

MÓDULO 1, AULA 04

COMO CRIAR HEADLINES IMPOSSÍVEIS DE SEREM IGNORADAS



O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTA AULA

- Os objetivos de uma headline;
- Os fundamentos de uma boa headline;
- A fórmula infalível para legendas impossíveis de ignorar;
- 23 estruturas de headlines que funcionam.

OS OBJETIVOS DE UMA HEADLINE

Headlines são títulos chamativos que atraem atenção para todo o restante da copy.

O objetivo de uma headline é aproveitar o primeiro contato com o leitor para convencê-lo a ler o resto. Se não for boa, o leitor não lê mais nada.

É a porta de entrada da copy e, talvez, seja a parte mais importante dela.

Uma headline também pode servir para segmentar o público-alvo, já que separa as pessoas realmente interessadas do restante.

Quando você começa um vídeo dizendo “Olá, advogados!”, por exemplo, já está fazendo uma segmentação e filtrando quem não é do seu público.

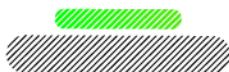
O objetivo não é vender logo de cara, mas fazer o primeiro convencimento. Fazer com que se leia as próximas linhas.

Uma headline pode ser apelativa e até mesmo exagerada - isso porque ninguém gosta de comunicação morna.

Subtítulos

O subtítulo é o título que vem depois da headline - é geralmente maior e serve para quebrar objeções e mostrar benefícios. Assim como a headline, também não têm vender como primeiro intuito.





FUNDAMENTOS DA HEADLINE

Para, de fato, atrair atenção, uma headline deve gerar:

Curiosidade

“Entenda como dobrar a velocidade da sua escrita”

Por que funciona?

Assumindo que essa seja uma dor verdadeira de escritores (você pode descobrir isso mapeando sua persona), essa headline desperta curiosidade porque levanta duas perguntas na cabeça do leitor:

- Como assim dobrar? Qual é a velocidade comum?
- Como é possível conseguir um resultado tão expressivo?

Exclusividade

“Entenda sobre a nova metodologia para respiração eficaz no yoga”

Por que funciona?

Quem pratica yoga já conhece algumas técnicas, então fica intrigado quando ouve sobre uma “nova metodologia”. Também fica tentado a conhecer a tal técnica que ninguém ouviu falar e que não se encontra em qualquer lugar. Seres humanos gostam de exclusividade.

Medo

“Você pode estar jogando dinheiro fora se estiver fazendo essas 3 coisas no dia a dia”

Por que funciona?

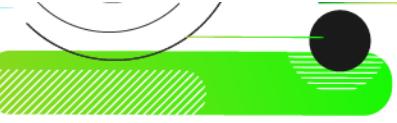
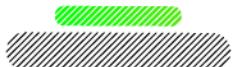
Todo mundo tem aversão a perdas (jogar dinheiro fora) e quer preveni-las a todo custo. Além disso, a especificidade de falar “3 coisas” também gera curiosidade (que 3 coisas são essas?).

Ganho

“O guia definitivo para ter mais energia e disposição”

Por que funciona?

São coisas universalmente desejáveis - quem não quer mais energia e disposição?



Novidade

“Ampliamos nossas fronteiras e estamos entregando em todo o Brasil”

Por que funciona?

Todos querem estar por dentro dos últimos acontecimentos - por menores que sejam. A Apple, por exemplo, se aproveita disso com os lançamentos de iPhones. São poucas mudanças, mas as lojas sempre têm filas em vésperas de lançamentos.

A FÓRMULA DAS HEADLINES INFALÍVEIS

As melhores headlines têm os 4 Us: únicas, úteis, urgentes, ultra específicas.

Ultra específica

Você passa credibilidade quando fala de algo que parece tangível, possível de alcançar.

Falar “escreva duas vezes mais rápido” mostra que houve algum estudo para fazer essa afirmação (você não inventaria isso).

Se eu já sei a velocidade em que escrevo, então consigo imaginar bem o dobro.

Mostre números e porcentagens, fale em semanas e dias - quanto mais específico melhor.

Urgente

Você precisa fazer a audiência perceber que tem que agir o mais rápido possível.

“Perca a vergonha de gravar vídeos cantando hoje mesmo” - não amanhã, não semana que vem. Quanto mais urgente parecer, mais a vontade de agir é despertada.

Útil

Mostre o que você pode oferecer de útil e benéfico, diga como agrega valor.

“Para de deixar as luzes desses cômodos acesas e economize até R\$1.000 por ano” é útil porque dá uma dica prática e também é específica (menciona o tamanho da economia).

Única

Uma headline não pode dar a impressão de que a solução é facilmente encontrada em qualquer lugar.

“Escreva copy 5 vezes mais rápido com esse método simples que já foi testado e comprovado”



Note que esta promessa é rara e que outros elementos também estão envolvidos: especificidade, por exemplo. Você deve fazer seus próprios testes para saber que combinações funcionam bem com o seu público.

HEADLINES QUE FUNCIONAM

Sabendo o quanto bem você precisa conhecer a sua audiência, você já deve ter imaginado que copiar uma copy criada por outra pessoa, para outro produto não é uma boa ideia.

Ainda assim, existem estruturas de headlines que costumam funcionar muito bem para a maioria dos casos:

1. **Luciana Perdeu 9 Kgs Com Esse Treino de 15 Minutos.**

Por que funciona: fornece prova social e gera desejo.

2. **Cuidado! Esses 4 alimentos podem estar causando doenças graves.**

Por que funciona: chama atenção e tem o medo como motivador.

3. **16 Estratégias para ganhar músculos em menos tempo.**

Por que funciona: mostra métodos comprovados e promete rapidez.

4. **Eu fiz esse "novo" treino durante 12 meses. Veja o que aconteceu...**

Por que funciona: gera curiosidade com "veja o que aconteceu".

5. **O guia definitivo para ler 3x mais rápido.**

Por que funciona: "guia definitivo" aumenta a percepção de valor.

6. **12 Erros Que a Maioria das Pessoas Cometem ao comprar online.**

Por que funciona: trabalha com a motivação por medo.

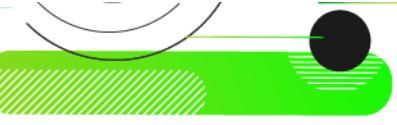
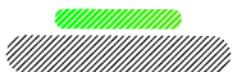
7. **"Eu investi apenas 2 mil reais e fiz um lançamento de 100 mil reais usando essa estratégia simples com um método comprovado."**

Por que funciona: fala num método comprovado para um resultado muito expressivo e promete simplicidade.

8. **17 Hacks Para Ter Mais Disposição.**

Por que funciona: "hacks" dá a ideia de facilidade, "ter mais disposição" é um desejo universal.





9. Quiz: Qual sapato Combina Mais Com o Seu Estilo?

Por que funciona: as pessoas adoram quizzes e testes e o assunto gera interesse.

10. 6 Lições Que Aprendi Com Tony Robbins (#6 é a melhor).

Por que funciona: é específico e gera muita curiosidade, "#6 é a melhor" prende a atenção até o final.

11. Como Conseguir 1.000 Visitas Por Dia no seu blog Começando do Zero.

Por que funciona: "como conseguir" dá a ideia de que será um passo a passo simples.

12. Empreendedores! Vocês estão deixando dinheiro na mesa?

Por que funciona: fala diretamente com a audiência (empreendedores) e causa medo.

13. 7 treinadores físicos revelam seus treinos favoritos para ganho de massa magra.

Por que funciona: trabalha a autoridade e dá um ar de segredo, exclusividade.

14. Consiga Clientes Através da Internet HOJE!

Por que funciona: "hoje" ativa o gatilho mental da urgência.

15. O Novo Tutorial Para Economizar Até 70% Ao comprar online.

Por que funciona: tutorial dá a ideia de facilidade e 70% é um número grande e específico.

16. 5 Passos Para Conseguir Ganhar Dinheiro Na Internet.

Por que funciona: "passos" dá a ideia de simplicidade, "ganhar dinheiro" desperta ganância.

17. Como Acelerar Suas Vendas Sem Precisar Investir Dinheiro Em Tráfego.

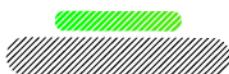
Por que funciona: "como" promete simplicidade e direção, "sem precisar investir em tráfego" quebra uma objeção.

18. Excesso de água pode estar sendo prejudicial à sua saúde.

Por que funciona: é uma quebra de padrão, um contra senso que causa surpresa.

19. 12 Meios Desconhecidos Para Lucrar Mais nas Vendas.

Por que funciona: "desconhecidos" inspira exclusividade, "lucrar mais" toca na ganância.



20. Pare de comprar isso imediatamente!
Por que funciona: é um comando assertivo.

21. 12 Razões Para Você Parar de Brigar Com Seus Filhos Hoje.
Por que funciona: porque fala em razões, promete o entendimento de um problema profundo e angustiante com urgência (hoje).

22. Como Fazer 6 meses de Vendas Em Apenas 3 Dias
Por que funciona: “como fazer” promete direcionamento passo a passo, o resultado é muito incomum e chama atenção.

23. Entenda Como Você Está Deixando Clientes Ir Embora (E o que fazer com relação a isso).
Por que funciona: apresenta um problema e oferece uma solução.

O QUE FAZER AGORA

Escreva headlines

Você pode ler exemplos para ampliar seu repertório, mas não há nada que substitua a prática.

Escreva 15 headlines para anúncios do seu produto. Caso não tenha um, escreva para posts no seu Instagram. Caso não tenha, escreva para o produto de algum concorrente ou mesmo um produto imaginário.

Sim, este é um exercício sem desculpas!

Produto: _____

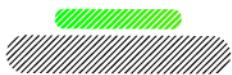
Headline: _____

Produto: _____

Headline: _____

Produto: _____

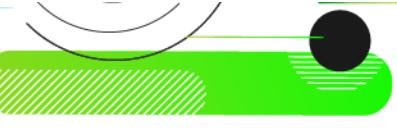
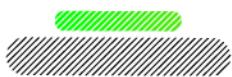
Headline: _____



Produto: _____

Headline: _____





Produto: _____

Headline: _____

Produto: _____

Headline: _____

Produto: _____

Headline: _____

Produto: _____

Headline: _____

Teste as headlines com um leigo

Depois de ter criado suas headlines, mostre-as para algum amigo leigo e pergunte se ele entendeu. Veja se ele tem alguma sugestão ou mudaria alguma coisa.

