Resumo do Livro Launch, de Jeff Walker,

Você quer conhecer uma fórmula para vender quase tudo online, construir um negócio que você ama e viver a vida? Então, o livro Launch, de Jeff Walker, é a sua escolha perfeita. Nele, o autor revela tudo o que aprendeu sozinho e que impactou de maneira relevante o marketing digital contemporâneo.

A Fórmula de Lançamento, como também é conhecida a estratégia de vendas de Jeff Walker, é direcionada para o empreendedor individual, que planeja se lançar no mercado de produtos digitais, com poucos recursos. Vale, ainda, para quem pretende alavancar as vendas em um negócio já existente.

Enfim, o livro Launch, de Jeff Walker, não é um guia de como se montar uma startup. Mas é um passo-a-passo valioso para quem domina muito qualquer área de conhecimento e pretende fazer disso um negócio de milhões de dólares.

Você pode continuar lendo aqui o resumo do livro Launch, Jeff Walker, em português, ou baixar o PDF ao lado. Só não pode perder tempo, enquanto os seus concorrentes estão voando alto. Vamos lá!

O livro Launch, Jeff Walker: bom pra você e pra todo mundo

Jeff Walker nunca se deu bem no emprego formal. Ele decidiu, então, assumir o cuidado dos filhos, para que a esposa seguisse em frente com a sua carreira profissional. Em casa, com um computador e o seu conhecimento sobre o mercado financeiro, ele começou a ganhar dinheiro com newsletter sobre o mercado de investimentos.

Mas o autor do livro Launch, Jeff Walker, não se contentou com isso e, assim, decidiu ir mais longe. Ele desenvolveu a sua própria estratégia para lançar novos produtos e ganhar mais dinheiro, em curto espaço de tempo.

Sua estratégia, batizada de Fórmula de Lançamento (Launch) foi o seu passaporte para a independência financeira, resultando-lhe em mais de 20 milhões de dólares, apenas com a venda da sua ideia.

Pois, então, Fórmula de Lançamento funcionou para Jeff Walker e inúmeros outros empreendedores. E, acredite, será valiosa pra você também. Basta aprender a fazer a coisa certa.

O poder da lista de e-mails

Uma ferramenta fundamental para fazer funcionar a Fórmula de Lançamento é a sua lista de e-mail. Trata-se de um ponto-chave da estratégia de Jeff Walker e ela é muito mais poderosa do que as mídias sociais e outras formas de contato, por dois motivos principais:

- você tem acesso direto à caixa de entrada do seu assinante;
- você tem a permissão das pessoas para entrar em contato com elas.

Ser dono de uma boa lista de e-mails é como ter uma licença para imprimir dinheiro, garante o autor.

Como gerar uma boa lista de e-mails

- entenda como criar uma squeeze page (página que oferece um incentivo gratuito, em troca do e-mail do visitante);
- aprenda a gerar tráfego para suas squeezes pages;
- crie interações com seus leitores, compartilhando conteúdo relevante para eles e solicitando feedbacks;
- invista em parcerias, publicações em redes sociais e anunciando nas mais diversas ferramentas de publicidade online.

Mas atenção: no livro Launch, Jeff Walker alerta que mais poderosa do que a sua lista de e-mails de pessoas interessadas no seu conhecimento é a sua lista de clientes. Afinal, as pessoas que já compraram seu produto/serviço têm grande chance de comprar de novo.

Os gatilhos mentais que levam uma pessoa a comprar

No livro Launch, Jeff Walker mostra que são muitos os gatilhos

mentais que induzem e influenciam as pessoas a comprarem um produto qualquer. Os principais são:

Autoridade

Se você consegue se posicionar como autoridade em um determinado assunto, você já tem meio caminho andado para ser ouvido pelo consumidor.

Confiança

Além de saber muito sobre um assunto e ser uma autoridade, você tem que ser confiável e honrar suas promessas, sempre.

Reciprocidade

Quando você oferece algo de valor a alguém, essa pessoa sente a necessidade de lhe dar algo em troca – é o espírito de gratidão.

Comunidade

Ao se sentir parte de um grupo, as pessoas tendem a acompanhar

as decisões e opiniões daquele grupo e isso é poderosíssimo. Existem ótimos produtos no mercado que não tiveram a visibilidade merecida por falta de uma comunidade e/ou uma estratégia de lançamento eficiente.

Antecipação

Quando uma pessoa sabe que algo vem pela frente, fica curiosa e ansiosa e isso lhe garante a atenção dela.

Conversação

A maior parte das pessoas está mais interessada nas próprias palavras, e não no que as outras pessoas dizem. Portanto, criar uma conversação e "ouvir" sua audiência irá ajudá-lo a ter sucesso, fugindo do tradicional monólogo do marketing tradicional.

Prova Social

Um jeito poderoso de ampliar sua autoridade é mostrar provas sociais de que você realmente entende do assunto. Utilize depoimentos de clientes e casos de sucesso para garantir que você tenha sua prova social.

Pré-lançamento: a nova proposta para a sua carta de vendas

Você sabe o que é uma carta de vendas? Muitos iniciantes no mundo dos negócios não têm a mínima ideia do que se trata. Mas não se preocupe, porque o livro Launch, Jeff Walker, explica sobre o assunto.

A carta de vendas (ou a página de vendas, no mundo digital) é um grande documento (em alguns casos, com até 10 páginas), focado exclusivamente em convencer o leitor a comprar seu produto.

No entanto, para um pré lançamento, Jeff Walker propõe dividir a sua carta de vendas, distribuída ao longo do tempo, ganhando consentimento em etapas. Ou seja, a ideia é atrair a atenção e dar algo de valor para seu potencial cliente, em vez de apenas “tentar fechar a venda”.

A sugestão do autor

Em vez de pensar em dez páginas, pense neste conteúdo distribuído em dez dias. Por exemplo, você pode dividir este conteúdo em três diferentes partes, da seguinte forma: no primeiro dia, você enviaria a primeira parte; no terceiro dia,

a segunda parte, e no sétimo dia, você envia a terceira parte, criando antecipação para o lançamento no décimo dia.

Trabalhando dessa forma, você vai convencendo o leitor aos poucos a aprender sobre o seu produto. Você oferece conteúdo importante e gratuito, conduzindo-o a comprar naturalmente, no lançamento.

Enfim, ofereça valor, dê algo às pessoas, antes de pedir que elas comprem algo.

Como deve ser cada parte de conteúdo

1ª Parte: descreve a oportunidade de transformação. Por exemplo, segundo o livro Launch, Jeff Walker, se você está ensinando seu leitor a investir melhor, o benefício a ser comunicado nesta carta é que ele terá mais dinheiro, mais controle sobre sua vida e mais segurança para ele próprio e sua família.

2ª Parte: o foco será direcionado para sua autoridade e a criação de uma comunidade. Assim, ofereça mais conteúdo valioso, informacional, educativo e conduza o leitor a participar da sua comunidade. Isso pode ser feito por meio de um comentário, respondendo seu email etc. Também é importante criar antecipação.

3ª Parte: este é o momento para utilizar sua prova social e depoimentos para ajudar no convencimento do leitor e criar ainda mais antecipação.

Em seu livro Launch, Jeff Walker assegura que, se você acertar em cheio no seu pré- lançamento e seguir esta receita, alcançará o sucesso.

O lançamento: abertura do carrinho

Chegou o momento de começar a vender e o autor do livro Launch, Jeff Walker, sugere as seguintes ações:

- Promova um teste da sua página de compra, do seu carrinho, e cheque se todos os passos do seu processo estão rodando direitinho.
- Lance uma oferta exclusiva, por um período limitado (de 24 horas a 7 dias), criando assim um senso de urgência no comprador e garantindo que você possa se comunicar com as pessoas por e-mail, neste intervalo de tempo.
- Prepare um email para sua lista sobre o valor do seu produto e mantenha a necessidade imediata por meio de algum incentivo, por tempo limitado.
- Acompanhe sempre os feedbacks, e-mails e as vendas do seu produto.
- Prepare-se para picos de tráfego e garanta que seus servidores estejam sempre disponíveis.
- Antes do “fechamento do carrinho” ou do fim da sua oferta exclusiva para os seguidores do pré-lançamento, envie e-mails lembrando que a oferta está se encerrando.

Lançamento semente

A ideia aqui é preparar uma lista pequena de pessoas muito interessadas no assunto que você domina. Para isso, use as redes sociais, seus contatos e outros canais, mas sempre com a permissão de todos.

Depois que você tiver a sua pequena lista, coloque sua energia nela para descobrir:

- Quais as dúvidas e necessidades dessas pessoas?
- Quais suas paixões?
- Convide-as para co-criar o produto com você.

Nesse caso, é possível usar uma linguagem mais informal nos e-mails.

Lembre-se que o lançamento semente é apenas o alicerce de um relacionamento de longo prazo com os seus clientes. Portanto, tenha em mente como seu produto atual crescerá sua lista e gerará mais oportunidades para vendas futuras.

Lançamento Joint Venture

Esse é um jeito de maximizar os seus ganhos. O próprio Jeff Walker afirma ter gerado mais de um milhão de dólares em vendas em uma única hora, utilizando esta técnica. Mas essa não é uma ferramenta para amadores.

Um lançamento Joint Venture precisa de parceiros afiliados que são comissionados e disparam suas listas de e-mails para sua landing page. Mas, para gerar resultados expressivos, é fundamental que você desenvolva uma lista de parceiros que dispõem de listas enormes de e-mails.

Conhecimento e paixão

O conselho do livro Launch, Jeff Walker, para quem está engatinhando no empreendimento próprio é entender o motivo por trás do seu negócio, além do financeiro. Ou seja, qual é o seu propósito?

Jeff Walker fala da necessidade de se ter uma motivação verdadeira, antes de criar um produto e partir para a venda dele. Somente assim, é possível atrair o clientes que você realmente quer ao seu lado. E, principalmente, clientes com os quais você deseja manter uma relação duradoura.

Enfim, lembre-se que um lançamento é composto pelas seguintes etapas: pré-lançamento, abertura do carrinho e fechamento do carrinho. E ao fazer o seu planejamento, não pense apenas em "lançamento de produtos", mas sim em lançamento de negócios em longo prazo.

7 frases Jeff Walker para você

refletir

Continue aprendendo

Então, o que você achou da Fórmula de Lançamento? Compartilhe conosco a sua opinião!

E se a sua meta é fazer o seu empreendimento crescer, o 12min é um forte parceiro seu. Lá você encontra muitas outras obras fantásticas, dos mais renomados autores, nas mais variadas categorias. Tudo nos formatos microbook e audiobook.

Você ainda pode acessar o 12min pelo celular, utilizando os aplicativos para Android ou iOS.

Assim, se você aposta nos livros como fonte de crescimento pessoal e profissional, mas não sabe por onde começar a sua leitura, vai aqui uma dica superinteressante. Pegue aí!

Pare de pensar como empregado – Keith Cameron Smith

Esse é um guia com as 10 características fundamentais que distinguem empregados e empreendedores. Você vai entender como pensam, comportam-se e agem os empresários mais bem-sucedidos

do planeta.

Segundo o autor, a melhor educação que os empreendedores recebem vem da própria experiência de vida. Mas vem também da troca de conhecimentos com outros empreendedores. A experiência é a melhor escola para os empreendedores. Afinal, ela fornece um bom currículo e é diferente de qualquer sistema escolar tradicional, que nunca poderá ser tão abrangente.

Além disso, garante o autor, os empreendedores passam mais tempo estudando do que se divertindo. Imperdível!

Boa leitura e ótimos aprendizados!

E lembre-se de compartilhar esse post em sua rede social! Quem sabe você não ajuda um amigo a colocar o próprio empreendimento nas alturas!