

**BÜZZ**

© 2020, Buzz Editora  
Publisher ANDERSON CAVALCANTE  
Editora SIMONE PAULINO  
Editora assistente LUISA TIEPPO  
Projeto gráfico ESTÚDIO GRIFO  
Assistente de design FELIPE REGIS  
Preparação MARINA MUNHOZ  
Revisão ANTONIO CASTRO, JÚLIA RIBEIRO

---

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
de acordo com ISBD

---

C331t

Carvalho, Ícaro de  
*Transformando palavras em dinheiro*: Ícaro de Carvalho  
São Paulo: Buzz, 2020  
176 pp.

ISBN 978-65-80435-44-9

1. Marketing. 2. Copywriting.  
3. Marketing digital. 1. Título.

2019-2259

CDD 658.8  
CDU 658.8

---

Elaborado por Vagner Rodolfo da Silva CRB-8/9410

Índice para catálogo sistemático:

1. Marketing 658.8 / 2. Marketing 658.8

Todos os direitos reservados à:  
Buzz Editora Ltda.  
Av. Paulista, 726 – mezanino  
CEP: 01310-100 São Paulo, SP  
[55 11] 4171 2317  
[55 11] 4171 2318  
contato@buzzeditora.com.br  
www.buzzeditora.com.br

Ícaro de Carvalho

transformando

palavras

em

dinheiro

**42 lições** que ninguém  
ensina sobre copywriting  
e marketing digital

*Para a minha esposa, Anna, que aceitou casar comigo,  
me tornou homem, gerou meus filhos e me salvou da  
ditadura que era viver para mim mesmo.*

*“É necessário que ele cresça e que eu diminua.”*

**João 3:30**

**Marketing é**

**transformar**

**segundos em**

**minutos. A**

**minha carta**

**de vendas**

**começa agora.**

8	O que você vai aprender neste livro?
11	Um último aviso antes de começarmos a trabalhar
14	<b>Apresentação</b>
16	<b>42 lições que ninguém ensina sobre copywriting e marketing digital</b>
17	O surgimento do discurso persuasivo
22	O escriba, o guerreiro e o bruxo
28	A persuasão na História
33	<i>Locos, si, pero no tontos!</i>
38	As lições que David Ogilvy me deu
43	O <i>Clube da luta</i> e do bom exemplo
49	Prodígios e fracassos
54	A exceção que confirma a regra
58	O que importa é o conteúdo
61	Redes sociais: suas melhores amigas
64	A diferença entre venda e copywriting
68	Seja antifrágil
72	Uma lição para o meu filho
74	O valor da empatia
77	“Mostre-me o que uma pessoa admira e lhe direi tudo o que importa para ela”
79	A relação entre storytelling e sua caixa de e-mails
82	Estruturando suas vendas
86	Estratégias de busca: aspirações e inspirações
89	Calibre seu discurso
93	Quem tem medo do Lobo Mau?

- 95 “O que o senhor *não* deseja?”
- 98 A oferta é o motivo pelo qual a sua página existe
- 101 O poder da estética
- 103 Garanta e se garanta
- 106 Preço não é tudo, mas é 100%
- 108 O Paradigma de Godin
- 112 Mais uma lição de Claude C. Hopkins
- 114 Elementos que compõem o assoalho de uma boa narrativa
- 118 A relação entre *éthos*, *logos* e *páthos* em um roteiro persuasivo
- 122 O roteiro básico de uma narrativa bem-sucedida
- 128 Dez elementos persuasivos que não podem faltar na sua redação
- 133 “Apenas isto”: uma lição de Eugene Schwartz
- 136 A pirâmide do desejo
- 141 A busca pela autoridade no mundo digital
- 146 Um ambiente propício para a compra
- 150 O poder (negativo ou positivo) das experiências
- 153 Os signos da autoridade
- 156 Autoridade não se ganha
- 158 Os cinco pês
- 161 A importância da primeira frase
- 165 O momento eureka
  
- 173 Chegamos, enfim, ao fim**

**O que você**

**vai aprender**

**neste livro?**



Olha, você tem uma sorte danada. Queria eu ter aberto este livro há dez anos. Teria economizado tempo, energia, dinheiro e evitado muitos caminhos errados. É claro que tudo isso foi importante para que eu chegasse até aqui, mas como doeu!

Este livro não pretende resolver todos os seus problemas; está longe de ser uma daquelas obras que te prometem uma vida épica, de riquezas e realizações.

Eu não vou te ensinar a ficar rico do dia para a noite. A minha promessa é muito mais valiosa: te ensinarei a escrever.

Não tenho a pretensão de torná-lo um escritor, até porque isso seria loucura, mas te passarei o meu tesouro mais valioso: a capacidade de transformar palavras em dinheiro. Se eu tivesse que transferir uma única coisa aos meus filhos, seria essa capacidade. Quem escreve bem, pensa bem. Quem pensa bem, reúne gente. Quem reúne gente, conquista algo muito mais valioso que dinheiro: conquista atenção. E atenção é a moeda do século XXI.

Este livro é um mapa e, como tal, objetiva uma única coisa: te levar do ponto A ao ponto B. Ele não se importa com os arredores, com os detalhes e com os pormenores.

Meu objetivo aqui é desenvolver em você três capacidades – que talvez você nem saiba que tenha –, distribuídas em 42 lições. Quero fazer você entender que:

1. Escrita e linguagem são poder;
2. A sua audiência é mais importante que dinheiro;
3. As pessoas possuem necessidades, e a chave para o sucesso financeiro do seu negócio está em reconhecê-las e supri-las.

Pronto, é isso.

De tudo que vi e fiz nestes último doze anos de internet, guardo 42 lições sobre copywriting e marketing digital que foram fundamentais para o meu sucesso.

Hoje, depois de milhares de alunos, dezenas de clientes e alguns milhões de reais na conta, transfiro esse segredo para você.

Faça bom proveito e seja honesto. A nossa viagem começa agora. Que bom que você encontrou o seu mapa.

**Um último**

**aviso antes de**

**começarmos**

**a trabalhar**

Como eu disse, este livro é um mapa. Não vou fazer você perder o seu tempo ouvindo a minha história. Ela está inteirinha contada na nossa escola de marketing, O Novo Mercado.

É lá que eu divido as minhas melhores técnicas, histórias e táticas para que pessoas, marcas e negócios alcancem os melhores resultados da internet. São mais de 160 aulas, divididas em diversos tópicos.

Já na página inicial tem um vídeo em que conto a minha história inteira. Se quiser conhecê-la em detalhes, é só dar o play. Caso contrário, siga a leitura que eu prometo não tomar o seu tempo.

Você pode ler uma lição por dia ou ler o livro do começo ao fim, sem parar para descansar. Tanto faz, é você que determina o seu ritmo.

Eu te peço apenas uma coisa: ao terminar, coloque em prática. Não seja mais uma dessas pessoas que coleciona livros para guardá-los na estante, depois de postar uma foto no *story* e um vídeo no YouTube.

Aqui estão reunidos conselhos e habilidades que me permitiram faturar alguns bons milhões de reais na internet, criar negócios que alcançaram mais de 15 milhões de pessoas, milhões de leitores e dezenas de milhares de clientes e alunos.

Caso ainda esteja se perguntando sobre o porquê de eu ter feito tudo isso em formato de livro, em vez de alguns vídeos e aulas, respondo: o texto corrido se fixa melhor na mente das pessoas do que o conteúdo gravado.

Para que um conteúdo se mantenha por mais tempo na memória, ele precisa ser lido e relido. E a verdade é que esta é a plataforma em uso mais antiga do mundo (a escrita cuneiforme em lousas de barro e a pedra lascada saíram de moda há alguns milênios) e é a única que ainda te permite, por exemplo, rabiscar livremente em volta do texto.

Aliás, não se acanhe: pegue um lápis ou uma caneta e torne este livro *seu*. Imprima nele a *sua* marca, as *suas* impressões, o *seu* caminho de aprendizado. E pense comigo: se fazemos isso há tantos milênios, é porque este método funciona, não é?

Um último aviso: caso você ainda não saiba direito o que é copywriting, sugiro que assista à aula 130 lá da nossa escola. É só acessar: <[onovomercado.com.br](http://onovomercado.com.br)>.

Você pode fazer isso de graça.

Eu espero – sinceramente – que este livro seja um instrumento de mudança na sua vida, na sua carreira e na história da sua empresa. E que as lições que eu passo aqui sirvam para desenvolver o seu negócio.

Agora, chega de papo e mãos à obra.

**Ícaro de Carvalho**, criador de O Novo Mercado

# Apresentação

Vamos lembrar que copywriting não quer dizer apenas escrita. Estamos falando em discurso falado, pitches de vendas, cartas de vendas, funis de e-mail, descrições de produtos e linguagem visual. Copywriting lida também com a maneira como hierarquizamos as informações, seja na distribuição na página, seja na escolha do tipo ou do tamanho da fonte. Enfim, copywriting lida, acima de tudo, com *informação*.

Então, se você comprou este livro interessado apenas em uma fórmula para escrever melhor, tenho uma ótima notícia: aqui você vai aprender MUITO MAIS do que isso.

Copywriting serve também para fechar contratos melhores; elaborar peças mais eficientes; criar textos de anúncios e roteiros para vídeos de vendas... Enfim, é seguramente uma das ferramentas mais importantes para quem precisa apresentar, informar, convencer e converter – ou seja, transformar comparadores em compradores.

O livro é extenso: são mais de quarenta lições (ainda que bem enxutas, para que você possa estudá-las da maneira que seu tempo permitir). Teremos alguns módulos acessórios, além de discussões de questões práticas como posicionamentos, discursos nas redes sociais, fundamentos para escrever um bom texto e equilibrar parágrafos.

Enfim, tudo que você precisa para se tornar um escritor e um comunicador melhor está aqui.

Copywriting lida também com a maneira como hierarquizamos as informações, seja na distribuição na página, seja na escolha do tipo ou do tamanho da fonte.