

SOCIAL MEDIA PARA LANÇAMENTOS

AULÃO #068 SOCIAL MEDIA DE ELITE

Com uma infinidade de formas de trabalhar, o mercado de lançamentos cresce cada vez mais e é uma grande oportunidade de se destacar na carreira de social media sendo muito bem remunerado por isso. Devo lhe lembrar que é preciso muita responsabilidade e competência para trabalhar no nicho de lançamento pois você estará diretamente envolvido com o sonho de alguém, um social media de elite saberá o que fazer ao estudar profundamente esta aula e o curso de Social Media para Lançamentos dentro do Treinamento Social Media de Elite.

Bons Estudos!

VALTER AZEVEDO

CONSIGO GANHAR MAIS COM LANÇAMENTO?

Eu consigo ganhar mais dinheiro com lançamento do que com o produto físico? Sim! Hoje o mercado que mais paga bem é sim social media para lançamentos também. **Você me aconselha a focar só no nicho de lançamentos?** Não! Porquê? Porque você não deve colocar todas as suas chances em uma tacada só, você precisa diversificar, o segredo está na diversificação, então atenda também outros nichos. O mercado de lançamentos gera muito resultado, porque existem uma infinidade de formas de se trabalhar e ser remunerado por isso por exemplo, alguns infoprodutores além de pagar o salário mensal, toda vez que fazem um lançamento e este bate as metas estipuladas, é distribuído um bônus, uma participação de lucros com a equipe.

DÁ TRABALHO!

O valor que um cliente de lançamento paga geralmente fica em torno de 2 mil a 3 e até 5 mil reais no ano de 2022, por aí, quem trabalha fora do mercado de lançamentos tá acostumado a ganhar mil reais apenas, logo, clientes de lançamento são extremamente rentáveis mas vale lembrar que cliente de social media para lançamentos dá muito mais trabalho, não é igual a hamburgueria que você agenda 50 posts e deixa lá rodando sozinho como se fosse no automático, infelizmente não é assim que vai funcionar, vai delegar muito esforço da tua parte.

A maior dor de um empreendedor digital, um infoprodutor é que eles não tem equipe de social media, a maior dor é que os 'profissionais' que eles contratam e eles mesmos não sabem criar conteúdo.

A maior dor de um empreendedor digital, um infoprodutor é que eles não tem equipe de social media, a maior dor é que os 'profissionais' que eles contratam e eles mesmos não sabem criar conteúdo.

Trabalhar em um lançamento é trabalhoso mas ao mesmo tempo é muito mais fácil do que trabalhar atendendo uma empresa privada sabe porquê? Porque **o conteúdo ele já existe**. Todos os vídeos, todas as legendas, todas as lives, tudo o que o seu expert, a pessoa que você atende já tem dentro do esquema dele, o curso, tudo isso vira conteúdo, criar conteúdo torna-se muito simples, você só precisa assistir as aulas do expert, assista as aulas pois ao assistir a aula, você acompanha a aula e consegue gerar um conteúdo infinito, assista todas as aulas.

Se você como social media nem assiste as lives do seu expert,

você é um fanfarrão!

Ao acompanhar o seu expert você poderá ter insights durante as falas dele e deverá registrar a ideia para transformá-la em post, ao término da live, você terá cerca de 20 posts prontos criados a partir dos insights que conseguir ter na live.

A REALIDADE DE UM SOCIAL MEDIA NUM LANÇAMENTO

SUA EXPERTISE

O que você consegue fazer? Eu, o Valter Azevedo, o Social Media de Elite já participei de lançamentos de 7 dígitos, vários, lançamentos de 7 dígitos, atendi e atendo, grandes players do mercado ativamente como social media, já participei de vários lançamentos de múltiplos 6 dígitos, inclusive os meus já atingiram múltiplos de 6 dígitos, já fiz vários lançamentos de 6 em 1, e vários lançamentos de 6 em 7 portanto eu tenho autoridade e experiência real para lhe indicar o caminho e lhe ajudar a descobrir a sua expertise.

Vale lembrar que tem gente que vai lançar e vai faturar 10 mil e mesmo assim precisa de um social media, você não precisa trabalhar só nesse mercado dos grandes nomes, tem mercado pra todo mundo, principalmente para infoprodutores iniciantes.

Quanto mais iniciante é o expert, mais possibilidade de ganhar dinheiro você tem, porque? Quando você entra e começa a atender um expert iniciante e não tem ninguém pra apoiar ele, você consegue fechar por porcentagem com ele, quando o expert já está estabelecido você não vai conseguir prospectar ganhando porcentagem pois o produto dele já é notório e ele já trabalha há bastante tempo no mercado, o seu foco deve ser voltado para infoprodutor iniciante.

Ganhando participação no lucro

15 % mas imagina 15% de 10 mil reais pode parecer pouco, mas 15% de 1 milhão de reais? **15% de 1 Milhão de reais é muito dinheiro!**
É esse o pensamento que vocês precisam desenvolver,
esse o pensamento que vocês precisam ter,
acredite no seu expert!

Você não pode pegar qualquer pessoa, e nem ser o desesperado que aposta em 50 pessoas não, escolha uma pessoa, analise se ela tem potencial, acredite nela, invista seu tempo fazendo social media, ajudando ela a chegar longe tá, pra poder realmente conseguir gerar um resultado e você faturar com isso.

IMPORTANTE:

Quando for trabalhar por porcentagem em um lançamento você deve se cadastrar como coprodutor para que toda venda do curso que aconteça caia direto na sua conta da hotmart.

Você pode lançar a si mesmo, pode lançar calendário de conteúdos, mentoria de instagram fazendo uma aula bem elaborada e depois abrir inscrições pra mentoria de instagram na hotmart, há infinitas possibilidades basta abrir os olhos para o rentável mercado de lançamentos.

**ACERTAR NO INFOPRODUTOR
INICIANTE PODE FAZER UMA
GRANDE MUDANÇA NA SUA VIDA,
ACREDITE!**

Dentro de um lançamento que você vai encontrar:

O EXPERT

Quem é o expert? O expert é o professor, é a cara do produto, é a peça mais importante de qualquer lançamento. Porque que ele é a peça mais importante? Não é porque ele é o mais inteligente, não é por causa de nada disso, é porque sem o expert não tem produto, não tem venda, não tem trabalho, não tem nada!

O expert é a peça mais importante ele é o produto então ele é a pessoa que não pode se estressar, que precisa estar sempre tranquilo, ele tem que tá sempre na vibe boa pra fazer uma live. Por exemplo, eu o Valter sou o expert do Treinamento Social Media de Elite. se eu não tivesse uma equipe por trás pra poder me ajudar a fazer as tambs, fundação, e uma infinidade de coisas, o que aconteceria? Eu ficaria nervoso e não conseguiria entregar as aulas, entregaria de qualquer jeito e ao fazer isso a aula não seria uma aula extremamente gerando queda nas vendas do meu produto.

Então o que você deve pensar? O expert é o ponto principal, ele precisa ser blindado, você que é social media, não vacila, de deixar o seu expert muito preocupado.

**Trabalhou bem,
Se entregou bem,
Fez a coisa acontecer,
Gerou tranquilidade pro seu expert,
ELE VAI TE REMUNERAR BEM POR ISSO,
TENHA CERTEZA!**

**Empreendedor faz negócio,
quem cuida de rede social
É o social media!**

O LANÇADOR, COPRODUTOR E O GERENTE

Eles são o escudo do expert, você tem que aprender a lidar muito bem com esses profissionais, o lançador, coprodutor e o gerente de lançamento, você pode inclusive ser um coprodutor e um lançador basta estudar pra isso, aprender tudo sobre lançamentos, pode acontecer de você trabalhar pra alguém que é iniciante onde você vai começar como social media apenas que é o principal que todo expert iniciante deseja, você vai precisar saber fazer tráfego, caso você entre numa equipe grande de lançamento por exemplo você deverá se dar bem com o lançador, coprodutor e com o gerente do lançamento pois essas pessoas são as pessoas que conseguem te demitir, eles podem convencer o expert de que o seu trabalho não está rendendo, alegar que já passaram a estratégia, já falaram tudo e não tá funcionando.

Muito cuidado, com eles pois assim como o expert, eles também são chefes, eles tem uma força ativa dentro da equipe muito forte, trate-os em banho maria, seja politico, troque uma idéia com o expert mas faça o mesmo com o lançador também, seja querido e necessário pra todo mundo o máximo que conseguir.

O COPYWRITER

O copywriter geralmente ele fica responsável pelas pesquisas de público, e por desenhar a persona, **não é você que desenha a persona de um lançamento**, você como social media, isso é importante saber. Quem desenha a persona é o copywriter, exceto se você trabalha com um lançador iniciante, então é você o faz tudo inclusive as copys do lançamento.

SUORTE

Em lançamentos maiores você vai encontrar também as figuras de suporte que são as pessoas que ajudam os alunos oferecendo tanto o suporte pedagógico quanto suporte técnico.

O SOCIAL MEDIA

A figura do social media que geralmente você, tem as suas rotinas, as suas obrigações dentro de um lançamento seja ele de pequeno ou de grande escala. Você pode atuar como social media ou qualquer das outras áreas carreiras anteriormente citadas, o social media é um coringa, pode ser o lançador se entender muito de marketing digital, pode ser o copywriter caso entenda muito de escrita, pode ser o suporte, e até mesmo o expert caso queira se lançar.

Me ofereceram para ter porcentagem num lançamento porém nunca venderam, tenho outros clientes, devo arriscar? Se você tem outros clientes, sim, mergulhe fundo, se você acredita que o produto do expert é bom, e vai lhe gerar uma boa porcentagem, porque não? Porém não faça nada sem te cadastrarem na hotmart primeiro para que você receba a porcentagem direto da raiz,

ONDE ENCONTRAR O EXPERT ?

Hoje vocês tem um grande vetor de experts.

Quem são os grandes vetores de experts atualmente, você sabe? Existem pessoas que treinam outros experts, você concorda comigo? Quem são essas pessoas que treinam outros experts? Treinam experts e infoprodutores, lançadores e por aí vai, encontre essas pessoas e atraia os lançadores para si.

Veja exemplos de alguns desses vetores abaixo:

Todas estes vetores abaixo possuem treinamentos voltados para infoprodutores, lançadores, enfim, pessoas que desejam faturar muito se lançando no mercado digital, o que você deve fazer? Siga e comece a interagir atraindo a audiência para si, visite os comentários e conheça as dores dos experts, ofereça sacadas durante as lives dizendo algo que te faça ser notado como social media.

Exemplo: Use palavras do tipo, _apliquei isso com o meu expert e deu super certo, ofereça ajuda e vá se infiltrando até ganhar a confiança do seu futuro cliente.

Conheça todas as mídias de quem você deseja atender, que provavelmente serão alunos destes vetores, visite o LinkedIn, pesquise contatos mais pessoais como e-mail e telefone através do domínio do site deles, basta adicionar ao registro br e servir de diretório whois , feito isso é só preparar uma abordagem bem bacana que você pode iniciar nos comentários e nas lives em comum já que você estará acompanhando os vetores afim de captar os experts que estão sendo treinados.



@lizvalz



@priscilazillo



@ericorocha



@anajords

Isso vai reduzir o seu trabalho como social media em um lançamento numa média de 50 mil % do tempo. Em duas horas você consegue criar conteúdo pra caramba e a sacada é, crie o conteúdo exatamente com as palavras do expert, exemplo: Eu, o Valter falo durante uma live pra você o seguinte, se você assistir as aulas da pessoa pra criar conteúdo para o lançamento, você vai conseguir criar em metade do tempo, como? qual é a técnica, assista todas as aulas, acompanhe todas as lives, e veja o que a pessoa está dizendo e você faça o conteúdo exatamente com as

ASSISTA o conteúdo AO VIVO do expert e produza conteúdo!

palavras dela, porque, isso vai gerar conexão com a audiência dela entendeu? Logo é importante que você saiba disso, quem trabalha com social media pra lançamento, aí por exemplo se a pessoa profissional de social media que eu contratei escuta isso estiver atenta ela pode e deve criar imediatamente um conteúdo baseado nisso para que a audiência se recorde da live através da postagem e agregue mais valor a tudo o que o expert ensina.

O QUE OS EXPERTS PRECISAM?

O que eles mais precisam hoje, eu posso dizer assim com 100% de clareza, o que eles mais precisam é de alguém em quem eles tenham a confiança de ter um português correto, que eles tenham a confiança de ser uma pessoa que vai pegar o conteúdo deles e transformar em postagens irresistíveis, sacadas importantes e claro que criem conteúdos que sejam extremamente relevantes. Eles precisam da segurança de alguém que vá assistir as aulas dele e ajudá-lo a solucionar os problema da audiência e esse profissional é você, o social media.

O expert precisa que você pegue a autenticidade dele a disposição para se expor em frente as câmeras e e transforme em conteúdo, pare de ficar entrando no instagram dos outros pra poder ver o post que o outro tá fazendo pra poder fazer, isso não faz o menor sentido, isso não vai ajudar em nada, vai agregar zero, vai fazer com que você só seja mais um copiador apenas, no lugar disso assista as lives, assista as aulas, não seja preguiçoso, assista o curso do expert, não seja um social media mediano, isso tá todo mundo fazendo, faça o básico pois isso te fará um dos melhores do mercado porque ninguém está disposto a fazer o básico porque bem feito por pura preguiça e acomodação, seja elite!

Você precisa colocar o DNA do expert no conteúdo...

FAÇA o básico muito bem feito, comece a SER um dos melhores do mercado onde a maioria está acostumada a ser zero, a ser ruim, não tão aplicando o que deve ser aplicado,

O Expert precisa é de ter TRANQUILIDADE porque ele faz negócio e você, SOCIAL MEDIA que cria conteúdo!

AME O QUE VOCÊ FAZ!

Tenha um apreço sincero pelo sucesso do seu cliente e pelo que ele entrega

A maioria das pessoas querem um trabalho mas não uma ocupação, não gostam de verdade do que fazem e sim da grana por isso tem preguiça e não realizam um bom trabalho, possuem a mentalidade de CLT e mesmo diante das maiores oportunidades não conseguem se dedicar o suficiente para gerar resultados e consequentemente reconhecimento e um faturamento satisfatório para todos os envolvidos.

COMO CRIAR UMA ESTRATÉGIA PARA LANÇAMENTO?

Crie uma linha editorial estratégica, defina a frequência do conteúdo para o lançamento que deve ser sempre alta 3 postagens por dia no mínimo, em época de lançamento, após o lançamento você pode fazer um por dia mas tem que ser post muito bom,

Posicionamento estratégico, você deve que criar um posicionamento estratégico com o seu cliente, geralmente trata-se da promessa dele digamos assim, diferencial competitivo, porque que eu deveria comprar dele e não do concorrente? É a transformação que o conteúdo causa, o quê que o conteúdo ensina, é como se fosse uma espécie de fonte da juventude do desenho animado do pica pau, a pessoa entra na sua rede x e sai y, é essa a transformação.

Big Idea do conteúdo que é a grande idéia do quê que o conteúdo faz tá, é até muito parecido com a transformação que o conteúdo causa.

Crie também uma lista dos concorrentes também pode ajudar muito pois ela lhe permite fazer um estudo.

Crie sua estratégia para o lançamento que você atende ou possa vir a atender usando estes itens como base para lhe ajudar a posicionar o seu cliente e mostrar ao mesmo que realmente a estratégia criada que vai dar certo .

Crie uma, é rotina do seu expert

Crie a rotina do seu expert no trello e vá monitorando o que acontece na segunda, na terça, na quarta, na quinta, na sexta, no sábado e no domingo como se fosse uma espécie de rotina mesmo. Detalhe tudo o que deve acontecer, tudo o que acontece, para ter segurança de que você vai alcançar o seu objetivo.

QUAIS SÃO AS FUNÇÕES DE UM SOCIAL MEDIA NUM LANÇAMENTO?

Criar conteúdo

Dar idéias dentro dos reels, e tik tok, dar idéia de trends pros clientes, é só mandar o link e dá a idéia, deixa o cliente gravar e te mandar.

Criar Idéias de vídeos nutelas, isso é muito importante, criar essas idéias de vídeo nutela de acordo com o que as pessoas estão querendo saber muito, e vá falando pro expert o que ele deveria gravar.

Criar Idéias de memes para engajar, por exemplo: BBB, assuntos em alta, no momento..

Definir as headlines dos nutelas que são as headlines que vão nos vídeos, você precisa entender sobre copy também, entender a copy do lançamento, saber como quebrar a objeção da audiência, criando essas headlines.

Definir as headlines dos carrosséis que são aqueles títulos na ponta que chamam muita atenção, o conteúdo vai ser exatamente o que o cliente fala, mas a headline deve ser definida por você.

Cuidar do cumprimento da linha editorial isso aqui é muito importante, muito importante mesmo, você tem que ligar, montar uma rotina pro seu expert, falar com ele o que seja mas fazer acontecer!

Lembrar o expert dos conteúdos que ele precisa fazer, essa rotina e essa coordenação pra você ser o defensor da linha editorial é muito importante para que ela funcione.

Administrar o canal do youtube, postar os vídeos fazer SEO

Copy para legendas de posts isso também é função do social media.

Criar lista de dores da audiência e mandar pro seu expert pra ele saber o que as pessoas tão perguntando muito tá.

Responder os comentários, isso é muito importante também, vão ter algumas estruturas maiores que tem a figura do suporte que faz isso, mas se você trabalha e não tem a figura do suporte, essa demanda também será sua.

Em casos de menores proporções ajudar a responder os directos também, o social media também ajuda pra poder dar tranquilidade ao expert.

Cuidar do cumprimento da linha editorial isso aqui é muito importante, muito importante mesmo, você tem que ligar, montar uma rotina pro seu expert, falar com ele o que seja mas fazer acontecer!

Promover engajamento nos stories, fazer enquete, sugerir enquetes.

Fazer enquetes de pesquisa de público envolver a galera e o seu expert a entender a audiência.

Mandar para o expert prints de feedbacks positivos .

Mostrar conteúdos que mais dão certo para o expert, entrar nos insights, visitar os insights.

Emitir relatório, emitindo esses relatórios fica muito mais fácil, fazer relatório semanal pelo próprio reportei, a grande vantagem de trabalhar com expert é que você pode só acessar o reportei, imprimir o relatório e mandar pra ele, você não precisa ficar criando.

Disparos no Telegram e Whatsapp quando é um lançamento pequeno porém em grandes lançamentos haverá a figura do suporte e geralmente é o suporte que fará esses disparos mas nos pequenos a demanda é toda sua.

Cuidar do cumprimento da linha editorial isso aqui é muito importante, muito importante mesmo, você tem que ligar, montar uma rotina pro seu expert, falar com ele o que seja mas fazer acontecer!

Tem que fazer o design também?
Absolutamente não, o bom de ser social media para lançamentos é que você além de não fazer o design a não ser que seja um lançamento muito pequeno e você esteja entrando pra ganhar porcentagem aí pode ser que precise que você faça o design mas, na maioria das vezes a grande maioria você não vai precisar fazer o design, você não faz design, tem um designer na equipe.

Você precisa ser necessário, se você é necessário você ajuda, então quanto mais necessário você for menos descartável você será, se você não se vê como necessário, automaticamente você é descartável.

O que é uma pessoa necessária? É a pessoa que faz tudo, executa tudo e ninguém intervém, a partir do momento que outras pessoas intervém você acaba não sendo tão necessário, pelo menos essa é a visão que eu tenho em relação aos lançamentos que eu participo então o que eu cuido, eu faço de tudo pra eu cuidar muito bem pra ninguém intervir naquilo, porque se alguém intervém naquilo eu me torno descartável, e você precisa ser necessário.

Quanto cobrar? Montando uma proposta

Quando você for montar uma proposta para ser social media em um lançamento saiba que ela não foge do escopo de uma proposta pra um cliente normal, você deverá cobrar um valor mensal, pelo fluxo e o tanto de trabalho que você vai ter, o lance é que você vai cobrar geralmente a mais, vai ser sempre em torno de 2 mil a 3 mil reais o salário de um social media que trabalha no mercado de lançamentos, quanto mais experiência você tiver maior será o lançamento, mais você vai ganhando mais e seu salário vai aumentando, porém as vezes você vai atender um expert que é muito iniciante, logo o ideal é que você ofereça para fechar uma proposta ganhando uma porcentagem no lançamento e não um valor fixo.

Exemplo: hoje o expert iniciante lança um produto que vende 10 mil e você aceitou receber uma comissão de 10%, logo você receberá 1000 reais e talvez você considere pouco mas você deve pensar na escala que aquele produto pode gerar a longo prazo, tenha vários clientes, continue atendendo normalmente e não só os de lançamento, um pouco mais a frente o cliente que estava vendendo 10 mil poderá vender 200 mil, aí sim, 10% de 200 mil é uma boa grana não é mesmo? 20 mil reais, entendeu? Você só precisa pensar em escala.

O melhor modelo é trabalhar num lançamento grande é aquele onde você recebe salário por mês e ainda ganha um incentivo extra em meses de lançamento, você vai ganhar muito dinheiro continuamente uma boa escolha é fechar no máximo 2 clientes de porcentagem o resto tudo pago porque você vai ganhar o dinheiro certinho e os dois de porcentagem pode ser que no futuro gere muito dinheiro, então aposta um investimento a longo prazo.

Se eu sou iniciante, o expert é iniciante, mas já tem um lançador, quanto cobrar? Cobra salário. Ou, se ambos quiserem abrir a porcentagem pra você ótimo, mas se eu fosse você eu cobraria o pagamento mensal, o contrato mensal pra desenvolver os serviços.

Se esse lançamento se torna um perpetuo o social media continua com o percentual? Continua, você não vai trabalhar só no período de lançamento, mas durante todo o período criando conteúdo.

Conhecimentos de copy e headlines

O social media tem que ter esse conhecimento sim! Se você não tem conhecimento de copy e de headline, geralmente não irá conseguir fazer boas headlines, hoje as minhas copys e as minhas headlines elas são , dentro de um lançamento, são de fato umas das mais impactantes desse sentido, não do meu produto apenas mas as que eu crio pros meus clientes, as suas também precisam ser muito boas entendeu? O segredo que eu descobri foi o de oferecer total clareza na informação que as pessoas precisam, muitas vezes a gente quer criar aquela headline mais criativa do mundo e o que a pessoa quer aprender é uma coisa pratica, as vezes a única coisa que você precisa fazer é como o David Obra falava, **as vezes pra vender uma casa você só precisa dizer, estou vendendo uma casa**, porque? Porque a maioria das pessoas quando quer vender casa acha que precisa ter que fazer fotos incríveis, anúncios incríveis sendo que se você só colocar uma placa escrito vende-se a casa na porta, já vai aparecer gente interessada entendeu? Então assim, a ideia não é você ficar criando a coisa mais inovadora do mundo mas conseguir realmente dar o seu recado.

Recomendação de livros

Copyright Volume 1
Paulo Macedo

As Armas da Persuasão
por Robert Cialdini

Etapas de um lançamento e qual conteúdo gerar em cada uma das etapas

PPL pré-lançamento

Acontece quando você cria muito conteúdo de topo de funil para atrair muita gente no orgânico.

PL que é pré-lançamento

Ocorre na semana onde há o resumo das aulas com o objetivo de que elevar o nível de consciência, esta é a semana o ideal pra isso.

Semana de lançamento

Quando o carrinho tá aberto, é o momento de estourar na quebra de objeção, mostrar muita prova social, enfatizar a transformação, mostrar as pessoas que tiveram resultados contigo, mostrar que funciona, esse é o foco da semana de lançamento.

TENHA UMA ROTINA DE CRIAÇÃO DE CONTEÚDO COM O EXPERT

Têm que definir uma rotina com Expert onde ele vai gravar e fazer tudo tá que você precisar, para que a semana aconteça estrategicamente e da forma mais organizada possível.

Grave tudo com uma semana de antecedência para caso aconteça algum imprevisto o expert tenha tempo de se recuperar.

Disciplina é liberdade lembre-se disso!

O mercado de lançamentos além de muito rentável é apaixonante e você deve desfrutá-lo ao máximo desde que se prepare para isso pois não se trata apenas de uma prestação de serviços mas a realização do sonho de alguém e isso requer muita responsabilidade, não é algo tão fácil mas vale muito a pena então, mete o loco!

Nós somos a elite do mercado de Social Media

Valter Azevedo