



MÓDULO 3, AULA 05

COMO SER UM MENSAGEIRO MILIONÁRIO

O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTA AULA:

O título da aula pode gerar polêmica, porque ao fim da aula você não vai fazer milhões com a sua mensagem imediatamente.

O que você VAI fazer é aprender as lições de um livro muito valioso para copywriters, ainda que não seja um livro técnico de copywriting: O Mensageiro Milionário.

Quando as pessoas querem se expressar, geralmente têm muitas dificuldades e existem ações que você pode tomar para melhorar isso, seja para si mesmo nas suas redes sociais ou para outra pessoa (caso você esteja fazendo um trabalho de copywriter para alguém, nos bastidores).

Para esses casos em que você escreve para um expert, é especialmente importante ser um entendedor de gente, um pouco de psicólogo e tudo mais. Esse livro - e essa aula - vão te ajudar.

A TAREFA DO EXPERT

Um expert precisa se conectar com a audiência para ganhar confiança, entender suas necessidades e ambições.


Lembre-se de que a sua audiência certamente têm esses sentimentos, em grau maior ou menor. Como copywriter, é seu dever entendê-los.

Supondo, por exemplo, que você trabalhe com um expert de culinária que ensina a fazer pães (e sim, é possível fazer muito dinheiro com isso), é seu dever entender as necessidades desse público.

Pode ser que eles queiram aprender a simplesmente fazer pães para a família, mas pode ser que queiram começar um negócio de pães para finalmente sair do emprego que não suportam mais.

Perceba que a dor resolvida pelo expert deixa de ser “eu não sei fazer pães” e passa a ser “eu quero ter meu próprio negócio”.

O expert pode ainda não saber disso e você deve ajudá-lo nessa descoberta.



A tarefa do expert também é criar informações, conteúdos e produtos práticos e úteis que agreguem valor à audiência e a ensinem a ter uma vida melhor.

A última coisa que você vende é o que de fato você vende. Como no caso do expert em pães, cozinhar é apenas um caminho para uma vida melhor - este sim o desejo da audiência.

No caso deste treinamento de copywriting, o objetivo final de quem compra também é uma vida melhor, já que quem domina técnicas de escrita persuasiva vende mais, pode ter mais conforto e, portanto, viver melhor.

Ao criar conteúdo, faça com que eles ajudem as pessoas de fato e não sejam técnicos e chatos. Adicione um pouco de vida pessoal, suas experiências, etc.

É essencial agregar valor e dar pequenas conquistas que façam com que as pessoas sintam que estão evoluindo e, eventualmente, precisam dar o próximo passo comprando o seu produto.

PERGUNTAS A SE FAZER AO EXPERT

Antes de qualquer coisa, pesquise. Não somente sente para escrever confiando nas suas próprias percepções.

As perguntas a seguir são um exercício útil para escrever ofertas e conteúdos, mas também na escolha do seu expert.

Se preocupe caso ele não consiga responder a essas perguntas plenamente.

Você pesquisou com afinco o tópico que quer ajudar as pessoas a aprender ou dominar?

Muita gente vende, por exemplo, cursos sobre fazer dinheiro e ficar rico na internet através de afiliações sem nunca antes ter feito isso.

Seu expert precisa dominar o assunto.

Você já leu pelo menos seis livros sobre o tópico no último ano?

É preciso que o expert se mostre atento ao que acontece em seu mercado e disposto a estar constantemente estudando para se manter atualizado.



Você entrevistou pelo menos dez outros especialistas sobre o tópico?

Em outras palavras: essa pessoa troca informações e experiências com outros experts ou se acha absoluta no mercado?

Você aplicou as lições aprendidas e obteve resultados significativos?

Para ensinar alguma coisa a alguém, a pessoa deve ter tido algum resultado acima da média. Caso contrário, por que alguém seguiria suas orientações?

Você tem uma vida honrada que as pessoas admirarão e terão como modelo?

As pessoas olham além das questões técnicas. Mais do que um produto, elas comprarão uma pessoa e precisam simpatizar com ela.

Se essas perguntas não forem respondidas adequadamente, com clareza, o público certamente notará que não existe autoridade, domínio da técnica, resultados ou honestidade ali.

Elas também se aplicam a você: se não está pronto para responder às perguntas, não é a hora de se considerar um expert.

A boa notícia é que ninguém nasce expert. Você pode se tornar um em qualquer coisa com dedicação e tempo.

DESCUBRA OS PROBLEMAS DA AUDIÊNCIA DO EXPERT

Se você não sabe o problema, não consegue pensar numa boa solução.

Descubra sobre a audiência:

- O que você está tentando cumprir neste ano?
- O que você acredita que demandaria para dobrar o seu negócio ou sua felicidade neste ano?
- O que mais lhe frustra sobre seu negócio ou sua vida neste momento?
- O que você já tentou fazer para melhorar sua situação, e o que funcionou ou não?

Lembre-se que copy é emoção, então falar das dores e frustrações, comentar a falta de resultados e as tentativas frustradas anteriores causa uma profunda conexão com as pessoas.

LEMBRE-SE

5 atitudes que vão te tornar um mensageiro milionário:

- Minhas experiências de vida, mensagem e voz são valiosas;
- Se não sei ou não tenho algo, aprendo ou crio;
- Não deixarei que minha pequena empresa me torne limitado;
- Aprendizes primeiros, instrutores depois, servidores sempre;
- Dominar um tópico é um estilo de vida.

O QUE FAZER AGORA

Sabatina

Faça ao seu expert (ou a si mesmo) as perguntas a seguir para saber o valor que pode gerar para a audiência:

Você pesquisou com afinco o tópico que quer ajudar as pessoas a aprender ou dominar?

Você já leu pelo menos seis livros sobre o tópico no último ano?

Você entrevistou pelo menos dez outros especialistas sobre o tópico?

Você aplicou as lições aprendidas e obteve resultados significativos?

Você tem uma vida honrada que as pessoas admirarão e terão como modelo?



Conhecendo a audiência

O poder de um copywriter está em conhecer bem sua audiência, e é por isso que você deve fazer (sutilmente, através de conteúdos) as seguintes perguntas ao seu público e anotar os resultados:

O que você está tentando cumprir neste ano?

O que você acredita que demandaria para dobrar o seu negócio ou sua felicidade neste ano?

O que mais lhe frustra sobre seu negócio ou sua vida neste momento?

O que você já tentou fazer para melhorar sua situação, e o que funcionou ou não?
