

## O CICLO DE 60 DIAS

*Como triplicar os resultados dos seus lançamentos com uma estratégia fechada de conteúdo gratuito.*

Um especialista para ter resultados no digital precisa de uma autoridade bem estabelecida. Por isso hoje no marketing digital se faz necessário uma estratégia forte de conteúdo voltada para atração de novos prospectos, engajamento de uma base sólida de seguidores e a venda, que é o oxigênio de uma empresa.

Aqui vou destrinchar os 3 tipos de conteúdos presentes hoje no marketing digital, usado pela maioria dos times de conteúdos que já ajudei que cuidam do conteúdo de grandes nomes do mercado conhecido por vocês.

### O Conteúdo Puro (C.P)

Para se obter a atenção da sua audiência, ganhar o tempo dela e por consequência a sua admiração se faz necessário gerar valor.

Essa geração de valor acontece com o Conteúdo Puro, onde a sua única intenção é gerar insights, sanar desejos e quebrar barreiras.

*Lembre-se: O conteúdo puro serve para as pessoas te usarem. Elas vão aprender com você, mas isso não necessariamente fará elas se conectarem, ainda.*

*Existem 3 classificações de Conteúdo Puro hoje no mercado, são elas:*

#### 1. Conteúdo de Insights

Você é uma máquina de conhecimento, você domina o que precisa ser ensinado. Uma única pergunta pode gerar uma série de conteúdos que ensinam algo novo para a sua audiência. Um erro muito comum aqui é não querer ensinar o que é óbvio para você, acreditando que outras pessoas darão por merecido. **Lembre-se sempre que tem alguém que precisa do seu pior conteúdo.**

*Exemplos de conteúdo de Insight*

1. Como vender por direct
2. Como se diferenciar da concorrência
3. O maior erro das pessoas no (seu nicho)
4. (algum tema quente ou relevante) + (minha opinião)
5. Não faça essa merd\* no (seu nicho)
6. A grande vantagem de (técnica/ferramenta)
7. O jeito mais fácil de fazer um (técnica)
8. O momento ideal para começar a (seu nicho)

9. 4 aplicativos que nunca vou desinstalar
10. Os 2 tipos de (seu mecanismo) fáceis para iniciantes
11. Como ganhar dinheiro ensinando o óbvio
12. Um erro bobo que acaba com o seu (mecanismo/técnica)

## 2. Conteúdo de Blindagens

Geralmente é aquele conteúdo que ensina a pessoa a passar por cima de algum obstáculo, mostra para ela que um grande problema, é pequeno diante da solução que você está propondo.

Normalmente é um empenho extra, um esforço ou uma mudança.

*Exemplos de conteúdos de blindagens:*

1. Como lidar com haters no seu....
2. Engane o seu (corpo, cérebro) para eliminar a (barreira emocional que atrapalha, exemplo cansaço, ansiedade, objeção forte que voce conhece)
3. Como lidar com (pessoas negativas e pessimistas, clientes chatos, etc)
4. Como fazer seu (tempo durar duas vezes mais, salário, equipamento)
5. Como priorizar o que é o mais importante para...
6. Como conquistar/ter/ser (benefício/sonho/promessa) mesmo.... (sem tempo, sem experiência, com 3 filhos, sendo iniciante)
7. Como ter mais foco para terminar o que começou..

## 3. Conteúdo de Desejo

Esse tipo de conteúdo é focado em duas coisas: **a conquista de algo que se deseja muito ou a solução da dor de algo que perturba demais o público** (Resolve uma dor ou mostra uma oportunidade). Neste conteúdo você deve ensinar como conquistar os principais desejos e como exterminar as principais dores.

*Exemplos de conteúdos: -*

1. Como (ganhar seguidores/enriquecer/emagrecer) em (ano/meses/na bolsa/em casa)?
2. 3 Vantagens que vão acontecer com você se (promessa/benefício/desejo)
3. Como acabar definitivamente com a (dor/problema) em x passos simples
4. Isso é o que acontece se você (dor/problema)
5. Um truque banal para exterminar a (dor/problema)
6. Um truque banal para (promessa/benefício/desejo)
7. Técnica pouco conhecida faz você (promessa/benefício/desejo) muito rápido

## **Conteúdo Histórico (C.H)**

Hoje no digital não basta mais só permitir que as pessoas te usem com seu Conteúdo Puro, mas é preciso permitir elas te conhecerem, para gerar conexão, confiança (a compra só ocorre quando há confiança) e para isso existe o Conteúdo Histórico. Ele se divide em 2 classificações:

### **1. Conteúdo Pessoal**

Aqui também é onde o expert conta sua história, superação, dramas e surgimento do método. É onde ele mostra as ferramentas que usou para sua glória. Os dramas sempre precisam ter um final de superação que faça a audiência admirá-los.

*Exemplos de conteúdo pessoal*

1. Esse foi o dia que eu chorei pela primeira vez depois de adulto
2. Você conhece minha história?
3. Esse foi o dia mais importante da minha vida..
4. Essa é a história que eu mais tenho orgulho de contar ...
5. Esse foi um dos piores momentos da minha vida...
6. Esse é um momento que eu não me orgulho muito...

### **2. Conteúdo de Doutrinação**

As pessoas precisam conhecer suas crenças, valores inegociáveis, as bandeiras que defende, a sua missão. O conteúdo de doutrinação irá ser o responsável por levar adiante a sua mensagem.

*Exemplos de conteúdos de doutrinação:*

1. -Você conhece (o nome do seu produto, o nome do inimigo em comum, o mecanismo único)?
2. -O que é (o mantra x, a bandeira y) ? responder perguntas de caixinhas ou no improviso
3. -Você sabe o significado do (grito de guerra/frase de impacto) que eu uso?
4. -Você sabia que antes de eu fazer (isso) eu fazia (aquilo)?
5. -Você sabia que o que motivou a (defender a causa) foi porque (história do herói)?

## **Conteúdo de Consciência (C.C)**

É hora de chutar para o gol. Fazer a venda. Para isso existe o conteúdo de consciência, então quando estiver vendendo, ou for vender é para ele que você precisa olhar. Vamos conhecer suas 3 classificações:

## 1. Conteúdo Prova

Os seus alunos começaram a te contar seus resultados? Ótimo, chegou a hora de usar isso para vender mais ainda. O conteúdo prova possui 2 níveis que gostaria de explicar antes de citar alguns exemplos:

### Nível 1

*Exemplos de conteúdo:*

1. Ela fez (valor em dinheiro) depois que aplicou o (seu mecanismo)
2. 21 anos de idade, (valor em dinheiro), com o (seu mecanismo)
3. 1 mês depois de (seu mecanismo) ela fez (valor em dinheiro)

### Nível 2

Transformando tudo em conteúdo, sem parecer que é um conteúdo de prova que provavelmente seria ignorado pela sua audiência.

*Exemplos de conteúdo:*

1. (nome da profissão) recebem entre R\$ 2 a R\$10mil reais prestando serviços a (área de atuação)
2. Por que os (nome da profissão) estão roubando as vagas de todo mundo da (área de atuação)
3. Por que as empresas estão preferindo contratar (nome da profissão) ao invés do (profissional concorrente)
4. Como os (nome da profissão) fazem tanto dinheiro após a (nome do seu método)
5. Ele/ela acabou atingiu/conquistou (promessa/benefício) com o (nome do programa)
6. E foi por essa razão que o (produto) foi criado.

## 2. Conteúdo de Armijeções (Objeções, mitos e armadilhas)

Seu público sempre terá objeções, crenças limitantes, armadilhas, mitos que você precisa quebrar. Tanto para estabelecer autoridade como para vender o seu produto como mecanismo único de solução. Conteúdos como esses em momentos de venda são essenciais para gerar valor, quebrar objeções e gerar vendas.

*Exemplos de conteúdo:*

1. Todo mundo pode (criar conteúdo, emagrecer, enriquecer, investir, virar fotografo, importar dos eua)?

2. Como (promessa/benefício/desejo) depois dos (idade)
3. Como (promessa/benefício/desejo) antes dos (idade)
4. Como (promessa/benefício/desejo) mesmo que (fator limitante, sem tempo, medo, etc)
5. X Armadilhas do seu (promessa/benefício/desejo)
6. X inimigos ocultos do seu (promessa/benefício/desejo)
7. X Informações mentirosas sobre (promessa/benefício/desejo)
8. A falácia da (algo muito conhecido e enganoso do seu nicho, exemplo: uma dieta famosa)
9. (promessa/desejo/benefício/nome da técnica) É enganação?
10. Como ela conseguiu (promessa/benefício/desejo) mesmo com (limitante)
11. Como ela conseguiu (promessa/benefício/desejo) mesmo sem (ajuda, algo que seja muito necessário nesta jornada).

### **3. Conteúdo Publicidade**

Esse conteúdo é focado 100% para público quente e é usado para ilustrar todos os benefícios e transformações dos seu mecanismo único (seu produto) de forma interessante e curiosa, que as pessoas queiram saber.

*Exemplos de conteúdo:*

1. X benefícios do (nome do produto) para (objetivo final, meta, desejo de conquista)
2. X motivos para entrar agora no (programa)
3. Por que precisamos fechar as inscrições?
4. Ele/ela acabou com (dor/problema) com o (nome do programa)
5. X facilidades da área online do programa (nome)
6. Como funciona a Garantia do programa (nome)
7. Como conquistar (sua promessa) muito mais rápido (aula inaugural grátis)
8. Mentoria gratuita - Como conquistar (sua promessa)
9. Porque o método(nome do programa) é o melhor para (promessa/benefício/desejo)

### Como distribuir?

Primeiros 30 dias (geração de valor, estabelecendo autoridade, crescimento de audiência)

	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sab	Dom
Semana 1	C.P	C.P	C.P	C.P	C.P	C.P	C.H
Semana 2	C.P	C.C	C.P	C.P	C.P	C.P	C.H
Semana 3	C.P	C.C	C.P	C.P	C.P	C.C	C.H
Semana 4	C.P	C.H	C.C	C.P	C.P	C.P	C.H

Últimos 30 dias (aquecimento, pré-lançamento e lançamento)

	Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sab	Dom
1. Aquec.	C.P	C.H	C.P	C.H	C.P	C.C	C.H
2. Aquec.	C.C	C.C	C.C	C.P	C.H	C.P	C.C
Pré-Lanç	C.C	C.C	C.C	C.P	C.H	C.P	C.C
Lanç (\$)	C.C	C.C	C.C	C.P	C.H	C.P	C.C

**Total:** 60 conteúdos aproximadamente.