



O que
não te
contaram
sobre
dropshipping

Como começar uma operação de drop
da maneira mais lucrativa possível

ISBN 978-65-982820-0-4

Índice

PARTE 01

Como começar uma operação de drop da maneira mais lucrativa possível	4
Introdução	5
A importância da mentalidade correta	6
7 características de um dropshipper milionário	8
A importância de uma loja profissional	11
01 - Loja genérica x loja nichada	12
02 - Como encontrar um bom nome	14
Psicologia das cores	16
Como criar logo profissional	20
O que preciso para subir minha loja?	23
Revisando os principais pontos da sua loja.	24

PARTE 02

Como escolher os melhores produtos	25
O que é um PPM?	26
4 características de um PPM	28
O que não vender?	30
O que é uma esteira de produtos?	32
5 maneiras de minerar produtos	35
Fornecedores	40
Frete	42

PARTE 03

Como fazer uma oferta matadora	43
O que é oferta?	44
Experiência do cliente na sua loja	45
Nome do produto	46
Mídias importantes	48
O poder do copywriting	50
Gatilhos comuns	51
Gatilhos mais complexos	54
Otimização de página	58

PARTE 04

Como começar a fazer tráfego orgânico	60
marketplace no facebook	63
Influenciadores por comissão	64
Sugestão para escolha de influenciadores	65
Grupos de Facebook	66

PARTE 01

**Como começar
uma operação
de drop da
maneira mais
lucrativa
possível**

A verdade sobre o dropshipping

Introdução

Seja bem-vindo ao ebook **O Que Não te Contaram sobre Dropshipping!**

O conteúdo que você verá nas 4 partes deste livro não é só mais “um conteúdo da internet”.

São anos de experiência e execução prática para refinar o material contido aqui.

Já encontrei cursos online que cobravam R\$3.000 para te explicar hacks e estratégias que vou te revelar nas páginas que seguem este ebook.

Se você colocar em prática o que eu vou te mostrar aqui, não há como ficar sem fazer as **primeiras vendas no próximo mês, e R\$10 mil reais nos próximos 3 meses.**

Esse é um primeiro passo rumo à sua jornada para a liberdade financeira.

Você está preparado?

Então vamos lá!

A importância da mentalidade correta

Eu sei que **você é um inconformado**, e quer ganhar grana o mais cedo possível.

Afinal de contas, todos estamos aqui para construir algo realmente grande.

Mas antes de construir o seu grande resultado, é preciso se atentar a uma questão muito importante.

Para construir qualquer edifício, é necessário antes tratar o terreno onde ele será feito.

Se você não tiver tratado a terra que você vai construir, se ela não tiver profundidade, se a FUNDAÇÃO não foi feita com qualidade...

Tudo o que você construiu irá cair em pouco tempo...

Eu estou falando sobre a sua mente.

A sua mente é o terreno com o qual você constrói tudo o que deseja construir.

Se você não trabalhar a sua MENTALIDADE, tudo o mais não importa. Você desiste no meio do caminho, procrastina e se auto sabota.

Você pode ter o melhor conteúdo do mundo...

Mesmo assim, as chances são que você faça como a maioria das pessoas, e destrua sozinho todos os seus sonhos.

É por isso que eu quero falar rapidamente sobre as **7 características da mentalidade de um dropshipper milionário, antes de te ensinar a construir a sua loja.**

7 características de um dropshipper milionário

01 Ódio ao problema

O **ódio ao problema** consiste em **NUNCA** se conformar com as coisas erradas que existem dentro do seu ambiente de vida.

Isso é ser um inconformado.

02 Auto Responsabilidade

Auto responsabilidade é **você assumir o fato** de que é o **único responsável** por mudar de vida.

Se você tem um problema de última hora, é sua responsabilidade achar uma solução para ele.

Isso é o que separa os adultos das crianças.

03 Sonhar Grande

Ninguém chega a um lugar realmente grande, se não deseja **chegar a lugares grandes**.

Sonhar alto é a base para alçar voos cada vez maiores na vida.

04 Ter um Plano

Uma vez que você sabe para onde quer ir, é hora de **traçar um plano para chegar lá.**

Uma boa notícia: você está no lugar certo para ter o melhor plano já colocado em um ebook!

05 Não desistir

Errar é humano. Persistir também.

Nem sempre as coisas dão certo nas primeiras tentativas. Um inconformado persiste **ATÉ conseguir.**

06 Não ouvir críticas de quem nunca construiu nada

Bons conselhos podem vir de pessoas que já chegaram onde você quer chegar.

Cuidado com as pessoas frustradas que além de destruírem o próprio sonho, estão querendo destruir o seu.

07 Agir

NADA acontece até que você comece a colocar cada ponto da sua mentalidade em prática.

A hora de agir chegou. Esse é o seu plano da virada!

A importância de uma loja profissional

Agora que já lembramos da importância de ter uma mente milionária preparada...

Vamos ao primeiro ponto prático para construir sucesso, que é a **construção da sua loja milionária**.

Você vai aprender a parte estratégica, **O QUE PRECISA** ter, para montar uma loja profissional.

Eu vou te mostrar todas as ferramentas que eu uso, e como eu consigo fazer isso da maneira mais barata possível.

Vamos lá:

Esses são os principais **BENEFÍCIOS** de uma **loja profissional**:

- ✓ Passa **credibilidade**
- ✓ Constrói uma boa marca
- ✓ Aumenta a sua % de **conversão**

Se você faz com que um cliente sinta credibilidade na sua loja, ele passa a indicar a sua marca e aumenta sua taxa de conversão (quantidade de pessoas que entraram no seu site x pessoas que de fato compraram algo).

01 - Loja genérica x loja nichada

Você já entendeu a importância que tem uma loja profissional para o seu **sucesso nas vendas digitais...**

Agora eu quero falar para você os **DOIS** tipos de lojas que você pode criar.

E atenção: você vai precisar decidir por um desses dois tipos agora, para já começar a montar a sua **loja o mais rápido possível.**

Loja Genérica

(vende de tudo)

VANTAGENS

- ✓ Agilidade para testar produtos
- ✓ Público-Alvo muito mais amplo
- ✓ Escala muito maior

DESVANTAGENS

- ✓ Menor conexão com o público-alvo
- ✓ Mais difícil fidelizar os clientes
- ✓ Maior concorrência

Exemplo de loja genérica: Mercado Livre ou Americanas.

Loja Nichada

(Focada em um “tema de produtos” específico)

VANTAGENS

- ✓ Maior conexão com o público-alvo
- ✓ Maior facilidade para fidelizar os clientes
- ✓ Maior possibilidade de explorar branding/ marca
- ✓ Menor concorrência

DESVANTAGENS

- ✓ Público-alvo limitado
- ✓ Você pode perder oportunidades ao encontrar um PPM que não tenha conexão com o nicho
- ✓ Escala menor

Exemplo de loja nichada: Centauro, Camisetas Minimal

02 - Como encontrar um bom nome

E aí, **você prefere loja genérica ou nichada?**
Após ter decidido o seu tipo de loja, é hora de escolher um bom nome.

No meu exemplo, eu vou usar uma loja genérica.

Agora nos falta decidir um nome para essa loja.
Esse é o próximo passo.

O **nome NÃO é a coisa “principal”** da sua loja.

Então fique tranquilo em relação a isso.

Eu quero te trazer alguns pontos sobre esse tema:

Como **escolher um nome** para sua loja?

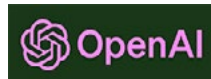
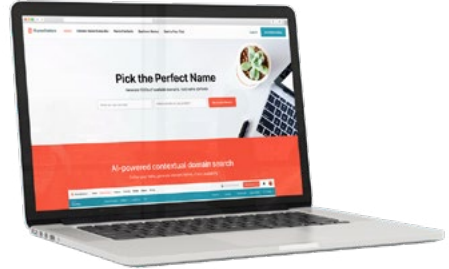
- ✗ Não se preocupe em ter um nome perfeito
- ✗ Não coloque um nome longo
- ✗ Não coloque nomes confusos
- ✗ Não coloque nomes parecidos com e commerces famosos

Ferramentas gratuitas para melhorar a criatividade:



Name Station

<https://www.namestation.com>



ChatGPT

<https://openai.com/blog/chatgpt>

Psicologia das cores

Após a escolha de um bom nome, entra uma parte importantíssima para sua loja online.

É a escolha das cores.

Mas diferente do que provavelmente você tenha pensado, a escolha das cores é MUITO importante. Mais do que você imagina.

Para você ter noção, **empresas gigantes como Coca Cola e McDonald 's chegam a gastar milhões de dólares em pesquisas** para entender a influência que as cores geram no ser humano.

E é aqui que surge a importância da **Psicologia das Cores**. É sobre isso que quero falar com vocês agora.

Você precisa escolher uma cor que passe a sensação da sua marca.

Isso tudo depende se você está construindo uma marca genérica, ou nichada, e também depende das suas preferências pessoais.

Aqui estão alguns pontos para que você possa se guiar na hora de escolher as cores da sua loja:

Mais sobre **psicologia das cores**



O ser humano é um “animal racional”.



As cores do ambiente geram uma influência nas nossas decisões.



A psicologia das cores é usada nas logos, propagandas até embalagens de produtos para fazer você vender mais.



Vermelho

O vermelho atrai mais atenção e está associado a emoções fortes, como amor, paixão e raiva

Laranja

Laranja é o tom de encorajamento, otimismo, autoconfiança e extroversão





Amarelo

Amarelo é a cor da mente e do intelecto. O tom é criativo, traz novas ideias e novas formas de fazer as coisas

Verde

Verde se liga à natureza e traz equilíbrio e crescimento. É repousante e seguro, simbolizando harmonia, cura e estabilidade.



Azul

Azul é a cor da confiança, da serenidade e da paz. Sugere lealdade e integridade, bem como conservadorismo e previsibilidade.

Rosa

O rosa expressa empatia e o companheirismo. Além disso, significa romance, ternura, compaixão, sinceridade, sofisticação e doçura.





Roxo

Roxo implica riqueza, até mesmo realce. Ao mesmo tempo, é um tom introspectivo, permitindo que nos conectemos com nossos pensamentos mais profundos.

Marrom

O marrom traz dependência, firmeza e simplicidade. Também é a cor que nos liga ao que vem da terra, trazendo estabilidade e confiança. Por outro lado, pode indicar conservadorismo



Preto

Além de ser de fácil combinação e a mais objetiva das cores, o preto dá ideia de formalidade, drama, sofisticação e segurança.

Branco

O branco dá ideia de limpeza, simplicidade, inocência e honestidade. Sua característica básica é a igualdade, o que implica justiça e imparcialidade



Como criar logo profissional

Após ter definido seu nome e sua paleta de cores... chegou a hora de montar a sua logo!

Mas fica tranquilo, eu vou te mostrar maneiras **GRATUITAS** de fazer uma logo f\$da, sem gastar nada, e de maneira fácil.

Primeiro...

VOCÊ PRECISA TER DEFINIDO:

- ✓ Nome da Loja
- ✓ Cores

VOCÊ PRECISA ENTENDER QUE:

- ✓ Logo não é o 80/20 para suas vendas
- ✓ Logo só se faz uma vez

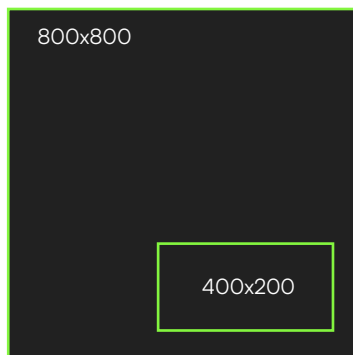
Criando logos profissionais

A mensagem precisa ser clara

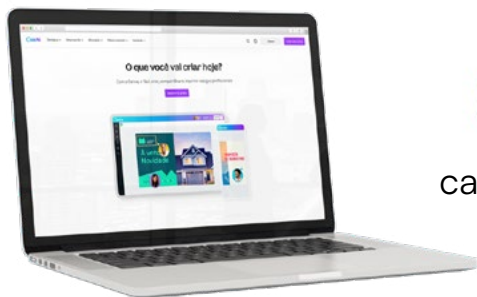
O tamanho precisa ser correto (800x800 ou 400x200).

De preferência, faça algo simples e objetivo.

Exemplo de dimensão



Ferramentas para criar sua logo:



Canva

canva.com

O app mais fácil, e o que eu mais recomendo. Aqui você terá logos pré prontas para você criar e baixar. **Basta criar uma conta gratuita e procurar por “logos”** na ferramenta de busca para você ter acesso a uma infinidade de logos.

Você também pode pegar imagens prontas, mexer em cada uma delas e montar sua logo, vai exigir um pouco mais esforço.

Para isso, use:



Freepik



Remove.bg



Iloveimg.com



Pixabay.com



Precisa de inspiração?

Acesse o site pinterest. com e procure por logos que façam mais sentido para você!

O que preciso para subir minha loja?

Essas são as ferramentas necessárias para construir a sua loja

Ferramentas necessárias



DOMÍNIO:

Você pode comprar um na Godaddy.com



CHECKOUT

Yampi



PLATAFORMA DE ECOMMERCE

Você pode comprar acesso a uma plataforma de ecommerce pagando 1 dólar por cada mês na Shopify.

[Clique aqui e acesse.](#)



EMAIL PROFISSIONAL

Zoho

Review

Areview + uReview

Revisando os **principais pontos** da sua loja.

- 01 Definir** Loja Nichada ou Genérica
- 02 Criar** um nome simples e claro
- 03 Definir uma cor segundo** a psicologia das cores
- 04 Desenvolver uma logo** após ter definido nome e paleta de cores
- 05 Subir sua loja** na Shopify usando:
- 06** Godaddy, Yampi, Zoho para Email e Areview + uReview para suas reviews
- 07 Assistir a próxima aula dia 13/09**

PARTE 02

Como escolher os melhores produtos

O que é um **PPM**?

PPM significa Produto com Potencial Milionário.

Dentro do dropshipping, existem **mais de R\$36 milhões** de opções de produtos diferentes.

Existem produtos que vendem muito, com uma margem de **lucro ABSURDA...**

Enquanto outros produtos são menos apelativos, tem muito menos demanda, e por isso vendem menos.

Um produto com potencial milionário nada mais é do que um tipo de produto que pelo fato de ter algumas características exclusivas tem o potencial de **vender MUITO todos os dias.**

Os PPMs são os produtos que você quer para sua operação de dropshipping: produtos com potencial de **faturar milhões de reais.**

É claro, que o que eu vou ensinar dentro deste ebook vai te ensinar a vender com tráfego orgânico, o que limita um pouco a velocidade com que você faz muitas vendas.

Mas assim que você fizer sua primeira grana, poderá entrar na FNM e escalar a sua operação com tráfego pago.

Dessa forma você apenas vai continuar vendendo

o que aprendeu a vender aqui.

Vamos lá...

Existem **4 características** que você precisa procurar em um produto para classificá-lo como um PPM...

E é disso que vamos falar agora...

4 características de um **PPM**

01 Resolução de uma dor ou problema forte

Quanto mais **DESEJO** o seu cliente tiver, mais impulso para comprar ele terá.

Esse desejo vem principalmente de uma dor (física ou psicológica) forte.

Como dor nas costas, nos pés, ou desejo de emagrecer ou parecer mais rico.

02 Mecanismo diferenciado (transformação rápida)

Quanto mais rápido o seu produto fizer uma transformação, mais valor ele tem.

Exemplo: uma cinta modeladora faz uma mulher se sentir magra “instantaneamente”, basta ela usar a cinta no corpo.

03 Mercado escalável

Quanto mais pessoas existirem com o problema ou dor solucionado pelo seu produto, melhor.

04 Preço x Valor

Uma **bala de mascar que custe R\$1.000 é cara**. Mas uma Ferrari 2023 que custe R\$50.000 é barata.

O cliente tem que perceber que o valor e preço que você cobra é vantajoso frente a sua concorrência que vende produtos similares.

EXEMPLO

Esse foi um produto que vendi quase **R\$1 milhão de reais**.



Um “desintoxicante corporal que ajuda no emagrecimento” através dos pés.

Mais de R\$900.000,00

O que **não vender?**

Agora que você já sabe as características de um produto milionário...

Eu quero te mostrar o que **NÃO vender**.

Marcas registradas

Produtos da Nike ou Adidas podem ser tomados como réplicas e fica muito mais fácil seu anúncio ser derrubado pelas plataformas de anúncios.

O ideal é vender produtos da China, sem uma “marca” registrada no Brasil.

Produtos acima de 50\$

Produtos acima de cinquenta dólares (**pouco mais de R\$240**) são **taxados** em 60% durante a importação.

Foque em produtos que custam mais barato do que isto.

Produtos pesados

Produtos muito pesados como malas **podem ser taxados no Brasil**, evite produtos muito grandes.

Produtos com público cético

Em geral, pessoas céticas custam muito mais caro para anunciar. Um público jovem de 20 anos, geralmente conhece sites como Aliexpress e Mercado Livre, o que dificulta a venda para eles.

Foque em públicos menos céticos, como as pessoas de 30 ou 40 anos (ou mais velhas).

O que é uma esteira de produtos?

Antes de eu te mostrar como encontrar produtos na prática...

Eu preciso fazer uma pausa e te mostrar **como organizar a sua mineração**.

Isso porque a mineração será algo que você fará com frequência dentro da sua operação, quase todos os dias.

Se você não organizar as informações, as chances são que você acaba se atrapalhando e lucrando muito menos do que poderia lucrar se tivesse uma operação organizada.

É por isso que eu quero te explicar o que é uma **esteira de produtos**.

A esteira de produtos nada mais é do que uma sequência de tarefas que você precisa fazer para testar e escalar as vendas de todos os **PPMs que você minerar**.

Assim, quando você termina de concluir o passo número 1, pode passar o produto para o passo número 2 e assim sucessivamente.

A vantagem da esteira vem quando você precisa trabalhar com mais de 1 produto. Dessa maneira, ela mantém toda a sua operação organizada.

Ela é dividida em 9 passos:

01 Garimpo

Primeiro, você separa uma sessão apenas para colocar todos os produtos que você acha que são bons.

02 Produtos Selecionados

Depois, você elimina todos os produtos que não tem as características de um PPM, e deixa apenas aqueles que estão dentro de todas as características.

03 Copy

Agora chegou a hora de você escrever textos persuasivos para vender para este cliente. É o momento do copywriting (falaremos disso mais tarde).

04 Criativos

Na terceira etapa, você vai separar apenas os produtos que você colocou para produção de vídeos e imagens para usar com anúncios.

05 Subindo pra loja

Quando você coloca um produto nesta etapa, significa que você está configurando ele na sua loja.

06 Pronto para Rodar

Significa que o produto está pronto para ser anunciado.

07 Testando

Aqui você adiciona todos os produtos que estão sendo testados no tráfego pago ou orgânico.

08 Escalando

Quando você deseja investir ainda mais em um produto porque está tendo lucro, você deve arrastar o produto para esta etapa.

09 Descartado

Todos os produtos que não deram lucro devem ser colocados aqui.

Aqui estão **alguns apps que você pode utilizar de maneira gratuita** para organizar a sua esteira de produtos:

Trello (manualmente)

Google Docs (manualmente)

5 maneiras de minerar produtos

Existem 5 maneira que você pode minerar produtos. Minerar nada mais é do que **procurar e achar Produtos com Potencial Milionário**.

Para isso, você precisa levar em conta todos os pontos que eu mencionei no capítulo “O que é um PPM”.



01 [aliexpress.com](https://www.aliexpress.com)



São literalmente milhões de produtos.

Para começar aqui, você precisa entender se a sua loja é genérica ou nichada.

Se for nichada, comece procurando no motor de busca do Aliexpress pelos produtos relacionados ao seu nicho. “Saúde”. “Tênis”. “Bolsas”. Etc.

Caso seja genérica, você pode começar indo pela categorias que você deseja adicionar na sua loja: Cozinha, moda, mesa & banho, etc.



02 [mercadolivre.com.br](https://www.mercadolivre.com.br)



Procurando na sessão “tendências” você fica por dentro de todos os produtos mais vendidos do mercado livre.

Dessa maneira, de acordo com os principais pontos de um PPM, você pode adicionar cada um deles a sua esteira de produtos.

03 Extensão Gratuita Identify

A **extensão gratuita da Identify** serve para você **minerar produtos** usando contas pessoais do Facebook.

Uma vez que você instala no seu navegador, poderá logar no seu Facebook e então esta extensão vai buscar todos os anúncios que aparecerem na sua conta.

Assim você minera anúncio por anúncio, levando em conta os principais pontos de um PPM.

Você pode instalar a extensão Identify **[clcando aqui.](#)**



04 Polishop e As seen on tv

A Polishop é uma empresa brasileira que lança tendências. Ficar de olho no que eles tem feito pode **te ajudar a achar produtos similares** no dropshipping.

As Seen on Tv é um site famoso no EUA, onde você também pode ficar de olho para **encontrar tendências de PPMs...**

05 IDENTIFY Completa

Essa última opção aqui é a versão paga da minha plataforma de mineração com **Inteligência Artificial, a Identify.**



Eu quero mostrar aqui como eu uso para **minerar produtos milionários** e como você pode usá-la também para achar esses **produtos lucrativos** todos os dias.

A primeira coisa que você tem que saber, é que **ela funciona por Inteligência Artificial.**

Ou seja, este robô começa a **capturar dados 24h por dia, em toda a internet**, trazendo dados de anúncios, acessos de tráfego, e vendas de todas as plataformas de dropshipping do mercado.

Dessa maneira, essa IA te entrega os produtos e **ofertas mais atraentes no mercado**.

Sabendo dessas informações, você pode cortar caminho e vender os mesmos produtos que as maiores lojas de drop estão vendendo.

Qual a diferença dela para a extensão:

Para você minerar através da extensão terá que procurar de anúncio por anúncio, sem saber necessariamente quantos reais aquele anúncio já vendeu.

De modo resumido: **você vai precisar já ter uma habilidade para encontrar um PPM, e uma paciência para gastar muito mais tempo procurando esses produtos**.

Dentro da Identify completa, você tem todos os anúncios já minerados de uma vez, com dados prontos como **“produtos mais vendidos”**, **“produtos com aumento de vendas na última semana”**, **“anúncios mais engajados (validados)”** e etc.

A Identify na versão paga também **te dá acesso a nossa IA copywriter**, para escrever seus textos de venda, e também a nossa **biblioteca de influenciadores**, onde você pode e deve fazer **parcerias de venda com influencers do Instagram**.

Além de tudo isso, oferecemos dentro da plataforma mentorias para ajudar iniciantes no drop e relatórios para sempre **te apresentar novas tendências e hacks de mercado**.

Seu trabalho é pegar os PPM já prontos, validados e apenas melhorar a sua oferta para vender todos os dias.

Muito mais prático, e economiza muito o seu tempo.

Esse é o poder dessa Inteligência artificial...

Para saber mais da Identify, clique aqui.

Fornecedores




Você pode usar os fornecedores do Aliexpress para minerar, entender o nível de demanda e então fazer o seguinte:

Encontrar fornecedores nacionais na sessão **“no Brasil” dentro do próprio Aliexpress.**

Cotar com um fornecedor nacional/chines da sua preferência o mesmo produto encontrado no aliexpress (nós vamos te indicar fornecedores para você fazer isso)

Pode procurar aqui no Aliexpress o produto desejado e procurar fornecedores “no Brasil” através da Shopee, para mandar direto para casa do seu cliente.

Como identificar um bom fornecedor no Aliexpress

-  Avaliação de loja acima de 93%
-  Mais de 6 meses de loja aberta
-  Tempo de envio e fidelidade na descrição acima de 4.4

Como encontrar **fornecedores baratos** no Aliexpress

- ✓ Busque no final da página fornecedores semelhantes
- ✓ Pesquisar na barra de pesquisa pelo nome do produto
- ✓ Aiveera.com

Fornecedor **nacional**

- ✓ Drop Fast
@logisticadropfast

Agente **chines**

- ✓ 3 Cliques
@3cliquesdrop

Frete

Os melhores tipos de fretes para importar produtos no aliexpress são:

01 Aliexpress Standard Shipping

02 Aliexpress Select Standard

03 Fretes Nacionais

*Se os produtos estiverem em um fornecedor nacional (no Brasil), não precisa se preocupar muito com o tipo de frete.

PARTE 03

Como fazer uma oferta matadora

O que é oferta?

Tudo o que você está oferecendo para um cliente, pode ser considerado como uma oferta.

Dentro do digital, tudo o que o cliente vê dentro da sua loja e gera “percepção de valor”, nós chamamos de oferta.

Isto é:

- ✓ O produto que você está vendendo
- ✓ O preço do produto
- ✓ Uma loja rápida e “bonita” para celulares
- ✓ O nome do produto
- ✓ As mídias usadas na página (vídeo, GIFS e imagem)
- ✓ Os benefícios específicos da oferta (compre 1 leve 2, Queima de Estoque, % de desconto, cupons, brindes etc.)

Quanto melhor este conjunto de fatores, mais forte é a sua oferta. **O preço do produto é provavelmente o fator de mais peso** para alterar o resultado de vendas de uma oferta.

Experiência do cliente na sua loja

Antes de se aprofundar no tema oferta...

É importante você ter noção de **COMO** o cliente interpreta a sua oferta.

A maneira como o usuário entra na sua loja define como você deve apresentar a sua oferta, e o que você deve priorizar.

A primeira coisa a saber, é que o usuário tende a abandonar a sua loja.

É praticamente impossível 100% das pessoas que aterrissam na sua página ler ela por completo.

Portanto quanto mais você trabalhar e focar na primeira dobra da página, melhor.

*Velocidade da página, preço, fotos, nome do produto são muito importantes na hora de criar a sua página.



Priorize:

- ✓ A velocidade para entrar no seu site
- ✓ O nome do produto
- ✓ As mídias que você usa
- ✓ E principalmente: A precificação e benefícios promocionais.

Nome do produto

Aqui, logo após determinar um produto para teste, nós focamos em desenvolver o nome do produto (que é diferente do nome do site).

Para te tranquilizar, essa é a parte mais fácil de construir uma oferta e dificilmente causa algum tipo de prejuízo no seu teste de produto, por mais que o nome escolhido não seja o melhor.

Existem 3 qualidades de um bom nome:

- ✓ É simples de escolher ou trocar
- ✓ Gera percepção de valor
- ✓ Cria branding na mente do cliente

Para criar um bom nome, você pode:

- ✓ Use termos em inglês
- ✓ Mesclar com palavras em português
- ✓ Use símbolos como © ou ™

Exemplo:

Escova alisadora → Escova Alisadora Fashion Hair™.

Você também pode usar o gerador gratuito de nomes [clicando aqui.](#)

Mídias **importantes**

Mídias são os vídeos, GIFS e imagens da sua oferta.
É importante entender que:

- ✓ Mídias são tão importantes quanto o preço e copy
- ✓ Precisam gerar desejo no cliente
- ✓ É a única forma do cliente ter noção do que pode **resolver sua dor**, uma vez que o produto físico não está presente
- ✓ Quanto mais a sua **mídia resumir e provar** o que diz a sua copy, **melhor!**

Existem alguns tipos de mídias que você precisa colocar na sua oferta:

- ✓ Produto com fundo branco
- ✓ Produto em ângulos diferentes de utilização
- ✓ Produto em ângulos diferentes de fotos

A **quantidade de imagens** que você usa na sua oferta varia de acordo com a complexidade de explicar o produto para o cliente final.

Você usará essas **mídias** para as imagens principais da sua página (que aparecem assim que o cliente entra na página), e também para GIFs e vídeos e imagens que estarão no corpo da sua copy, além de mockups que **você pode utilizar em qualquer lugar da sua página!**

Exemplo [aqui.](#)

O poder do copywriting

Copywriting é a **ciência das palavras persuasivas** que tornam o seu produto mais atraente para seu cliente e gera nele o impulso de tomar uma ação (venda).

Quanto melhor você usar as palavras persuasivas, **mais aumentará suas vendas** do seu produto.

Existem algumas técnicas específicas que tornam mais prático o uso da copy no seu dia a dia.

Essas técnicas são chamadas de “**Gatilhos Mentais**”. O primeiro grupo de gatilhos, são mais simples e comuns de usar, o segundo, mais complexo e menos comum de identificar em copies.

Vamos falar disto agora.

Gatilhos comuns

Escassez

O **gatilho mental da escassez** é uma técnica de **persuasão que cria urgência** ao destacar a limitação de quantidade ou disponibilidade de um produto ou oportunidade, levando as pessoas a agirem mais rapidamente para evitar perder algo valioso.

É amplamente utilizado em marketing e vendas para estimular a compra.

“Últimas 3 unidades”, “últimas peças no estoque”, “2 opções disponíveis”.

Prova social

A prova social é um gatilho mental que utiliza a influência do comportamento de outras pessoas para **persuadir indivíduos a tomar decisões** ou adotar opiniões, baseando-se na ideia de que a maioria está certa.

É **frequentemente usado em marketing** e persuasão, mostrando exemplos de aceitação ou aprovação social:

Avaliações de clientes no fim da página, imagens

de clientes recebendo produto na copy ou um anúncio com um **cliente usando o produto e dizendo o que achou.**

Urgência

O gatilho mental da urgência é uma técnica de persuasão que busca criar **pressão temporal** para motivar ações imediatas.

Ele **ênfatiza que uma oportunidade ou benefício** está disponível por um período limitado, levando as pessoas a tomar decisões mais rápidas, com medo de perder a chance.

É comumente usado em marketing para aumentar conversões e vendas.

“Último dia”, “últimas horas”, “apenas até 23:59h”, “Acaba hoje, no Dia dos Pais”.

Garantia

O gatilho mental da garantia é uma estratégia de persuasão que **oferece segurança ao consumidor**, prometendo reembolso ou substituição de um produto ou serviço caso não atenda às expectativas.

Isso **reduz o medo de riscos e aumenta a confiança** do cliente, incentivando a compra.

É comum em estratégias de marketing para **construir credibilidade** e mitigar preocupações dos consumidores.

“7 Dias de garantia incondicional”, “Devolvemos 100% do seu dinheiro”, “Sua satisfação ou seu dinheiro totalmente de volta.”

Novidade

O gatilho mental da novidade é uma técnica de persuasão que explora o **interesse humano por coisas novas e diferentes**.

Ele **ênfatiza características exclusivas**, lançamentos recentes ou inovações para atrair a atenção e motivar ação, muitas vezes sendo usado em marketing para criar entusiasmo e demanda por produtos ou serviços.

“Exclusivo”, “Novo lançamento”, “Chegou ao Brasil”.

Gatilhos **mais complexos**

Conexão e similaridade

Quanto mais **conexão e proximidade** estamos do nosso cliente mais fácil é para o fechamento de uma venda.

Para ter mais conexão e similaridade com o lead, podemos usar um ou três pontos durante a descrição na nossa copy: **inimigo comum, histórias e pontos de conexão.**

Inimigo comum

É **colocar a culpa da frustração do cliente** sobre uma entidade como o governo, a escola ou o “sistema”. Isso funciona apenas se o cliente **JÁ** acredita que **esta entidade carrega alguma culpa.**

Histórias

São usadas para contar os inimigos comuns e pontos de conexão ao mesmo tempo. Pode-se contar a história do motivo da dor do cliente existe ou de **como surgiu sua solução ou seu produto.**

Pontos de conexão é tudo o que **conecta a sua marca ao seu cliente**: Se ele gostar de piadas, podemos colocar um tom mais humorístico nos textos, se ele é mais alegre, podemos colocar cores quentes na loja para nos conectar com o cliente.

Exemplo de gatilhos mais complexos podem ser identificados nesta página.

Intensidade do problema

Você pode **intensificar o problema ou intensificar a explicação dos desejos** que o seu cliente tem sobre um produto específico.

Você pode **intensificar o medo**, explicando como a pessoa ficará no longo prazo.

Ou pode **intensificar o desejo** de ser como a pessoa já foi em algum momento no passado (pele jovem para mulheres maduras).

Entregue confiança ou caminho

No final os gatilhos servem para fazer com que as pessoas confiem em você e mostrem que você seja o **CAMINHO** para a **SOLUÇÃO**.

Não é necessário usar todos os gatilhos ao mesmo tempo e a **melhor maneira de aprender copy é analisando produtos muito vendidos** no mercado!

Copy com Chat GPT

Você também pode **utilizar gratuitamente o CHAT GPT para construir copies**. Tanto para anúncios, como para página de vendas.

Para isso, você pode utilizar o prompt:

Escreva uma copy para descrição de ecommerce para o produto **[COLOQUE O NOME DO SEU PRODUTO]**

O publico são **[COLOQUE O SEU PÚBLICO ALVO]** (exemplo: mulheres de 20 a 60 anos que desejam se sentir mais magras).

A copy **PRECISA** ter:

- ✓ Uma promessa atraente
- ✓ Uma descrição de como funciona
- ✓ Bullets com até 5 benefícios

Essas são as **características do produto**:

[Coloque 5 características do produto] (ex: seca fácil, dura por mais de 5 anos, não tem restrição de idade, unissex, antocorrosivo).

01 -

02 -

03 -

04 -

05 -

Após colocar o prompt no chat GPT, adicione o texto colocando imagens dentro do seu site.

Otimização de página

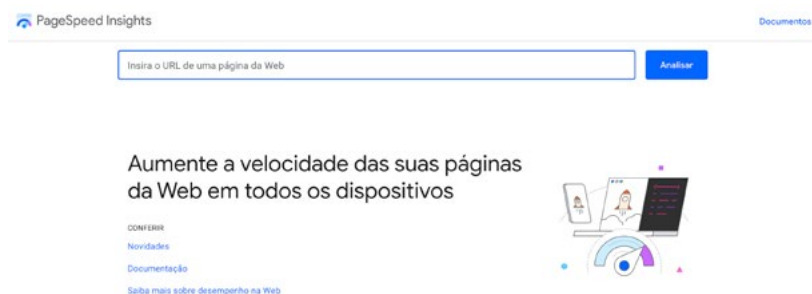
Quanto **mais rápida e otimizada** sua página estiver, **melhor para o cliente** acessá-la e fazer a compra.

Quanto mais pesada, menos pessoas conseguirão navegar pelo seu site, e passar seu cartão de crédito.

Como medir a velocidade da minha página?

Acesse o **Page Speed (pagespeed.web.dev)** e adicione o link da sua página para medir seu desempenho atual.

Para aumentar seu desempenho de página, uma das melhores coisas a se fazer é diminuir o peso das mídias na sua oferta.



Como diminuir o “peso” das minha mídias?

Acesse o ezgif.com ou iloveimg.com, faça upload do seu arquivo e diminua o seu tamanho.

Você também pode hospedar suas imagens na nuvem para diminuir o peso da sua página.

Como hospedar minhas imagens na nuvem?

Acesse o **pt.imgbb.com** e faça o upload do arquivo.

Após isto, dentro do arquivo clique com o botão direito e copie o endereço de imagem.

Agora é só adicionar na Shopify!

PARTE 04

Como começar a fazer **tráfego orgânico**

O que é tráfego

Tráfego é o fluxo de pessoas que saem de um ponto A para um ponto B.

Na internet existem estratégias para fazer as pessoas saírem de um ponto A (redes sociais, sites de notícia), para dentro da sua loja.

O que você vai aprender aqui

Existem 2 tipos de tráfego:



Tráfego Pago



Tráfego Gratuito

Nesta parte, você vai aprender sobre como usar o **Tráfego Gratuito** para fazer as suas vendas, e atingir possivelmente **10k em 90 dias**.

Se você deseja aprender tráfego pago, pode me seguir no meu instagram [@iagor](#).

Lá, 2 vezes por ano, eu abro acesso à **Formação Novos Milionários**.

Dentro da formação, **além de mentorias ao vivo comigo**, você tem **acesso a mais de 100 aulas** gravadas e detalhadas sobre o passo a passo para **você sair do 0 aos R\$100.000 mensais** com dropshipping.

Você também recebe acesso a Rede Social: uma plataforma digital para você **fazer network com mais de 20 mil dropshippers** que estão no mesmo caminho que você.

Com isso tudo, é impossível não ter sucesso no dropshipping. É só questão de muito pouco tempo.

Vamos ao conteúdo deste capítulo.

Existem **3 maneiras de anunciar seu produto** com tráfego gratuito. Para fazer tráfego destas 3 maneiras, é necessário primeiro você já ter escolhido seu produto para anunciar.

Escolheu?

Vamos colocar a mão na massa...

01 marketplace no facebook

O marketplace no Facebook é um lugar, dentro do Facebook, que se parece com a OLX ou o Mercado Livre.

Para criar um anúncio no marketplace do facebook:



Tenha fotos com fundos brancos



Fotos com fundos contextualizados (varie o ângulo das fotos)



Média de 8 fotos por anúncio



Quanto menor o preço, mais vantajoso para o cliente



Venda pelo seu site ou pelo WhatsApp

02 Influenciadores por comissão

Antes de começar a trabalhar com influenciador...



Tenha uma loja pronta



Encontre um **PPM**
“saturado”



Tenha uma página com copy, mídias e oferta irresistível pronta



Procure no Instagram por pessoas com mais de 1.000 seguidores.



Você pode pesquisar na lupa do Instagram qualquer cidade do Brasil, em “**Mais Relevantes**” você encontra posts dos melhores influenciadores daquela cidade



Dicas para planejar a precificação na hora de fechar com um influencer:



Fechar parcerias com influenciador **100% por comissão**



Negociar comissão de lucro para o influenciador de **15% - 25% sobre o preço** total de vendas pagas



Definir tipos de anúncios desejados e comunicar antemão ao influenciador



Definir criação ou não de **cupons de descontos personalizados**

Sugestão para escolha de influenciadores

No Instagram



Nanoinfluenciadores (1k - 10k de seguidores)



Micros (10k a 50k de seguidores)

No YouTube



Influenciadores de 5k a 50k de seguidores

03 Grupos de Facebook

Como vender em grupos de facebook



Entrar em grupos relacionados ao seu produto

Para isso, basta usar o motor de busca do app do Facebook e **pesquisar termos relacionados** ao seu produto



Fazer anúncios de venda direto ou fazer um post de anúncio indireto

Ex:

Anúncio direto: Olha só esta cinta emagrecedora 10x. **Ela é capaz de te fazer parecer 10x mais magra, e mesmo assim não te machuca.**

O melhor de tudo é que **ela está na promoção apenas até este sábado.** De R\$199 por R\$99,00 com frete grátis para todo o Brasil.

Para saber mais, clique no link: [colocar link]

Anúncio indireto: Pessoal, eu testei essa cinta emagrecedora aqui e **fiquei chocada com o resultado**. Estou colocando as fotos de antes e depois embaixo... **meu marido nem podia acreditar que era eu mesma kkk**

Algumas amigas aqui do grupo me pediram o link da loja que comprei e resolvi compartilhar, segue: [colocar link]



Lembre-se de não fazer spam



Você pode adicionar imagens da mesma maneira que fez no marketplace, se preferir.

Gostou do conteúdo?

Então eu te convido a conhecer a minha plataforma de mineração, a Identify.

Nela, **você tem o poder de encurtar o caminho** e, ao invés de testar produtos que você não sabe se darão certo...

Você pode se concentrar em produtos que você sabe que são PPMs.

Ou seja: são produtos já validados, **com copies, anúncios e páginas de vendas prontos**, que você pode usar para modelar e vender na sua operação, com muito mais facilidade.

Além disso, o nosso programa de educação dentro da plataforma **conta com mentorias e relatórios mensais** que tornam impossível qualquer iniciante começar a vender muito, desde que ele faça o que precisa ser feito.

Para entender como a Identify funciona, planos e preços, basta clicar no botão abaixo.

QUERO CONHECER A IDENTIFY

Foi um prazer ter você por aqui...

Até mais!