexão e problemas que impediam de prosperar;
- **Email 2.** A Nova oportunidade e o veículo (segredo 1);
- **Email 3.** Problemas internos (segredo 2);
- **Email 4.** Problemas externos (segredo 3);
- **Email 5.** O Stack (oferta).

Lembre-se:

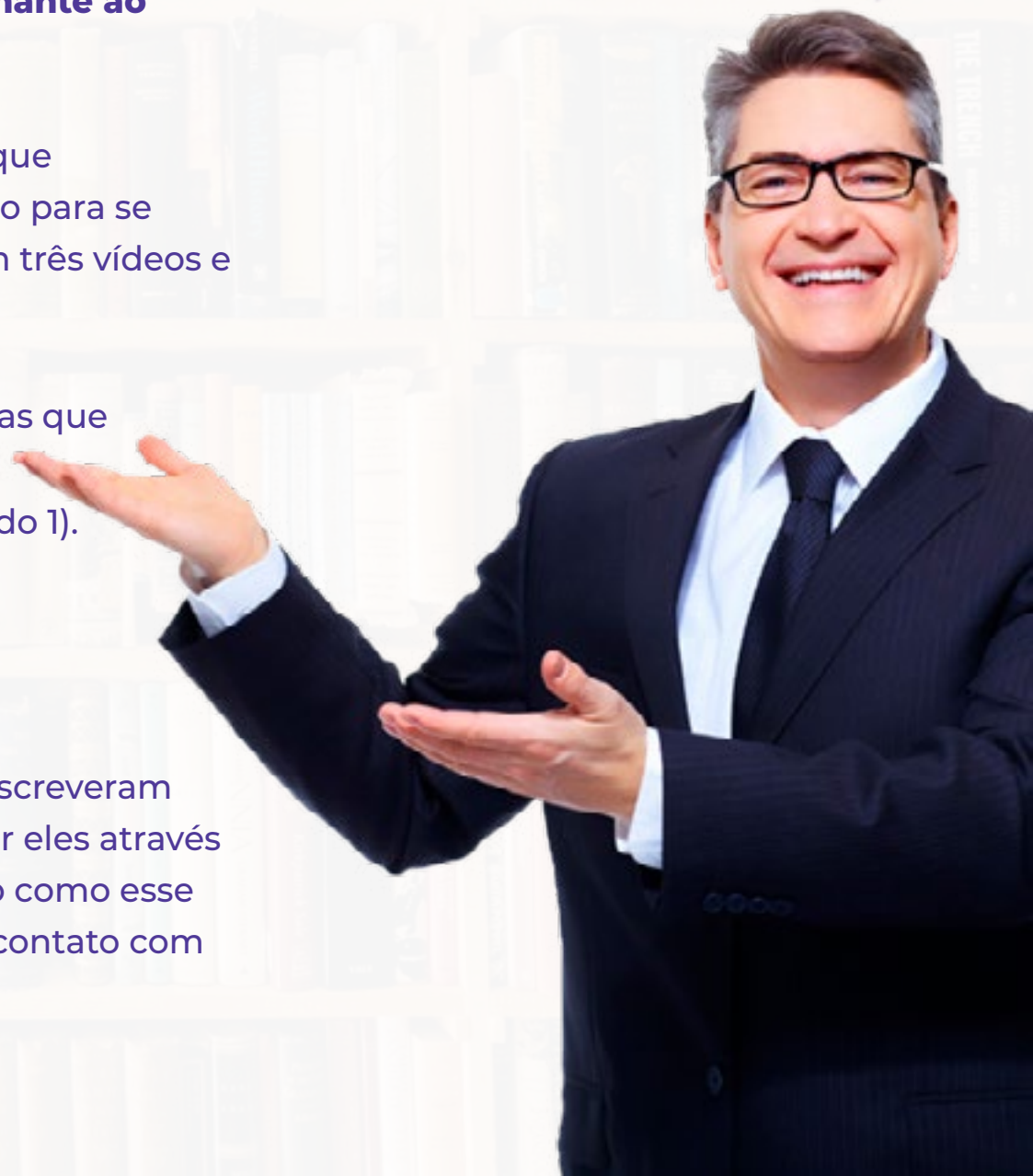
Lembre-se que na Sequência de Novelas, você sempre tem que deixar um loop aberto no final, chamando para o próximo email, gerando antecipação e curiosidade.

Russell também percebeu que era possível adaptar o script do webnário para o funil de lançamento (Semelhante ao Fórmula de lançamento do Érico Rocha).

O vídeo da história do passado com os problemas que impediram de prosperar se torna o vídeo chamando para se cadastrar. Então segue o padrão dos 3 segredos em três vídeos e finalmente o quinto vídeo com a oferta.

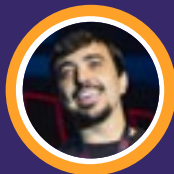
- **Vídeo 1.** História do passado, conexão e problemas que impediam de prosperar.
- **Vídeo 2.** A Nova oportunidade e o veículo (segredo 1).
- **Vídeo 3.** Problemas internos (segredo 2).
- **Vídeo 4.** Problemas externos (segredo 3).
- **Vídeo 5.** O Stack (oferta).

Uma ótima estratégia é pegar as pessoas que se inscreveram mas não participaram do webinar semanal e levar eles através dos e-mails para um funil de lançamento adaptado como esse acima. Assim ele terá uma segunda chance de ter contato com seu conteúdo e sua oferta.



SEÇÃO #05

Antecipação para o Livro "Traffic Secrets"



Fernando Brasão

@fernandobrasao

INTRODUÇÃO

Essa seção foi claramente criada apenas como uma antecipação para vender o terceiro livro da série: Traffic Secrets. Como nós faremos uma live e um ebook específicos para esse livro, não entraremos em detalhes profundos aqui, sobre esses tópicos citados. Apenas passaremos um melzinho na boca, assim como o Russell fez, para que você espere ansiosamente pelo próximo conteúdo.

CONTEÚDO

Nessa breve seção, Russell tenta mostrar que não é necessário criar tráfego, pois ele já existe. Você só tem que descobrir onde estão as pessoas e fazer com que queiram sair de onde estão e vir para o seu funil. Aqui ele cita o conceito de “Dream 100”, de Chet Holmes. Eles já estão na sua área (saúde, riqueza ou relacionamentos) e no seu submercado. Basta fazer com que venham para o seu nicho, criado com a sua Nova Oportunidade.

Tudo isso foi explicado em detalhes na live do Traffic Secrets!

[Clique aqui e assista!](#)

MUITO OBRIGADO!

Aproveite e venha falar comigo!



@fernandobrasao



contato@fernandobrasao.com