



CHECKLISTÃO DO COPY VENCEDOR

IDEIA

Qual a maior transformação que o seu avatar pode ter com o seu produto?

Qual a maior dor do seu avatar hoje?

Qual o maior sonho do seu avatar hoje?

Considerando isso... Qual a emoção predominante deve ser usada na Headline?

Quais gatilhos devem ser usados?

Qual nível de consciência do avatar? Totalmente inconsciente? Consciente do problema? Consciente da solução? Consciente do produto? Totalmente consciente?

Qual lead mais recomendado?

Quais provas você pesquisou para validar sua promessa?

Quais resultados pessoais/do guru ou do produto você usará para reforçar autoridade?

Considerando todas as respostas acima, escreva sua BIG IDEA abaixo:

**Olhe para ela e pense, ela é simples e curiosa o suficiente.
Considere escrever uma última versão:**

Abaixo, escreva 3 possíveis Headlines.

**Elas são únicas? úteis? urgentes? ultraespecíficas?
Repense... Escreva sua headline final:**

Corpo do copy

Use o espaço abaixo para organizar as ideias/argumentos/provas principais de cada uma das 5 etapas do seu copy:

Headline:

Lead:

Prova:

Quebra de Objeções:

Oferta:

Chegou a hora de escrever!

Finalize seu copy e retome o Checklistão depois para revisar os mandamentos!

MANDAMENTOS

Após escrever seu copy, passe por cada um dos mandamentos abaixo com atenção, revendo seu texto e fazendo as alterações necessárias.

1. Menos Eu, mais Você: conte quantas vezes você usou a palavra “eu” e quantas vezes a palavra “você”. Se tiver mais “eu”, há grandes chances do seu copy estar ensimesmado e pouco conectado com o avatar.
2. Grife palavras chatas e substitua-as por palavras mágicas.
3. Big Idea: sua ideia é curiosa e simples? Desmembre sua Big Idea em: ideia ordinária, boa ideia e grande ideia.
4. Seu copy está “escorregador”? Frases curtas, simples, com looping pro leitor continuar lendo?
5. Seu copy começa mais emocional e migra para argumentos racionais?

6. Prova: você contém pelo menos 1 prova de cada uma das abaixo?

Pesquisas

Testimonials de clientes

Manchetes

Opiniões de autoridades

Provas de fatos concretos

Resultados pessoais

7. Sua oferta é 11 estrelas?

Tem preço com ancoragem? _____

Comparações com concorrentes? _____

Simula benefícios maiores? _____

Tem descontos? _____

Bônus? _____

Garantias? _____

8. CTA está claro? A pessoa sabe o que deve fazer, passo por passo, para tomar a atitude desejada no copy?

9. Sua solução é um mecanismo único? Se não, é possível “roupar” seu produto com um nome e uma metodologia que os tornem únicos?

10. Você está usando gatilhos mentais com veracidade?