

O Mapa das Três Objeções

Toda objeção de lançamento cabe em três famílias. Elas chegam com palavras educadas porque nenhuma pessoa adulta escreve o motivo real pra alguém que ela admira. Use esta folha durante o carrinho: leia a frase que chegou, ache a coluna, e responda a objeção em vez de responder a frase.

OBJEÇÃO 1

Dinheiro

Prioridade, não recurso. Preço é sempre comparação com o tamanho do problema que a pessoa acredita ter. Quando o problema é grande e óbvio, ninguém discute valor, discute forma de pagar.

- ◆ A frase que ela escreve: tô sem grana esse mês. Tá caro pra mim agora. Vou esperar a próxima turma.
- ◆ O que ela quer dizer: o custo de continuar como estou não ficou claro o suficiente pra justificar esse valor.
- ◆ Onde nasceu no funil: no evento, na parte em que o custo da inércia deveria ter ficado concreto e ficou abstrato.
- ◆ Sinal de que essa é a dominante: elogios generosos, uma menção a preço e sumiço, sem nenhuma pergunta de detalhe.
- ◆ Não confunda: quem pergunta de parcela, de data de cobrança e da próxima abertura não está com falta de prioridade. Está com falta de recurso e quer entrar. São duas pessoas e desconto genérico atende uma e insulta a outra.

OBJEÇÃO 2

Tempo

Confiança em terminar, não agenda. A mesma pessoa que não tem tempo pro seu produto encontra tempo pra qualquer coisa que ela acredita que vai dar certo. O que falta é acreditar que desta vez vai.

- ◆ A frase que ela escreve: adorei, mas agora não tenho tempo de fazer direito. Vou entrar quando conseguir me dedicar.
- ◆ O que ela quer dizer: já comecei uma coisa parecida antes, parei no meio, e não quero sentir aquilo de novo.
- ◆ Onde nasceu no funil: no aquecimento, na crença sobre as tentativas anteriores que ninguém derrubou.
- ◆ Sinal de que essa é a dominante: as mensagens citam o passado. Aparece já comprei um curso, já tentei, dessa vez eu queria fazer certo.
- ◆ Não confunda: existe a pessoa em período de fato impossível, com projeto grande ou situação de família em andamento. Ela pergunta de prazo de acesso e de começar depois. Forçar essa venda costuma virar reembolso.

OBJEÇÃO 3

Isso é pra mim

Identificação. A pessoa entendeu o método, acreditou em você, e mesmo assim não se viu dentro da promessa. É a mais honesta das três e a que mais gente ignora.

- ◆ A frase que ela escreve: será que funciona pro meu caso? Meu nicho é diferente. Eu ainda tô muito no começo pra isso.
- ◆ O que ela quer dizer: não consigo me colocar na cena de quem tem esse resultado no fim.
- ◆ Onde nasceu no funil: na captação e no evento, ou por promessa larga demais, ou por falta de gente parecida com ela visível ao longo do caminho.
- ◆ Sinal de que essa é a dominante: chat silencioso com venda baixa. Quem não se identifica também não comenta, então essa objeção quase não aparece em texto.
- ◆ Não confunda: a prova que resolve essa não vem de você. Vem de um aluno falando com um lead. Quando quem fala é o expert, a audiência escuta um vendedor competente.

LEITURA DO CICLO

Como saber qual domina

Pegue tudo que a audiência escreveu no chat, no direct e nas respostas de e-mail durante os dias de evento e separe em três pilhas. Não conte argumentos, conte palavras: palavra de dinheiro numa pilha, palavra de tempo e esforço na segunda, palavra de dúvida sobre o próprio caso na terceira. A pilha maior é a objeção dominante daquele ciclo.

- ◆ Quanto mais alto o ticket, mais a terceira pilha cresce, porque preço alto obriga a pessoa a se perguntar se ela é o tipo de gente que compra aquilo.
- ◆ Em ticket baixo a primeira pilha domina, e ali dinheiro costuma ser mesmo prioridade.
- ◆ Quem escreve no chat é a minoria mais engajada de quem apareceu ao vivo. Quem ficou calado carrega as mesmas objeções, geralmente com mais peso na terceira.
- ◆ A dominante muda de um lançamento pro outro no mesmo produto, porque a lista muda. Anote qual dominou este ciclo antes de esquecer.

Nomear é diagnóstico e você acabou de fazer. Inverter é outra coisa: cada objeção se desmonta dentro da estrutura da oferta, e a peça que desmonta muda conforme o ticket, o formato de entrega e o que já foi prometido antes.

A inversão é caso a caso

A mesma garantia que destrava uma audiência de ticket médio soa como desespero em ticket alto, e a ordem de qual objeção se derruba primeiro sai da pilha maior do seu ciclo, não de um roteiro pronto. Se você já sabe qual das três dominou o seu último carrinho, dá pra olhar isso junto em 30 minutos. Uma conversa só, sem apresentação e sem oferta no fim.

Agende o diagnóstico de 30 minutos

Trinta minutos sobre o seu caso, pelo WhatsApp:

wa.me/5519987278810