



WORKBOOK

SEMANA DE PREPARAÇÃO

MISSÃO: DIA 02



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assistir a aula explicativa na área de membros
- Crie a pesquisa no google forms seguindo o vídeo
- Faça um stories divulgando a pesquisa ou poste em grupos no facebook ou faça um anúncio
- Colha as respostas
- Identifique em busca do que eles mais estão
- Poste no grupo: **MISSÃO CONCLUÍDA.**

PERGUNTA 1

Minha audiência é grande o suficiente para suportar meu negócio?

SIM NÃO

A resposta foi sim? Avance para a próxima pergunta. Caso seja não, sugiro buscar outra audiência ou alterar um pouco a idade, ou interesse da audiência antes de prosseguir.

PERGUNTA 2

Esse público demonstra apetite existente pelo tipo de produto que quero vender?

SIM NÃO

A resposta foi sim? Avance para a próxima pergunta. Caso seja não, sugiro buscar uma algo para ensinar que essa audiência já tenha apetite por isso.

PERGUNTA 3

**Esse público se reúne em algum lugar?
(Blog, grupo no facebook, youtube de quem eles seguem, instagram que eles seguem?)**

PERGUNTA 4

Esse público constantemente **INVESTI** na sua fome por mais?

SIM **NÃO**

A resposta foi sim? Avance para a próxima pergunta. Caso seja não, altere a audiência para uma audiência que constantemente invista dinheiro nesse tópico que ela busca.

Exemplo: Pessoas do marketing digital constantemente compram mais cursos. Ou seja, eles são um público que é consumidor ativo do tema marketing. Busque uma audiência que constantemente invista nesse tema mesmo que não seja online.

Se é nicho de cuidados com o cabelo. Essa mulher investe sempre na sua fome por mais. Muitas vezes não é online mas está constantemente comprando shampoos novos, tratamentos e fazendo tratamentos em salão.

PERGUNTA 5

Esse público tem dinheiro disponível?

SIM **NÃO**

Se sua audiência não tem dinheiro disponível, por exemplo: Crianças. Você terá um negócio difícil, sofrido. Altere sua audiência para falar com os pais das crianças.

PERGUNTA 6

Você consegue acessar esse público com facilidade pela internet?

SIM **NÃO**

Existem nichos que não estão constantemente na internet. Só em momentos e por isso é mais difícil anunciar para eles. Nichos para idosos/ Nichos para fazendeiros acima de 50 anos são um exemplo. Você precisa alterar sua audiência para falar com os filhos dos fazendeiros.

Script para vídeo / post da pesquisa:

Oi ____ (Tipo de pessoa)

Você está passando por _____ (situação específica que ela vive)?

ou está passando por _____ (outra situação específica que ela passa)?

ou ____ (outro exemplo de situação que ela passa)?

e vive acontecendo _____ (outro exemplo de situação que ela passa)?

Se sim, deixa eu te ajudar...

Na maior parte das vezes isso acontece por que _____ (Justifique com argumentos novos e diferentes o por que aquele problema anda acontecendo)...

E na maior parte das vezes, isso não é tão difícil assim de resolver. Aliás, é o que eu tenho feito com várias _____ (tipo de pessoa que você ajuda).

Meu nome é _____ e eu ajudo _____ (Tipo de pessoa que você ajuda) a _____ (desejo da audiência) sem _____ (Frustração/dor/medo).

E eu tenho uma notícia boa para te dar!

Eu estou construindo um treinamento com o passo a passo de como resolver exatamente esse problema, e eu quero fazer uma troca com você.

Se você me responder 3 perguntas, em menos de 1 minuto sobre quais as maiores dificuldades que você tem tido com _____ (problema que você ajuda a resolver), esse treinamento será seu, de graça.

Sim! De graça!

E por que?

É simples. Quando você me ajuda respondendo essa pergunta eu não apenas entendo como te ajudar melhor mas como ajudar centenas de _____ (pessoa que você ajuda) que estão vivendo uma situação igual à sua.

Topa? basta clicar no link e responder. (ou pode ser outro CTA, falando para comentar abaixo)





WORKBOOK

SEMANA DE PREPARAÇÃO

MISSÃO: DIA 03



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assista a aula
- Responda as perguntas sobre o cliente dos sonhos
- Preencha a declaração
- Poste no grupo: “MISSÃO CONCLUÍDA”

PERGUNTA 1

Quem Ele é?

PERGUNTA 2

O que eles querem?

PERGUNTA 3

Como se sentem?

PERGUNTA 4

Como podem obter a vitória?



PERGUNTA 5

Quais são os princípios e valores dessa pessoa?

PERGUNTA 6

Do que ela mais gosta de conversar?

PERGUNTA 7

No que ela acredita que vai gerar a vitória?

PERGUNTA 8

Qual o tipo de pessoa que tem resultado mais rápido quando compra de você e te dá depoimento mais rápido?



PERGUNTA 9

Qual o tipo de pessoa que mais bota a mão na massa e executa?

PERGUNTA 10

De que grupos no facebook participa?

PERGUNTA 11

Que perfis segue no instagram?

PERGUNTA 12

Que canais segue no youtube?



PERGUNTA 13

Que podcasts ouve?

PERGUNTA 14

Que buscas ele costuma fazer no google ou no youtube?

PERGUNTA 15

Quais são as crenças limitantes?

PERGUNTA 16

Qual o maior inimigo dessa pessoa?



PERGUNTA 17

Qual é o futuro que ela mais deseja?

PERGUNTA 18

Qual é o maior motivador da vitória dela?

PERGUNTA 19

O que mais importa na vida para ela?

Declaração:

Eu ajudo _____ (Cliente dos sonhos) **a _____**

(o que a audiência deseja) **através de _____**

(método/o que você ensina/defende)





WORKBOOK

SEMANA DE PREPARAÇÃO

MISSÃO: DIA 05



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assistir aula e entender nova mentalidade
- Acessar sites onde pode delegar coisas que você não é um especialista e podem te atrasar em ter sucesso.
- Comentar no grupo: “Missão Concluída” e Discutir no grupo sobre nova mentalidade de QUEM e não COMO.

SITES ONDE CONTRATAR PROFISSIONAIS

20Pila

GetNinjas

Freelancer.com

ComunicaGeral

99Freelas

Freelance Web Designer

UpWork

Workana

Designhill

Fiverr

BASTA CLICAR NO NOME DO SITE PARA SER REDIRECIONADO





WORKBOOK

SEMANA 01

MISSÃO: DIA 01



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assistir a aula semana 1 dia 1
- Responder Workbook e identificar falsas crenças
- Postar no grupo: Missão Concluída



COMO IDENTIFICAR AS FALSAS CRENÇAS DO SEU MERCADO

PERGUNTA 1

O que eles acreditam sobre o seu veículo causador da transformação que não é uma verdade?

Falsa crença no veículo:

PERGUNTA 2

O que eles acreditam sobre a capacidade da aplicação do veículo que não é uma verdade?

Falsa crença Interna:

PERGUNTA 3

Que coisa externa, Quem ou o que eles culpam como justificativa para não aplicar?

Falsa crença externa:

PERGUNTA 4

Que problemas ele vai ter logo ao começar a aplicar o que você ensinará?

Problemas:

PERGUNTA 5

Que problemas ele vai ter logo depois de aplicar o que você ensinará?

Problemas:





WORKBOOK

SEMANA 01

MISSÃO: DIA 02



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assista a aula dia 2
- Faça o brainstorm de tudo o que você entregaria e faria para levar a pessoa a realizar o sonho dela, caso ela te pagasse 200 mil reais. Liste absolutamente tudo, sem preconceitos com o que você pode ou não fazer na sua situação atual. Lembre-se: Ela te pagou **R\$200.000,00.**
- Poste no grupo: “Missão Concluída”

Falsas crenças, problemas, frustrações

VÍDEO	ÁUDIO	TEXTOS	FÍSICO	OUTROS





WORKBOOK

SEMANA 01

MISSÃO: DIA 03



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assistir a aula dia 3.
- Escolha que produtos estarão em que parte do funil e que oferta criará para cada etapa.
- Preencha a planilha - [Clique aqui.](#)
- Poste no grupo: “Missão Concluída”

CLIQUE PARA TER ACESSO A PLANILHA





WORKBOOK

SEMANA 01

MISSÃO: DIA 04



HACKERS DO
MARKETING

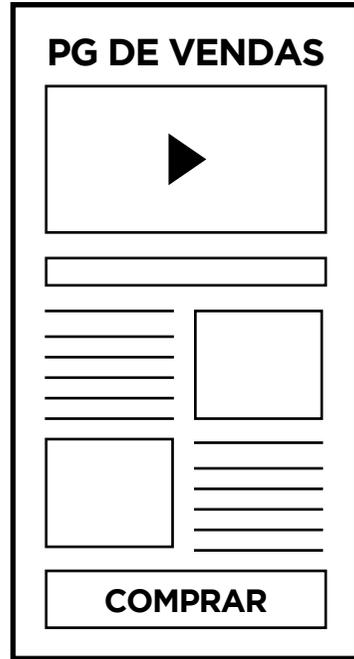
Checklist da missão:

- Assistir Aula
- Delegar Criação de Mockups.
- Postar no grupo: Missão Concluída.

[CLIQUE AQUI PARA TER ACESSO AOS MOCKUPS](#)



O que ele leva?



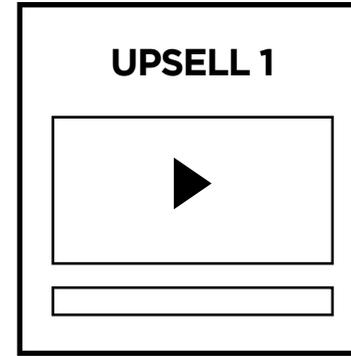
O que ele leva?

QUAL O PREÇO?



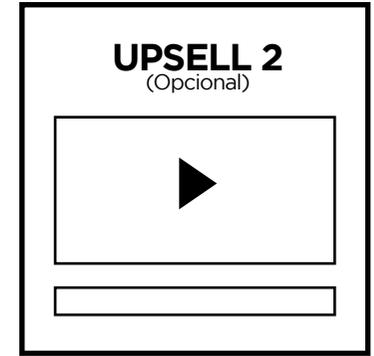
O que ele leva?

QUAL O PREÇO?



O que ele leva?

QUAL O PREÇO?



O que ele leva?

QUAL O PREÇO?



EXEMPLOS DE PREÇOS

Primeira oferta
R\$97,00



Bump
R\$27,00 a R\$37,00



Up
R\$197,00 a R\$497,00

Primeira oferta
R\$197,00



Bump
R\$34,00 a R\$47,00



Up
R\$197,00 a R\$397,00

Primeira oferta
R\$297,00



Bump
R\$37,00 a R\$97,00



Up
R\$97,00 a R\$197,00

Primeira oferta
R\$397,00



Bump
R\$97,00 a R\$97,00



Up
R\$297,00 a R\$3.000,00





WORKBOOK

SEMANA 01

MISSÃO: DIA 05



HACKERS DO
MARKETING

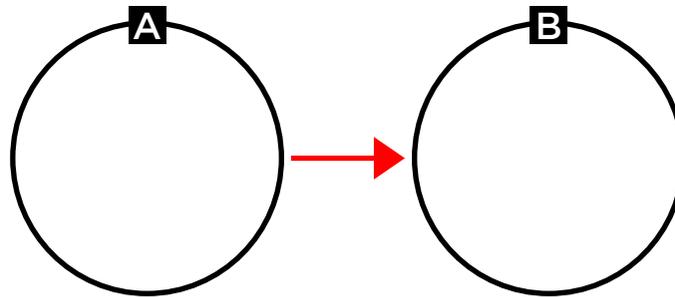
Checklist da missão:

- Assistir aula dia 5
- Responder Workbook e Definir sua metodologia.
- Postar no grupo: Missão Concluída.

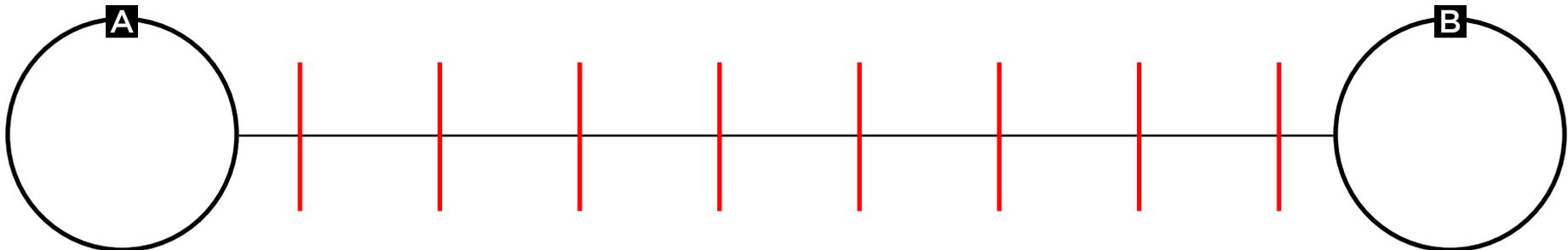


Defina seu Ponto A ao ponto B

De onde ela quer fugir? Preencha dentro do ponto A
Onde ela vai chegar com seu produto? Preencha dentro do ponto B.



Preencha de ponta a ponta quais são os passos necessários para a pessoa sair do ponto A ao ponto B.



Obs: Você pode criar uma conta no miro.com e preencher seu ponto A ao ponto B lá dentro.

PERGUNTA 1

Para cada módulo, que história você pode contar que demonstre a necessidade e a importância do que ela vai aprender naquele módulo?

PERGUNTA 2

Que exemplo você pode entregar para comprovar para a pessoa de que ela acabou de aprender algo surreal e inspirá-la a aplicar?





WORKBOOK

SEMANA 01

MISSÃO: DIA 06



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assistir vídeo.
- Revisar aulas e tarefas.
- Concluir tarefas anteriores.



WORKBOOK

SEMANA 02

MISSÃO: DIA 01



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assistir aula na plataforma
- Preencher sua jornada dupla do herói no workbook
- Postar no grupo: “Missão Concluída”



JORNADA DUPLA DO HERÓI

PERGUNTA 1

Como tudo começou?

PERGUNTA 2

O que você queria realizar?

(Quais eram seus desejos externos? Quais eram seus desejos internos?)

PERGUNTA 3

Quais foram os antigos veículos (coisas que você testou antes para obter o resultado que desejava) **que você testou para ter esse mesmo resultado desejado mas que não funcionaram para você?**



PERGUNTA 4

Qual foi o acontecimento que fez você tomar a decisão de iniciar nessa jornada?

PERGUNTA 5

Quem ou O Que é o VILÃO/BANDIDO que manteve você preso, impedido de ter sucesso?

PERGUNTA 6

O que vai acontecer caso você não tenha sucesso nessa jornada?



PERGUNTA 7

**Quem ou O QUE foi o GUIA que te deu/
gerou o seu momento de “Ah-Ha!”?**

PERGUNTA 8

**Qual foi a epifania/ ah-ha que você
experimentou?** (E como foi especificamente o momento quando isso
aconteceu?)

PERGUNTA 9

**Qual foi a NOVA OPORTUNIDADE que você
criou/enxergou a partir desse ah-ha?**



PERGUNTA 10

Qual foi o plano/estratégia/método que você desenvolveu para alcançar seu desejo?

PERGUNTA 11

Qual o resultado que você começou a ter por causa do método/estratégia?

PERGUNTA 12

Qual foi o resultado de outras pessoas que seguiram seu método/estratégia?



PERGUNTA 13

Qual resultado final você alcançou? (Externo)

PERGUNTA 14

Qual foi a transformação que você experimentou através dessa jornada? (Interno)





WORKBOOK

SEMANA 02

MISSÃO: DIA 02



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assistir a aula
- Responder Workbook
- Comentar no grupo “Missão Concluída”

ACHE O GANHOS DO PRIMEIRO PRODUTO DO FUNIL

PERGUNTA 1

Quais são todos os problemas que esse produto resolve?

PERGUNTA 2

Quais são todas as soluções que ele gera?

PERGUNTA 3

Quais são os problemas extras que ele resolve mas que ninguém percebe ou fala sobre isso?

ACHE O GANHOS DO ORDER BUMP

PERGUNTA 1

Quais são todos os problemas que esse produto resolve?

PERGUNTA 2

Quais são todas as soluções que ele gera?

PERGUNTA 3

Quais são os problemas extras que ele resolve mas que ninguém percebe ou fala sobre isso?



ACHE O GANHOS DO PRIMEIRO UPSELL

PERGUNTA 1

Quais são todos os problemas que esse produto resolve?

PERGUNTA 2

Quais são todas as soluções que ele gera?

PERGUNTA 3

Quais são os problemas extras que ele resolve mas que ninguém percebe ou fala sobre isso?



ACHE O GANHOS DO SEGUNDO UPSELL

PERGUNTA 1

Quais são todos os problemas que esse produto resolve?

PERGUNTA 2

Quais são todas as soluções que ele gera?

PERGUNTA 3

Quais são os problemas extras que ele resolve mas que ninguém percebe ou fala sobre isso?





WORKBOOK

SEMANA 02

MISSÃO: DIA 02 - EXTRA



HACKERS DO
MARKETING

Estrutura de Copy Ideal para Aquisição Front-end Funnel

Estrutura de Copy Ideal para Aquisição/ Front-end Funnel - Rafael Marques





WORKBOOK

SEMANA 02

MISSÃO: DIA 03



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assistir a aula
- Escrever o copy do seu vídeo de vendas.
- Gravar vídeo de vendas.
- Comentar no grupo : “Missão Concluída”.



1. Interrupção de Padrão

Quebre o padrão com algo relacionado ao desejo central do avatar. (Ex: Tá acontecendo de novo não é? Eu conheço sua história. Cada Mulher está em uma fase diferente mas geralmente os resultados são os mesmos). Ou (Ex: Aquele tipo de coisa ou declaração esquisita como: Quer saber o que essa tartaruga pode te ensinar sobre emagrecer mais que nunca?) Precisa prender o leitor de maneira que faça ele querer sugar todo o resto do vídeo. Use Curiosidade, mistério, segredo, algo controverso ou polêmico.

2. Perguntas Sobre Desejos Centrais do Avatar? (pelo menos 4 perguntas sobre o que ela deseja)

Ex: Você sempre quis trabalhar em casa? Ser dono seu próprio negócio? Você tá doida pra conseguir emagrecer mais rápido?

3. Agita Falhas Passadas

Ex: “Vamos . . . admita. Esta não é a primeira vez que você procura uma forma comprovada de ganhar dinheiro. . . não é isso? Agora, me responde... quando é que vai ser a sua vez? Essa não é a primeira vez que você procura _____, não é verdade? Agora, mas me responde uma coisa... E quando é que vai ser a sua vez?”

4. A grande Promessa (uma única coisa)

Ex: Quando você assistir esse vídeo até o final, você vai ver (promessa)

5. Introduza a Estrela

Ex: “Meu nome é Ingrid Santiago, e a alguns anos eu era como você...”

6. Ponto Alto do Drama

Ex: Não comece a história com: “Era um dia normal, e eu estava preparando meu café da manhã.” A história tem que começar com: “A arma estava na minha cara, meu coração saindo pela boca e a visão começando a ficar embaçada”

7. Parede que te impedia

Agora você volta pra o início da história e conta como foi que você chegou até o momento do PONTO ALTO DO DRAMA e as coisas que te impediam

8. Identifique o problema

Conte por que você estava se sentindo “preso” e sem conseguir...



9. O momento do grande ah-ha

Ex: “E foi ali que eu tive meu primeiro momento Ah-ha. Ali eu decidi que eu precisava mudar tudo.”

10. O seu caminho pra encontrar a solução usando métodos que não funcionavam

Ex: “Eu tentei fazer X, mas a verdade é que aquilo não funciona pra todos. Então, eu tentei y, até que foi um pouco melhor, mas ele fazia com que...”

11. Primeiro sinal de sucesso

Ex: “Até que eu finalmente tentei XYZ, e advinha? Finalmente, eu consegui!”



12. Conspiração do mundo

Ex: “E foi ali que eu percebi que não era minha culpa! Eu só não estava fazendo XYZ... É claro que não ia funcionar..”

13. A grande mentira

Ex: “por que não é culpa deles e porque não conseguiram até agora”

14. Inimigo comum

O verdadeiro problema é _____. E isso era a única coisa que me impedia de _____.



15. Crescimento rápido (agora que descobriu a verdade)

Então... eu comecei a perceber que _____, que é quando começamos a _____ muito rápido!

16. Estudos de caso

E não foi só comigo... Dá só uma olhada no que aconteceu com a _____ e a _____.

17. Benefícios ocultos (que nem esperava)

Ex: "E sabe o que é mais louco? É que quando eu comecei a fazer XYZ, eu achava que ia só _____... Mas não, eu também comecei a perceber que _____, e _____, e _____. E isso é incrível!"

18. Introduza o produto

Ex: "É por isso que eu criei o..."

19. Dor e custo (conte como doeu pra criar o produto)

Isso levou _____ (tempo) para criar, e me custou _____. Mas valeu muito a pena. E eu passaria por tudo novamente se fosse necessário"

20. Facilidade (quanto esforço o produto poupa)

Ex: "Faz _____ muito mais fácil!"



21. Rapidez (quanto tempo o produto poupa)

O que costumava levar ____ (tempo) pra acontecer, agora eu faço em _____ (tempo)”

22. Benefícios Assim (4 benefícios usando a palavra Assim)

Assim você pode perder peso sem ter que_____. Assim, você não tem mais que_____. Assim, você _____ “

23. Prova Social

Ex: “Agora, além do que eu digo, dá só uma olhada no que elas estão dizendo depois que começaram a aplicar XYZ”



24. Fazer a Oferta

Ex: “Agora, antes de te continuar, deixa eu te fazer uma pergunta... Você gostaria de ter acesso ao _____ (produto)?

E ter acesso a _____ (alguns benefícios citados na carta que o produto tem)?

É claro que não dá tempo de eu te mostrar tudo mas dá só uma olhada em algumas das coisas que você vai ver dentro do _____ (produto)”

25. Construa Valor (bônus)

Ex: “E além de tudo isso eu ainda vou te dar de bônus grátis, quando você se inscrever agora, o _____, e o _____”

26. Ancore um preço Suposto baseando na soma de tudo o que leva

O Valor pra você ter acesso ao _____ (produto) e mais Todos estes bônus é de _____ (preço total)”

28. Revela o preço real

Ex: “Pois é, agora a melhor parte é que eu não vou te cobrar X, hoje o preço que você paga pra levar tudo isso é apenas R\$9 reais”

29. Garantia

Dê a sua garantia forte e maluca

30. Escassez

“Só que você precisa agir agora... Por que _____”

31. Future pacing (ajude-os a ver como a vida vai ser incrível depois do produto)

Ex: “Essa decisão não é difícil de tomar. Você só precisa pensar e imaginar como vai ser quando você _____ (fazer imaginar benefícios que viverá)”

32. Call to action



33. Pós Venda

Faça os leitores se sentirem como se estivessem sendo deixados pra trás se eles não se apressarem

34. Take Away de venda (quem perde é ele, não muda nada pra nós)

Ex: “Agora, entenda que as coisas não mudam pra mim se você não se inscrever. Eu já tenho meu negócio online, sabe? Eu vou continuar vendendo pra meus clientes, guiando eles, e curtindo a liberdade que isso me trás.

No entanto, sem _____, você vai continuar passando por _____ (problema do avatar) e tendo que trabalhar mais do que era realmente necessário.

Eu sei que isso é meio duro de falar mas você precisa concordar comigo de que é verdade”

35. Faça um resumo do que a pessoa leva e finalize

“Agora, lembra de tudo o que estou te ofertando agora...

Você vai levar _____, e _____, e _____, e _____, e ainda _____, de R\$ _____ por só _____.

Com uma garantia de _____.

Então, você só precisa clicar no botão abaixo e concluir sua inscrição”



WORKBOOK

SEMANA 02

MISSÃO: DIA 04



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assista a aula na plataforma
- Preencha o Workbook com o copy do seu upsell
- Comente no grupo: “Missão Concluída”

Ao assistir a aula perceberá que você pode fazer mudanças em todo esse texto. Inclusive eu indico que faça.

Use essa estrutura como esqueleto, mas modifique as palavras para a sua forma e seu jeito de falar para que fique mais natural e persuasivo. Nada como ser você mesmo. ;)



COPY DO UPSELL 1

Ei, parabéns pela sua compra do _____ (Produto inicial que ela comprou).

Não fecha seu navegador nem sai dessa página por que sua compra ainda não está 100% concluída

Você fez uma escolha maravilhosa quando se inscreveu para o _____ (produto inicial que ela comprou).

A Compra que você acabou de fazer foi porque você quer _____ (desejo da audiência/ motivo por ter comprado o produto), e é exatamente isso que ele fará por você.

Deixe-me fazer uma pergunta ...

Agora que você vai _____ (promessa do produto anterior/ primeiro produto que comprou), você também vai precisar saber como _____ (próxima necessidade que ele terá e que seu upsell resolve), certo?

ou outra opção de copy é**

Agora que você vai _____ (promessa do produto anterior/ primeiro produto que comprou), logo em seguida as pessoas começam a me perguntar sobre como _____ (próxima necessidade que ele terá e que seu upsell resolve)...

Então...

Você gostaria de _____ (Promessa do upsell) para que você possa fazer _____ (benefícios do upsell)?

O que eu vou te contar agora é único então presta bastante atenção!

Essa oferta não é pra qualquer um. Ela só está disponível pra você por que você provou que é uma pessoa tomadora de

decisão quando você garantiu o _____ (Nome do produto do início do funil)... Então eu vou fazer uma oferta especial única que só tá disponível aqui e agora.

O que vou compartilhar com você agora vai te ajudar a _____ (promessa do upsell) para que você possa _____ (benefícios que o upsell gera) em _____ (tempo/facilidade/2x/3x.)

Eu tenho outro produto chamado “ _____ (Nome do upsell) “.

E é claro que eu não vou passar por todo o produto aqui por que a gente levaria horas aqui pra analisar tudo o que tem por dentro...

Mas uma das coisas mais poderosas que vai te dar o resultado que você está procurando é o (a) _____ (A coisa mais importante, única, geradora de resultados, existente em seu produto).

Deixa eu te explicar o que é isso e como isso vai te ajudar.

E dentro do treinamento _____ (Nome do upsell),
você também vai ver:

Você vai ver : 1. _____

Você vai aprender: _____

Eu vou te mostrar como: _____

E você vai finalmente aprender a: _____

E isso é só uma pontinha/pedaçinho do que você vai ver no
treinamento _____ (Nome do upsell)

Dá imaginar como será sua vida quando tiver a capacidade
de _____
(Promessa do upsell)?

E quando você puder _____ (Faça ele
visualizar o futuro após usar seu upsell)? Dá pra imaginar?

Então clique agora no botão abaixo para adicionar
_____ (Nome do upsell) ao seu pedido.

Eu garanto que ele vai te ajudar a
_____ (Promessa do upsell) ou
então eu vou ficar cheio de alegria de devolver seu dinheiro,
sem nem fazer perguntas.

Quando você agir agora, você também vai receber “ GRÁTIS “
_____ (Nome do Bônus), no valor de
R\$ _____ (Preço).

E você também vai receber o bônus _____
(Nome do Bônus), no valor de R\$ _____ (Preço) .

O treinamento completo _____ (Nome
do upsell) tá disponível no meu site por R\$ _____ Preço
ancorado.

*****Ou outra forma de argumentar é*****

O treinamento completo _____ (Nome do
upsell) normalmente custa R\$ _____ Preço ancorado.

Mas agora, você tem essa chance única de levar ele por só R\$ _____ (Preço especial).

Agora presta atenção! Esta oferta é única e só está disponível aqui!

Quando você sair desta página, essa oferta acaba pra sempre.

Agora que você vai _____ (Promessa do produto inicial já adquirido) , não perca a chance de também _____ (Promessa do upsell) Mais rápido/Mais fácil do que nunca.

Clica no botão agora e adiciona ao seu pedido, basta clicar e ele já é adicionado ao seu pedido automaticamente.

Caso você não queira adicionar basta clicar em não eu não quero abaixo do botão.

E pra te ajudar eu quero te mostrar várias pessoas que estavam como você agora, em dúvida se aproveitavam essa oferta especial única. Eles aproveitaram e olha só o que elas estão dizendo:

COPY DO UPSELL 2

Ei, parabéns pela sua compra do _____ (Produto inicial que ela comprou).

Não fecha seu navegador nem sai dessa página por que sua compra ainda não está 100% concluída

Você fez uma escolha maravilhosa quando se inscreveu para o _____ (produto inicial que ela comprou). A Compra que você acabou de fazer foi porque você quer _____ (desejo da audiência/ motivo por ter comprado o produto), e é exatamente isso que ele fará por você.

Deixe-me fazer uma pergunta ...

Agora que você vai _____ (promessa do produto anterior/ primeiro produto que comprou), você também vai precisar saber como _____ (próxima necessidade que ele terá e que seu upsell resolve), certo?

ou outra opção de copy é**

Agora que você vai _____ (promessa do produto anterior/ primeiro produto que comprou), logo em seguida as pessoas começam a me perguntar sobre como _____ (próxima necessidade que ele terá e que seu upsell resolve)...

Então...

Você gostaria de _____ (Promessa do upsell) para que você possa fazer _____ (benefícios do upsell)?

O que eu vou te contar agora é único então presta bastante atenção!

Essa oferta não é pra qualquer um. Ela só está disponível pra você por que você provou que é uma pessoa tomadora de

decisão quando você garantiu o _____(Nome do produto do início do funil)... Então eu vou fazer uma oferta especial única que só tá disponível aqui e agora.

O que vou compartilhar com você agora vai te ajudar a _____ (promessa do upsell) para que você possa _____ (benefícios que o upsell gera) em _____ (tempo/facilidade/2x/3x.)

Eu tenho outro produto chamado “ _____ (Nome do upsell) “.

E é claro que eu não vou passar por todo o produto aqui por que a gente levaria horas aqui pra analisar tudo o que tem por dentro...

Mas uma das coisas mais poderosas que vai te dar o resultado que você está procurando é o(a) _____ (A coisa mais importante, única, geradora de resultados, existente em seu produto).

Deixa eu te explicar o que é isso e como isso vai te ajudar.

E dentro do treinamento _____ (Nome do upsell),
você também vai ver:

Você vai ver : 1. _____

Você vai aprender: _____

Eu vou te mostrar como: _____

E você vai finalmente aprender a: _____

E isso é só uma pontinha/pedaçinho do que você vai ver no
treinamento _____ (Nome do upsell)

Dá imaginar como será sua vida quando tiver a capacidade
de _____
(Promessa do upsell)?

E quando você puder _____ (Faça ele
visualizar o futuro após usar seu upsell)? Dá pra imaginar?

Então clique agora no botão abaixo para adicionar
_____ (Nome do upsell) ao seu pedido.

Eu garanto que ele vai te ajudar a
_____ (Promessa do upsell) ou
então eu vou ficar cheio de alegria de devolver seu dinheiro,
sem nem fazer perguntas.

Quando você agir agora, você também vai receber “ GRÁTIS “
_____ (Nome do Bônus), no valor de
R\$ _____ (Preço).

E você também vai receber o bônus _____
(Nome do Bônus), no valor de R\$ _____ (Preço) .

O treinamento completo _____ (Nome
do upsell) tá disponível no meu site por R\$ _____ Preço
ancorado.

*****Ou outra forma de argumentar é*****

O treinamento completo _____ (Nome do
upsell) normalmente custa R\$ _____ Preço ancorado.

Mas agora, você tem essa chance única de levar ele por só R\$ _____ (Preço especial).

Agora presta atenção! Esta oferta é única e só está disponível aqui!

Quando você sair desta página, essa oferta acaba pra sempre.

Agora que você vai _____ (Promessa do produto inicial já adquirido) , não perca a chance de também _____(Promessa do upsell) Mais rápido/Mais fácil do que nunca.

Clica no botão agora e adiciona ao seu pedido, basta clicar e ele já é adicionado ao seu pedido automaticamente.

Caso você não queira adicionar basta clicar em não eu não quero abaixo do botão.

E pra te ajudar eu quero te mostrar várias pessoas que estavam como você agora, em dúvida se aproveitavam essa oferta especial única. Eles aproveitaram e olha só o que elas estão dizendo:



WORKBOOK

SEMANA 02

MISSÃO: DIA 04



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assistir a aula na plataforma
- Postar nas mídias sociais
- Comentar no grupo: “Missão Concluída”
- Gravar vídeo de vendas no final de semana





WORKBOOK

SEMANA 03

MISSÃO: DIA 01



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assistir aula na plataforma
- Garanta que já concluiu todas as outras tarefas anteriores
- Comente no grupo: “Missão Concluída”



IMA:

- Ima escolhido
 - Nome sexy
 - Mockup Feito
-

PÁGINA DE VENDAS:

- Oferta montada
 - Preços Definidos
 - Oferta montada
 - Preços Definidos
 - Nome sexy do produto
 - Bônus que matem objeções de compra
 - Nome sexy dos bônus
 - Mockup do produto principal
 - Mockup dos bônus
 - Mockup do combo todo junto
 - Vídeo de vendas gravado
-

UPSELL 1:

- Oferta montada
 - Nome sexy do produto
 - Mockup do combo junto
 - Vídeo de upsell gravado
-

UPSELL 2: (Opcional)

- Oferta montada
- Nome sexy do produto
- Mockup do combo junto
- Vídeo de upsell gravado





WORKBOOK

SEMANA 03

MISSÃO: DIA 02



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assistir as aulas
- Comprar domínio
- Se cadastrar no Hackfunnel
- Integrar domínio com o Hackfunnel
- Comentar no grupo: “Missão concluída”



Para efetuar o seu cadastro gratuito por 30 dias no hackfunnel clique no link abaixo



Ou escreva no seu navegador o link:
<https://pay.greenn.com.br/hack-funnel/rafaelmarques>





WORKBOOK

SEMANA 03

MISSÃO: DIA 03



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assistir a aula
- Montar página de captura
- Postar nas mídias sociais o que está fazendo hoje sobre seu produto
- Comentar no grupo: “Missão Concluída”



WORKBOOK

SEMANA 03

MISSÃO: DIA 04



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assistir a aula
- Montar página de vendas
- Postar nas mídias sociais o que está fazendo hoje sobre seu produto
- Comentar no grupo: “Missão Concluída”



WORKBOOK

SEMANA 03

MISSÃO: DIA 05



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assistir a aula
- Montar página de upsell
- Postar nas mídias sociais o que está fazendo hoje sobre seu produto
- Comentar no grupo: “Missão Concluída”





WORKBOOK

SEMANA 03

MISSÃO: DIA 06



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assistir a aula Semana 3 Dia 6
- Construir seu Checkout
- Postar nas mídias sociais o que está fazendo hoje sobre seu produto
- Comentar no grupo: “Missão Concluída”

ESTRUTURA ESSENCIAL E INDISPENSÁVEL PARA UM CHECKOUT DE ALTA CONVERSÃO:

1. PROMESSA
2. Recaptulação da Oferta
3. Testemunhos/Depoimentos
4. Garantia
5. Selos de Segurança
6. Order Bump

MODELO DE COPY PARA SEU ORDERBUMP

Quer também o treinamento que uso para
_____ (Desejo da audiência)
_____ (quantas vezes) mais rápido?

Tudo o que você precisa fazer é Marcar a caixinha acima para
fazer _____
(maior benefício do produto) muito mais rápido (ou fácil).

*** Clique em SIM para adicionar ao seu pedido
(Você não terá essa chance em NENHUM outro lugar!)





WORKBOOK

SEMANA 04

MISSÃO: DIA 01



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assistir Aula 1
- Responder Workbook
- Comentar no grupo: “Missão Concluída”

Preencha abaixo:

MEDOS:

DORES:

FRUSTRAÇÕES:



DESEJOS:

ANSIEDADES:

PROBLEMAS:





WORKBOOK

SEMANA 04

MISSÃO: DIA 02



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assistir Aula 2
- Responder Workbook
- Comentar no grupo: “Missão Concluída”

OS 4 NÍVEIS DE CONSCIÊNCIA

De que dores sua audiência está consciente e não sabe a causa?

De que problemas sua audiência está consciente que tem e sabe as causas?

De que soluções sua audiência está consciente que existem?

Do que sua audiência não está consciente sobre seu produto?





WORKBOOK

SEMANA 04

MISSÃO: DIA 03



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assistir Aula 3
- Acessar planilha de ideias de anúncios
- Comentar no grupo: “Missão Concluída”



CLIQUE PARA ACESSAR A PLANILHA





WORKBOOK

SEMANA 04

MISSÃO: DIA 04



HACKERS DO
MARKETING

Checklist da missão:

- Assistir Aula 4
- Responder Workbook
- Comentar no grupo: “Missão Concluída”

QUEBRA DE PADRÃO

Que brincadeiras você pode fazer?

O que você pode falar que quebre o padrão?

O que você pode falar que quebre o padrão?



Onde você pode filmar que quebrará o padrão?

O que sua audiência mais quer? Como você poderia ilustrar isso de uma forma lúdica, cômica?



Aviso legal e termos de uso

Todas as páginas da web e publicidade são protegidas por direitos autorais pelos proprietários originais. Você pode pegar emprestadas as “ideias” desses anúncios e páginas, mas NÃO pode usar como publicidade real ou designs.

Você não tem direitos de revenda ou direito de oferta para qualquer parte desta Publicação.

Apenas clientes que compraram esta publicação estão autorizados a visualizá-la.

