



WORKBOOK FL

Módulo 5- Lançamento Semente

⌚ formuladelancamento.com.br
⌚ versão 1.0

Como são divididos os lançamentos?

Daqui para frente você vai ver que dividimos todos os lançamentos em uma estrutura que ajuda a organizar os elementos e as fases de cada lançamento.

Todo lançamento é um evento, composto de:

#Elementos.

#Fases:

**Planejamento,
Preparação
e Execução.**

as **4** fases do Lançamento Semente

1. CLI - Construção da Lista de Inscritos

É quando você começa a anunciar que vai dar uma aula online (webinário) e que o seu avatar vai se inscrever para assistir a aula.

Começa cerca de 14 dias antes do Webinário.

2. AI - Aquecimento dos Inscritos

É quando você começa a enviar notificações para lembrar os inscritos que vai ter a aula online.

3. Webinário

É a execução do script de vendas.
É a aula online + oferta no final (quando você abre a oportunidade das pessoas comprarem o seu produto).

4. Carrinho aberto

Nesta fase, você mantém a oportunidade de comprar o seu produto aberta.

Detalhamento das **4** fases do Lançamento Semente

1. CLI - Construção da Lista de Inscritos

O que levar em conta:

> Tamanho

Ou seja, quantas pessoas queremos que se inscrevam para assistir a aula.

O ideal é você se planejar para ter pelo menos 100 pessoas assistindo a sua aula ao vivo.

Para ter 100 pessoas ao vivo, você precisa, em média, de 500 a 1000 pessoas inscritas.

> Qual a hora certa de fazer o Lançamento Semente?

Quando você tiver uma oferta pronta. Mas uma boa média de tempo para você conseguir gerar os inscritos sem que eles se esqueçam da aula é de 14 dias (tempo de captação).

1. CLI

Como fazer?

> Quantidade de Inscritos

Primeiro você vai definir a quantidade de inscritos que você quer e, no seu Semente, esse número é em torno de 500 a 1000 inscritos.

> Verba de Guerra

Depois, vai definir qual é a sua verba de guerra.

Verba de guerra é um valor que você vai investir na captação e que você está disposto a perder sem que isso te comprometa.

Mesmo que você tenha muito dinheiro para começar, eu sugiro que invista pouco nesse primeiro momento. Mais importante do que o tamanho do investimento, é saber COMO fazê-lo.

> Criar e otimizar campanhas

Depois, você vai criar e otimizar as campanhas de tráfego.

1. CLI

Paga vs. orgânica

Existem 2 maneiras de se construir uma lista.

A primeira é a forma paga, que como o próprio nome diz, é você pagar para que mais pessoas tenham conhecimento sobre o seu evento de lançamento.

E a segunda é a forma orgânica, que é você usar os seus ativos de redes sociais para fazer o mesmo, mas sem necessidade de investimento para isso.

O problema é que muita gente tem uma expectativa equivocada em relação à forma orgânica de construção de lista. Embora ela deva ser considerada e usada, não é ela que vai te trazer a maior quantidade de leads para o seu lançamento.

A maior parte vai vir da forma paga.

1. CLI



Paga - Elementos

Quais são os elementos necessários para começar a construir sua lista de inscritos para o Lançamento Semente de forma paga?

Elementos

Páginas

- > Página de Inscrição
- > Página de Obrigado

Formulários

- > Tags

Domínios

Campanhas

- > Públicos
- > Criativos (anúncios)
- > Redes

1. CLI



Paga - Planejamento

O que você precisa planejar para construir a sua lista para o Lançamento Semente de forma paga?

- > Datas de **início e fim** da captação de leads
- > Período total de captação de leads: **14 dias**

Orçamento

- > verba de guerra (verba de guerra é um orçamento que, se tudo der errado e você perder esse valor, você não vai à falência)

Redes

- > Facebook
(Feed e Stories)
- > Instagram (Feed, Stories e Reels)
- > Google - YouTube e Pesquisa

Nossa indicação é que, neste primeiro momento, é mais eficiente você escolher apenas 1 dessas redes.

Metas

- > Meta total de leads (de 500 a 1.000 leads)
- > Meta de Leads por dia (de 36 a 72 leads/dia)
- > CPL (custo por lead, que no Lançamento Semente vai depender do tamanho da sua verba de guerra)

1. CLI



Paga - Preparação

O que você precisa preparar para construir a sua lista para o Lançamento Semente de forma paga?

Criativos

- > Escrever os roteiros dos criativos
- > Gravação e edição

Páginas

- > Criar as páginas
- > Adicionar scripts
- > Adicionar formulários
- > Publicar domínio
- > **TESTAR TUDO.**

Configurações

FACEBOOK

- > Criar pixel
- > Criar a conversão do Lançamento
- > Criar os públicos
- > Registrar os domínios e atribuir a conversão ao domínio

GOOGLE

- > Criar uma global site tag
- > Criar a conversão
- > Criar os públicos

CAMPANHAS

- > Criar a campanha
- > Escolher criativos e públicos para começar
- > Programar a campanha

1. CLI



Paga - Execução

O que você deve executar para construir a sua lista para o Lançamento Semente de forma paga?

Acompanhar

- > Veiculação das campanhas (estão rodando? estão consumindo orçamento? estão distribuindo?)
- > Houve reprovações?
- > Esse acompanhamento é diário

Números

LEADS

- > Captadas
- > Leads que faltam
- > CPL (custo por lead)
- > Leads/dia

PERÍODO

- > Passado
- > Restante

ORÇAMENTO

- > Investido
- > Restante

OTIMIZAR

- > Orçamento
- > Públicos - de 1 a 2 vezes durante a captação
- > Criativos - de 1 a 2 vezes durante a captação

1. CLI



Orgânica - Elementos

Quais os elementos da Construção de Lista Orgânica para Lançamento Semente?

Antes de mais nada, vamos alinhar as expectativas: a maior parte das suas leads não vai vir da parte orgânica; no entanto, isso não é motivo para você deixar de fazer o que tem que ser feito.

Elementos

Páginas

- > Página de Inscrição
- > Página de Obrigado

Páginas Orgânicas

- > Página Institucional
- > Blogs

Redes Sociais

- > Facebook: Comentários; foto de capa da sua página; bio da página; posts
- > Instagram: Stories, Reels, Bio, Live, Direct
- > YouTube: Comentários dos vídeos; Descrição do vídeo; Vídeo em si; Posts escritos; Botão do canal; Stories.

1. CLI



Orgânica - Planejamento e Preparação

**Como planejar e preparar a Construção de
Lista Orgânica para Lançamento Semente?**

Planejamento

- > Planejar a data da inserção das postagens de convite para o Lançamento:

A inserção começa no dia da criação da lista de inscritos (14 dias antes do Webinário)

Preparação

PÁGINAS

- > Texto da página
- > Vídeo de convite
- > Formulários e Tags

POSTAGENS

- > Produzir as postagens (texto, banner, texto, etc.)
- > Agendar as postagens

1. CLI



Orgânica - Execução

Como executar a Construção de Lista Orgânica para Lançamento Semente?

- > Colocar o CTA (chamada para ação) nas páginas e nas redes sociais
- > Verificar o que você agendou
- > Postar o que não pode ser agendado (geralmente stories e reels)

2. AI - Aquecimento dos Inscritos



Elementos e Planejamento

O aquecimento é o momento de notificar a audiência que se inscreveu na aula para lembrá-la do seu webinário.

Essa fase começa na semana que acontece o webinário. A indicação é que o Webinário aconteça na quinta-feira. Isso significa que a Semana de Aquecimento de Inscritos começa na terça-feira (totalizando 3 dias de aquecimento - terça, quarta e quinta, que é o Dia do Webinário).

Elementos

- > E-mails
- > Canais alternativos (Whatsapp, Telegram, SMS)

Planejamento

- > Calendário (3 dias de aquecimento)
- > Notificação de terça-feira
- > Notificação de quarta-feira
- > 2 Notificações de quinta-feira
(manhã e 10 minutos antes da aula começar)

2. AI - Aquecimento dos Inscritos



Preparação e Execução

A coisa mais importante na fase de preparação do Aquecimento de Inscritos é **escrever as notificações**.

Notificações

- > E-mails
- > Canais alternativos (Whatsapp, Telegram, SMS)

Terça-feira

- > A nossa aula é (Data, Hora)
- > Prévia da história do método
- > Listar os benefícios do que ela vai aprender na aula
- > CTA (responder a pesquisa criada na fase de construção de lista de inscritos)

Gatilhos mentais que você pode usar nesse e-mail:

- > Escassez
- > Prova social
- > Evento

2. AI - Aquecimento dos Inscritos



Quarta-feira

- > A nossa aula é amanhã (Data, Hora)
- > Listar os benefícios
- > Conteúdo (simples que não é fácil; os 3 poderes mágicos)
- > CTA (pesquisa)

Gatilhos mentais que você pode usar nesse e-mail:

- > Escassez
- > Prova social
- > Evento

Quinta-feira - E-mail 1

- > A nossa aula é hoje (Data, Hora)
- > Listar os benefícios
- > CTA (link de transmissão da aula)

Quinta-feira - E-mail 2

- > A nossa aula é daqui a pouco (Data, Hora)
- > Listar os benefícios
- > CTA (link de transmissão da aula)

2. AI - Aquecimento dos Inscritos



Envios

Preparar o envio dessas notificações na sua ferramenta de e-mail marketing. Você ainda não vai disparar os e-mails, vai apenas prepará-los na ferramenta.

Execução

- > Apertar o botão enviar de todos os e-mails que você programou.

Verificar se os e-mails chegaram.

3. Webnário



É a fase onde você vai dar a aula e fazer a oferta.
É o seu Lançamento de fato.

Elementos

- > Oferta
- > Script de vendas
- > Local da transmissão
- > Página de vendas

Planejamento

**O que você precisa planejar
para executar o seu Webinário?**

#1 Planejar a data e hora do Webinário
Sugestão: **Quinta-feira, 20h.**

#2 Definir/Revisar a Oferta - **1 dia**

#3 Agendar para escrever
o Script de Vendas - **3 dias**

3. Webnário



Preparação

O que você precisa planejar para executar o seu Webinário?

#1 Definir e revisar a Oferta - **1 dia**

#2 Construir, publicar e testar a sua Página de Vendas

Script de Vendas - Estrutura Geral

O Script de Vendas deve seguir a seguinte estrutura:

- #1** Roma
- #2** Prova
- #3** História
- #4** Conteúdo
- #5** Oferta
- #6** Ingredientes

3. Webnário



Script de Vendas - Roma

A sua Roma tem que ser **DSA**
(um **D**estino **S**imples e **A**trativo para o seu avatar).

Script de Vendas - Prova

As provas devem seguir 4 critérios:

- #1 Mostrar indiscutivelmente o cliente chegando à Roma
- #2 Apresentar evidências visuais (se aplicável)
- #3 Deixar o próprio cliente falar da transformação (chegada à Roma)
- #4 Enfraquecer objeções

Para o Lançamento Semente, você
precisa de pelo menos **1 pessoa transformada**:
pode ser o próprio expert ou pode ser um aluno.

Se você não tem nenhuma prova,
o recomendável é que você
lance um expert.

Se o expert não tem prova,
troque de expert.

3. Webnário



Script de Vendas - História

Por que você **deve contar a sua história** (ou do expert) no script de vendas?

- #1 Gerar Conexão
- #2 Procedência
- #3 Credibilidade
- #4 Retenção (uma pessoa não tem como concordar ou discordar de uma história)

Como contar a sua história?

Jornada do Herói

- > De onde eu vim? (Não é pra gastar meia hora contando essa parte)
- > Eu sou um pouco como você (avatar; audiência)
- > Eu queria _____ (**roma/desejo**) _____
- > Mas eu tinha _____ (**dificuldades/objeções**) _____
- > Eu encontrei uma maneira de resolver _____ (**problema**) _____ para _____ (**Roma**) _____
- > É o que eu vou dividir com você

3. Webnário



Script de Vendas - Conteúdo

O conteúdo do Webinário é regido por uma palavra: oportunidade. O que você vai ensinar é uma oportunidade e o seu curso **é o caminho para isso.**

E existem **2 maneiras** de mostrar uma oportunidade.

Primeira Maneira

Jeito certo vs. Jeito errado:

É uma oportunidade de mostrar que o jeito tradicional que todo mundo conhece é errado, e que o seu jeito é melhor (**mais eficiente**).

Segunda Maneira

Oportunidade / Oportunidade Amplificada:

É uma maneira de mostrar uma oportunidade e, em seguida, amplificar ainda mais essa oportunidade (**geralmente ajudando a remover uma objeção junto**).

3. Webnário



Script de Vendas - Oferta

Chegou o momento de fazer a transição do conteúdo para a oferta, **seguindo a estrutura:**

Aterrissando

“Não tem como ensinar tudo em uma aula só”

Entregáveis + benefícios + dores que resolve

Bônus

Preço + Garantia

Ideal no Lançamento Semente é oferecer garantia Incondicional + Condisional de 90 90 + 500

CTA

Como a pessoa faz para acessar a página de vendas

Fechamento

- > Direto (passa o cartão e realiza a compra)
- > Indireto (ideal para tickets altos, que não tem como passar o cartão)

Na deixa final, você avisa que a pessoa tem 3 alternativas:

Fazer como sempre e não ter resultados (e desistir)
Tentar aprender sozinho (perder tempo e dinheiro)
Comprar o produto sem risco e ter uma metodologia em mãos para te levar onde você quer chegar

4. Carrinho Aberto



Elementos e Planejamento

Essa fase começa no final do Webinário, quando você abre a oportunidade das pessoas comprarem o seu produto, e vai até a terça-feira seguinte. É quando fazemos uma sequência de fechamento.

O objetivo aqui é **fechar 1 venda** para validar a sua oferta.

Elementos

- > Página de Vendas
- > Notificações

Planejamento

- > Abertura do carrinho (final do Webinário)
- > Notificação da sexta-feira
- > Notificação do domingo
- > Notificação da terça-feira

4. Carrinho Aberto



Preparação e Execução

Preparação

Fase onde as notificações serão preparadas e enviadas.

Notificação da sexta-feira - Atendendo a pedidos

- > Informar que a gravação da aula está disponível
- > Informar até que dia e hora fica disponível (terça-feira)
- > Inscrições
- > CTA

Gatilhos mentais que você pode usar nesse e-mail:

- > Prova social
- > Comunidade
- > Escassez

Notificação de domingo - Só o filé

- > Vídeo editado (aula + oferta)
- > Inscrições
- > CTA

Gatilhos mentais que você pode usar nesse e-mail:

- > Prova social + Prova (se aplicável)
- > Escassez + forte

Notificação de terça-feira - Última Chamada

- > Foco total nas Inscrições
- > CTA

Gatilhos mentais que você pode usar nesse e-mail:

- > Prova (se aplicável)
- > Escassez total

Preparar o envio das mensagens.

Execução

Fase onde você vai **enviar as notificações** e verificar se elas foram entregues.

Colocar a gravação do webinário **na íntegra** na página de vendas na sexta-feira.

Colocar a **gravação editada** na página de vendas no domingo.

Fechar a página de vendas (**tirá-la do ar**) na terça-feira.

O que acontece depois que o carrinho fechar?

Entrega

A entrega do seu produto é uma oportunidade de **estar perto dos seus alunos**.

É o momento de você fazer também um **overdelivery**.

Aqui você está validando também a sua entrega, é o momento de **fazer seus alunos terem resultado**, porque isso gera provas que você vai usar nos próximos lançamentos.

Debriefing

Tão importante quanto executar um lançamento é você **tirar um tempo para entender** o que você fez que deu certo e o que você fez que deu errado.

No meio do lançamento não tem como fazer isso com excelência.

Por isso, no final do lançamento, você tem que fazer um **Debriefing**, que é um documento que você tem que baixar e preencher, dando o seu melhor, sobre cada área do seu lançamento.

ERROS COMUNS

#1 Ficar **viciado** em Lançamento **Semente**

#2 **Expectativa errada** (não é um lançamento para escalar; para fazer o 6 em 7)

OBJEÇÕES COMUNS

#1 **Pouca Lead**

É melhor fazer o lançamento **do que não fazer.**

#2 **Zero vendas**

O LS é para isso mesmo. Faça o **debriefing** **pra entender** o que deu certo e o que deu errado.

#3 **Falta de tempo**

Tempo é prioridade; e no começo você **vai ter que dar o gás.** No início, o volume de produção de conteúdo é menor.

#2 **Dinheiro para investir**

Quando o dinheiro é curto, a criatividade tem que ser infinita - você tem que triplicar o conteúdo. A jornada é mais demorada, **mas é possível.**

No entanto, é possível usar a criatividade também para levantar dinheiro. **Tente listar 50 formas** de levantar dinheiro, provavelmente você vai encontrar algumas que vão te ajudar.

WORKBOOK FL

Módulo 5- Lançamento Semente

- 👉 Leia os **próximos módulos**
- 👉 acesse o **banco de resultados**