

TUDO NO MERCADO DIGITAL É TESTE.

>> PC: PÁGINA DE CAPTURA:

Estímulos que fazem o cérebro humano prestar atenção ou tomar decisão.

- Objetivo: Capturar o lead (único objetivo).

ESTRUTURA:

- NOME + Transformação + Data;
- Formulário de captura (nome, e-mail e telefone) com botão de cadastro;
- 5W2H: O que é esse evento? Por que? Pra quem? Quando? Onde? Como vai ser?

QUANTO CUSTA?

- Outro botão de inscrição (facultativo);
- Bio do especialista (breve explicação, princípios + foto);
- Rodapé (política de privacidade, contato, termos de uso),
Página de obrigado:
- Objetivo: confirmar a inscrição e direcionar a um grupo (WhatsApp ou Telegram)

ESTRUTURA:

1. Headline de urgência (IMPORTANTE + informações breves do motivo de inscrição para o lead entrar no grupo);
2. Copy curta de CTA;
3. Botão + CTA;

- 4. Rodapé (política de privacidade, contato, termos de uso),

A confirmação de conversão acontece quando o lead entra na página de obrigado.
Entrar somente na página de captura não confirma a captura.

>> PÁGINA DE VENDAS SIMPLES:

- Objetivo: vender.

ESTRUTURA:

- Cronômetro de urgência (opcional, utilizar quando existe limite de);
- Nome do produto + Transformação;
- Vídeo de vendas;
- Botão de compra;
- Depoimentos;
- Rodapé (política de privacidade, contato, termos de uso),

>> PÁGINA DE VENDAS ROBUSTA:

- Nome do produto + transformação do produto;
- Vídeo de venda;
- Preço (opcional);
- Botão de compra;
- Depoimentos;
- 5W2H (destinado à venda para quem é e para quem não é o produto/ treinamento/serviço).

AULA#08

Páginas necessárias para um lançamento

OBJETIVO DE TRAZER CLAREZA:

- Bio do especialista (sobre o mentor, utilizar os melhores números);
- Botão de compras;
- Bônus/presentes;
- Preço (parcelado e à vista);
- Garantia (mínimo de 7 dias);
- Botão;
- FAC (perguntas frequentes),

PÁGINA DE LISTA DE ESPERA:

- Objetivo: utilizada para cadastro e captação de leads após a finalização das inscrições.

ESTRUTURA:

- Headline (“você chegou atrasado”);
- Copy explicativa (curta explicando o que é a lista de espera);
- Formulário (como entrar na lista de espera, como vai funcionar);
- Rodapé (política de privacidade, contato, termos de uso).

Uma página não pode demorar mais de dois segundos para carregar.

O que você pode fazer para melhorar o seu lançamento?