

Guia Prático de Copywriting com ChatGPT

Aprenda a criar copies
matadoras e aumentar
suas vendas



Conteúdo Exclusivo

CLUBE DO EL RATO

t.me/clubedorateio

@queziademetrio



Módulo 1

Introdução

O ChatGPT é parte da categoria de modelos de linguagem AI, conhecidos como Language Models. Esses modelos são treinados com enormes quantidades de dados de linguagem humana e usam esse treinamento para gerar texto baseado em contextos específicos.

É especialmente útil para tarefas de geração de texto, pois ele foi treinado em conversas e pode gerar respostas eficientes e naturais em uma variedade de situações.

Além de ser útil para melhorar o copywriting, o ChatGPT também tem aplicações em outras áreas, como chatbots, assistentes virtuais e sistemas de resposta automatizados.

Em muitos casos, o ChatGPT pode ajudar a reduzir o tempo e aumentar a eficiência em comparação com o processo manual.



Conteúdo Exclusivo

CLUBE DO EL RATO

t.me/clubedorateio

Por exemplo, em vez de passar horas criando um título atrativo e criativo, o usuário pode simplesmente fornecer alguma contexto e deixar que o ChatGPT gere uma série de opções para ele escolher. Além disso, pode ser usado para revisar conteúdo que sugere correções de estilo e gramática, o que pode ser especialmente útil para aqueles que não têm muita experiência em escrita.

Ao usar o ChatGPT para melhorar o copy, é importante lembrar que ele ainda é um modelo AI, portanto, não é perfeito. Embora possa ser útil como ferramenta auxiliar, é importante revisar cuidadosamente o texto gerado e garantir que ele seja coerente, claro e preciso antes de publicá-lo.

Em conclusão, é uma ferramenta valiosa para aqueles interessados em melhorar suas habilidades de copywriting. Com sua capacidade de gerar ideias e sugestões para o conteúdo, ela pode ser uma grande vantagem na hora de criar copies de qualidade e eficiência. No entanto, é importante usá-la como ferramenta auxiliar e revisar cuidadosamente o texto gerado antes de publicá-lo.



Módulo 2

O que é Copywriting?

Copywriting é uma forma de comunicação que utiliza as palavras para convencer e influenciar as pessoas a tomar uma ação específica, geralmente a compra de um produto ou serviço.

É uma habilidade valiosa que combina técnicas de vendas, conhecimento do público-alvo e criatividade para criar anúncios, descrições de produtos, e-mails de marketing, entre outros tipos de conteúdo.

t.me/clubedorateio

O objetivo principal do copywriting é ajudar as empresas a vender mais, seja através de uma conversa direta com o público ou através de um texto persuasivo que os convença a tomar uma ação. Ele tem como alvo direto o subconsciente do leitor, buscando despertar emoções e desejos que façam com que a pessoa sinta a necessidade de adquirir o produto ou serviço oferecido.

Além disso, também pode ser usado para construir a imagem da marca, aumentar o reconhecimento e fidelizar clientes.

Um texto bem escrito pode ser uma diferença entre um cliente indeciso e um cliente fiel. Ele ajuda a transmitir a personalidade da marca e a construir uma conexão emocional com o público.

Por fim, é importante destacar que o copy é uma arte em constante evolução e é fundamental para o sucesso de qualquer estratégia de marketing. Um texto persuasivo pode ser uma chave para aumentar as vendas, alavancar o sucesso de uma empresa e construir uma base sólida de clientes fiéis.



CLUBE DO EL RATO

t.me/clubedorateio



Módulo 3

Como Usar o ChatGPT?

#Passo1: Para usar o ChatGPT em suas rotinas, você precisará obter acesso à API da OpenAI. Isso pode ser feito através de uma conta na plataforma:

● Crie sua Conta: [Open AI](#)

#Passo2: UmavezquevocêtenhaacessoàAPI, poderá integrar o ChatGPT ao seu sistema. Isso pode ser feito por meio dos Prompts que você adquiriu. É importante que você saiba incluir ou fazer perguntas certas para obter as informações que deseja, conforme a seta amarela indicada na foto abaixo:

ChatGPT

Examples	Capabilities	Limitations
"Explain quantum computing in simple terms"	Remembers what user said earlier in the conversation	May occasionally generate incorrect information
"Got any creative ideas for a 10 year old's birthday?"	Allows user to provide follow-up corrections	May occasionally produce harmful instructions or biased content
"How do I make an HTTP request in Javascript?"	Trained to decline inappropriate requests	Limited knowledge of world and events after 2021

»

Free Research Preview: ChatGPT is optimized for dialogue. Our goal is to make AI systems more natural to interact with, and your feedback will help us improve our systems and make them even more useful.

#Passo3: Após usar o Prompt, você poderá usar o ChatGPT diretamente em seu sistema para ajudar em tarefas de copywriting, como geração de ideias, criação de títulos e escrita de conteúdo. É importante que você entenda como o modelo funciona e configure as entradas saídas de acordo com suas necessidades.

#Passo4: Por fim, é importante monitorar o uso do ChatGPT e primorá-lo sempre que necessário. Isso pode ser feito por meio de testes e análise de dados para garantir que o modelo está funcionando corretamente e produzindo resultados de qualidade. Useja, provoque a Ferramenta e peça sempre para melhorar o texto! Quantomais



informações você der, melhor será o texto. Crie um fluxo de até 10 trocas de mensagens como Chat para obter uma resposta concisa.

Módulo 4

Aplicando Fórmulas de Copy no Chat

Neste módulo, você descobrirá como combinar as fórmulas de copywriting conhecidas com eficiência do ChatGPT para criar conteúdo altamente persuasivo. Além disso, você aprenderá como aplicar essas fórmulas em situações reais através de exemplos práticos.

As fórmulas de copywriting são técnicas comprovadas para a criação de textos que chamam atenção, persuadem e incentivam a ação. Elas são baseadas em décadas de pesquisa e testes sobre comunicação efetiva e incluem fórmulas como AIDA (Atenção, Interesse, Desejo, Ação) PASeFAB. Ao usar essas fórmulas juntamente com o ChatGPT, você pode criar textos que sejam mais motivados, persuasivos e naturalmente escritos.

Por exemplo, você pode usar a fórmula AIDA (Atenção, Interesse, Desejo, Ação) para escrever uma chamada para ação persuasiva em um anúncio.

Primeiro, você pode usar o ChatGPT para gerar uma série de ideias para a chamada à ação. Em seguida, você pode aplicar a fórmula AIDA a essas ideias para garantir que elas tenham a estrutura correta para serem eficazes.

Você também pode usar o ChatGPT para escrever corpos de texto que são alinhados a uma fórmula específica. Por exemplo, você pode usar a fórmula PAS (Problema, Agravamento da Situação, Solução) para escrever um texto de vendas.

O ChatGPT pode gerar ideias para o problema, o agravamento e a solução, e você pode aplicar a fórmula PAS para garantir que o texto esteja estruturado de maneira eficaz.

Em resumo, a combinação de fórmulas de copywriting e o ChatGPT oferece uma maneira eficiente e eficaz de criar conteúdo do alto nível persuasivo. Ao aprender a aplicar essas fórmulas no



ChatGPT, você poderá criar textos que sejam eficientes, naturais e altamente efetivos

Exemplos de Aplicação:

#Exemplo 1:

AIDA(Atenção, Interesse, Desejo, Ação):

Se concentra em chamar a atenção do público, despertar seu interesse, aumentar seu desejo e incentivar-lhos a tomar uma ação.

→ [Clique aqui](#) veja o Modelode Conversa como ChatGPT com essa Estrutura.

t.me/clubedorateio

Viu como eu provoquei a Ferramenta a funcionar no Exemplo da imagem acima? Eu pediquei de desse um texto baseado no AIDA mas não o fiz que é satisfeita como resultado. Logo, pediquei de desse variações e fuia limentando cada vez mais. Você pode replicar o mesmo Prompt em outras estruturas.

Você consegue facilmente encontrar esses Prompts de Estruturas no Click Up.

#Exemplo 2:

PAS(Problema, Agitação, Solução):

Identifica um problema comum do público, agita esse problema para aumentar a urgência em resolvê-lo e apresenta a solução oferecida pelo produto ou serviço.

#Exemplo 3:

FAB(Características, Vantagens, Benefícios):

Destaca as características do produto, as vantagens que elas oferecem e como elas descrevem benefícios para o cliente.

#Exemplo 4:

USP(Proposição de Venda Única):

Destaca o diferencial único do produto ou serviço em relação aos concorrentes.

#Exemplo 5:

CLIP(Clareza, Lógica, Intriga, Promessa):

Fornece uma mensagem clara, lógica e intrigante, e faz uma promessa concreta para o público.

#Exemplo 6:

Como fazer (um guia passo a passo para resolver um problema)



#Exemplo 7:

Dor e Ganho (destacando o que o cliente perderá ou ganhará ao usar seu produto/serviço)

#Exemplo 8:

Antes e Depois (mostrando como a vida melhora após o uso do produto/serviço)

#Exemplo 9:

Prova Social (usando depoimentos, estatísticas e recomendações para construir confiança)

 **CLUBE DO EL RATO**
t.me/clubedorateio

#Exemplo 10:Narrativa (usando uma história para se conectar com o cliente e construir conexão emocional)

Módulo 5

Como personalizar o Copy para diferentes pessoas de usuários

Copywriting é basicamente a técnica de escrever para persuadir as pessoas a fazerem algo, como comprar um produto ou serviço. Para ter sucesso nisso, você precisa personalizar seu copywriting para diferentes tipos de pessoas, conhecidas como **personas** de usuários. Aqui estão os principais pilares para fazer isso direito:



- Peça ajuda aos clientes atuais: Elas são fontes valiosas de informações sobre o que eles procuram e precisam. Além disso, você pode descobrir coisas novas sobre eles.
- Use dados: Analisar dados como pesquisas de mercado e informações demográficas pode ajudar você a entender melhor as necessidades, desejos e comportamentos das suas pessoas.
- Crie um perfil de persona: Crie um perfil detalhado para cada pessoa, incluindo informações como idade, renda, interesses, desafios e objetivos. Isso vai ajudar a falar a "língua" certa com cada uma delas.



Quanto mais você souber sobre suas pessoas, mais fácil será escrever copy personalizadas que façam sentido para elas. Então, não tenha medo de perguntar e pesquisar.

- Escolher o tom certo para o seu texto é fundamental para se conectar de forma efetiva com suas pessoas. Cada perfil de pessoa é diferente e tem suas próprias preferências de linguagem, por isso é importante adaptar o tom de acordo com cada um.



CLUBE DO EL RATO

t.me/clubedorateio

Por exemplo, se sua persona é jovem e descolada, um tom mais descontraído e informal pode ser mais atrativo e conectado com ela. Já se sua persona é mais séria, um tom mais formal e profissional pode ser mais apropriado.

Além disso, lembre-se de que o tom também pode ser influenciado pelo produto ou serviço que você está vendendo. Se você está vendendo um produto financeiro, por exemplo, um tom mais sério e confiável pode ser mais efetivo.

Em resumo, escolher o tom certo para o seu copywriting é uma questão de entender suas pessoas e saber como se comunicar com elas de forma efetiva. Quanto mais você souber sobre suas pessoas, como elas se comunicam, mais fácil será encontrar o tom certo para o seu copywriting.

Lembrando que, cada pessoa tem suas próprias preocupações, interesses e objetivos, é importante compreender essas características para se conectar com elas de forma efetiva.



Por exemplo, se o seu público está preocupado com a saúde, destaque os benefícios saudáveis de um produto pode ser uma abordagem mais efetiva. Já se ela está procurando conveniência, destaque a praticidade de um produto que é mais efetivo.

Quando você se concentra nas necessidades da persona, você pode se comunicar de forma mais efetiva e direcionada. Além disso, isso também ajuda a criar uma mensagem mais relevante e persuasiva, o que aumenta as chances de conversão.



Em resumo, ao escrever para diferentes pessoas, é fundamental entender as necessidades e desejos específicos de cada um a fim de se concentrar nessas necessidades ao escrever seu copy.

Dessa forma, você pode se conectar de forma efetiva e aumentar as chances de conversão.



Conteúdo Exclusivo

CLUBE DO EL RATO

t.me/clubedorateio

Módulo 6

Análise de dados e métricas no processo de otimização dos Copies em Inteligências Artificiais.

● Coleta de dados: Antes de começar a analisar dados, é importante coletar os dados certos.

Isto inclui informações como taxas de conversão, taxas de resposta, tempo de resposta, interações de usuários, CTR de Anúncios, CPC de Anúncios, Indíce de Visualizações de Páginas de Vendas X Compras realizadas, entre outras.

CLUBE DO EL RATO

● Identificação de padrões: A análise de dados permite identificar padrões sem conversas de chatbot, o que pode ser útil para melhorar o copywriting. Por exemplo, se uma conversa de chatbot estiver levando a muitas respostas não úteis, isso pode indicar que o Copy precisa ser ajustado.

- Teste A/B: É possível usar a análise de dados para realizar testes A/B no Copy do chatbot. Isso permite comparar o desempenho de duas



versões diferentes do texto e ver qual é mais eficaz.

- Personalização: A análise de dados também pode ajudar a personalizar o Copy para diferentes tipos de usuários. Por exemplo, se os dados mostrarem que certos usuários respondem melhor para certos tipos de linguagem, é possível personalizar a linguagem para eles.

Conteúdo Exclusivo

- Otimização contínua: A análise de dados é uma parte contínua do processo de otimização. É importante monitorar regularmente os dados e fazer ajustes constantes para garantir o melhor desempenho possível.



Módulo 7

Conclusão

Em resumo, o copywriting com ChatGPT é uma habilidade valiosa que pode ser aprendida com o tempo e a prática. Não tente simplesmente fazer com que o ChatGPT produza um texto. Explore mais! Evite acima de tudo apenas copiar e colar os textos que a IA produz.

Dê seu toque final, até mesmo porque, apenas nós seres humanos somos realmente capazes de criar campanhas que comovem e extraem emoções reais das pessoas. Use o Chat com cuidado e lembre-se sempre de dar um toque final.



CLUBE DO EL RATO

t.me/clubedorateio

- **Compreenda o seu público-alvo:** Antes de começar a escrever, é importante entender a sua audiência. Isso inclui informações sobre idade, gênero, interesses e necessidades.

- **Defina o objetivo da conversa:** Defina o que você quer que o usuário faça ao final da conversa, seja comprar um produto, se inscrever em um serviço ou simplesmente obter informações.



● **Escolha as palavras certas:** A linguagem usada no copywriting é importante para a persuasão.

Escolha palavras poderosas e evite jargões ou termos técnicos.

● **Crie uma conversa fluida:** As conversas com chatbots devem ser naturais e fáceis de seguir. É importante evitar respostas curtas ou secas e manter o usuário envolvido.

● **Personalize a conversa:** O copywriting personalizado é muito mais persuasivo do que o copywriting genérico. Use informações sobre o usuário, como seu nome ou histórico de compras, para personalizar a conversa.

● **Teste e otimize:** Teste diferentes versões de copywriting para ver qual é mais eficaz. Analise as métricas e otimize a conversa com base nessas informações.

● **Mantenha a conversa atualizada:** É importante manter a conversa atualizada com informações recentes sobre o produto ou serviço. Isso ajudará a garantir que a conversa seja relevante e útil para o usuário.

- **Encoraje a ação:** Certifique-se de que o usuário saiba exatamente o que fazer ao final da conversa, seja comprar um produto ou se inscrever em um serviço.

Com estas dicas em mente, você está pronto para aprimorar suas habilidades de copywriting e criar campanhas de sucesso com a ajuda do ChatGPT.

Não tenha medo de experimentar e encontrar seu próprio estilo único de escrita. Quem sabe, você pode se tornar um mestre do copywriting e produzir textos que sejam tão cativantes quanto emocionantes. Boa sorte em sua jornada e, acima de tudo, divirta-se!



CLUBE DO EL RATO

t.me/clubedorateio

As informações fornecidas neste e-book são apenas para fins educacionais e informativos gerais. As informações fornecidas por Quézia Demétrio e Equipe, embora sejam fornecidas para manter as informações atualizadas e corretas, não fazem representações ou garantias de qualquer tipo, expressas ou implícitas, sobre integridade, precisão, confiabilidade, adequação ou disponibilidade com respeito ao e-book ou às informações, produtos, serviços ou gráficos relacionados contidos no e-book para qualquer finalidade.

Qualquer confiança que você deposita em mais informações é, portanto, estritamente por sua conta e risco.

Em nenhum caso o autor ou editor será responsável por qualquer perda ou dano, incluindo, sem limitação, perda ou dano indireto ou consequente, ou qualquer perda ou danos decorrentes de perda de dados ou lucros decorrentes de, ou em conexão com, o uso deste e-book. Você é o único responsável pelo uso deste e-book e por quaisquer consequências que possam resultar de seu uso.



Copyright 2023, Quézia Demetrio.

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte deste e-book pode ser reproduzida, distribuída ou transmitida de qualquer forma ou por qualquer meio, incluindo fotocópia, gravação ou outros métodos eletrônicos ou mecânicos, sem a permissão prévia por escrito do editor ou autor, exceto no caso de breves citações incorporadas em resenhas críticas e outros usos não comerciais permitidos pela lei de direitos autorais.

Conteúdo Exclusivo



CLUBE DO EL RATO

t.me/clubedorateio