

# Referência de Copywriters

- Joseph Sugarman
- Dan Kennedy
- David Ogilvy
- Eugene M Schwartz
- Drew E. Whitman

-----

**A venda é uma troca!**

## **2 Motivações**

Buscar um prazer.

Fugir de uma dor.

O seu produto é uma ponte para a transformação. **Venda a transformação!**

Primeiro contato que a pessoa tem com sua copy, é o mais importante!

## **Objeções**

(Padrões)

A loja é segura?

O produto vai chegar?

**Colocar suporte WPP para colher objeções**

**Não coloque as objeções secas, pense que o cliente só quer o benefício. Detalhe os motivos daquilo ser bom. Coloque na cara do cliente!**

**(NÃO FAZER)** Contém 30g.

**(CORRETO)** 30g → Você compra 1 vez, e utiliza durante 1 ano!

**Feito com Carvão Ativado → Remove manchas, toxinas, (etc)**

**100% Natural → Sem químicos que agredem a gengiva.**

## **Funil de Objeção**

**Você começa pela mais recorrente, e vai até menos recorrente.**

**Não faça Promessas Confusas, foque em uma coisa só!**

**Nivelamento entre Promessa x Plausibilidade.**

→ 5 porquês causa raiz

### **As 8 Motivações Biológicas**

- 1 - Não morrer, aproveitar a vida e viver mais tempo.
- 2 - Desfrutar comidas e bebidas
- 3 - Liberdade de medos, dores e perigos
- 4 - Romance, ter um parceiro sexual
- 5 - Condições confortáveis
- 6 - Ser superior, vencer, não ficar pra trás
- 7 - Cuidar e proteger de quem amamos
- 8 - Aprovação Social