

[MODELO]

Concepção básica Lançamento

ESTRATÉGIA: Lançamento possuído [nome do lançamento]

PRODUTO: Seu produto (sua oferta no lançamento)

1-)DATAS:

- Abertura de carrinho =
- Fechamento de carrinho =
- Período de Compra de tráfego:
- Dia do Evento(aulas) = Aula 1 = ; Aula 2 = ; Aula 3 = ; Aula 4 = ; Aulas de fechamento =

2-)OPORTUNIDADE:

- Citar, deixar claro, as oportunidades de mercado que esse lançamento vai aproveitar.

Exemplo: "Temos 2000 alunos que fizeram um curso inicial prontos para subir de nível, pedindo um algo mais" "Atualmente o governo anunciou uma medida econômica que fará com que essa oportunidade de negócios decole"

3-)AVATAR: DORES E SONHOS

Resumo do que o Avatar mais deseja

- Citar tudo que você sabe sobre o comportamento do seu avatar

DORES E SONHOS

- Citar a lista de dores
- Citar a lista de sonhos e desejos do avatar
- Se tiver mais de um avatar do produto, você deve separar dores e sonhos por avatar
- Citar batalhas internas e externas do avatar
 - Internas: o que eu sinto por não conquistar o que quero ou por estar com o problema. É sobre o que acontece nos sentimentos e pensamentos. Exemplo: me sinto um lixo por não conseguir colocar meu filho numa escola particular.
 - Externas: é o que as pessoas veem, exemplo: conquistar o carro, comprar a casa, casar, viajar, emagrecer, etc.

4-)COPY DO LANÇAMENTO:

3 PILARES DA COPY DO POSSUÍDO: ENCONTRE O SEU CIM

(1-CAUSA, 2-INIMIGOS, 3-MENSAGEM QUE SALVA)

1-CAUSA - Algo que está errado no mundo e que o expert quer solucionar. Criação de uma causa, manifesto, movimento. Algo que você queira levantar uma bandeira de inconformismo, rebeldia positiva, vontade de quebrar o sistema.

"Não acho justo o número de engenheiros que estudaram tanto e acabam tendo que trabalhar de uber por não conseguir se colocar no mercado. Chega, isso precisa acabar e foi por isso que eu criei a imersão online Engenheiro Milionário"

2-INIMIGO EM COMUM (SOMA DE VÁRIOS INIMIGOS) - Some vários problemas, mostre quais são e então trate como uma conspiração. "Existe uma classe de profissionais que quer que você acredite que você tem que ser uma modelo para fazer sucesso no instagram. Que somente com um corpo escultural e muito ostentação para mostrar que você fará sucesso. Eu chamo essa conspiração de Ditadura do Fake e eu quero a sua ajuda para destruir esse equívoco de uma vez por todas. Você não pode matar o seu sonho de ser influencer, você não pode acreditar nessa mentira que uma minoria inescrupulosa vem fazendo de tudo para você acreditar".

3-MENSAGEM "SALVADOR DO MUNDO" - É a sua mensagem, a sua solução: "sua vida não pode ser um inferno toda vez que você vai fazer uma fritura, por isso criamos o revolucionário AirFryer qcom o revolucionário sistema rapid air que frita os alimentos sem a necessidade de uso de óleo"

Importante: sempre que possível demonstre a sua mensagem associada ao seu mecanismo único, que nada mais é que o diferencial de outras soluções que podem existir no mercado.

AGORA QUE VOCÊ JÁ TEM O CIM, VOCÊ PRECISA DE UM NOME PARA O SEU LANÇAMENTO POSSUÍDO

(CIM = CAUSA, INIMIGOS, MENSAGEM QUE SALVA)

O que é importante ter no nome do evento?

Algo que evidencie a sua luta (causa que quer levantar no mundo)

Algo que evidencie a sua mensagem salvadora (benefício que quer gerar, promessa)

Algo que conecte com emoções bem definidas (ira, amor, ganância, pertencimento, etc)

Exemplo1

Plano imediato para emagrecer nas férias

Exemplo 2

Maratona Dobre seus lucro na bolsa

Exemplo 3

Imersão Coach milionário

Exemplo 4

Imersão Exterminador de gordura

Exemplo 4

Imersão fale inglês com nativos

Exemplo 5

Maratona solteira nunca mais

O Nome do evento é: _____

5-) PROMESSAS DO POSSUÍDO

Agora que você já sabe os inimigos que quer combater e a causa que quer lutar, então faça uma lista de benefícios claros e tangíveis de participar do Possuído.

LISTE 20 VANTAGENS CLARAS E TANGÍVEIS EM PARTICIPAR DO POSSUÍDO. NÃO MENOS QUE 20 E NADA "PIMPÃO" EXEMPLO: CONQUISTAR PLENITUDE.

- 1-)**
- 2-)**
- 3-)**
- 4-)**
- 5-)**
- 6-)**
- 7-)**
- 8-)**
- 9-)**
- 10-)**
- 11-)**
- 12-)**

- 13-)
- 14-)
- 15-)
- 16-)
- 17-)
- 18-)
- 19-)
- 20-)

6-)OBJEÇÕES DO AVATAR:

(Faça uma lista de possíveis objeções do seu avatar)

Exemplos clássicos

- Não é pra mim
- É muito difícil
- Não tenho dinheiro
- Preciso de dinheiro pra começar?
- Sou muito velho, sou muito novo, vai funcionar?
- Eu tenho que ter faculdade?
- Será que é possível com a minha situação.
- Preencha com capricho, converse com seu time, entreviste alunos, etc

7-)ARMADILHAS E MITOS DO AVATAR

(o que ele faz achando que é certo mas é errado). Se esforce para achar uma lista de pelo menos 8

Exemplo:

- Guardar dinheiro na poupança é bom
- Comer de 3 em 3 horas emagrece.

Liste ao menos 8 armadilhas bem clássicas do seu nicho:

- 1-)
- 2-)
- 3-)
- 4-)
- 5-)
- 6-)
- 7-)
- 8-)

8-)LINHA GRÁFICA DO LANÇAMENTO:

(Responda)

As emoções que quero passar para logo e artes são....

O que quero que o avatar sinta ao ver minha comunicação visual é....

O que não quero que tenha nem no logo nem nas cores é.....

O que faço questão que exista no logo e nas cores é....

9-)SOBRE O PRODUTO E OFERTA DO POSSUÍDO)

- **Qualidades do produto:**

- Ultra Rápido. Isso é verdade?
- Simples. Sim?
- Implementação imediata. Isso é real?
- Baixa curva de aprendizado (rápido demais para aprender, usar e ter resultados). Isso é real?
- Não requer habilidades especiais. Isso é real?
- Não requer acessórios especiais. Isso é real?
- Atua na causa dos problemas?

- **O produto realmente resolve os problemas?**

- Sim ou Não?

- **O Produto tem um sistema único/diferenciado?**

- Tem certeza que ele é diferente? Diferente e muito bom?

- **Quais são os passos que o método usa para gerar transformação?**

(tenha clareza dos passos ou chaves do méto. Descreva abaixo e explique sucintamente o que cada um significa)

- Passo X
- Passo Y
- Passo Z
- Passo N

- **A Garantia é No Brainer?**

- É aquele tipo de garantia que faz a pessoa confiar totalmente?

- **A oferta é realmente irresistível?**

- Fala a verdade vai? Oferta boa é diferente de oferta irresistível

- **Qual é o grande vilão? (inimigo em comum)**
 - Ele está definido e tem um nome atraente (pegar isso lá na copy do produto)
- **Para quem é o Programa?**
 - Para quem quer fazer a sua parte e implementar um plano claro de vida
 - Exige ação
 - Não é para quem quer só ler o livro
 - Etc....
 - Esses são exemplos para clarear a sua mente. Escreve aqui sem preguiça para que você possa segmentar bem.
- **Quais são os requisitos necessários para se fazer o programa/adquirir o produto?**
 - Saber ler
 - Saber usar a internet para o evento
 - Ter ação
 - O que mais ??? Escreva aqui
- **O NPO está acima de 7,5 ?**

(O cálculo feito no Encontro 1. O cálculo é do que será vendido e não do nome do lançamento)

(N Alto = Demanda forte e febril, sem teto, necessidade clara e grande consciência da dor)

(P Alto = Sedutor, Quase Mágico, Bem embalado, Transformador ultra rápido, gostoso de ser comprado, cheiro de desejo no ar, nome que gruda, nome difícil de ser copiado)

(O Alto = Valor utilitário muito maior que o monetário, impossível de ser ignorada, não tem como reclamar do preço diante de tantas vantagens, condições de pagamentos facilitadas, a copy está pegando direto na jugular, consegue facilmente tangibilizar o retorno que faz o produto parecer barato)

 - Nota de N = ____
 - Nota de P = ____
 - Nota de O = ____

NPO = SOME O VALOR DOS 3 E DIVIDA POR 3

10-)INFORMAÇÕES ADICIONAIS:

Estratégia de Lançamento se divide em fases (VOCÊ ORGANIZA COMO QUISER, MAS ESCREVA AQUI PARA FICAR DOCUMENTADO)

Exemplo:

1-) Comprar tráfego com inúmeros criativos do guarda-chuva completo

- 2-) Rodar o evento em 5 aulas noturnas ao vivo
- 3-)Fazer duas aulas de lançamento ("Raio X" e "Passa a Régua")
- 4-) Vender produto com bônus das aulas 4 em diante
- 5-)Quando abrir o carrinho na quinta-feira a noite, distribuir sequencia de email de ganho, causa e dor até fechar o carrinho
- 6-)Fazer primeiro lote por 72 horas
- 7-)Organizar time de recuperação de pedidos
- 8-)Vender um downsell uma semana após fechar o carrinho
- 9) E o que mais?
- 10) E o que mais?

11-)OS AGREGADOS DO PRODUTO PRINCIPAL

- Produto já existe? Sim? Precisa revisar?
- Produto do zero? Como vai entregar? Criar a área de membros e integrações.
- Testar o caminho do cliente ao fazer a compra

- Qual e o upsell e por que escolheu essa oferta?

- Essa oferta fará realmente a conversão do upsell ser de no mínimo 10%?

- Existe um order bump interessante para a oferta?

- Quais são os bônus do produto? Eles fazem sentido? Eles aumentam a vontade de comprar e matam possíveis objeções? Eles são estratégicos?
 - Bônus 1 é esse por esse motivo
 - Bônus 2 é esse por esse motivo
 - Bônus 3 é esse por esse motivo
 - Bônus 4 é esse por esse motivo
 - E por aí vai

12-)OFERTAS:

- Aqui eu descrevo as ofertas e suas particularidades
- Aqui eu descrevo as ofertas de lotes se assim tiver (exemplo lote1, lote 2)

13-)ESTRUTURA TÉCNICA DO LANÇAMENTO

(É para tudo ficar claro e documentado, principalmente para quem trabalha com time remoto)

- Exibição no youtube

- Criação de página R2X na seguinte ferramenta e da seguinte forma

- Vamos mandar email para toda base ? Se sim , como será?
- Vamos Fazer teste A/B de páginas para considerar diferentes headlines (testar ao menos duas opções de páginas)
- Vamos avaliar o caminho do cliente com precisão para ver se nada atrapalha a conversão ou se gera suporte desnecessário por falta de clareza.
- Vamos criar remarketing com vídeo para abandono de carrinho
- Vamos fazer páginas de captura na seguinte ferramenta
- Vamos usar os seguinte gerenciador de tarefas
- Vamos usar as seguintes mídias para anúncios

14-) TODOS OS LINKS DO LANÇAMENTO:

- Link do modelo de squeeze:
- Links dos vídeos usados para comprar tráfego:
- FACEBOOK:
- INSTAGRAM:
- YOUTUBE ADS:
- GOOGLE ADS (antigo AdWords):
- Links de ofertas
- Links de presentes
- Links de páginas de desafios ou outras coisas extras

14-)METAS DE FATURAMENTO:

Exemplo

1 R\$ 400.000,00 [XX Tickets]

2	R\$ 550.000,00	[XXX Tickets]
3	R\$ 700.000,00	[XXX Tickets]
4	R\$ 900.000,00	[XXX Tickets]
5	R\$ 1.200.000,00	[XXX Tickets]

15-)INVESTIMENTOS E DEFINIÇÕES:

EXEMPLO:

ATÉ 250 K COM ROI MÍNIMO DE 4

16-)TEXTOS DOS ANÚNCIOS DO LANÇAMENTO

Dicas:

- 1) Transforme as vantagens de participar do possuído lá do item 5 em perguntas. Exemplo se a vantagem é dormir sem remédios: Precisa de remédios para dormir ? bla bla bla.
- 2) Uma outra forma de fazer é contrariar a lógica. Pegue a lista de armadilhas e use em anúncios como exemplo: Sabia que 97% das pessoas que tem dinheiro na poupança perdem nunca serão ricas? Bla bla bla...
- 3) Nossa dica, transfira copy modelo CIM (causa, inimigo e mensagem) em forma de anúncios. Cada item da causa, cada inimigo e o ideal principal costumam funcionar nos anúncios também. A super diversificação de criativos vai fazer a diferença no seu lançamento.

EXEMPLOS:

- **Avatar 1 - Variação 1**

CHAMADA

Seu casamento está em pé de guerra?

TEXTO

Já faz tempo que você e seu marido estão discutindo por qualquer coisa? Mesmo fazendo de tudo parece que vocês não se acertam mais? Parece que nunca mais vai ser a mesma coisa? Calma você pode estar sofrendo da síndrome dos 7 anos e isso tem cura! E foi pensando nisso que eu decidi fazer um evento bla bla bla [CTA completo]

- **Avatar 1 - Variação 2**

CHAMADA

TEXTO

- **Avatar 1 - Variação 3**

CHAMADA

TEXTO

- **Avatar 1 - Variação 4**

CHAMADA

TEXTO

- **Avatar 1 - Variação 5**

CHAMADA

TEXTO

17-)DEBRIEFING DA ESTRATÉGIA

- Durante o lançamento e até uma semana depois do carrinho fechado, escreva aqui abaixo uma lista do que deu muito certo e do que deu ruim. Isso é fundamental com inteligência de dados para próximas ações

O que deu certo foi.....

O que deu ruim foi