

Qual o problema?

Sabes, agora, que a lógica que buscarás impor em sua comunicação com seus leads é a de problema e solução. Você precisa mapear os problemas dos seu público e relacioná-los entre si. Feito isso, irá oferecer soluções para os problemas mais simples, enquanto, por fim, cobrará para solucionar o problema principal. Esta é a técnica de lançamento por e-mail, pelo menos uma porção dela - conforme visto em aula.

Com base nisso, escolha a melhor alternativa abaixo para realizar uma venda por e-mail:

Selecione uma alternativa

A A estratégia que irei empregar será a de venda direta. Vou capturar leads e vender diretamente, sem mesmo nutrir meus leads. Isso porque acredito que meu produto é de fácil consumo e as pessoas vão entender na mesma hora em que virem meu anúncio para que ele serve e como utilizar o mesmo - além de ser baratinho!

B Vou enviar alguns e-mails com dicas e conteúdo gratuito para solidificar minha relação com os meus leads. Depois de feito isso, irei oferecer meu produto utilizando a lógica problema-solução em uma única vez, em um único contato ou série de e-mails reforçando um único problema/solução.

C Vou oferecer dicas sobre o que busco solucionar de forma gratuita. Quando chegar a hora de vender, vou criar soluções e resolver problemas em sequência até que eu consiga conduzir o lead ao momento da compra. As primeiras soluções serão gratuitas e serão enviadas na mesma semana, a solução final será paga, oferecida como meu serviço ou produto ao mercado. Assim sendo, vou antes nutrir com conteúdo gratuito para então lançar meu produto usando a lógica problema-solução.