



MÓDULO 4, AULA 02

MODELOS DE COPY PRONTOS PARA USAR



O QUE VOCÊ VAI APRENDER NESTA AULA

Você já conhece os principais elementos de copywriting, sabe a importância de entender seu público e entende as principais objeções que vai ouvir e muito mais, mas como colocar tudo isso em ordem?

Esta aula vai te oferecer 6 modelos de copy muito utilizados. Estruturas que já geraram resultados para outras pessoas.

ANTES DE COMEÇAR

É importante que você tenha responsabilidade e escolha o que melhor se encaixar no seu caso.

Saiba que estes modelos comprovadamente convertem, mas não sustentam uma copy sozinha se você já não tiver todos os outros elementos em ordem (estudo do público, por exemplo).

Você também pode desenvolver seu próprio modelo depois de fazer seus próprios testes.

3 regras para utilizar os modelos

Regra 1: não existe regra. Existe testar.

Regra 2: não pense muito. Pratique!

Regra 3: faça! Não deixe o conhecimento apenas se acumular.

AIDA

É a fórmula mais conhecida e consiste em:

Atenção: chame atenção do seu público-alvo com algo que você sabe que vai ser contraditório, polêmico.

Ex.: "Vou deletar meu Instagram! Chega de conteúdo gratuito!"

Interesse: por que elas deveriam ler sua mensagem? Diga algo que você sabe que desperta curiosidade nas pessoas.

Ex.: "Estou brincando e só queria chamar sua atenção. A verdade é que vou estar mais presente aqui e no YouTube".

Desejo: crie um desejo pela solução (seu produto ou serviço) e mostre provas.

Ex.: "Vou ensinar tudo o que fiz para chegar até aqui e como sou como você. Eu só vivo da internet".

Ação: dê ordens e direcionamento (CTA).



Ex.: "Se inscreva no canal para não perder nada e ative as notificações para não perder nenhum conteúdo valioso e gratuito".

Você também pode usar o modelo AIDA para fazer ofertas rápidas.

PLHPSO

A fórmula mais tradicional, que a maioria das pessoas usa. Consiste em:

Promessa: mostre a oportunidade da solução do problema.

Lead: aqui a palavra "lead" dá nome aos primeiros parágrafos (ou minutos) da sua copy. Gere curiosidade e convença o avatar a ler sua copy remetendo a uma oportunidade.

História: conte uma pequena história (não deve ser longa) sobre como chegou em determinado resultado.

Solução: mostre ao seu público como o seu produto resolve o problema dele.

Oferta: depois da ordem lógica, o avatar já processou as informações e agora sim está pronto para a oferta.

FÓRMULA PAS

Uma fórmula simples, que se concentra em um único problema. Consiste em:

Problema: fale de um determinado problema que seu mercado tem agora.

Agitação (ou aumento): intensifique as consequências deste problema (faça parecer o inferno na Terra).

Ex.: fale sobre como uma dor nas costas tira o sono, irrita, causa brigas com as pessoas e infelicidade.

Solução: mostre ao seu público como o seu produto resolve o problema dele (faça parecer o céu na Terra).

Ex.: fale sobre como uma vida sem dor nas costas é mais feliz, sobre como a produtividade vai aumentar e ocasionar um aumento no salário.

FÓRMULA GARY HALBERT

1. Chame atenção com uma headline.

2. Explique por que eles (o leitor) deveriam estar interessados falando de benefícios (ou de qualquer outra forma que achar melhor).



3. Mostre por que eles devem acreditar que o que você diz é verdade (mostre resultados).
4. Prove que é verdade (mostre pesquisas, gráficos, depoimentos de clientes).
5. Especifique e descreva todos os benefícios.
6. Direcione como comprar (diga exatamente em que botão as pessoas devem clicar).
7. Dê ordens (peça para comprarem agora).

FÓRMULA 4PS

Problema: falar do desafio ou problema que seu avatar enfrenta hoje (é melhor escolher um único).

Promessa: como você pode ajudá-lo a resolver o problema.

Provas: quais são as provas de que você pode ajudar + os resultados de outras pessoas.

Proposta: convite para saber mais e tomar o próximo passo.

FÓRMULA 4 PASSOS

1. O que eu tenho para você (apresente seu produto).
2. O que ela vai fazer por você (diga como vai ajudar).
3. Quem sou eu (apresente-se).
4. O que você precisa fazer agora (CTA).

O QUE FAZER AGORA

Pratique com os modelos

Pode parecer muito trabalhoso, mas o melhor que você pode fazer agora é fazer textos sobre o seu produto ou serviço utilizando cada uma das fórmulas que viu nesta aula.

Ao final do exercício, você certamente terá um entendimento muito melhor (e mais prático) de copywriting, bem como do seu próprio produto.