



# CÓDIGO DOS EXPERTS **MILIONÁRIOS**

## FORMULÁRIO DE PLANEJAMENTO

- I. Qual o **objetivo** dessa copy? Que ação ela quer causar?
- II. **O SEU PROSPECTO**
- III. Descreva o prospecto/cliente ideal para o seu produto
  - A. Nome & Foto
  - B. Idade
  - C. Gênero
  - D. Nível Educacional
  - E. Nível de Renda
  - F. Outras informações relevantes
- IV. Descreva as **Crenças, Desejos, Interesses e Sentimentos** que o seu prospecto tem em relação ao que a sua oferta oferece.
- V. Qual a **CONVERSA** que o seu prospecto já tem consigo mesmo sobre esses benefícios ou falta deles na sua vida?
- VI. Como o prospecto está provavelmente se *sentindo* agora mesmo pela **falta desses benefícios** em sua vida?
- VII. Para quem **NÃO É** a sua oferta?
- VIII. **BENEFÍCIOS E OBJEÇÕES**
- IX. Qual é o **BENEFÍCIO PRIMÁRIO** que o seu produto entrega para os seus clientes?
- X. O seu produto entrega esse benefício de **maneira única**? Você possui um *Método ou Mecanismo Único*? Se sim, explique
- XI. Liste os **BENEFÍCIOS** que a sua oferta entrega (destaque aqueles que só você pode entregar/fazer). Depois organize-os de forma descendente (do maior para o menor) baseado no valor e importância dos mesmos
- XII. Como a sua oferta poderá ajudar o seu prospecto nesses aspectos (EJACA):
  - A. **Encorajar seus sonhos**
  - B. **Justificar seus erros**
  - C. **Aliviar seus medos**
  - D. **Confirmar suas suspeitas**

E. Atirar pedras em seus *inimigos*

- XIII. Liste as **OBJEÇÕES** que o seu prospecto provavelmente terá em relação a sua oferta e tudo que você entrega
- XIV. Descreva em detalhes como é a vida do seu prospecto *hoje*, **ANTES** de usar o seu produto (Ter, Sentir, Rotina, Status)
- XV. Descreva em detalhes como será a vida do seu prospecto *no futuro*, **DEPOIS** de usar o seu produto (Ter, Sentir, Rotina, Status). Descreva usando a técnica do *Futuro Presumido*: não diga “Você se sentirá mais confiante...”, mas sim “Você se sente mais confiante...”
- XVI. Liste o que você precisará para provar e **superar essas objeções**
- XVII. Liste **metáforas, símiles e analogias** que descreva o benefício primário do seu produto, problemas e objeções (Ex.: “É como um GPS guiando você para conseguir mais lucro.”, “É como ter uma Ferrari e tentar acelerar com o freio de mão puxado.”)
- XVIII. Como que isso funciona? Você possui algum **framework ou estrutura** do seu conteúdo para melhor apresentá-lo? Se possível, crie um e dê nome a ele (Ex.: a Blueprint de Marketing, o Método CEM, a Premissa Principal, etc.)

**XIX. SOBRE O AUTOR**

- XX. Qual é o **TOM** mais apropriado para falar com o seu prospecto sobre esse assunto? (Frustração, raiva, indignação, vingança, otimismo, medo, conspiração, etc.)
- XXI. Preencha abaixo para montar a sua **Jornada do Herói**:

- A. **Por que** você decidiu escrever essa carta/gravar esse vídeo/entrar em contato sobre isso hoje? **Por que** é **urgente**?
- B. Como você **descobriu** o que você está compartilhando hoje?
- C. Você contou com a ajuda de algum **mentor**?
- D. Que **desafios e dificuldades** você passou até descobrir a solução?
- E. Como a sua vida mudou depois que você descobriu tudo isso?
- F. Como você é **unicamente qualificado** para falar sobre o assunto?
- G. Como isso é **relevante** para o seu prospecto?
- H. Como a sua história **prova** que você pode resolver o problema que o seu prospecto enfrenta hoje?

**XXII. OUTROS**

- XXIII. Qual é o **ESTADO MENTAL E EMOCIONAL** perfeito que o seu prospecto precisa estar para que a venda ocorra? O que a pessoa precisa **acreditar e sentir** para tornar a compra do seu produto quase que *obrigatória*?
- XXIV. Resuma em uma frase a **PREMISSA PRINCIPAL** o que a pessoa precisa **acreditar** para que não agir agora mesmo seja *contra* seus valores e princípios? (Fórmula:

Essa **[Nova Oportunidade]** é o segredo para **[Desejo]** e você só consegue através do meu novo **[Mecanismo / Solução].**)

- XXV. Você possui um **PONTO DE DIFERENCIACÃO?** (Escolha um dos 30+ sugeridos dentro da aula de "Blueprint: Marketing" no Sistema Acelerador de Marketing)
- XXVI. Qual é a sua **PROPOSTA ÚNICA DE VENDAS?** (Fórmula: *[Frase de Poder] Como [RESULTADO] Sem Que / Mesmo Que [OBJEÇÃO]*)
- XXVII. Como isso é **DIFERENTE** de tudo o que eu já vi antes? O que torna isso único?
- XXVIII. Como eu sei que isso é **REAL**? Liste as **PROVAS** que você precisa para que o seu prospecto acredite no que você está dizendo hoje
- XXIX. Quem ou o que tem me **IMPEDIDO** de ter os resultados que eu gostaria? Onde eu ponho a culpa, *porque ela não é minha!*
- XXX. O que eu **PERCO** ao não me inscrever hoje?

#### **XXXI. EXTRAS**

- XXXII. Qual é a **IDEIA CONECTORA** de toda a sua copy? A sua "moral da história"
- XXXIII. Alguma **MISSÃO, CAUSA OU MOVIMENTO** pela qual você luta que faz parte do motivo do por que você decidiu criar esse produto/serviço?
- XXXIV. Algum **VILÃO OU INIMIGO** que tem causado os problemas na vida do seu prospecto?
- XXXV. Liste histórias, notícias e outras discussões populares conectadas aos problemas e benefícios que a sua oferta engloba

#### **XXXVI. A OFERTA EM SI**

A. **Qual é a oferta?** Liste tudo que a pessoa recebe

**B. Preço**

- 1. Preço dos competidores
- 2. Preço nominal
- 3. Desconto em %
- 4. Desconto em R\$
- 5. Preço Final
- 6. Âncoras
- 7. Trivialização

**C. Garantias (Incondicional / Condicional)**

D. **Bônus / Premiums:** nome, descrição e valor de cada bônus

**E. Motivador de Urgência / Escassez**

**F. Processo de Compra**

**G. Depoimentos (2 à 4)**

**H. Outros**

**XXXVII. NOTAS**