



E-mails

1. Pontos de atenção

1.1. Não escrever parágrafos com mais de 3 linhas.

1.2. Provas

1.3. Evite muito texto sem imagem

1.4. Evite vender o método mais que o resultado

1.5. Qual emoção seu texto gera?

1.5.1. Evitar

1.5.1.1. Tristeza

1.5.1.2. Sensação que vai ser difícil

1.5.1.3. Incapacidade

1.5.1.4. Inferiorizar

1.5.1.5. Negativa

1.5.1.6. Assustada

1.5.2. Focar

1.5.2.1. Clareza

1.5.2.2. Êxtase

1.5.2.3. Empolgação

1.5.2.4. Alegria

1.6. Autenticidade

2. Copy

2.1. Great Lead - 6 leads

2.1.1. Problemas/Solução

2.1.2. História

2.1.3. O segredo

2.2. Copy Logic

2.2.1. Concretude

2.2.1.1. essa palavra pode ser ilustrada?

2.2.1.2. todo mundo desenharia igual?

2.2.2. Inacreditável

2.2.2.1. surreal demais

2.2.2.2. desconfia

2.2.2.3. antídoto: PROVAR

2.2.2.4. seja uma prova viva

2.2.3. Chata

2.2.3.1. gostoso

2.2.3.2. sensação positiva

2.2.3.3. conquista

2.3. Ideias que colam (made to stick)

2.3.1. 1. Simplicidade

2.3.1.1. utilizar - usar

2.3.2. 2. Quebra de expectativa

2.3.3. 3. Concreta

2.3.4. 4. Confiável

2.3.5. 5. Emoção

2.3.5.1. Você pensa....

2.3.5.2. Você sente...

2.3.5.3. Você deseja/sonha...

2.3.5.4. Você tem medo....

2.3.5.5. Você já passou por isso?

2.3.5.6. História

2.3.6. 6. Storytelling

2.4. Promessa

2.4.1. Benéfica

2.4.2. Atrativa

2.4.3. Potente

2.4.4. Curta

2.5. Técnicas

2.5.1. Cortar palavras

2.5.1.1. assertiva

2.5.2. Essa frase faz sentido para quem tá lendo?

2.5.3. Essa frase gera impacto?

2.5.4. Estou conectando com o mundo da pessoa? Estou dizendo o que ela pensa e sente?

2.5.5. O benefício que estou propondo é claro e desejável?

2.5.6. Não olhe com os seus olhos, olhe com os olhos de quem vai ler.

2.5.7. Frases curtas são mais assertivas

2.6. Posicionamento

3. E-mails curtos

3.1. Inscrições abertas

3.1.1. Aviso de abertura

3.1.2. No link vou te falar o que é, quanto é, como funciona e como se inscrever

3.1.3. Link de ação

3.1.4. Prova

3.2. Tudo o que você vai levar

3.2.1. E-mail curto e direto ao ponto listando benefícios e link

3.2.2. O que você leva com o curso? Listar benefícios

3.3. Seu curso por dentro

3.3.1. Link com vídeo de como funciona o curso

3.4. Seus bônus estão aqui

3.4.1. Lista de bônus e link

3.5. Último dia

3.5.1. Aviso final

3.5.2. O porquê

3.5.3. O que a pessoa vai perder se ela não se inscrever

3.5.4. Existem 2 caminhos

3.6. Últimas horas

4. E-mails longos

4.1. História

4.2. Erros e acertos

4.2.1. Mitos e verdades

4.3. IsisMail

4.4. Causa / Porquê

5. Métricas

5.1. 10 mil e-mails

5.2. 10 a 30% de abertura

5.3. 0,5% a 2% de clique