



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 DIFERENCIAÇÃO?** (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