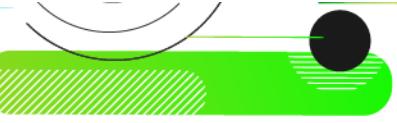
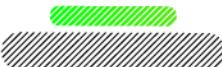


MÓDULO 1, AULA 05

COMO CRIAR HEADLINES IMPOSSÍVEIS DE SEREM IGNORADAS (PARTE II)



O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTA AULA

Muita gente tem dificuldades de fazer headlines - tanto que esta aula mereceu uma segunda parte. Esta baseada no livro "The Copywriter's Handbook", de Robert Bly.

Embora seja necessário ter cuidado com fórmulas, elas podem apontar um bom caminho para começar a estruturar as copies do seu negócio. Esta aula te fornecerá algumas.

OS 8 TIPOS DE HEADLINES

Direta

É uma oferta direta e sem rodeios. Por isso mesmo deve ser usada para pessoas que já te conhecem bem e não precisam de muito convencimento. Já estão num nível de consciência mais elevado.

Ex.: "APL com 30% de desconto".

Indireta

Ao contrário da direta, este tipo de oferta deve ser utilizado para pessoas que têm menos consciência sobre seu produto/serviço.

É preciso "atrair para uma conversa mais longa", por assim dizer. Chamar para um próximo passo.

Ex.: "Uma oportunidade muito especial está esperando por você".

Notícias

Este tipo de headline traz consigo o peso de uma notícia. Ainda que não esteja noticiando um acontecimento de interesse público, ele gera interesse porque seus elementos despertam no leitor inconscientemente curiosidade e alguma credibilidade.

Ex.: "Diretor de marketing REVELA "segredos comerciais" que têm sido mantidos em segredo por anos!"

Como fazer

Headlines assim trabalham em cima da curiosidade natural das pessoas em aprender coisas novas e úteis.

Ex.: "Como escrever melhor e mais rápido"

Perguntas

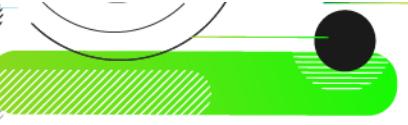
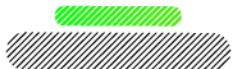
Um tipo de headline especialmente recomendado para anúncios, já que evoca uma resposta (ainda que inconsciente) para a pergunta que foi feita.

É necessário apenas tomar cuidado para não fazer perguntas para as quais a resposta seja "não".

Ex.: "Quer multiplicar seus lucros? Conheça o APL."

Comando

Outro tipo de headline muito útil para anúncios, porque dá uma ordem clara e inquestionável sobre o que deve ser feito pelo leitor.



Ex.: "Esta é a sua janela de oportunidade. Abra."

Numerada

Seres humanos têm uma atração natural por listas e rankings, e você pode se aproveitar disso encaixando sua comunicação neste formato.

Ex.: "Os 7 segredos que podem fazer de você um escritor melhor."

Depoimentos

Poucos gatilhos mentais são tão poderosos quanto a prova social. É por isso que depoimentos funcionam muito bem como ferramenta de convencimento na headline.

Ex.: "O Activia foi a melhor coisa que me aconteceu."

FÓRMULAS PRONTAS

Como __ me fez __

Ex.: Como uma simples ideia me fez uma pessoa milionária.

Como fazer __ em __ minutos/horas

Ex.: Como escrever um best-seller em 48 horas.

Ei, [tipo de profissional]. Você quer [benefício]?

Ex.: Ei, dona de casa. quer receitas caseiras prontas para usar?

Você comete esses __ erros quando __?

Ex.: Você comete esses 7 erros quando escreve uma copy?