

O formulário para o blueprint da

Página Apollo

<input checked="" type="checkbox"/>	<div><div></div><div></div></div>
<input checked="" type="checkbox"/>	<div><div></div><div></div></div>
<input checked="" type="checkbox"/>	<div><div></div><div></div></div>
<input type="checkbox"/>	<div><div></div><div></div></div>



Checklist

Headline que excitam



Checklist

Headline que excitam

Identifique-se instantaneamente com seu cliente perfeito. Destaque-se da concorrência. Atraia os visitantes, aderindo aos benefícios que lhes interessam.

Grandes headlines fazem três coisas ...

- 1 Se conecta _____
- 2 Não fala sobre _____
- 3 Fala sobre _____

A única coisa que você não pode fazer é ...

Tentar _____

Liste 10 recursos do seu produto.

Experimente: agora transforme esses recursos em BENEFÍCIOS!

Ex. Todas as rodas —→

Faça tração nas quatro rodas para que sua aventura continue por muito tempo depois de seus amigos terem que voltar

Benefícios

x

Recursos

Recursos _____ sua oferta

Benefícios _____ sua oferta

Truque Ninja #1

Use a frase" _____ >(

para descobrir os benefícios que seu público vai adorar.

Truque Ninja #2

Ótimo site para encontrar Headlines incríveis: swiped.co

Fórmulas Finch Headlines

Fórmula 1:

Como finalmente _____

Sem ter que _____

Fórmula 2:

_____ Dicas para a perfeição _____ em apenas alguns minutos

Fórmula 3:

Finalmente, um _____ que _____

em _____ sem _____ Garantida!

Sua vez: escreva três headlines para o seu produto!

Vamos colocar isso em ação. Crie três headlines para a sua página agora.
Use as fórmulas disponíveis no PDF abaixo da aula ou escreva suas próprias do zero

Experimente: Headline nº 1

Experimente: Healine nº 2

Experimente: Healine nº 3

Checklist

História



Checklist

História

Quer se destacar da concorrência? Use histórias para vender seus produtos! Eles são incrivelmente fáceis de escrever e são o atalho de vendas de que você precisa para superar grandes objeções e começar a vender imediatamente

Por que as histórias o ajudam a vender?

1 Pessoas _____ histórias

2 Pessoas _____ histórias

Por que as histórias o ajudam a vender?

1 Destroí as _____

2 Vende _____

3 Faz a sua _____

Qual é a meta final desejada pelo seu cliente perfeito?

Não tenha medo de entrar em detalhes aqui! Este é o momento de cavar fundo e falar sobre quais emoções as pessoas sentirão, quais preocupações irão se dissipar e quais novas experiências terão.

**Liste 3 grandes objeções que seu cliente perfeito
está lutando mentalmente.**

1

2

3

Descreva sua própria história de herói abaixo.

Quem ou o que é seu herói?

Qual obstáculo está no caminho?

Que evento causou o Breakthrough?

Descreva o Sempre Depois!

EXEMPLO: Aqui está minha história de herói tentando ganhar dinheiro pela internet.

Quem ou o que é seu herói?

Aos 17 saí do primeiro ano do ensino médio para tentar ganhar dinheiro na internet sem dinheiro no bolso e nenhum conhecimento sobre como fazer dar certo num mundo cheio de informações e falsos gurus vendendo mentiras.

Qual obstáculo está no caminho?

Meus pais me chamavam de louco e meus amigos diziam que isso não era possível, que eu nunca iria conseguir ficar rico usando a internet. Além do mais, os melhores conteúdos eram americanos e eu não sabia falar inglês

Que evento causou o Breakthrough?

Eu encontrei alguns gurus específicos que me mostraram técnicas infalíveis que eram a prova de falhas e passei dezenas de finais de semana aperfeiçoando cada método que aprendia.

Descreva o Sempre Depois!

Após anos errando e acertando, lancei vários produtos digitais com técnicas lapidadas por mim que colocaram milhões de reais no meu bolso. Pude calar a boca dos duvidosos que hoje me pedem consultorias e gasto a maior parte do meu tempo livre viajando.

Fórmulas para contar histórias

A fórmula do herói:

Apresente seu herói.

Esse herói se depara com um obstáculo.

Depois de lutar, o herói naturalmente consegue o grande avanço

A vitória, quem ele é hoje.

Uma simples fórmula para uma boa história

Ei, conheça _____ que simplesmente não podia _____

Até que um dia _____

e finalmente _____

A Fórmula Pixar:

Era uma vez _____

Todos os dias, _____

Até que um dia _____

Por causa disso, _____

Por causa disso, _____

Até que finalmente _____

NÔMADE
MILIONÁRIO

Formulário

Prova



Formulário

Prova

Como colocar os maiores medos do seu cliente para descansar apoiando-se na credibilidade externa.

Palavras para lembrar ...

- Os depoimentos não precisam ser sobre o seu produto, eles podem ser sobre você!

Prova

Use o script a seguir para começar a coletar depoimentos de clientes atuais hoje! Pegue este script, insira seu próprio incentivo (ou use minha ideia do prêmio em dinheiro!) E envie-o

Este script deve ser enviado a qualquer pessoa que possa testemunhar o uso do seu produto, não importa quanto resultado tenham obtido. Envie-o para sua lista de e-mails de compradores ou em qualquer outro meio de contato com seus clientes como um grupo do Facebook.

Não importa se você recebe 1 depoimento ou 100 depoimentos. Este e-mail vai ajudar você a criar uma prova inegável de que o seu produto funciona.

Script # 1

Assunto: Preciso de sua ajuda. [PRIMEIRO NOME VAI AQUI]
Você gostaria de concorrer a R\$ 200,00? Eis o que tem de fazer.

Estou coletando a experiência positiva que nossos alunos vem obtendo com o método [NOME DO SEU MÉTODO OU PRODUTO].

Espontaneamente já recebemos quase que diariamente relatos positivos que os alunos vem obtendo com o programa. Porém, estamos a fim de intensificar nosso portfólio de sucesso com sua ajuda.

Queremos levar esse método para o máximo de pessoas possíveis com a sua ajuda!

Tire uma foto sua mostrando no formato antes e depois para vermos sua evolução com o KETOX30, ou, apenas tire uma selfie com um de seus pratos preferidos do plano de 30 dias!



Vamos recolher todas as fotos até o dia [INSIRA UMA DATA] e após isso faremos um sorteio do vencedor que ganhará o prêmio até o dia [INSIRA UMA DATA].

Por enquanto é isso!

OBS: Fazer um vídeo lhe compra automaticamente mais uma rifa nesse sorteio, o que dobra suas chances de ganhar o prêmio.

[SEU NOME AQUI]

Sem clientes? Sem problemas!

Olha, se você ainda não tem nenhum cliente, ainda pode obter prova social! Encontre pessoas que possam falar positivamente sobre algo que gira em torno do seu método em fontes confiáveis...

3 maneiras de criar provas sem clientes ...

- Pesquisas + estudos publicados
- Citações de celebridades
- Colete provas sobre VOCÊ ou sua marca de parceiros, amigos, colegas de trabalho, etc.

Script de coleta de depoimentos nº 2

Aqui está um script que você pode usar para coletar depoimentos, mesmo se ainda não tiver clientes. Este script de copiar e colar deve ser enviado para qualquer pessoa com quem você já trabalhou, amigos que você ajudou, clientes anteriores, seguidores de mídia social, postado em painéis de mensagens ...

Qualquer pessoa que você já ajudou no passado pode ajudar a estabelecer sua prova! Em qualquer lugar que alguém possa falar sobre a credibilidade de você ou de sua marca, cole esta mensagem!

Pedir um “depoimento” vai te dar grilos. Mas quando você enquadra a conversa como um “favor rápido”, as pessoas aproveitarão a oportunidade para ajudar. Sinta-se à vontade para personalizar este script para cada pessoa para quem você o enviar

Script # 1

ASSUNTO: Você pode ajudar?

Olá [PRIMEIRO NOME],

Você pode me fazer um favor rápido? Estou enviando este e-mail para algumas pessoas com quem trabalhei no passado, porque estou procurando uma resposta para uma pergunta ... O que você diria a alguém que está pensando em me contratar?

Se você pudesse me responder uma ou duas frases sobre como tenho sido capaz de ajudar no passado, isso significaria o mundo para mim! Pontos de bônus se houver alguma história específica que você pode compartilhar que captura isso!

SEU NOME AQUI

NÔMADE
MILIONÁRIO

Formulário

Oferta



As escalas de valor

Seus clientes estão sempre pensando só o dinheiro que possuem no bolso será uma boa troca no que o seu produto pode fazer por eles. A maneira mais fácil de equilibrar a balança a seu favor é criar uma Pilha de Ofertas

A pilha de ofertas

Liste os itens que o seu cliente está recebendo. Ele já conhece o seu produto e já pode até saber o que seu produto fará por ele, ainda sim, quebra-lo em pedaços pode ser uma ótima estratégia.

Dieta de Pudim Russo

O check list a prova de falhas

Fornecedores de ingredientes secretos

Plano de 30 dias

Dica ninja nº 1:

Vá ao Google, Amazon ou ClickBank e pesquise uma palavra-chave em seu mercado. Clique em um resultado de pesquisa anunciado e examine a página para ver o que eles incluem em sua Pilha de Ofertas

Dica ninja nº 2:

Veja os itens a combinar com o seu produto e liste-os de acordo com o conteúdo interno do seu produto, Cada novo item é um peso extra a seu favor na sua

Sua vez: monte sua pilha de Oferta

Vamos começar colocando tudo de uma vez! Liste de 3 a 6 itens de linha exclusivos que compõem a sua pilha de oferta.

Experimente:

1

2

3

4

5

6

Quando você “Vende o Genérico” ...

- Seus clientes dizem: "Vou apenas comprar o que quer que seja" _____

O Blueprint de uma página de vendas ...

- Constrói valor para seu produto, então, no momento em que os clientes virem seu preço, eles estarão prontos para _____

Uma grande queda de preço ...

- Faz qualquer preço _____
- Estabelece _____
- Faz _____ Desaparecer

Dica para ninjas

- Quanto você pagaria para obter os mesmos benefícios?
- O que alguém teria de gastar em outro lugar para obter os mesmos benefícios?

Preços da vitrine falsa

Liste seu valor total primeiro da sua pilha de ofertas e, em seguida, fixe seu preço final na caixa abaixo ...

Valor Total

Preço

Uma boa garantia

- Quanto melhor a garantia, mais o cliente sente sua _____
- Cria a sensação de risco. _____

Dica ninja nº 1:

- Forneça uma garantia tão boa que seus clientes se sentirão estúpidos por NÃO comprar imediatamente, porque você tornou tão fácil dizer sim

Dica ninja nº 2:

- Lembre-se de usar um benefício específico em sua garantia, "Você perderá 7 quilos em 7 dias ou mandarei cada centavo de volta! "

Sua garantia

Escreva a sua garantia na caixa abaixo ...

Q&A

Uma sessão de perguntas e respostas que procura responder **pelo menos seis perguntas**



Numere as 6 perguntas principais que seu publico pode ter

1

2

3

4

5

6
