



A FÓRMULA INFALÍVEL
PARA PRENDERES AS
PESSOAS AO QUE ESCREVES





Já deste por ti a pensar na razão pela qual o teu público parece não ter grande interesse nas coisas que escreves?

Posso garantir-te uma coisa, a culpa não é deles, é tua. És tu que tens na mão o poder de inverter essa situação. Como?

Mudando a forma de criar os conteúdos.

A boa notícia é que há uma fórmula simples para o fazeres.



A FÓRMULA

AIDA

SIMPLIFICADA



A = ATENÇÃO

Esta é a parte inicial do teu texto.

É aqui que as pessoas vão parar o que quer que seja que estão a fazer para prestar atenção ao que estás a dizer.

Uma boa tática que podes usar é lançar perguntas logo nas primeiras linhas.

Por exemplo:

"Quer trabalhar a partir de casa e duplicar o seu salário?" ou **"Está farto de escrever emails diariamente que acabam por não ter resposta?"**. Faz a pergunta certa à tua audiência.

Outra forma de prenderes a atenção do teu público são títulos instrutivos/informativos: **"Como escrever emails?"**, **"Porque é que...?"**, ou listas **"5 conselhos para..."**.

Nunca falham. Experimenta!





I = INTERESSE

A cada linha que escrevemos, temos de fazer com que quem está a ler mantenha a vontade de passar para o parágrafo seguinte.

É preciso ter uma base sólida para manter o interesse do público. Depois de o agarrarmos, temos de lhe mostrar porque é que o que estamos a dizer é importante.

Uma boa forma de o fazer pode passar por apresentarmos dados estatísticos relevantes.

Por ex: "**Sabia que, em média, 75% das pessoas bebem café ao pequeno almoço?**" e a seguir desenvolvemos a ideia que apresentámos.



D = DESEJO

É aqui que fazemos com que o leitor chegue à conclusão que quer agarrar o que quer que seja que estamos a vender ou a oferecer, sem de lhe dizermos isso de forma explícita.

É aqui que activamos a parte emocional do seu cérebro e desligamos temporariamente a parte lógica. 😊

Um bom exemplo pode ser:

"Esta foi a Fórmula que o Pedro usou para duplicar as vendas da sua empresa em apenas 30 dias".

Ou seja, fazemos com que quem está a ler sinta que pode conseguir obter os resultados que o Pedro alcançou, se fizer o que lhe estamos a dizer.



A = ACÇÃO

Ahhhh, chegámos à fase da **consideração**.

Quando as pessoas chegam (e esperamos sempre que cheguem) aqui é porque o teu copy cumpriu o seu objectivo e tu fizeste um bom trabalho.

Agora só precisas de lhes dizer o que é que elas têm que fazer a seguir. Tens de manter o texto simples e fácil de entender.

A acção que pedes tem de ser clara. Clara e fácil de realizar. Como todo o texto, aliás. A clareza deve marcar tudo o que escreves.

Qualquer pessoa que aqui chegue tem de conseguir perceber o que estás a pedir. Got it?



**ACREDITAS QUE ESTE CONTEÚDO PODE
AJUDAR ALGUÉM QUE CONHECES?
IDENTIFICA ESSA PESSOA NOS
COMENTÁRIOS.**

OBRIGADO,





Por um mundo que comunique melhor