

Como ter sucesso em lançamento de produto



AVISO LEGAL

Este e-book foi escrito apenas para fins informativos. Todo esforço foi feito para tornar este e-book o mais completo e preciso possível.

No entanto, pode haver erros na tipografia ou no conteúdo. Além disso, este e-book fornece informações apenas até a data de publicação. Portanto, este e-book deve ser usado como um guia - não como a fonte final. O objetivo deste e-book é educar. O autor e a editora não garantem que as informações contidas neste e-book sejam totalmente completas e não serão responsáveis por quaisquer erros ou omissões.

O autor e o editor não terão qualquer responsabilidade ou responsabilidade perante qualquer pessoa ou entidade com relação a qualquer perda ou dano causado ou alegadamente causado direta ou indiretamente por este e-book.

ÍNDICE

Introdução	05
Capítulo 1: Passos para um lançamento de produto bem sucedido	08
Benefícios de um negócio de produto digital	11
Sem despesas gerais	11
É verdadeiramente passivo	11
Sem estoque	12
Sem investimento	12
Nenhuma entrega.....	12
Capítulo 2: Como o lançamento de um produto pode explodir suas vendas ...	13
Crie produtos que conduzam a um lançamento bem-sucedido	16
Torne-o Misterioso	16
Toque em sonhos	16
Fornecer extras	17
Maneiras de criar um senso de urgência com suas vendas	17
Aproveite a psicologia da cor	18
Use a linguagem certa	18
Pense sobre a Neuroquímica	18
Capítulo 3: Preparação para o próximo lançamento de produto	20
Sua estratégia de acompanhamento pós-lançamento	22
Use comunicados de imprensa durante o lançamento de seu produto	24
O que é um comunicado à imprensa?	24
Como aproveitar ao máximo sua liberação	25
Encontrar e recrutar afiliados para promover o seu produto	25
Onde encontrar afiliados	26
Como colocá-los a bordo	26
Capítulo 4: Explicação do pré-lançamento, lançamento, pós-lançamento	27
Motivar afiliados durante o lançamento de seu produto	29
Capítulo 5: Dicas para encontrar JVs para promover seu lançamento	32
Impulsionando seu lançamento com prêmios de afiliados	35

Capítulo 6: Como fazer com que afiliados promovam o lançamento de seu produto.....	37
Oferecer uma Alta Comissão	38
Forneça materiais grátis	39
Faça um concurso	39
Faça um produto brilhante!	39
Como tornar seu produto digital um sucesso	40
Tem algo a dizer.....	40
Monetize vs Hotmart vs Eduzz	41
As diferenças	41
Maiores benefícios de usar Monetize.....	43
Benefício um: você faz mais vendas	43
Benefício dois: você continua vendendo	43
Benefício três: você obtém exposição gratuita	44
Capítulo 7: Como escrever um script de vendas atraente	45
Use a mídia social para aprimorar o lançamento de seu produto	48
Capítulo 8: Uma lista de discussão é perfeita para o lançamento de um produto	50
Sua Squeeze Page	51
Como o lançamento de um produto muda tudo	52
Como construir uma lista de assinantes	53
Inscreva-se para um Autoresponder	53
Adicionar um formulário à sua página	53
Use um incentivo	54
Fale sobre sua lista de distribuição	54
Conclusão	55
Pergunte ao público!	56
Execute um teste beta	57
Liberar um comunicado à imprensa	57
Adicione muitos materiais extras	57
Faça seu produto diferente	57
Envolva Afiliados	57
Use um cronômetro de contagem regressiva	58

Introdução



Se você já está online há algum tempo, provavelmente já ouviu a frase “lançar um produto”.

No entanto, você pode não saber exatamente o que isso significa. Discutiremos exatamente o que isso significa abaixo.

Lançamento de um produto significa se preparar para o lançamento de um produto digital. Isso significa que você tem um período de pré-lançamento, no qual constrói uma antecipação do produto para motivar as pessoas a se prepararem para sua chegada, de modo que estejam prontas para comprar assim que for lançado ao público.

Além disso, você estará recrutando parceiros de Joint Venture (união com risco), para se juntar a você na promoção de seu produto em troca de comissões de "Afiliados Parceiros", bem como os fazer competir para indicar o máximo de vendas para que possam ganhar prêmios de alto valor, como dinheiro, pacotes de férias e itens eletrônicos.

Você também enviará e-mails promocionais para suas listas, assim como para seus parceiros de JV (união com risco), em um esforço para construir uma grande expectativa de seu produto ser lançado ao público.

Quando esse dia finalmente chegar, você permitirá o acesso à página de vendas do seu produto para que as pessoas possam acessar a página e fazer o pedido do seu produto.

Seus parceiros de JV (Afiliados Parceiros) também enviarão e-mails apropriados (geralmente os promocionais que você os fornece) naquele momento, para que haja um fluxo de Tráfego Qualificado direcionado para a página de vendas do seu produto.

Em muitos dias de lançamento, há uma grande quantidade de tráfego qualificado inundando a página de vendas, tanto que a página de vendas pode ficar off-line se a largura de banda for excedida.

Obviamente, é sua responsabilidade garantir que isso não aconteça, e ter um provedor de hospedagem na Web, de backup pronto para o caso de sua página de vendas ficar off-line, pois você pode perder vendas e credibilidade se sua página de vendas cair durante o dia do lançamento.

Normalmente, um produto estará disponível por um período específico de tempo, geralmente conhecido como período de lançamento. Após o término desse período de lançamento, o produto ficará indisponível ou por um preço muito mais alto.

Este período de “pós-lançamento” inclui você agradecer seus parceiros de JV (afiliados) que o ajudaram com o lançamento, concedendo os prêmios que foram ganhos e avaliando o que correu bem com seu lançamento e o que poderia ser feito melhor na próxima vez.

Além disso, você precisa acompanhar seus novos clientes e garantir que eles sejam bem atendidos, quando se trata de suporte ao produto e no desenvolvimento do relacionamento, isso lhe ajuda que comprarão de você novamente no futuro.

Capítulo 1

Etapas para um lançamento de produto bem-sucedido



O lançamento de um produto bem-sucedido é a chave para ganhar muito dinheiro na Internet, bem como para aumentar sua credibilidade e reputação aos olhos de outros profissionais de marketing da Internet e até de clientes.

Você encontrará cinco etapas abaixo que o ajudarão a ter seus próprios lançamentos de produtos bem-sucedidos.

Primeiro, você precisa garantir que reservou tempo suficiente entre agora e a data de lançamento do produto. Tentar lançar o produto muito cedo provavelmente resultará em desastre, já que você tentará apressar tudo para chegar à data de lançamento, provavelmente levando a erros críticos que podem prejudicar o lançamento.

Além disso, muitas vezes há algum problema inesperado ou problema que aparece e pode danificar o lançamento; dar a si mesmo mais tempo garantirá que tal questão ou problema não atrapalhe o lançamento.

Além disso, você deseja ter certeza de que tem tempo suficiente para desenvolver interesse suficiente no produto antes de realmente lançá-lo. Em **Segundo** lugar, faça um grande esforço para divulgar aos parceiros JV (afiliados) em potencia por que eles deveriam promover seu produto. Isso significa que o produto deve ser de alta qualidade para começar.

Além disso, permita que seus parceiros de JV(afiliados) em potencial tenham acesso ao produto com antecedência e estejam dispostos a considerar e implementar qualquer feedback que eles fornecerem para tornar seu produto ainda melhor. Isso aumentará a probabilidade de que eles estejam dispostos a promovê-lo antes e durante o período de lançamento.

Terceiro, faça um grande esforço para antecipar o seu produto. É por isso que você deve sempre dar a si mesmo bastante tempo entre a hora atual e a data de lançamento do produto, dois meses, pelo menos. Dessa forma, você terá tempo para enviar uma série de e-mails promovendo o produto e seus benefícios, para garantir que você tenha antecipação suficiente para que ele receba muitas vendas no dia do lançamento e não seja um fracasso.

Quarto, certifique-se de fornecer aos seus parceiros de JV (afiliados) tudo o que eles precisam para promover seu produto com sucesso e eficácia. Isso inclui mensagens de e-mail, anúncios em banner, mensagens em mídias sociais, postagens em fóruns, etc. A maioria dos profissionais de marketing está ocupada e não desejará promover seu produto se não for fácil para eles; esperar que eles escrevam seu próprio material não é aconselhável. Portanto, certifique-se de fornecer os materiais de marketing para eles.

Quinto, tenha um provedor de hospedagem na Web de backup e um processador de pagamentos no dia do lançamento. Desta forma, caso haja um breakdown (queda no sistema) do seu site ou no processador de pagamentos, você tem uma opção de backup que lhe permitirá continuar aceitando visitantes e recebendo pedidos.

Caso contrário, você perderá lucros consideráveis, tanto agora como no futuro, porque os visitantes perdidos também não serão adicionados à sua lista de e-mail.

Benefícios de um negócio de produto digital

Se você está procurando um modelo de negócios que permite gerar renda genuinamente passiva e ganhar muito dinheiro no processo, então um negócio de produto digital pode ser ideal para você.

Produtos digitais são produtos que existem apenas em formato digital e incluem softwares, e-books, cursos eletrônicos e jogos de computador.

Eles também oferecem, talvez, a melhor oportunidade de negócio de qualquer tipo de produto, então continue lendo para descobrir o que os torna uma ótima opção para ganhar dinheiro online.

Sem despesas gerais

Imediatamente, com um produto digital você não tem despesas indiretas. Ou seja, você pode ter despesas indiretas inicialmente enquanto estiver desenvolvendo seu produto, mas a partir desse ponto você poderá vender quantas cópias quiser, sem precisar pagar por materiais ou qualquer outra coisa. Cada venda terá 100% de lucro, o que não pode ser dito sobre nenhum outro modelo de negócio.

É verdadeiramente passivo

Claro, alguns serviços também são assim. Se você é um escritor ou web designer, por exemplo, provavelmente não terá que gastar nenhum dinheiro para ganhar dinheiro, e isso significa que você pode manter 100% dos lucros.

Mas onde sua empresa de serviços fracassa é no fato de que você estará trocando seu tempo por dinheiro. Isso, por sua vez, significa que você precisará estar constantemente disponível em horários específicos do dia e talvez até precise viajar.

No entanto, um produto digital é verdadeiramente passivo. Depois de criar uma loja online e ter pessoas visitando seu site, você pode ganhar dinheiro enquanto dorme ou enquanto está de férias em algum lugar ensolarado.

Sem estoque

Com um produto digital, você precisa de zero espaço físico ou digital, para estoque, e isso significa que você não precisa alugar um depósito ou encher sua sala da frente com livros, muito menos criar espaço digital conforme a demanda em vendas.

Sem investimento

Assim como não há despesas indiretas, também é necessário muito pouco investimento. Isso significa que você levará quase nenhum tempo para atingir o equilíbrio e começar a gerar lucro real. Por sua vez, isto também significa que não há risco, pelo que poderá iniciar o seu negócio sem contrair um grande empréstimo e colocar a sua família em perigo.

Nenhuma entrega

Como se tudo isso não bastasse, os produtos digitais nem exigem entrega. Isso significa que você não perderá estoque ou clientes alegando que nunca receberam seus produtos. Os produtos digitais são mais baratos e rápidos em todos os sentidos.

Capítulo 2

Como o lançamento de um produto pode explodir suas vendas



Ter um lançamento de produto basicamente significa que você vai transformar seu novo produto em um evento.

Em vez de simplesmente adicionar um link de "comprar" ao seu site e concluir com ele, ter um lançamento de produto significa que você vai criar entusiasmo para o seu produto, deixar seu público animado com ele e, em seguida, construir um grande funcionário "data de lançamento".

Existem inúmeras maneiras de isso beneficiar o seu lançamento, então continue lendo e veremos algumas das maneiras pelas quais o lançamento pode fazer toda a diferença para suas vendas...

Zumbido

A primeira razão pela qual você deseja criar um lançamento de produto é que isso criará entusiasmo e agitação (um zumbido, murmúrio). E, ao criar exagero e agitação, você poderá garantir que as pessoas sejam mais receptivas ao seu produto quando ele for lançado.

A melhor maneira de fazer as pessoas quererem algo é dizer que precisam esperar. Isso também lhes dá tempo para economizar dinheiro e geralmente significa que, quando o produto for lançado, muitas pessoas irão comprar naquele mesmo local.

Autoridade

Acredite ou não, o lançamento de um produto pode ajudá-lo a construir autoridade. Simplesmente lançando um produto, em vez de lançá-lo silenciosamente, você faz com que esse produto pareça muito mais desejável e muito mais interessante e, em última análise, significa que provavelmente terá muito mais vendas quando ele finalmente entrar no ar.

Afiliações

Os afiliados adoram o lançamento de um produto, portanto, se você deseja um exército de profissionais de marketing para ajudá-lo a divulgar e gerar mais entusiasmo para seu produto, fazer um lançamento é uma das melhores maneiras de fazer isso.

Verificação

Verificar um público é uma coisa muito importante a fazer antes de lançar qualquer produto. Em outras palavras, você precisa garantir que haja pessoas lá fora que realmente queiram comprar seu produto antes de prosseguir e gastar tempo desenvolvendo-o.

Ao ter um lançamento de produto e uma preparação para esse lançamento, você será capaz de consultar seu público e garantir que eles realmente querem ver seu produto antes que você gaste muito tempo e esforço para que isso aconteça.

Você pode pedir ideias ao seu público e, essencialmente, acabar fazendo o produto exato que ele pede, garantindo essencialmente o seu sucesso!

Crie produtos que conduzam a um lançamento bem-sucedido

O lançamento de um produto é uma ótima maneira de garantir que você crie um grande impulso para o seu produto quando ele for ao ar. Em vez de liberar silenciosamente o produto pelo qual você trabalhou tão arduamente e sem alarde, criar um lançamento de produto permite que as pessoas falem sobre seu item e fiquem animadas com ele antes do grande dia em que ele vai ao ar.

Isso pode causar uma explosão real de vendas e aumentar significativamente o sucesso no futuro. A chave para um bom lançamento é saber como promover seu produto e torná-lo interessante. Mas o que é realmente tão importante é o próprio produto e a maneira como ele se relaciona com suas atividades de marketing. Resumindo, alguns produtos são simplesmente mais propícios a um grande lançamento do que outros. Como você tem certeza de que o seu é?

Torne-o Misterioso

Uma das melhores maneiras de tornar um produto mais interessante é liberar apenas uma pequena e tentadora quantidade de informações sobre ele. Isso é algo que você pode ver quando olha para o lançamento de qualquer outro produto, seja um filme, um smartphone ou um jogo de computador.

Antes do anúncio oficial, sempre haverá um fluxo de informações primeiro. Isso pode incluir algumas filmagens que vazaram, algumas fotos ou apenas algumas citações de membros da equipe.

De qualquer forma, isso faz com que as pessoas especulem e conversem e, como resultado, o produto pareça muito mais interessante (zumbido, murmúrio)!

Toque nos sonhos

Outra coisa a garantir é que seu produto seja capaz de gerar uma grande resposta emocional. Como você faz isso? Acessando os sonhos do seu público.

Alguns de nós gostaríamos de estar mais em forma, mais saudáveis e mais fortes. Alguns de nós gostaríamos de ser ricos ou ter muito sucesso em nossa vida amorosa. Um ótimo produto é aquele que promete entregar em uma área como essa.

Fornecer extras

Outra dica é oferecer extras e ter certeza de que seu produto é mais do que um ebook, um curso ou um seminário. Quanto mais valor você agregar, melhor parecerá o negócio e mais fácil será para se entusiasmar.

Portanto, não venda apenas um e-book - ofereça vídeos, relatórios e muito mais para torná-lo ainda mais interessante e parecer um '**pacote definitivo**'. Usar palavras como essa também pode ajudar muito a tornar seu item mais atraente.

Maneiras de criar um senso de urgência com suas vendas

Se você quiser fazer mais vendas, adicionar um senso de urgência pode fazer toda a diferença.

A principal coisa a lembrar aqui é que a maioria das coisas que compramos, compramos por impulso e por razões emocionais. Se você parar para pensar em qualquer compra ou se afastar para meditar sobre isso, muitas vezes você perceberá que na verdade não precisa dela.

Por outro lado, no entanto, quando você está no calor do momento e está sentindo aquela sensação de desejo e urgência, geralmente fará julgamentos precipitados.

Como profissional de marketing, você precisa aproveitar esse fato e criar um senso de urgência em seus compradores para que cliquem em comprar agora e não mais tarde.

Aqui estão algumas maneiras de fazer isso ...

Aproveite a psicologia da cor

A cor vermelha tem um efeito profundo em nós psicologicamente e estudos mostram que as pessoas colocam mais dinheiro em caixas de coleta vermelhas para caridade do que qualquer outra cor. A lição? Deixe o botão 'Comprar' vermelho!

Use a linguagem certa

A linguagem certa pode ser usada para pintar sutilmente um quadro e encorajar um senso de urgência. Palavras como "devo" e "agora" podem gradualmente criar uma sensação de tensão e fazer com que as pessoas queiram agir rapidamente. Da mesma forma, usar pontos de exclamação e frases ainda mais curtas podem ser lidas com mais rapidez.

Pense na Neuroquímica

O outro truque para pensar com a sua linguagem é a neuroquímica. O cenário perfeito da perspectiva de um vendedor é que os compradores experimentem uma combinação de serotonina (desejo) e adrenalina / cortisol (ansiedade). Você quer que eles se sintam ansiosos e queiram o que você está vendendo. Aumentar o desejo é uma questão de contar a seus clientes sobre sua proposta de valor e fazê-los imaginar como o que você está vendendo mudará suas vidas. A ansiedade é criada ao mostrar a eles o que poderia acontecer se eles deixassem de ouvir ou ler seus conselhos.

Ofertas

Uma oferta especial, como 50% de desconto, é uma ótima maneira de motivar as pessoas a agirem rapidamente, em vez de esperar um pouco para ver se mudam de ideia.

Limites

Um limite de algum tipo pode aumentar drasticamente as vendas porque tem o duplo impacto de a) dizer aos clientes que a opção de compra não estará sempre presente e b) tornar seu item mais exclusivo e raro e, portanto, instantaneamente mais desejável.

Quer deixar seus clientes ainda mais selvagens e sedentos para pagar pelo seu produto? Em seguida, inclua um cronômetro de contagem regressiva ou até mesmo um número que mostre quantos itens ainda estão em estoque!

Capítulo 3

Preparação para o próximo lançamento de produto



Depois de concluir o lançamento do produto e estiver na fase de pós-lançamento, avalie o lançamento do produto recém-concluído e veja o que aconteceu.

Avalie o que deu certo, o que saiu melhor do que o esperado e o que saiu pior do que o esperado. É importante descobrir exatamente em quais partes você se saiu bem e em quais falhou, para não cometer os mesmos erros no próximo lançamento de produto.

Certifique-se de agradecer aos seus parceiros de JV (afiliados) que ajudaram você com o lançamento de seu produto recém-concluído. Conceda os prêmios que foram ganhos em tempo hábil e até mesmo considere adicionar um prêmio adicional que não foi anunciado como um "obrigado" por seus esforços para tornar o lançamento deste produto um sucesso.

Além disso, esteja disposto a aceitar comentários e sugestões deles sobre como o próximo lançamento de seu produto pode ser melhor. Informe também que você gostaria de promover os próximos lançamentos de produtos - peça que entrem em contato com você e informem sobre os próximos lançamentos.

Com relação à avaliação do lançamento de seu próprio produto, observe as métricas de conversão de vendas, a velocidade de carregamento do seu site e por quanto tempo o site ficou off-line, se houver. Avalie também seus altos e baixos e veja como eles se saíram. Avalie cada faceta de seu lançamento para ver onde havia pontos fracos em seu funil de vendas e como você pode melhorar suas táticas para o próximo lançamento de produto.

Considere se você deve reservar mais tempo para o lançamento de seu próximo produto, se sua cópia de vendas poderia fazer um trabalho melhor de converter clientes potenciais em clientes, se seus prêmios de afiliado não fossem tão bons quanto poderiam ser, se suas comissões de vendas de afiliados fossem alto o suficiente, se você não forneceu material promocional bom o suficiente para seus parceiros de JV (afiliados) fazerem vendas, etc.

Além disso, observe cuidadosamente quais parceiros de JV forneceram a maioria das vendas e anote-os, pois você deseja incluí-los em seus futuros lançamentos de produtos.

Assim, você viu o que precisa avaliar com o lançamento de seu produto recém-concluído para melhorar seu próximo lançamento de produto. Você precisa avaliar tudo, desde sua cópia de vendas até seu funil de vendas, seu material promocional e seus prêmios de afiliado, até o tempo que você reservou para o lançamento do produto inteiro. Observe também quais parceiros de JV (afiliados) realmente promoveram seu produto e tiveram sucesso em vendê-lo, pois você desejará recrutá-los novamente para seus futuros lançamentos de produtos.

Sua estratégia de acompanhamento pós-lançamento

Quando você atinge o período de pós-lançamento do lançamento de seu produto digital, o trabalho não terminou; de certa forma, ele apenas começou. Você precisa agradecer aos seus parceiros de JV (afiliados) pelo trabalho árduo que fizeram para tornar o lançamento de seu produto um sucesso.

Você também precisa garantir que seus novos clientes tenham recebido todos os produtos que deveriam receber e começar a construir um relacionamento com eles para que estejam mais abertos para confiar em você e comprar suas ofertas de produtos futuros. Em relação aos seus parceiros de JV, você precisa garantir que agradeceu a eles por seu trabalho árduo e concedeu os prêmios que ganharam.

Você também pode surpreendê-los (sejam somente os melhores ou todos que indicaram uma venda ou mais) com um presente surpresa.

Além disso, esteja disposto a receber feedback e sugestões deles para melhorar seu próximo lançamento de produto e tornar mais fácil para eles fazerem mais vendas de seus produtos futuros. Em relação aos seus novos clientes, você precisa enviar e-mails para garantir que eles tenham recebido todos os produtos que deveriam receber. Qualquer problema que eles tenham experimentado, você precisa resolvê-los imediatamente.

Esteja até mesmo disposto a oferecer algo gratuitamente, como um produto, uma sessão de perguntas e respostas com eles, etc., especialmente se eles tiveram problemas para obter os produtos que deveriam receber. Você também precisa fornecer informações adicionais de qualidade em e-mails futuros para eles sobre o tópico ou problema em que seu produto é baseado e no qual você é um especialista.

A falha em continuar fornecendo valor para eles provavelmente os levará a cancelar a assinatura de sua lista e encerrar todos os relacionamentos futuros com eles e também todos os lucros futuros. Assim, você tem que mostrar que a compra de seus produtos e as vendas de upsell / downsells não é o “ponto-chave” do relacionamento deles com você e então partir para seguir seu próprio caminho.

Você precisa continuar fornecendo valor para mostrar que ainda tem muito a oferecer a eles em maneiras de ajudá-los, seja ajudando-os a construir seus negócios, aprendendo mais sobre um tópico específico, etc. Assim, você viu o que precisa fazer no período pós-lançamento de um lançamento de produto digital.

Você precisa agradecer aos seus parceiros de JV (afiliados) que têm e tornou seu lançamento atual um sucesso, forneça os prêmios que eles ganharam e receba feedback sobre como melhorar seu próximo lançamento de produto.

Você também precisa garantir que seus novos clientes tenham recebido os produtos que deveriam receber, além de mostrar a eles que você tem muito mais valor a oferecer a eles, continuando assim a construir o relacionamento para que eles comprem suas ofertas de produtos futuros.

Use comunicados de imprensa durante o lançamento de seu produto

Quando você está se preparando para o lançamento de um grande produto, seu trabalho é garantir que você esteja criando o máximo possível de entusiasmo, entusiasmo, entusiasmo e expectativa pelo seu produto.

Imagine a emoção do seu público como um incêndio. Seu trabalho é atizar essa pequena brasa para transformá-la em uma chama furiosa que engolfará toda a Internet! Uma ferramenta que pode ajudá-lo a fazer isso é um comunicado à imprensa. Mas essa também é uma das ferramentas mais incompreendidas em marketing digital, então continue lendo para ver como você pode usar isso corretamente...

O que é um comunicado à imprensa?

Um comunicado de imprensa é essencialmente uma história que você enviará aos meios de comunicação. Isso pode significar outros sites e blogs, ou pode significar revistas. De qualquer forma, você está procurando pessoas que cubram as notícias de última hora em seu nicho e lhes dará o lançamento que irá basicamente detalhar o que é o seu produto, para quem se destina e por que é algo que as pessoas deveriam se animar. Mas o principal a ser lembrado aqui é o que muitos profissionais de marketing erram, é que o comunicado à imprensa é para os leitores. Em outras palavras, seu comunicado à imprensa precisa detalhar uma história interessante que a revista ou o site ache que seus leitores irão gostar.

Não é suficiente contar aos escritores sobre um 'novo produto empolgante' porque vocês dois sabem que não é tão empolgante se for apenas um e-book sobre fitness.

Em vez disso, você precisa falar sobre o que o torna diferente e por que ele pode mudar o setor (o que pode envolver revelar alguns de seus segredos).

Ou isso, ou você precisa falar sobre o processo de desenvolvimento, ou precisa conduzir um evento e então fazer a história sobre esse evento. Resumindo, precisa ser algo sobre o qual as pessoas queiram ler - não apenas uma autopromoção descarada.

Como aproveitar ao máximo sua liberação

A próxima dica é que você deve considerar escolher apenas um meio de comunicação e fornecer a eles o comunicado à imprensa. As empresas de mídia adoram ter exclusividades e, se você puder fornecer um, poderá descobrir que isso torna esse site ou revista muito mais provável de cobrir sua história. Depois que eles cobrirem a história, você descobrirá que todos os outros sites em seu nicho roubam a história deles, garantindo assim que você ainda terá a cobertura de todos!

Encontrar e recrutar afiliados para promover seu produto

Afiliados são comerciantes que vendem produtos diferentes dos seus em troca de comissão. Frequentemente, eles obterão de 40 a 60% de cada venda, o que parece muito, mas na verdade é a própria definição de uma situação ganha-ganha. Embora 60% possa parecer uma grande quantia, lembre-se de que você está obtendo 40% de 100% de lucro se for um produto digital.

Além do mais, são 40% que você não teria obtido de outra forma. Oferecer uma grande comissão é uma grande jogada porque garante que mais pessoas venderão seu item, o que significa mais exposição e mais vendas. Então, como você encontra pessoas que estão dispostas a vender seu produto?

Onde Encontrar Afiliados

O melhor lugar para encontrar afiliados é em um fórum com muitos profissionais de marketing digital. Dois grandes exemplos são os Fóruns Digital Point e o Fórum Warrior. Em ambos os fóruns, você encontrará legiões de webmasters, profissionais de marketing e vendedores que geram suas receitas inteiramente online. Se você puder promover sua oferta de afiliado lá e puder torná-la realmente tentadora, você terá muitas pessoas vendendo seu produto.

Você também pode encontrar afiliados em outros lugares. Existem sites como o Hotmart, por exemplo, que são especificamente direcionados a editores que procuram afiliados. Você pode até colocar seu produto na Amazon, dessa forma, você poderá naturalmente aproveitar as vantagens do esquema de afiliados que a Amazon oferece. Acredite ou não, a mídia social também pode ser um bom lugar para encontrar afiliados. Procurar no Facebook, por exemplo, pode ser uma jogada inteligente, especialmente se você for membro de algum grupo. O Google Plus é outra boa opção, assim como o LinkedIn, que oferece muitas ferramentas de marketing.

Outra opção é entrar em contato diretamente com os proprietários de blog em seu nicho e dar a eles a oportunidade de monetizar ainda mais seu site. Finalmente, certifique-se de incluir a opção de vender seu produto em seu próprio site, desde que isso não prejudique sua reputação.

Como colocá-los a bordo

O próximo desafio é fazer com que esses afiliados queiram trabalhar com você. Existem algumas maneiras de fazer isso. O mais óbvio, é claro, é oferecer uma comissão mais alta - e você sempre pode reduzi-la no futuro, uma vez que tenha algumas para começar. Outro ponto importante é que você precisa garantir que seu produto seja bom. Isso porque você deseja que seus afiliados acreditem que podem vendê-lo com eficácia.

Capítulo 4

Explicação do pré-lançamento, lançamento, pós-lançamento



Quando você ouve falar de lançamentos de produtos digitais, provavelmente já ouviu os termos “pré-lançamento”, “lançamento” e “pós-lançamento”.

No entanto, você pode não saber exatamente como eles diferem. As diferenças são apresentadas a seguir, o que é especialmente importante se você estiver pensando em lançar seu próprio produto digital.

O período de “pré-lançamento” do lançamento de um produto digital é quando você antecipa seu produto digital ao comercializá-lo por e-mail em suas listas de e-mail, publicá-lo em suas páginas de perfil de mídia social, postar sobre ele por meio de links de assinatura de fórum, marketing por outros métodos, etc.

Além disso, durante esse tempo, você está recrutando parceiros de joint venture (afiliados) que também comercializarão seu produto em troca de uma porcentagem das vendas e também de prêmios se estiverem entre os afiliados de maior conversão.

Eles também promoverão seu produto em suas listas de e-mail e para outras pessoas por vários meios, geralmente por meio de materiais de marketing que você fornece a eles, incluindo mensagens de e-mail, postagens em mídias sociais, postagens em fóruns, publicidade no Facebook e nas mídias sociais, banners, etc. Esse período pode durar de duas semanas a dois meses ou até mais.

O período de “lançamento” de um lançamento de produto digital começa com a data de lançamento real do produto ao público. É aqui que as pessoas podem acessar a página de vendas e realmente comprar o produto em si, junto com os altos e baixos em seu funil de vendas.

Você e seus parceiros de JV (afiliados) continuarão a encaminhar as pessoas para a página de vendas durante este período. Você continuará a fornecer materiais de marketing para seus parceiros de JV, bem como verificará com eles para garantir que não haja problemas com o lançamento. Este período pode durar de um dia a até duas semanas. O período de “pós-lançamento” de um lançamento de produto digital é o período após o produto ter sido retirado do mercado ou seu preço de lançamento foi removido e substituído por um preço mais alto.

Além disso, o concurso de parceiros da JV sobre quem pode indicar mais vendas e ganhar os maiores prêmios também terminou neste momento. Você agradece aos seus parceiros durante este tempo, entrega os prêmios que foram ganhos e avalia o que correu bem com o lançamento do produto e o que poderia ter sido melhor.

Você também envia e-mails para seus novos clientes para garantir que eles tenham acesso aos produtos que compraram e você trabalha para construir relacionamentos com eles para que eles estejam mais dispostos a confiar em você e comprar ofertas de produtos de você no futuro.

Motivar afiliados durante o lançamento de seu produto

Manter os parceiros da joint venture (JV) motivados durante o lançamento do produto é fundamental para garantir que as vendas continuem a fluir durante todo o período de lançamento. Se você não os manter motivados, pode ter um grande número de vendas no primeiro ou dois dias dos períodos de lançamento, mas depois as vendas caem para poucas ou nenhuma no meio ao fim do período de lançamento.

Abaixo estão algumas informações para ajudá-lo a manter seus parceiros de JV (afiliados) motivados durante todo o lançamento do produto.

Sempre ajuda fornecer material promocional para seus parceiros de JV (afiliados) usarem durante os períodos de pré-lançamento e lançamento. A maioria dos profissionais de marketing da Internet está ocupada demais para escrever seu próprio material promocional, especialmente quando se trata de um produto que não é deles.

Assim, o primeiro passo para mantê-los motivados para promover seu produto é fornecer material promocional para eles. Além disso, você deve pegar qualquer feedback e crítica de seu material de vendas e usá-los para melhorar seu material de vendas durante o período de lançamento e atualizá-lo adequadamente; isso mostrará aos seus parceiros de JV que você se preocupa com o sucesso deles, o que os incentivará a continuar promovendo durante todo o período de lançamento.

Além disso, você precisa ter prêmios de afiliados valiosos para os principais parceiros de JV que indicarem a maioria das vendas. Este será um fator motivacional adicional para mantê-los promovendo seu produto durante todo o período de lançamento.

Informe a eles quais são os prêmios durante o período de pré-lançamento, exatamente quais categorias recebem esses prêmios e quanto tempo dura o período de lançamento até que eles possam ganhar esses prêmios. Além disso, você deve atualizá-los diariamente sobre sua posição na tabela de classificação, incluindo o quanto estão atrasados em relação a prêmios específicos e quanto tempo resta para subir na classificação.

Isso lhes dará motivação adicional para aumentar seus esforços promocionais à medida que o período de lançamento termina, o que ajudará a aumentar as vendas ao longo de todo o período de lançamento. Também nunca é demais dar algum incentivo aos seus parceiros de JV (afiliados) durante o período de lançamento. Fale com eles para saber como estão e como vão as coisas.

Pergunte se eles precisam de algo para ajudá-los a se promover melhor e, em seguida, forneça essa ajuda a todos os parceiros de JV para garantir que continue sendo um campo de jogo justo.

Usando as informações acima, você pode garantir que seus parceiros de JV (afiliados) promoverão fortemente seu produto durante todo o período de lançamento e não sofrerão de esgotamento ou tédio quando o período de lançamento terminar.

Dessa forma, as vendas continuarão fluindo durante todo o período de lançamento, beneficiando você e seus parceiros de JV

Capítulo 5

Dicas para encontrar parceiros para promover seu lançamento



Um dos maiores segredos para promover o lançamento de seu produto digital é encontrar parceiros de joint venture (afiliados) para promover e auxiliar seu lançamento.

A razão é porque, sem outros profissionais de marketing da Internet promovendo seu lançamento, você não alcançará tantas pessoas na Internet e seus lucros não serão tão grandes quanto poderiam ser com parceiros de JV auxiliando você.

Portanto, você precisa encontrar parceiros de joint venture que queiram ajudá-lo a promover o lançamento de seu produto digital. Abaixo, três dicas para ajudar a encontrá-los.

Primeiro, verifique com os profissionais de marketing da Internet que você conhece ou com quem já trabalhou para falar sobre o seu novo produto e veja se eles estariam interessados em promovê-lo.

Esteja disposto a fornecer a eles acesso antecipado e a incorporar qualquer feedback e sugestões que eles forneçam a você, pois isso tornará mais provável que eles estejam dispostos a promover seu produto em suas listas e em outros lugares.

Em **Segundo** lugar, verifique os fóruns relacionados ao seu setor ou campo e mencione o próximo lançamento de produto. Esta dica será especialmente eficaz se você já for um membro ativo desse fórum.

Entre em contato com os membros por meio dos métodos de comunicação do fórum, como e-mail e mensagem privada, para perguntar se eles estariam dispostos a promover seu produto. Novamente, esteja disposto a fornecer acesso antecipado e a incorporar quaisquer comentários e sugestões que eles tenham para melhorar seu produto.

Terceiro, considere listar seu produto na Monetizze e ou Hotmart, pois isso adicionará seu produto às listas de produtos. Então, qualquer pessoa interessada que deseje promover seu produto pode fazê-lo clicando em um botão.

Observe que a Monetizze permite que você controle quem pode e quem não pode promover o seu produto, já que a Monetizze, na verdade, enviará uma notificação de “Solicitação” quando uma pessoa interessada quiser promover o seu produto.

Você pode responder à pessoa e perguntar como ela planeja promover seu produto, o tamanho de sua lista, quanta experiência ela tem com marketing, etc.

Isso pode ajudá-lo a eliminar profissionais de marketing inexperientes ou profissionais de marketing com táticas de marketing duvidosas e ajudá-lo a aceitar apenas aqueles profissionais de marketing com uma boa dose de experiência, listas consideráveis e práticas de marketing éticas para promover seu produto.

A grande chave com todos os três métodos acima é começar cedo; não espere até perto da data de lançamento do seu produto para fazer isso se quiser que um grande número de parceiros de JV (afiliados) promovam seu produto.

Ao começar cedo e usar as dicas acima, você terá um número considerável de parceiros de JV prontos para promover seu produto e aumentar a lucratividade de seu funil de vendas.

Impulsionando seu lançamento com prêmios de afiliados

Ter parceiros e afiliados JV dedicados é a chave para o lançamento de um produto lucrativo e bem-sucedido. Você é apenas uma pessoa; Se você tem poucos ou nenhum parceiro JV dedicado e afiliados promovendo o lançamento de seu produto, você tem poucas chances de obter lucros consideráveis com esse lançamento, porque você só terá sua lista de e-mail e quaisquer outros locais que você comercializou diretamente para gerar vendas.

Para que seus parceiros de JV e afiliados sejam mais dedicados e comprometidos com o lançamento de seu produto, certifique-se de ter ótimos prêmios de afiliado para recompensá-los.

Com a duração do período de pré-lançamento e do período de lançamento, é difícil manter o ritmo entre aqueles que estão promovendo seu produto. É por isso que você precisa de prêmios de afiliados de qualidade para ajudá-los a continuar promovendo durante os períodos de pré-lançamento e lançamento.

Itens como dinheiro, pacotes de férias, itens eletrônicos (smartphones, tablets, laptops, assistentes de voz eletrônicos, etc.), vale presentes (para restaurantes, varejistas, Amazon, etc.), etc. podem ajudá-lo a manter o ímpeto de vendas entre seus parceiros de JV (afiliados).

Normalmente, você concede prêmios aos parceiros de JV que indicaram o maior número de vendas durante os períodos de pré-lançamento e lançamento. O maior número de vendas obtém os prêmios mais valiosos.

Os prêmios podem ser entregues aos três primeiros, aos dez melhores, até mesmo aos vinte principais afiliados, com diferentes classificações recebendo prêmios diferentes.

A intensão é que os parceiros de JV (afiliados) trabalhem o máximo que puderem com suas melhores técnicas de marketing para impulsionar suas classificações para que eles obtenham as melhores recompensas. Além disso, é também um sentimento de orgulho e realização para eles no setor, pois estão enfrentando alguns dos melhores do setor; se eles os superam, isso os torna mais notáveis aos olhos de seus pares, sem falar que lhes dá melhores prêmios e mais vendas de afiliados também.

Portanto, você precisa garantir que fornecerá prêmios de qualidade e alertar seus parceiros de JV sobre exatamente o que são e como serão concedidos, bem como o prazo para ganhar esses prêmios.

Isso geralmente é apresentado na página da joint venture (afiliados) onde eles se inscreveram e também onde podem obter os materiais promocionais que você criou para promover seu produto.

Ao fornecer prêmios de afiliados de qualidade aos seus parceiros de JV, você pode incentivá-los a promover mais seu produto usando suas melhores técnicas de marketing e manter o ritmo de vendas do lançamento de seu produto durante todo o período de lançamento.

Capítulo 6

Como fazer com que afiliados promovam seu produto Lançamento



Se você estiver lançando um produto, é muito importante garantir que você faça o maior barulho possível quando for ao ar pela primeira vez.

Isso o ajudará a criar um impulso massivo para o seu produto e incentivará mais e mais vendas conforme você avança.

Uma maneira de fazer isso é encontrar afiliados: profissionais de marketing que promoverão seu produto em troca de uma comissão. Quanto mais profissionais de marketing você apoiar, mais poderá multiplicar suas vendas e, eventualmente, mais lucro terá.

Então, como você os leva a bordo?

Ofereça uma Alta Comissão

Uma das maneiras mais óbvias de fazer com que mais pessoas se inscrevam para ajudar a promover seu produto é oferecer-lhes mais dinheiro.

Isso significa oferecer uma comissão maior e, na verdade, não é incomum encontrar criadores de produtos oferecendo até 70% de comissão para seus profissionais de marketing.

Parece muito para dar, mas lembre-se: todas essas são vendas além do que você estaria recebendo de qualquer maneira. E quanto mais afiliados você atrair, mais poderá aumentar suas unidades vendidas. É melhor ter 30% de mil vendas do que 100% de 20 vendas!

Forneça materiais grátis

Outra dica é disponibilizar materiais gratuitos. Isso pode significar oferecer uma página de vendas gratuita que eles possam usar, e-mails, banners ou relatórios gratuitos.

Dessa forma, você pode fornecer a seus profissionais de marketing as ferramentas de que precisam para promover seu produto com sucesso e, ao fazê-lo, ajudá-los a fazer seu trabalho e ter mais controle sobre a forma como sua marca está sendo representada.

Faça um concurso

É comum ver concursos para afiliados. Isso pode envolver um prêmio em dinheiro ou outro tipo de prêmio, mas, de qualquer forma, basicamente incentivará seus afiliados a trabalharem mais para ser o campeão de vendas e você pode até mesmo atualizá-los com tabelas de classificação regulares. Isso tem a vantagem adicional de fornecer um incentivo adicional para o seu produto, além da comissão.

Faça um produto brilhante!

Porém, o mais importante de tudo: você precisa fazer um produto brilhante. Se o seu produto for de baixa qualidade, os afiliados saberão que será difícil vendê-lo.

Por outro lado, se for de alta qualidade, eles poderão pensar em todas as maneiras de promovê-lo, o que os incentivará a se envolver!

Como tornar seu produto digital um sucesso

Se estiver lançando um produto digital, você terá o potencial de obter uma grande quantidade de lucro com despesas absolutamente zero. Esta é a coisa incrível sobre produtos digitais: embora possa custar a você criá-los, se você terceirizar o processo, não vai custar nada vendê-los. Não há 'COGS' (Custo dos Produtos Vendidos), o que significa que você obtém 100% de lucro em cada venda.

Mas aqui também existem problemas. O maior problema com a venda de um produto digital é que muitas vezes eles podem parecer menos empolgantes do que produtos físicos e muitos dos compradores em potencial podem até questionar se há algum sentido para eles comprarem de você.

Imagine que você tem um e-book sobre fitness. Parece um ótimo produto, até que você tenha em mente que existem milhares de sites na rede que estão fornecendo as mesmas informações, de graça! Então, como você faz para que seu produto digital pareça empolgante e novo, e como você garante que seu público esteja a bordo dele?

Tem algo a dizer

A primeira e mais importante coisa a fazer sobre isso é ter certeza de que você tem algo a dizer. Na verdade, você deve inverter totalmente a maneira como aborda a criação de seu produto digital.

Muitas vezes, decidimos que queremos começar a vender um produto digital e então partimos para procurar um tópico para cobrir. Se você fizer isso, estará potencialmente se preparando para o fracasso.

Então, o que você deveria fazer? Simples: você espera até ter algo a dizer e então começa a criar um produto digital em a fim de dizer isso.

É por isso que é tão importante sempre escrever sobre assuntos pelos quais você é apaixonado. Não escreva um livro que você acha que vai vender, escreva um livro que deseja escrever e tente vendê-lo. Agora você tem algo diferente. Agora você tem algo novo a dizer. E agora você tem algo que as pessoas ficarão ansiosas para aprender mais.

E você pode ver isso quando olha para os produtos digitais mais vendidos no mercado. Eles são sempre "novos sistemas" para ganhar dinheiro ou teorias totalmente novas relativas à boa forma. Eles são novos e diferentes e é assim que se espalham e constroem seguidores.

Monetizze vs Hotmart vs WSO Pro

Monetizze, Hotmart e WSO Pro são três ferramentas que permitem a você configurar programas de afiliados para seus produtos.

Se você gastou tempo criando (ou terceirizando a criação de) seu próprio e-book, um programa de afiliados basicamente oferece um exército de profissionais de marketing que podem ajudá-lo a obter mais vendas e exposição em troca de uma porcentagem de seus lucros.

Isso tudo enquanto você continua vendendo por conta própria, o que significa que ganhará vendas extras sem prejudicar seu modelo de negócios atual. Mas como você decide qual ferramenta usar? Se você for usar algo como Monetizze, Hotmart ou WSO Pro, o que resultará em melhores lucros e maior exposição?

As diferenças

Uma diferença para entender de imediato é que o WSO Pro é uma opção que só está disponível por meio do Warrior Forum. Isso significa que você só pode usá-lo dentro do Warrior Forum, o que imediatamente é um fator limitante e o impede de estender sua lista de afiliados tanto quanto faria de outra forma.

Não é uma quebra de negócio, entretanto, como Warrior Forum é realmente um ótimo lugar para encontrar afiliados de qualquer maneira.

Por outro lado, Monetizze e Hotmart funcionam independentemente de qualquer outro site ou serviço, o que significa que não há limite de quantas pessoas você pode adicionar.

Em princípio, você pensaria que isso os tornaria mais fáceis e simples de configurar, mas é aqui que o Hotmart deixou cair a bola sendo um pouco desatualizado em sua interface de usuário e algumas de suas práticas de negócios.

É complicado de configurar e especialmente quando comparado a algo como a Monetizze, que é muito fácil de começar e de integrar com um autoresponder. Este último ponto o torna excelente para profissionais de marketing por email.

A Monetizze também torna muito fácil criar um funil de vendas, embora em sua defesa o Hotmart seja talvez a opção mais conhecida e, portanto, tenha o maior número de afiliados.

Outro fator a considerar é, obviamente, o preço. Cada um desses serviços cobra alguma comissão, com o mais baixo sendo o WSO Pro, o mais alto sendo o Hotmart e a Monetizze situados em algum lugar no meio.

Então, qual? Então, com tudo isso em mente, qual você deve escolher? Bem, isso vai depender da natureza do seu negócio e dos seus objetivos. Se você já é membro do Warrior Forum, o WSO Pro é um lugar confortável para começar.

Por outro lado, porém, para aqueles que desejam criar grandes funis de vendas e integrar uma campanha de e-mail, a Monetizze pode ser uma escolha melhor. Na verdade, a Monetizze provavelmente vence quase como o melhor 'versátil'.

Mas então, por que não usar os três? Esse é o brilho de ter seu próprio produto digital, você não fica em dívida com ninguém!

Maiores benefícios de usar a Monetizze

Monetizze é um site como o Hotmart que torna mais fácil para os comerciantes e editores aproveitarem os programas de afiliados.

Quer você escolha a Monetizze ou outras opções como o Hotmart, esta é uma maneira fantástica de obter um lucro enorme e aumentar drasticamente suas vendas. Continue lendo para descobrir três dos maiores motivos.

Benefício 1: você faz mais vendas

Do ponto de vista de um editor, isso significa que você pode criar um produto digital como um e-book e permitir que afiliados o vendam.

O que isso significa é que outras pessoas serão capazes de direcionar o tráfego para sua página de destino ou página de checkout e, então, quando alguém comprar seu produto, você terá que pagar uma taxa de comissão ao afiliado e também uma porcentagem à Monetizze.

A princípio, pode parecer que você está essencialmente dando seu lucro para um monte de terceiros, depois de passar meses trabalhando nisso. A realidade, porém, é bem diferente.

O que realmente está acontecendo aqui é que você está ampliando enormemente suas vendas ao criar um exército de profissionais de marketing que estarão promovendo seus produtos a públicos que de outra forma não os teriam visto. Isso significa que seus lucros crescerão enormemente e mais do que cobrirão o custo das taxas.

Benefício 2: você continua vendendo

Mais especificamente, você pode fazer tudo isso enquanto continua vendendo seu produto diretamente de sua página de destino.

Em outras palavras, qualquer dinheiro que você ganhar com a Monetizze será adicionado aos seus lucros existentes, portanto, literalmente, não há nenhuma desvantagem. Mesmo se você só fizer uma venda extra e você paga 60% de comissão, ainda é 40% de uma venda que você não teria feito de outra forma.

O único risco aqui é que seus afiliados podem ser tão bons que comecem a canibalizar suas próprias vendas, o que significa que as pessoas estão comprando deles em vez de você diretamente.

A web é um lugar enorme, então isso raramente acontece, mas se acontecer, você pode simplesmente tirar seu produto da Monetizze, você tem controle total o tempo todo.

Benefício 3: você obtém exposição gratuita

Outro ponto que costuma ser esquecido é que você obtém uma exposição totalmente gratuita usando ferramentas como a Monetizze. Em outras palavras, quando um afiliado promove seu produto, ele também estará promovendo sua marca.

Então, mesmo que eles não façam uma venda, você ainda estará aumentando o reconhecimento da sua marca, e totalmente gratuito!

Capítulo 7

Como escrever um script de vendas atraente



Escrever um roteiro de vendas atraente tem tudo a ver com persuasão.

A questão é se você pode convencer seu público de que o produto que você está promovendo é interessante o suficiente para uma análise mais aprofundada e se você pode obrigá-los a 'converter' clicando no botão comprar imediatamente.

A melhor estratégia aqui é empregar uma série de estratégias psicológicas e, se você acertar, descobrirá que é quase impossível para seus leitores recusarem.

Aqui estão algumas das coisas que você precisa considerar...

Noivado

Assim que seus leitores encontrarem sua página de vendas, você precisa que eles sejam fisgados. Eles precisam se sentir tão envolvidos a ponto de não poderem se afastar sem comprar e, para isso, você precisa agarrá-los e convence-los imediatamente. Uma ferramenta fantástica que você pode usar para fazer isso é uma estrutura persuasiva.

Em outras palavras, você começa seu discurso de vendas como uma história e, em seguida, expande essa história ao longo de toda a peça.

Somos naturalmente inclinados a ouvir histórias e achamos muito difícil interrompê-las no meio do caminho. Isso torna esta estratégia altamente eficaz e que você definitivamente deve usar.

Prova Social

As pessoas são altamente influenciadas por outras pessoas e, se você puder demonstrar que seu produto é bem-sucedido e popular, isso pode ajudar muito a incentivar o público a comprar. Não só isso, mas a prova social pode ajudar a eliminar o risco de comprar um produto de uma fonte desconhecida.

Gancho emocional

Para tornar qualquer produto ainda mais desejável e envolvente, é importante pensar sobre o gancho emocional. Em outras palavras, o que há no seu produto que o torna verdadeiramente desejável e faz as pessoas quererem comprá-lo? Idealmente, você quer que seu público imagine como é prioritário e o quanto isso poderá ajudá-los na vida.

Pressão do tempo

Por fim, aplique pressão de tempo e certifique-se de que seu público compre na hora. Em outras palavras, não dê a eles a opção de ir embora e 'pensar sobre isso', pois a grande maioria das compras é impulsiva.

Dê ao seu público a chance de pensar sobre o que está comprando e eles terão muito mais probabilidade de decidir que não vale o dinheiro. Faça-os agir rapidamente e eles agirão de acordo com as emoções que você despertou!

Use a mídia social para aprimorar o lançamento de seu produto

Com a quantidade de tempo e atenção que as pessoas gastam nas redes sociais hoje em dia, especialmente no Facebook, você precisa promover o lançamento do seu produto nas redes sociais também, pois isso pode trazer novos clientes em potencial e clientes.

Como mencionado, o Facebook é especialmente popular entre todas as faixas etárias; eles gostam de passar o tempo nas redes sociais, conectando-se à família e aos amigos e ver o que estão fazendo.

Se você puder fornecer postagens informativas sobre o lançamento de seu produto e como isso será benéfico para eles, poderá fazer com que as pessoas notem seu lançamento e venham visitar sua página de vendas.

Além disso, se as pessoas acharem seu produto útil, elas podem enviar mensagens para seus familiares e amigos nas redes sociais, criando um efeito de marketing viral que pode se espalhar rapidamente pelas redes sociais das pessoas, levando mais tráfego para seu site.

Observe que você não deve apenas promover o lançamento de seu produto nas redes sociais durante o período de lançamento; como com outros canais, certifique-se de fazê-lo durante o período de pré-lançamento para obter o máximo de eficácia.

Observe também que o Facebook não é a única rede social notável e muito usada lá fora; existem muitos outros. Twitter, Google+, LinkedIn e Instagram já existem há algum tempo são muito eficazes.

As redes de mídia social mais jovens que são especialmente populares entre os millennials (nascidos entre 1980-1999) e GenZ (nascido depois de 1999) incluem Pinterest, Instagram e Tiktok. Todas essas redes de mídia social giram em torno de conteúdo visual; portanto, você precisa fornecer fotos e vídeos sobre o lançamento de seu produto.

Isso pode incluir fotos e vídeos do seu produto, incluindo o produto em uso (seja um e-book, programa de software, site de associação, série de e-mail, etc.).

Também pode incluir vídeos mostrando você fora do site e fornecendo informações adicionais sobre o produto e o que ele pode fazer para resolver o problema para o qual foi projetado, etc.

Ser visual pode percorrer um longo caminho nessas redes sociais e pode ajudar a estabelecer uma conexão com as gerações mais jovens em particular, uma chave para fazer com que confiem em você e comprem de você.

Assim, você aprendeu como a mídia social pode melhorar o lançamento de seu produto. Ao fazer com que algumas pessoas percebam isso no Facebook e em outros sites de mídia social, elas podem espalhar a palavra, utilizando o poder do marketing viral e aumentando significativamente o tráfego para seu site.

Utilizar o poder do conteúdo visual (fotos e vídeos) pode realmente aprimorar seu lançamento em sites como Instagram, Tiktok e Pinterest, que são favoritos das gerações mais jovens.

Eles, em particular, precisam sentir uma conexão com você para construir o relacionamento e comprar de você - portanto, entrar em contato com eles por meio de fotos e vídeos é a chave para ganhar sua confiança e sua compra.

Capítulo 8

Uma lista de discussão é perfeita para o lançamento de um produto de vendas atraente



O lançamento de um produto é uma maneira incrível de gerar interesse e entusiasmo por tudo o que você pretende vender, antes de colocá-lo ao vivo.

Isso pode causar um influxo maciço de vendas e, essencialmente, ajudá-lo a aumentar significativamente o seu ímpeto que continuará durante todo o processo de vendas daqui para frente.

Então, como você pode garantir que as pessoas fiquem animadas com seu lançamento? Qual é a melhor maneira de gerar entusiasmo? Onde você deve promover seu próximo lançamento?

Uma das melhores opções é criar uma lista de mala direta e usá-la para promover seu produto. Continue lendo para ver por que esta é uma ótima opção...

Sua página do Squeeze

Para construir sua lista de mala direta, você vai criar uma página do aperto. Uma squeeze page é simplesmente uma página em seu site onde você convence as pessoas a se inscreverem para receber seus futuros e-mails.

Esse é o único propósito desta página e, portanto, você fará tudo que puder para convencer as pessoas de que é uma boa ideia se inscrever.

E muitas vezes isso significa usar um 'incentivo'. Esse incentivo geralmente será um e-book gratuito ou talvez o dinheiro de produtos futuros.

De qualquer forma, é algo que você fornece gratuitamente em troca dos detalhes do contato das pessoas que estão se inscrevendo.

Isso pode ser muito eficaz para atrair mais pessoas, mas o risco de uma squeeze page é que pode acabar fazendo com que as pessoas se inscrevam apenas para o produto gratuito e não estejam realmente interessadas em seus e-mails subsequentes. Você saberá que isso aconteceu se tiver taxas de abertura extremamente baixas.

Como o lançamento de um produto muda tudo

Mas e se você não estivesse oferecendo um produto grátis como incentivo? E se os próprios e-mails fossem o incentivo?

Imagine um cenário em que você pode fazer seu produto parecer interessante e único, mas é um pouco vago sobre os detalhes.

Seu público sabe que o produto pode ajudá-los, mas eles não têm certeza do que é ou do que há de tão bom nele. Assim, eles querem aprender mais.

Eles então se cadastrarão em sua lista de mala direta para serem os primeiros a serem atualizados com mais informações sobre o produto! E isso só funciona com o lançamento de um produto, porque ninguém jamais se inscreveria para saber sobre um produto que já está à venda!

Como construir uma lista de assinantes

Se você tem uma lista de assinantes do seu site e um produto digital como um e-book, esta é uma combinação perfeita que você pode usar para gerar grandes quantidades de vendas.

Muitos gurus descrevem as listas de e-mail como a ferramenta mais importante disponível para webmasters e profissionais de marketing digital e, se você puder construir um relacionamento dessa forma, terá um mercado quase garantido para seus produtos - desde que sejam bons. A questão é, como você fará para construir uma lista de assinantes? Aqui estão algumas etapas básicas que o colocarão em seu caminho.

Inscreva-se para um Autoresponder

Autoresponders são serviços como Aweber, MailChimp, e-goi, Lead Lovers e GetResponse, que o ajudam a gerenciar seus assinantes e enviar e-mails de confirmação, etc. Eles também permitem que você crie formulários de inscrição que terão a mesma aparência em seu site.

Adicione um formulário à sua página

Existem muitos lugares onde você pode adicionar um formulário de inscrição. Uma opção é simplesmente colocá-los em seu site em uma das colunas laterais ou até mesmo no final de cada artigo.

Alternativamente, você pode criar uma página de destino inteira projetada especificamente para impulsionar conversões e inscrições e, em seguida, usar campanhas PPC, SEO e mídia social para direcionar o tráfego para essa página.

Pop-overs (pop-ups) também são muito populares (sem trocadilhos) no momento. Essas são as janelas que aparecem no topo do seu conteúdo quando os leitores estão na página por um determinado período de tempo.

Isso demonstrou aumentar drasticamente as assinaturas. Apenas certifique-se de não frustrar seus leitores e fazê-los ir embora.

Use um incentivo

Um incentivo pode fazer uma grande diferença para encorajar as pessoas a se inscreverem em sua lista de mala direta. Um incentivo comum é um e-book gratuito ou mesmo apenas um capítulo de um e-book que as pessoas irão potencialmente comprar mais tarde.

Os visitantes adoram receber coisas de graça e isso vai parecer uma troca muito mais justa do que apenas fazer com que eles forneçam seus dados de contato gratuitamente.

Fale sobre sua lista de discussão

Se você tem um blog, simplesmente falar sobre sua lista de e-mails em seus posts pode ser uma boa estratégia. Não configure o seu formulário e depois se esqueça dele, trate-o como um aspecto integrante do seu negócio e fale sobre por que as pessoas devem se inscrever e que conteúdo interessante elas receberão se o fizerem!

Conclusão



Este é um momento muito empolgante e tem potencial para criar um grande fluxo de vendas para o item digital no qual você tem trabalhado tanto.

Mas também tem potencial para ser uma grande decepção!

Existem poucas coisas mais perturbadoras do que lançar um produto e descobrir que ninguém está interessado nele.

Então, como você fará para garantir que será o sucesso que merece?

Pergunte ao público!

Se você já tem uma lista de e-mails ou um canal de mídia social de sucesso, por que não perguntar ao seu público o que eles gostariam de ver?

Isso pode fazer uma grande diferença para o seu sucesso, porque você pode garantir que está fazendo um produto que há demanda!

Execute um teste beta

Permitir que apenas algumas pessoas participem da fase de produção de seu produto é uma ótima maneira de garantir que você obtenha feedback sobre o produto. Além disso, gera muita empolgação e agitação e você fará com que as pessoas discutam o produto, que é exatamente o seu objetivo.

Liberar um comunicado à imprensa

Um comunicado à imprensa é uma excelente ferramenta que você pode usar para obter cobertura da mídia para o seu lançamento. Um lançamento é inerentemente mais interessante do que um produto normal, então você terá uma boa chance de conseguir uma história - especialmente se você puder encontrar uma narrativa interessante sobre a criação de seu produto ou seu conteúdo.

Adicione muitos materiais extras

Quanto mais materiais extras você puder incluir como brindes, mais atraente será o seu produto. Isso deve incluir vídeos, relatórios, mapas mentais - qualquer coisa que você possa imaginar!

Faça seu produto diferente

Se você deseja que seu produto se destaque, então ele não pode cobrir o mesmo terreno de todos os outros produtos em seu nicho. Cubra algo diferente e certifique-se de ter algo a dizer!

Envolva os afiliados

Uma das melhores coisas que você pode fazer para o lançamento de qualquer produto é obter um exército de afiliados para ajudá-lo a promovê-lo.

Para garantir que eles querem se inscrever, incentive-os com uma alta quantia de comissão, materiais de marketing gratuitos que eles possam usar e concursos com prêmios em dinheiro para os melhores promotores.

Use um cronômetro de contagem regressiva

Certificar-se de que as pessoas podem realmente ver o tique-taque do seu relógio é uma ótima maneira de tornar a emoção ainda mais palpável!