

Carreira

Programação

UX

Você está em: [Home](#) ➔ [WordPress](#) ➔ [Entrevista: \\$50 mil por mês vendendo Temas WordPress](#)

#WORDPRESS 14/03/2017

Entrevista: \$50 mil por mês vendendo Temas WordPress

Curta nossa página

**Estudar Ti**
1.9K likes

Like Page

Be the first of your friends to like this

156
Shares

Siga-nos no youtube



Estudar TI



Nessa entrevista você vai entender como o Vlad da Pixelgrade tem feito para faturar 50 mil dólares por mês com o desenvolvimento de temas WordPress, quais ferramentas ele utiliza, qual sua opinião sobre o mercado e quais seus conselhos para os desenvolvedores.

Hoje, temos a oportunidade de falar com Vlad Olaru, co-fundador da [Pixelgrade](#), a equipe por trás dos temas de sucesso [Pile](#), [Heap](#) e [Listable](#).

Vlad tem trabalhado com WordPress nos últimos 6 anos, vendendo temas de sucesso em diferentes marketplaces. Vlad e sua equipe têm sido muito transparentes ao compartilhar seu [relatório de entradas](#) onde eles atingiram o valor próximo de **50.000 dólares** em vendas.

Nessa entrevista, discutimos com Vlad sobre sua jornada até aqui, seus empreendimentos atuais, como ele gerencia seu império e alguns outros tópicos relacionados ao WordPress.

1. Olá Vlad, por favor, conte aos nossos leitores um pouco sobre você. Quando você ouviu falar de WordPress pela primeira vez? Como você se apaixonou por WordPress?

Olá. Eu sou o CEO e co-fundador da Pixelgrade, um estúdio de design focado em entregar soluções melhores, e mais simples para problemas digitais (acredito que isso resume nossa missão muito bem). Por formação, sou desenvolvedor (PHP na maior parte do tempo) e um arquiteto (do tipo que planeja edifícios).

Com relação ao WordPress, acredito que meu primeiro contato foi durante os meus anos de freelancer, junto com meu irmão George (o outro co-fundador), por volta de 6-7 anos atrás. Isso faz o WordPress 3.0 meu ponto de entrada.

Se apaixonar por WordPress.. hmmm. Isso seria forçar a barra, principalmente no começo. Nos anos iniciais, o WordPress era apenas outro CMS – ou é uma plataforma de publicação? Que nossos clientes usavam e adaptávamos as suas necessidades (Joomla, Drupal, CMS customizados também estavam no menu). Em algum aspecto, eu me identifiquei com a simplicidade do WordPress, em outros, fiquei frustrado com coisas que um CMS deveria facilmente realizar (como links permanentes, conteúdo customizado, controle de acesso de usuários) eram tão difíceis de manipular. Acredito que esses eram tempos diferentes com expectativas diferentes.

Reconhecidamente, aprendemos a aceitar o WordPress, sua filosofia e, não menos importante, sua comunidade. Eu aprecio a forma como o WordPress coloca o usuário em primeiro lugar, ficando de olho no produto final (desenvolvedores geralmente fixam-se em aspectos menores – a tela) e com o mantra “Decisões não opções” (levamos isso a sério). Esse modo particular de se importar com o usuário final é o que manteve nosso relacionamento com o WordPress saudável.

Eu não sou um fã obsessivo do WordPress – título reservado para o Matt. Também não me intimido com suas deficiências – houveram algumas ultimamente, com todo progresso acelerado. Mas ao mesmo tempo, eu vejo seu grande potencial. Então meu relacionamento com o WordPress é bem racional, baseado em valores compartilhados e respeito mútuo.

2. Há tantos Sistemas de Gerenciamento de Conteúdo hoje em dia no mundo da internet. Por que você ingressou na indústria de WordPress especificamente?

WordPress é de longe o CMS mais utilizado, então em relação ao tamanho do mercado, não há o que pensar. Mas a escolha real entre WordPress e os outros CMSes, é baseada em estratégia de negócio: somos uma empresa de produtos ou um provedor de serviços? Nós começamos fazendo muito serviços para clientes, mas com a ajuda do potencial do WordPress, migramos para nossos próprios produtos.

Olhando para trás, acredito realmente que não teríamos chegado tão longe se não fosse pela base de usuários do WordPress, seu ecossistema, e comunidade de desenvolvedores.

3. Quais são suas funcionalidades favoritas no WordPress? Qual sua opinião sobre o estado atual da indústria WordPress?

Isso não vale. Minha mente está pulando do código para funcionalidades de usuário. Eu amo as ações e os sistemas de filtros – é uma solução elegante para um problema penoso. Eu gosto do Customizer e como ele amadureceu nesse último ano – ainda tem um longo caminho, mas as sementes de uma solução elegante estão lá.

A indústria do WordPress está passando por sua adolescência. Os atores envolvidos estão espalhados por aí, em todos tipos de vida: os pop stars, as rainhas do baile na frente, os nerds atrás, os rebeldes ao lado, as tribos dos mais ou menos ainda estão indecisos, os bobos que pensam que podem fingir, os geniais mais perdidos em todas

opções, e por aí vai.

Existem partes conscientes na indústria, mas outras realmente precisam de um teste de realidade/sanidade. Acredito que os dias em que seremos forçados a confrontar a realidade não estão longe.

4. Você vende temas no ThemeForest. Como está sendo sua experiência até agora? Quantas vendas você está fazendo no ThemeForest?

[ThemeForest](#) foi nossa plataforma de lançamento alguns anos atrás. Era, e ainda é, o maior marketplace de temas Premium para WordPress e nos deu a abertura perfeita nessa indústria.

Infelizmente, as coisas têm mudado em caminhos que não previmos (pelo menos não com nossa juventude e ingenuidade) e o futuro é imprevisível. O mercado está saturado, e a qualidade declinou, e as mudanças que fizeram recentemente não priorizaram um mercado sustentável e focado em qualidade.

Não perdemos toda esperança, mas há uma incerteza sobre como as coisas vão evoluir. A maioria de nossas vendas vem do ThemeForest e somos gratos por isso – vendemos por volta de 800 temas por mês.

5. Você também iniciou uma empresa de temas separada do ThemeForest recentemente. O que te fez tomar essa decisão? Está planejando deixar o ThemeForest no futuro?

Sim, lançamos nosso Pixelgrade shop, onde temos vendido versões para o WordPress.org dos nossos temas do WordPress.com, por volta de 2 anos agora. Essa não é uma abordagem recente, explorando outros mercados. Mas estamos orgulhosos na nova marca que complementa nossa loja. Estou também confiante que agora estamos mais equipados para firmar nosso rumo.

6. Como estão vendas na nova empresa? Gostaria de compartilhar alguns números aqui?

É muito cedo para dizer – a nova loja tem 2 meses de atividade. Tem vendido por volta de 4 mil dólares por mês, mas não estamos preocupados – estamos interessados no longo prazo.

7. Quais são as ferramentas que você usa no trabalho?

Nossa criatividade e perseverança, e para passar isso para nossos clientes contamos com Macbook Pros, telas de 27” da Dell. Chrome para visualizar, Sketch, Photoshop, Invision para design, PHPStorm para desenvolvimento, Mailchimp, Help Scout e Intercom para manter o diálogo com os clientes, Github, Slack, Google Drive e Basecamp para manter todo mundo na mesma página. Há muitos outros, mas achamos que esses são os mais importantes.

8. Como você promove seus produtos?

Primeiramente, começamos produzindo excelentes produtos. Sem esse ponto de início,

acredito que o resto é futilidade. Mas vamos assumir que temos excelentes produtos, então usamos nossas redes sociais (Twitter, Facebook e Instagram) para contar a história de cada produto, reforçamos essa história com artigos no Medium, mantemos um relacionamento saudável com influenciadores e encorajamos afiliados a promoverem nossos produtos. Em conjunto, oferecemos um ótimo suporte ao usuário, e nos comunicamos com nossos usuários existentes com email marketing.

9. Qual o tamanho da sua equipe?

Somos atualmente um grupo de 13 pessoas: 2 designers, 3 desenvolvedores front-end, 3 desenvolvedores back-end (incluindo eu), 4 agentes de suporte ao usuário e um marketeiro.



Equipe Pixelgrade

10. Quão difícil e dispendioso é atualizar temas e prestar suporte ao usuário?

Atualizações de temas e plugins tomam cerca de 20% do tempo dos desenvolvedores. Acreditamos que esses 80-20 estão alinhados com nosso desejo de produzir um fluxo constante de novos temas, enquanto mantemos nosso portfólio saudável e nossos clientes existentes felizes.

11. Quem são seus concorrentes mais próximos? Quão diferente você vê seus produtos comparados aos deles?

Competição é algo difícil de mensurar atualmente na indústria do WordPress, principalmente devido as mudanças rápidas. Não sou muito focado em concorrentes, mas mais em como nossos produtos se comparam aos melhores lá fora.

12. Há muitos temas grátis no WordPress.org o que está diminuindo o valor dos temas Premium. Você concorda? Qual futuro você vê nos temas Premium?

Não, não concordo. Se pessoas podem produzir temas de qualidade e podem arcar em oferecer eles de graça isso é bom para toda comunidade. Isso aumenta os padrões, e educa as pessoas a apreciar design e execução.

Sou a favor de usuários informados, de clientes que estão convencidos de nossa proposta de valor. Se um tema gratuito tem o mesmo valor, estamos fazendo algo errado e precisamos levar nosso jogo ao próximo nível.

13. A popularidade do WordPress o torna muito atrativo para hackers. Alguma sugestão para torná-lo mais seguro?

É natural para o WordPress atrair hackers, mas ao mesmo tempo, muitos programadores brilhantes também são atraídos. Acredito que tudo isso é bom, desde que o core do WordPress seja seguro e atualizações de segurança sejam fornecidas rapidamente.

14. Quantos % do seu faturamento depende do WordPress? Você tem outros negócios baseados em WordPress que gostaria de compartilhar conosco?

Somos atualmente 100% WordPress. Todo nosso faturamento vem da venda de temas WordPress, em vários canais (nossa loja, ThemeForest e WordPress.com). Nós temos um SaaS (WUpdates.com), também baseado em WordPress, focado em entregar updates de temas e plugins WordPress.



Festa de 5 anos da Pixegrade

15. Que lições você aprendeu até agora com WordPress? Algum conselho para nossos leitores e outros desenvolvedores WordPress?

Você certamente deixou o melhor para o final. Essas perguntas mereciam um artigo

próprio, mas vou tentar responder algo inteligente e resumido.

O WordPress me ensinou que o que é bom e atrativo para o desenvolvedor não é necessariamente bom para o usuário final. Isso me ajudou a perceber que há sempre um jeito de remover a gordura e alcançar mais com menos.

Isso me ajudou a entender o poder de comunidades e poder que possuem de uma nova forma; perceber como tirar proveito do seu potencial, o que atrai sua atenção e o quanto importante supervisão e liderança são.

Agora um conselho. Se você é dono de um site, cuide dele como se fosse sua casa ou carro, use seu tempo naquilo que você faz de melhor. Se você é um desenvolvedor de temas, seja estratégico sobre seu futuro e pense a longo prazo, foque naquelas habilidades e sacadas que podem se transformar em produtos, use design thinking em todos os departamentos – todos na sua equipe devem pensar em termos de design e valor para o usuário final.

Essa entrevista foi traduzida do site: <http://wpdean.com/vlad-pixelgrade-interview/>

Agora quero te encorajar a fazer parte dessa comunidade

É notável o tamanho da oportunidade que o mercado de temas WordPress oferece. Se você quer se tornar um desenvolvedor WordPress, eu desenvolvi um curso, chamado Dollar Developer que vai te ensinar como criar um tema WordPress profissional do zero, transformá-lo num produto, vendê-lo num marketplace e receber em dólar na sua conta

no Brasil.

[Clique aqui para se inscrever e saber mais detalhes sobre o Dollar Developer](#)

156
Shares



Sobre o autor [adamsilva](#) | [Website](#)

Bacharel em Análise de Sistemas, trabalha com TI há 7 anos. Especializado em web, programador, blogueiro, baterista e entusiasta de tudo que envolva tecnologia.



ARTIGO ANTERIOR

[Como Instalar o WordPress numa Hospedagem de Maneira Simples e Fácil](#)

2 Comentários



Pedro Vagner disse:

março 15, 2017 às 4:34 am

Excelente entrevista. Mesmo com tantos temas WordPress disponíveis gratuitamente na internet, tem gente que prefere comprar para ter mais qualidade. Tudo isso graças à empresas que não se deixam intimidar por isso e apostam que podem atrair consumidores com produtos de melhor qualidade.

[Responder](#)

adamsilva disse:


março 15, 2017 às 3:37 pm


Olá Pedro. É verdade, sempre tem quem está disposto a pagar por um produto diferenciado. Sucesso pra vc! Abraço!

[Responder](#)

Para enviar seu comentário, preencha os campos abaixo:

 **Nome**

 **Email** (não será publicado)

 **Website** (Facebook, Twitter, Seu Site/Blog, etc)

 **Mensagem**

Enviar Comentário

