

Sumário

[Introdução](#)
[O que é Copywriting?](#)
[Parece difícil, mas só parece](#)
[Divisor de águas](#)
[Headlines](#)
[Estágios da Consciência do Consumidor](#)
[Uma BIG IDEA](#)
[Simplicidade](#)
[Emocionado, mas apoiado pela lógica](#)
[Quebra de Objeção](#)
[Uma garantia forte](#)
[Um CTA claro](#)
[Boa Edição](#)
[Escassez](#)
[Uma estrutura bem pensada](#)
[Identifique o problema](#)
[Forneça a solução](#)
[Mostre dor e custo de desenvolvimento.](#)
[Originalidade](#)
[AIDA](#)
[O jogo](#)
[História do Copywriting – A carta de 2 bilhões de dólares](#)
[Pense Pequeno, contrariando o ego](#)

Introdução

*Se você desenvolver a capacidade de se comunicar usando a persuasão...
Terá grandes chances de encontrar fortunas escondidas.
Primeiro, em sua própria cabeça; depois, na cabeça de outras pessoas.*

Por que algumas empresas, mesmo com um produto ruim, conseguem vender muito mais do que concorrentes?

Como o mercado nos persuade todos os dias (mesmo que não percebamos)?

Os principais gatilhos e como eles impactam na nossa decisão de compra no dia a dia;

As mais poderosas estruturas persuasivas que são capazes de convencer até os mais teimosos;

De que forma a mente humana funciona no momento de decidir se vai ou não acreditar

no vendedor.

Esse é um livro para quem busca entender o campo da persuasão como nunca antes explicado.

É o que você fala e o que você escreve que vai decidir o rumo da sua vida. Pessoas persuasivas vão muito mais longe.

E agora que você pode ter esse conhecimento, não há limites para onde possa chegar. Eu sei que muitos estão iniciando agora no marketing digital e outros estão aqui para aprender copywriting. Neste livro você vai aprender muito, e descobrir sua capacidade máxima para escrever textos que vendem.

Se você for um empreendedor poderá escrever textos mais persuasivos para melhorar as taxas de conversão dos seus produtos e com isso poderá ganhar muito dinheiro. Se você já é um copywriter freelancer e quer aprender como ser um profissional de altíssima qualidade, vai ver, que depois de dominar essa habilidade, poderá cobrar muito mais do que provavelmente está neste momento. E se você não é nem um e nem outro, essa habilidade você levará para a vida social e profissional independente da profissão que você exerça, pois desenvolverá uma comunicação com muito mais engajamento e confiança.

Como o lendário copywriter, Gary Halbert, disse uma vez:

“A capacidade de escrever anúncios e cartas que vendem é de longe a mais maravilhosa habilidade de fazer dinheiro que você poderia adquirir. Se você dominar essa habilidade, nunca mais terá que se preocupar com dinheiro.”

Essa definitivamente é uma experiência que vale a pena ser compartilhada.

Com as técnicas de copywriting, algumas pessoas criaram negócios que faturaram milhões de reais e, é claro, outros fatores contribuíram para o sucesso deles, como funil de vendas, anúncios patrocinados, conteúdo de alta qualidade...

Mas sei que não estariam onde estão hoje, se não tivessem aprendido a escrever uma copy de alta conversão. É definitivamente uma mudança de jogo. Se você quer ir para o próximo nível precisa aprender copywriting.

E eu vou te dizer que há poucas pessoas que podiam escrever uma boa copy. Mas, após o material que for passado nesse livro e um pouco de prática, você será um deles.

Boa leitura!

O que é Copywriting?

Então, iniciaremos falando um pouco sobre o que é copywriting e o que não é.

Primeiramente, não é nada como o tipo de escrita ou redação que você aprendeu na escola.

No ensino médio, você aprendeu as regras gramaticais e como escrever formalmente as redações – isso é muito legal para algumas pessoas, se você precisa de uma escrita forma está legal.

Mas se você quer ser um redator de sucesso, você precisa jogar todas as coisas que aprendeu na escola pela janela. O tipo de redação que deu Nota 10 pra você na escola, é o tipo de escrita que vai fazer de você um péssimo redator.

Dentro do ambiente acadêmico é utilizado um tipo de escrita que não é envolvente, é uma escrita mais formal. E isso não gera vendas.

Grande parte dos brasileiros não lê mais do que 1 ou 2 livros por ano. O que isso significa para você como copywriter, é que, em vez de tentar criar uma frase perfeita, você vai querer escrever da maneira que as pessoas falam.

A outra coisa importante a notar sobre copywriting é que não se trata apenas de escrever. Qualquer um pode escrever.

Saber escrever não é o suficiente para ser bom em copywriting. Ser capaz de utilizar corretamente os substantivos, verbos e advérbios, saber estruturas de frases não vai te fazer ganhar dinheiro.

Um copywriter tem que ser habilidoso na arte da persuasão. Basicamente, ser um vendedor que vende com a escrita. Não apenas você precisa ser capaz de escrever, mas também precisa saber um pouco sobre a natureza da psicologia humana. Grandes redatores entendem as emoções, os desejos, motivações e medos de seus prospectos.

Os copywriters não são pessoas que só se preocupam com os próprios problemas. Eles não olham para dentro, e sim para fora. A primeira coisa que fazem, quando vão vender um produto é entrar na alma das pessoas que eles desejam persuadir, ver o mundo com os olhos delas.