

13

Storytelling
e Soft Copy

Para divulgar os produtos, é preciso entender **três conceitos essenciais**:

- 1. A DIFERENÇA ENTRE DESEJOS E NECESSIDADES.**
- 2. A DIFERENÇA ENTRE CARACTERÍSTICAS E BENEFÍCIOS.**
- 3. A DIFERENÇA ENTRE MARKETING FRONT-END E BACK-END.**

“Eu preciso ter essa bolsa!”

“John odeia seu cabelo e diz que precisa de um novo barbeiro.”

“Precisamos de uma casa maior.”

Nenhuma delas representa uma **necessidade**, ou seja, algo sem o qual não se pode viver. Nossas necessidades reais são poucas: ar, água, alimentos, abrigo, transporte (às vezes), vestuário (geralmente), as ferramentas de nosso trabalho e assim por diante. **Quase todo o resto, compramos por desejo.**

PADRÃO (FRENESI) DE COMPRA PARA DIFERENTES TIPOS DE COMPRA:

- **Compradores em uma faixa de renda menor, por exemplo, costumam ter frenesis de compra curtos, com intervalos ainda mais curtos.** O frenesi começa quando a pessoa consegue algum dinheiro (no dia do pagamento) e termina quando tudo já foi gasto. Se seu negócio depende da venda para esse tipo de cliente, você precisa descobrir quando ele recebe para atacar no momento certo...e fazer o acompanhamento nos dias seguintes.
- **Compradores em uma faixa de renda maior costumam ter frenesis mais longos com intervalos moderados.** Se você vende títulos ou análise de investimento, por exemplo, saiba que o frenesi de compra do cliente começa quando ele está perto da aposentadoria e continua por 10 ou 20 anos em intervalos mensais. Se, nesse momento, você não estiver lá para realizar a venda, alguém tomará seu lugar.

A LÓGICA HUMANA DE CONSUMO (E NECESSIDADE)

Vamos ver algo simples como a venda de sapatos femininos. **O que as mulheres pensam sobre sapatos? Elas pensam que os sapatos são itens úteis para cobrir seus pés?** Se esse fosse o caso, as ideias sobre os sapatos seriam mais ou menos as seguintes:

- **Primeiro pensamento:** Sapatos são úteis para a proteção dos pés.
- **Segundo pensamento:** Eu tenho um par de sapatos em ótimo estado. Logo, não preciso comprar um novo par até que esse esteja gasto.

Obviamente, essa não é a maneira como a maioria das mulheres pensa. Quando se trata de sapatos, seu pensamento é mais próximo do seguinte:

- **Primeiro pensamento:** Sapatos Gucci são lindos.
- **Segundo pensamento:** Usar sapatos Gucci me ajuda a ficar linda.
- **Terceiro pensamento:** Quando eu fico linda, eu me sinto bem.
- **Quarto pensamento:** Sempre que quiser me sentir bem, vou comprar um par de sapatos Gucci.
- **Quinto pensamento:** Ou dois.



Uma coisa muito importante a ter em mente é: assim que um cliente decide que comprar um certo tipo de produto ele trará o sentimento que ele deseja ter, a própria compra estimulará o desejo de comprar novamente. **Quanto mais ele comprar, mais vontade de comprar terá.**

A maioria dos profissionais de marketing com menos experiência não consegue entender essa lógica. **Eles imaginam que quanto mais um cliente compra, menos desejará comprar.** Esse erro fundamental, que é baseado na confusão entre necessidades e desejos, é a principal razão de muitos negócios começarem bem e depois gradualmente deteriorarem.

— **Mark Ford.**



BIG

IDEA

O QUE É “BIG IDEA?”

Uma ideia emocional e intelectualmente atraente, que se apresenta na forma de **uma grande oportunidade, para um público alvo** pré-estabelecido.

POR QUE “BIG IDEA?”

A maior causa de **fracasso** de uma oferta é a **falta de uma big idea.**



OS 3 PILARES DA BIG IDEA:

- **Emocionalmente estimulante**
- **Naturalmente curiosa**
- **Promete mudança drástica**

01 DESPERTE EMOÇÕES:

- Conecte-se com desejos
- Toque em dores reais
- Gere identificação
- Provoque reações

02 GERE CURIOSIDADE:

- Crie mistério
- Quebre padrões
- Prometa revelações
- Mantenha interesse

03 PROMETA MUDANÇA:

- Transformação significativa
- Resultado tangível
- Mudança de vida
- Nova realidade

BIG IDEA NA PRÁTICA

Big Idea **FRACA:**

"Fique rico com ações"

Big Idea **FORTE:**

"Brasileiros agora podem, legalmente, explorar uma brecha na lei para construir uma aposentadoria, que pode chegar a mais de R\$8.424,64 todos os meses – 100% livre de impostos de renda, enquanto aproveitam o crescimento do mercado imobiliário"

POR QUE FUNCIONA?

Elementos na **Big Idea FORTE:**

- **Emoção:** "explorar uma brecha na lei"
- **Curiosidade:** "através de imóveis?"
- **Transformação:** "renda extra de 8Mil reais por mês, livre de I.R"

OMNIA



**CRIE SUA
BIG IDEA!**



ASSINE AGORA



A CAUSA FUTURA

O que é?

**O PODER DE CRIAR UM
MOVIMENTO**

O QUE É UMA CAUSA FUTURA?

- Mais que um produto
- Visão inspiradora
- Movimento emocional
- Propósito maior

PORQUE DEVEMOS USA-LA?

- Conexão emocional
- Propósito compartilhado
- Lealdade duradoura
- Comunidade engajada

CONSTRUINDO O MOVIMENTO

- 1** **Identidade
de tribo**
- 2** **Declaração
"eu sou"**
- 3** **Manifesto do
movimento**
- 4** **Prêmios
e marcos**



IDENTIDADE DE TRIBO



"Junte-se a nós, os pioneiros do bem-estar moderno, onde voltamos às nossas raízes para viver uma vida mais saudável e plena.

Nossa tribo é composta por gente determinada, que buscam não apenas alimentar o corpo, mas nutrir a alma com práticas alimentares ancestrais. Reconecte-se com a natureza e com os hábitos que honram nosso design evolutivo.

Aqui, paleo não é apenas uma dieta, é o caminho para uma vida em harmonia com o que somos por natureza."

DECLARAÇÃO "EU SOU"



"Eu sou um guardião da saúde ancestral.

Me comprometo diariamente a seguir e promover um estilo de vida que respeita e celebra as tradições alimentares que nos foram legadas pelos nossos antepassados.

Acredito que o verdadeiro bem-estar começa no prato, com alimentos naturais e integrais que o homem das cavernas reconheceria como próprio."

MANIFESTO DO MOVIMENTO



"Nosso manifesto é simples: comer de maneira simples, viver de maneira plena.

Rejeitamos os alimentos processados e abraçamos as gorduras saudáveis, proteínas de alta qualidade e vegetais que brotam da terra. Este movimento não é só sobre perder peso; é sobre ganhar uma vida.

É uma revolução contra o caos da indústria alimentar moderna, um passo corajoso de volta à integridade nutricional que nossos corpos desejam e merecem."

PRÊMIOS E MARCOS



"Celebramos cada passo em nossa jornada paleo com prêmios que reconhecem os marcos significativos.

Seja alcançando o primeiro mês inteiro seguindo a dieta, superando desafios pessoais de saúde ou contribuindo para nossa comunidade com receitas inovadoras, cada vitória é um testemunho do nosso compromisso com a vida paleolítica.

Nossos prêmios incluem certificações, distintivos digitais para compartilhar em redes sociais, e convites para eventos exclusivos da tribo."

CRIANDO SUA TRIBO

1

**Nome
memorável**

2

**Valores
compartilhados**

3

**Senso de
pertencimento**

4

**Propósito
comum**

AO FINAL, TEREMOS O NOSSO “ESTATUTO DA LIBERDADE”

Visão Inspiradora

"Imagine um mundo onde todos nós voltamos às nossas raízes nutricionais, um mundo onde a alimentação não é apenas uma rotina diária, mas um retorno ao que é natural e fundamental para nosso bem-estar. Uma era em que as doenças modernas causadas por dietas inadequadas são apenas lembranças do passado. Nossa visão é liderar essa mudança, criando uma sociedade mais saudável e consciente sobre o poder dos alimentos naturais."

Valores Centrais

- 1. Autenticidade Alimentar:** Compromisso com dietas baseadas em alimentos não processados que respeitam nosso histórico evolutivo.
- 2. Saúde Sustentável:** Promoção de um estilo de vida que sustenta a saúde a longo prazo, não apenas soluções rápidas para perda de peso.
- 3. Comunidade e Suporte:** Fortalecer laços comunitários por meio do suporte mútuo e do compartilhamento de conhecimentos e experiências.
- 4. Educação Continuada:** Compromisso com o aprendizado e a disseminação de conhecimento sobre os benefícios da dieta paleolítica.

AO FINAL, TEREMOS O NOSSO “ESTATUTO DA LIBERDADE”

Missão clara

"Nossa missão é empoderar indivíduos a retomar o controle de sua saúde através da alimentação paleolítica, proporcionando educação, recursos e uma comunidade de suporte que inspira e facilita um estilo de vida saudável e autêntico. Estamos aqui para guiar cada membro pelo caminho da transformação pessoal, usando a dieta que respeita nossa herança genética para maximizar a saúde e o vigor."

Chamada à Ação

"Está pronto para transformar sua saúde e viver a sua melhor versão? Junte-se à nossa comunidade exclusiva! Por apenas R\$ 97 por mês, você terá acesso a recursos educativos, suporte contínuo, receitas exclusivas e o poder de uma comunidade que compartilha seus valores e sua visão de um futuro mais saudável. Não espere mais para tomar a decisão que pode mudar sua vida. Inscreva-se hoje e comece sua jornada rumo à liberdade alimentar e ao bem-estar duradouro. Clique aqui e faça parte!"

A REGRA DE OURO

Se você
mudar sua

ISCA,

mudará
o seu

CLIENTE



ESTÁ FRUSTRADO?

- Frustração constante
- Baixa satisfação
- Resultados limitados
- Desmotivação crescente

MUDE O ÂNGULO^o DE VISÃO

- Seu conteúdo é sua isca
- Sua isca atrai seu público
- Seu público forma sua comunidade
- Sua comunidade define seu negócio

**O que
compõe
uma**

BOA HISTÓRIA?

PONTE PARA EPIFANIA

Como criar histórias
que transformam.



O QUE É A PONTE?

A "Ponte para a Epifania" é uma narrativa que facilita o momento de compreensão profunda e transformação pessoal. Ela conecta a experiência do público com a mensagem que o personagem quer transmitir, promovendo uma mudança significativa através de uma jornada emocional e intelectual.

Momento do "Clique"

"Eu estava exatamente como você, cético e cansado das promessas de riqueza rápida que nunca se concretizavam. Mas tudo mudou numa madrugada de domingo, quando decidi investir uma pequena quantia em uma criptomoeda desconhecida, sugerida por um amigo. Na manhã seguinte, meu investimento havia triplicado. Esse foi o clique. Percebi que o mundo das criptomoedas é um oceano azul incrível, cheio de oportunidades que a maioria das pessoas ainda não consegue ver."

História Transformadora

"Depois daquela manhã, mergulhei de cabeça no mercado de criptomoedas. Apreendi tudo que pude, de análise técnica a tendências de mercado. Em meses, transformei aquele pequeno investimento inicial em uma fortuna significativa. Não foi só o dinheiro que mudou; foi uma revolução na minha maneira de pensar sobre trabalho, risco e recompensa. Agora, eu vivo a vida nos meus próprios termos, viajando pelo mundo e trabalhando de meu laptop."

O QUE É A PONTE?

Conexão Emocional

"Sei que pode parecer distante agora, mas eu era como você. Tinha medo de arriscar, de falhar. Mas percebi que o verdadeiro fracasso é nunca tentar. Compartilho minha história porque vejo em você o mesmo potencial que descobri em mim. Quero que você sinta a emoção de fazer uma escolha ousada e colher os frutos dessa decisão."

Caminho para Mudança

"Você está pronto para cruzar essa ponte comigo? Não é apenas sobre dinheiro, é sobre liberdade e possibilidade. Estou aqui para guiá-lo por cada passo, ensinando-lhe tudo o que aprendi. Juntos, podemos explorar este novo território e descobrir não apenas como enriquecer, mas como redefinir o que significa ser bem-sucedido. Comece comigo hoje. O primeiro passo é o mais difícil, mas prometo que vale a pena."

Após construir a ponte, **FAÇA CONEXÕES:**

Conceito Complexo

"A blockchain é uma tecnologia que permite a transferência de dados digitais com uma complexidade e segurança muito sofisticadas. É o que torna o mundo das criptomoedas tão revolucionário, permitindo transações seguras sem a necessidade de um intermediário, como um banco."

"É tipo..."

"É tipo um livro de registros público e extremamente seguro, onde todas as transações são gravadas. Imagine que cada página desse livro seja vista e confirmada por milhares de pessoas antes de ser adicionada ao livro, tornando praticamente impossível fraudar ou alterar as informações registradas."

Exemplo Conhecido

"Pense no Google Docs. Quando várias pessoas trabalham em um documento, todas podem ver as mudanças em tempo real. A blockchain funciona de forma semelhante, mas em vez de compartilhar um documento, compartilhamos transações econômicas, e ao invés de simplesmente ver, cada participante verifica e valida a transação."

Entendimento Imediato

"Portanto, quando você ouve falar de criptomoedas, não pense apenas em uma nova forma de dinheiro. Pense na blockchain como essa ferramenta incrível, tipo o Google Docs para o dinheiro, que permite a todos nós transacionar com segurança, rapidez e transparência sem depender de bancos ou governos para confirmar que tudo está correto."

CRIE SENSA ÇÕES!

Descreva o Ambiente

O salão está repleto de energia, uma vibração que você pode sentir na pele. Grandes telas piscam com gráficos em tempo real de Bitcoin, Ethereum, e outras criptomoedas, enquanto luzes neon banham o espaço em um azul e verde. O zumbido constante de conversas entusiasmadas preenche o ar, misturando-se com o som ocasional de alertas de preço disparando nos smartphones dos participantes.

Compartilhe Emoções

O dinheiro flui naturalmente ali, você pode quase tocá-lo. Novatos com olhos arregalados absorvem cada palavra, enquanto veteranos trocam estratégias, seus rostos iluminados por um misto de euforia e antecipação. Há um sentimento coletivo de estar na vanguarda de algo revolucionário, um frenesi quase tangível de oportunidades ilimitadas que paira como eletricidade estática.

Mostre Detalhes

Você enxerga cada vez mais histórias de sucesso, cada vez mais depoimentos... todos parecem estar dando certo. As empresas em novas máximas, um futuro promissor a cada semana, em todos os sites e capas de jornal.

Crie a Cena

Como você estará em um ano? O que acontecerá se o seu primeiro investimento explodir 50.000%? Mostre os casos de operadores que aproveitaram grandes momentos, lançamentos de novas moedas, e que fizeram fortuna com apenas alguns tostões.

AS

HISTÓ RIAS

POR QUE 4 HISTÓRIAS?

- Cada história tem um propósito
- Momentos diferentes da jornada
- Construção progressiva de confiança
- Diferentes aspectos da solução

01

História de Origem com a Nova Oportunidade

"Eu sempre soube que queria mais da vida do que os empregos temporários que tinha na minha cidade. A grande virada veio quando um amigo, vendo meu interesse por tecnologia e marketing, me emprestou dinheiro para fazer um curso de gestão de tráfego. Foi aí que eu descobri o mundo do marketing digital e percebi que essa era minha chance de mudar de vida. Decidi que ia fazer disso não só uma carreira, mas uma paixão que transformaria minha situação."

02

História do Método (Veículo)

"Depois de terminar meu curso, eu sabia que precisava de um plano - um veículo que me levaria da vida que eu tinha (ponto A) para a vida que eu queria ter (ponto B). Criei meu próprio método de gestão de tráfego, combinando estratégias de SEO, campanhas de PPC e análises detalhadas de dados. Isso não era apenas uma habilidade; era o veículo que eu usaria para construir minha própria agência e ajudar outros negócios a crescer. Foi assim que passei de um curioso em marketing para um gestor de tráfego que grandes nomes do mercado confiam".

03

História de Crenças Internas

"No começo, muitos ao meu redor duvidavam que um cara do interior pudesse se destacar em um campo tão competitivo. Mas eu tinha algo que eles não contavam: uma crença inabalável em mim mesmo e no poder do marketing digital. Eu sabia que, com as estratégias certas, poderia alcançar resultados incríveis para meus clientes. Essa crença me manteve firme nos momentos difíceis e foi o que me impulsionou a continuar, mesmo quando as coisas pareciam incertas."

04

História de Crenças Externas

"Quando comecei a expandir minha agência, enfrentei muita resistência. Muitos clientes potenciais ainda viam o marketing digital como um custo desnecessário ou uma 'magia negra'. Eu precisava mudar essa percepção externa. Comecei a educar meus clientes, mostrando-lhes como uma boa gestão de tráfego poderia transformar seus negócios. Com o tempo, eles começaram a ver o valor real do nosso trabalho, e isso nos ajudou a construir uma reputação sólida no mercado."

**Por que
criamos
tantas**

**HISTÓ
RIAS?**

Todos os dias contamos
histórias para nós mesmos.
Criamos histórias para dar
sentido às nossas vidas.

— Tony Robbins



Como os
nossos clientes
constroem as

PRÓPRIAS CRENÇAS:

- 1** **Experiência
vivida**
- 2** **História
criada**
- 3** **Crença
estabelecida**
- 4** **Comportamento
condicionado**

E ESSAS CRENÇAS OS MÓVEM:

- Moldam identidade
- Direccionam ações
- Definem limites
- Determinam resultados

De maneira que,
**QUEBRARMOS
ESSAS CRENÇAS,**
não conquistaremos
nossas **vendas.**

- Identifique crenças atuais
- Encontre origem
- Entenda impacto
- Prepare mudança

A NOVA

**O PORTU
NIDADE**

PARE DE MELHORAR, COMECE A INOVAR

- Não crie uma "oferta de melhoria"
- Crie uma nova categoria
- Ofereça uma nova oportunidade
- Transforme seu mercado

LIMITAÇÕES DAS OFERTAS DE MELHORIA

- Melhorar é difícil
- Lembra fracassos passados
- Gera competição de preços
- Atinge apenas os ambiciosos (2%)

VANTAGENS DA NOVA OPORTUNIDADE

- Sem admissão de erros passados
- Compartilhamento natural
- Novos sonhos e possibilidades
- Sem medo da dor anterior

A CHAVE DA DECISÃO:

**status.
mimetismo.**

- Status é o principal motivador
- Afeta todas as escolhas
- Equilibra ganhos e perdas
- Define compra ou rejeição

Gary Halbert: "Sempre acreditei que muito dinheiro pode ser feito fazendo ofertas para pessoas que estão em um ponto de virada emocional em suas vidas."

Eugene Schwartz: "Aproveite um desejo avassalador existente nos corações de milhares de pessoas que estão ativamente procurando satisfazê-lo neste exato momento."

David Ogilvy: "Quando escrevo um anúncio, não quero que você me diga que achou 'criativo'. Quero que o ache tão interessante que você compre o produto."

Joseph Sugarman: "Nunca venda um produto ou serviço. Venda um conceito."