

# 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.

## **0 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!