

12 Dicas Rápidas de Copywriting

Caro Amigo,

Aqui estão 12 dicas rápidas para você começar a entrar no mundo do copywriting.

Veja, essas dicas são apenas isso... dicas.

A questão é...

Como você usa essas dicas?

Veja, em primeiro lugar, você está recebendo isso porque se cadastrou para o curso gratuito de copywriting.

Copywriting não é apenas “escrever cartas de vendas”, nem usar “gatilhos mentais”.

Copywriting é escrita persuasiva.

E escrever uma carta de vendas é uma verdadeira engenharia.

Por isso, essas dicas são apenas isso...

Dicas.

Veja as 6 lições de copywriting que você receberá no seu e-mail...

E guarde essas lições.

Depois volte nelas.

Eu mesmo tenho vários “lembretes” como esse espalhados pelo escritório e computador.

Porque isso SEMPRE precisa ser lembrado.

Na próxima página estão suas dicas.

➤ **Cartas de Vendas Maiores Vendem Mais**

Uma carta de vendas “campeã”, que fatura milhares e milhões de reais, geralmente é maior que a média.

Quanto maior? De 4 a 6 mil palavras.

Vídeos de 45 minutos.

Depende muito da forma que você está abordando o seu público alvo e da maturidade do mercado.

Porém, veja que isso varia também de acordo com o preço do que está sendo vendido.

Quanto mais caro o produto, geralmente a carta precisa ser ainda maior.

➤ **“#1” Supera Todos**

Existe uma prática comum de criar anúncios, artigos, e mesmo cartas de vendas com “452 dicas ultra ninjas para <emagrecer, ganhar dinheiro, etc>”.

A questão é...

Se existir apenas UMA coisa que você precisa fazer para emagrecer... você irá prestar atenção.

Porque “1”, é melhor que “452”.

➤ **Crie Curiosidade Insaciável**

Seu objetivo com uma headline, é simples...

Chamar atenção.

E a melhor forma de você fazer isso é criando curiosidade.

Como você cria curiosidade?

Com algumas formas...

Por exemplo...

Você pode ser muito específico...

Os 3 Genes que Ativam o Sangue Emagrecedor em 2 Horas

Usar o #1...

O Fator #1 Para Você Emagrecer...

Contar histórias

Ela não imaginava o que aconteceria se tomasse esse suco...

Tire seu leitor, seu cliente, do lugar comum.

Sonho + Otimismo + Mensuração = Sucesso (Brian Kurtz)

Você tem um sonho.

Você quer mudar de vida e ajudar pessoas.

Você precisa acreditar e estar sempre otimista quanto aos seus resultados.

Porém...

Você precisa medir seu sucesso.

Cada campanha realizada, cada email disparado, cada centavo investido...

Deve ser medido.

Nós estamos no mundo dos negócios.

E você só alcança sucesso nos negócios, se, e apenas se...

Medir seus resultados.

Conheça seus números.

➤ **É sempre sobre salvar vidas**

Você não vende um produto.

Você vende uma transformação na vida dos seus clientes.

Transformando a vida dele... você o “salva”.

Salva das aflições, salva dos conflitos...

E abre um novo mundo de possibilidades e realização para ele.

Esse é um dos princípios éticos que você deve seguir e lembrar.

Não venda “por dinheiro”. Venda para transformar vidas.

➤ **Não comprar nada, não fazer nada, não olhar nada: o estado mental padrão do seu cliente (Dan Kennedy)**

A única pessoa que se importa com o que você vende...

É você.

Seu cliente NÃO quer comprar. Ele NÃO quer ver o seu vídeo.

Por isso você precisa instigá-lo.

Tirá-lo da zona de conforto e do mundo comum.

Novamente, curiosidade, histórias...

E transformação.

Não fale do “próximo produto para emagrecer”.

Fale do “Método estranho que queima a barriga”.

Gere interesse...

Desejo...

E ação.

➤ **Ninguém toma uma decisão baseada em fatos. Você precisa deles, mas a decisão não ocorre por causa deles.**

Entenda o seguinte...

Você pode dar todas as razões lógicas porque seu produto é o melhor.

É um “método para emagrecer” com 5 módulos.

Hum...

E daí?

Seu cliente não quer emagrecer. Ele não compra porque “quer” emagrecer.

Ele compra porque quer se sentir valorizado pelo parceiro.

Quer que as mulheres tenham inveja.

Que os homens tenham desejo.

Quer voltar a caber no vestido.

Lembre...

Você transforma vidas.

E a emoção é o principal tempero.

➤ Um dos objetivos das melhores *copys* é criar agitação
Existem *copys* “frias”.

O que é uma *copy* fria?

Aquela que falta sal, tempero...

Diferente das *copys* emocionantes...

Pense em um filme.

Cada cena, o som de fundo, a trama... todas te levam para emoção.

Você precisa agitar seu cliente.

Até mesmo irritá-lo.

Porque é essa raiva “induzida” que muitas vezes faz seu cliente sair da zona de conforto e tomar ação.

➤ **Somos contadores de histórias, não copywriters (Eric Betuel)**

As maiores cartas de vendas da história, as que faturaram mais de 1 Bilhão de dólares...

Contavam histórias.

As cartas de vendas que contam boas histórias, tendem a vender muito mais que as outras.

Histórias ativam várias partes do cérebro.

Envolvem, engajam e conectam com seu cliente.

É essa conexão emocional que é responsável pelo maior volume de vendas.

➤ **“Essa copy não me arrepia” = termômetro para saber se sua copy está boa**

Nós copywriters somos “bichos estranhos”.

Certa vez me perguntaram quando sabemos se uma carta de vendas está boa...

Existe um termômetro no mínimo estranho.

Uma vez escrevi uma carta de vendas, que quando terminei...

Me deu frio na barriga.

Estava com MUITO medo de colocá-la no ar.

Conclusão?

Foi uma das minhas melhores cartas de vendas.

Esse é um termômetro estranho...

Mas ainda é um dos mais confiáveis.

Na dúvida, coloque no ar e teste.

Então você saberá de verdade se está bom ou não.

➤ **Você simplesmente continua escrevendo e tentando até funcionar (David Deutsch)**

Um dos segredos do sucesso é persistência.

Acredito que virtualmente qualquer coisa pode ser vendida.

Porém... algumas (várias) vezes... você trava.

Eu travo.

Há cartas de vendas que não vendem nada...

Há e-mails que não dão resultado algum...

E você tenta, tenta, tenta...

Até conseguir.

➤ Há um número infinito de maneiras de contar histórias, mas a maioria de nós só consegue pensar em uma

Lembra que transformamos vidas, contamos histórias e agitamos nosso cliente?

Isso só acontece se contamos boas histórias.

Se você quer vender...

Aprenda a contar histórias.

Em um dos meus cursos passo um exercício muito simples para os alunos...

Escreva 10 histórias diferentes sobre um lápis.

Se você está inspirado, escreva mais.

Então você começará, de forma natural, a distinguir “boas” histórias de histórias “mais ou menos”.

Essa, talvez, seja a lição mais importante de todas.

Conte boas histórias.

Transforme vidas.

No curso gratuito de copywriting que você deve receber no seu e-mail, começará a entender melhor cada uma dessas lições.

À Sua Riqueza e Felicidade!

Gustavo Ferreira