



A CHECKLIST DE LANÇAMENTO DO COPYWRITER

CHECKLIST

- 01 Aceite a mentalidade
- 02 Converta seu perfil no Instagram para comercial
- 03 Defina no que você é melhor que a maioria das pessoas
- 04 Defina as dores que você resolve
- 05 Defina os temas do seu conteúdo
- 06 Prepare seu perfil para receber gente
- 07 Use os stories em destaque
- 08 Faça lives semanais
- 09 Faça nuggets das lives
- 10 Use as legendas dos posts corretamente
- 11 Use hashtags
- 12 Paralelamente às lives, faça stories
- 13 Use o Instagram Analytics
- 14 Pesquise seu público
- 15 Escale a distribuição de conteúdo com tráfego pago
- 16 Traga as pessoas para mais perto
- 17 Prepare uma página de captura
- 18 Defina iscas para tirar as pessoas do Instagram
- 19 Direcione seu conteúdo para a oferta
- 20 Faça anúncios para capturar pessoas
- 21 Defina sua proposta única de valor para o produto
- 22 Convide seu público para uma série de lives
- 23 Faça anúncios para a sua série de lives
- 24 Entregue conteúdo direcionado na semana de lives
- 25 Cadastre seu produto na Hotmart
- 26 Faça anúncios de carrinho aberto
- 27 Faça anúncios para quem chegou ao checkout mas não finalizou a compra



ACEITE A MENTALIDADE

Não cometa o erro de ver a internet como uma grande vitrine de produtos e se esquecer de que as pessoas vêm aqui para se conectar com outras pessoas. Você não pode tentar vender pela insistência. No marketing digital, se ganha dinheiro com conteúdo útil e relacionamento. Só siga para os próximos passos se estiver com disposição para servir às pessoas.



CONVERTA SEU PERFIL NO INSTAGRAM PARA COMERCIAL

Você vai precisar verificar algumas estatísticas sobre a sua conta e fazer anúncios. Isso só é possível com um perfil comercial. Para trocar, vá nas configurações do seu perfil, depois em "Conta", depois "Mudar para uma conta comercial".



DEFINA NO QUE VOCÊ É MELHOR QUE A MAIORIA DAS PESSOAS

Você não precisa ser o maior especialista do mundo para começar. Basta um olhar honesto sobre o seu dia a dia para notar que você faz algumas coisas melhor do que todo mundo. A descoberta da sua maior competência vai definir o seu nicho.



DEFINA AS DORES QUE VOCÊ RESOLVE

Ainda na mesma linha do passo anterior, observe o que pessoas próximas (parentes, amigos, colegas de trabalho) mais costumam te perguntar ou pedir. Você com certeza é referência em alguma coisa. Anote os favores que você mais faz para saber as necessidades que você melhor atende.



05

DEFINA OS TEMAS DO SEU CONTEÚDO

Já sabendo como você pode ajudar as pessoas e do que elas mais precisam, defina sobre quais temas vai falar.

Lembre-se dos problemas que identificou nas pessoas ao seu redor e pense na sua própria jornada até chegar onde está. Você certamente encontrará muitos assuntos para cobrir.



06

PREPARE SEU PERFIL PARA RECEBER GENTE

Seu perfil é o primeiro ponto de contato com quem nunca te viu, então use técnicas de copywriting lá também. Procure usar linguagem persuasiva para escrever uma descrição clara e interessante. A ideia é responder à pergunta: "o que eu ganho seguindo este perfil?".



07

USE OS STORIES EM DESTAQUE

Use os stories em destaque para se apresentar e dizer o que você faz.

Copy também ajuda aqui: para gerar identificação e autoridade, conte sua história, as dificuldades que enfrentou e os resultados que já gerou.



08

FAÇA LIVES SEMANAIS

Considerando sua matriz de conteúdo e o índice do seu "livro", defina assuntos para lives semanais.

Você não vai ter muita audiência no começo, mas estará criando um conteúdo longo que se transformará em outros vários menores mais tarde.

Não se esqueça de avisar ao seu público com antecedência.



FAÇA NUGGETS DAS LIVES

Corte trechos de até 60 segundos das lives semanais que fizer e poste-os no feed do Instagram. Será uma forma de ter conteúdo ao longo de toda a semana. Capriche na copy das headlines desses vídeos para fisgar a atenção. Você só tem alguns segundos para convencer as pessoas a parar de rolar a tela.



USE AS LEGENDAS DOS POSTS CORRETAMENTE

Não existe lugar onde copywriting não possa ajudar! Comece as legendas dos seus posts com uma pergunta ou provocação, desenvolva elementos de storytelling e termine com uma chamada para ação (CTA).



USE HASHTAGS

Hashtags levam seu conteúdo para pessoas que não te seguem. Use a busca do Instagram para mapear algumas que sejam relevantes para o seu nicho e, tomando o cuidado de alternar para não repetir as mesmas o tempo todo, sempre use nos seus posts e stories.



PARALELAMENTE ÀS LIVES, FAÇA STORIES

Até mesmo nos stories, é possível usar técnicas de copy. Por exemplo: compartilhe momentos do seu dia para gerar identificação, mostre momentos de trabalho para reforçar a autoridade e deixe transparecer algumas fraquezas para que te vejam com um humano semelhante. Além disso, sempre abra caixas de perguntas para criar vínculos com as pessoas e entender o perfil delas.

13

USE O INSTAGRAM ANALYTICS

Descubra quais são seus conteúdos mais populares, a melhor hora do dia para postar e informações demográficas sobre seus seguidores com Instagram Analytics. É só ir até o menu que fica no canto superior direito do seu perfil e, então, em Informações.

14

PESQUISE SEU PÚBLICO

Além de analisar os dados do Instagram Analytics, use as enquetes dos stories para perguntar diretamente à sua audiência quais conteúdos ela mais gosta, os problemas que têm, os melhores horários para lives, etc.

Para pesquisas mais completas, você também pode usar o Google Forms ou o Type Form.

Essas informações vão ser úteis para saber se você está no caminho certo e também para formular a sua oferta mais tarde.

15

ESCALE A DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDO COM TRÁFEGO PAGO

Você cresce muito mais rápido quando investe em tráfego pago para exibir seu conteúdo para mais gente. Ainda que tenha um orçamento bem pequeno (R\$ 5 por dia, por exemplo), já pode começar a depender menos da generosidade do Instagram para distribuir seus nuggets.

16

TRAGA AS PESSOAS PARA MAIS PERTO

Por falar em depender menos do Instagram, um próximo passo que você precisa dar é construir uma audiência própria, fora dele.

Com uma lista de e-mails, um canal no Telegram ou um grupo no WhatsApp, por exemplo, você se livra da filtragem do algoritmo. Todo o seu conteúdo é entregue. Você não vai abandonar o Instagram, mas precisa ter um contato mais direto com as pessoas.



PREPARE UMA PÁGINA DE CAPTURA

Dependendo do método escolhido para cultivar sua base própria (base de e-mails, por exemplo), você vai precisar de uma página na qual as pessoas se cadastram para entrar para sua lista.

Copy nela! Você vai precisar convencer as pessoas a sair de um ambiente no qual elas estão muito confortáveis (Instagram).



DEFINA ISCAS PARA TIRAR AS PESSOAS DO INSTAGRAM

Para que as pessoas aceitem ir para a sua base, você vai precisar entregar algo exclusivo lá. Não vale apenas replicar o conteúdo do Instagram.

Transcrições das suas lives por e-mail? Áudios exclusivos no Telegram?

Use a inteligência que você acumulou sobre o seu público para definir.



DIRECIONE SEU CONTEÚDO PARA A OFERTA

Nos seus conteúdos, comece a falar de assuntos mais relacionados ao produto que você pretende lançar.

De forma sutil, você também já pode começar a quebrar algumas objeções antes mesmo delas aparecerem.



FAÇA ANÚNCIOS PARA CAPTURAR PESSOAS

Use como público as pessoas que já interagem com você no Instagram e faça anúncios para levá-las à sua base (Telegram, lista de e-mails).

Lembre-se de que anúncios também precisam de escrita persuasiva!



21

DEFINA SUA PROPOSTA ÚNICA DE VALOR PARA O PRODUTO

Se você está em contato constante com o seu público, ouvindo problemas e sonhos, já tem condições de formular uma solução para as dores que as pessoas te relataram. Desenvolva um produto que resolva o problema que mais é mencionado nas caixas de perguntas, no inbox e nos comentários.

Como só você conhece tão bem a sua audiência, vai poder conceber uma solução única, sem igual no mercado.



22

CONVIDE SEU PÚBLICO PARA UMA SÉRIE DE LIVES

A essa altura do processo, você certamente tem desenvolvido autoridade e antecipação há algum tempo. É hora de condensar todo esse interesse em um evento maior.

Como você já tem feito lives, uma boa ideia é aproveitar que o público já está acostumado com esse formato e fazer uma semana temática.



23

FAÇA ANÚNCIOS PARA A SUA SÉRIE DE LIVES

Garanta que o máximo de pessoas esteja com você ao longo da semana fazendo anúncios.

Concentre o orçamento no convite para a primeira live e distribua o restante da verba nos demais dias.



24

ENTREGUE CONTEÚDO DIRECIONADO NA SEMANA DE LIVES

Sem medo de entregar demais, prepare um excelente conteúdo para a sua semana temática. Quando chegar o momento de comprar, as pessoas vão retribuir.

O conteúdo das lives deve ter uma sequência lógica e culminar com uma última na qual você fala do seu produto e abre o carrinho por um tempo limitado.

Copy não é só escrita! No vídeo, use os mesmos elementos de persuasão que você usaria escrevendo.



CADASTRE SEU PRODUTO NA HOTMART

Ao final da última live, você vai pedir para as pessoas irem para uma página da Hotmart onde você explica sua oferta em detalhes. Essa é a sua página de vendas e é a etapa que mais precisará de uma copy acertada. Veja se está escrevendo de maneira envolvente, procure usar gatilhos mentais e revise quantas vezes forem necessárias.



FAÇA ANÚNCIOS DE CARRINHO ABERTO

Usando como público as pessoas que assistiram às suas lives, faça anúncios avisando que elas já podem comprar o seu produto. Não se esqueça de reforçar o elemento de urgência mencionando que a oferta é por tempo limitado.



FAÇA ANÚNCIOS PARA QUEM CHEGOU AO CHECKOUT MAS NÃO FINALIZOU A COMPRA

As pessoas que chegaram até a tela de pagamento e, por qualquer motivo, acabaram não comprando são seu público mais quente. Faça anúncios insistentemente para ele convidando para conversar com você no WhatsApp. Tire todas as dúvidas de potenciais compradores e use toda a sua prestatividade e simpatia para fechar vendas no 1 a 1.