

Seja muito bem-vindo, bem-vindo aqui a mais uma live lendária, onde você vai descobrir as três perguntas que te impedem de não saber como, às vezes, criar um bom prompt ou até mesmo um bom produto. Porque que você, às vezes, coloca energia naquilo que não vai te dar resultado. E eu percebi isso ao longo de mais de 10 anos, trabalhando como empresário e também em marketing, onde eu percebo que as pessoas, muitas vezes, não têm clareza daquilo que desejam criar, daquilo a quem desejam atender e como desejam fazer isso. E também, nessa live, Eu preciso mostrar pra vocês o que vai acontecer um pouquinho nesse final de semana, porque eu tô muito empolgado. Talvez você tá se perguntando por que eu tô vestido assim. É só porque tá frio mesmo. Não é por causa do evento que vai acontecer. Mas... Se você tá se perguntando por que o Alan tá parecendo um mendigo, é porque eu percebi que quanto mais eu começo a criar coisas que eu acho que são geniais, mais a minha barba e o meu cabelo começam a ficar arrepiados e bagunçados e não tem pente e escova que resolva. Então é talvez por isso que aqueles malucos lá tinham o cabelo toda hora arrevirado, porque eu quando eu tenho uma ideiazinha, meu cabelo já fica bagunçado assim, minha barba também. E eu quero mostrar pra vocês o que é isso, o que é essas coisas que eu pelo menos tô considerando aqui, que são geniais e talvez vocês também vão poder me ajudar a decidir se realmente são geniais, ou se o Alan só é um cara maluco. Eu quero mostrar pra vocês o que a gente tá preparando aqui pra esse evento que a gente vai fazer na próxima semana, porque você, de uma forma ou outra, faz parte disso, né? Você tá aqui aprendendo comigo, você tá criando comigo, e eu quero que você acompanhe também tudo que a gente vai fazer. Põe em uma live aqui que eu falei né, tá até aqui, da última live, tá até aqui ó, a chave do carro da BMW que eu vou dar nesse final de semana no Hackathon. Então é, as coisas que eu invento aqui com vocês né. E, assim, para quem quer essa live? Bom, essa live, sinceramente, é para qualquer pessoa que queira criar um projeto com o IA, que queira vender seus trabalhos, serviços, produtos de uma maneira que possa ganhar mais por isso e consiga ser mais sniper e menos rambo. Ou seja, você parar de ficar atirando para todo lado, tentando encontrar Qual que é a ideia genial? Tentando encontrar quem é o cliente, quem é a pessoa que está disposta a pagar o que você quer que ela pague pelo seu produto. Porque aqui eu quero te mostrar algo que, sinceramente, nem é copy, nem é clickbait dizer que é um segredo escondido dos grandes especialistas na arte de criar produtos. Por que eu digo isso? Porque é algo que dá muita grana para eles. Dá muito dinheiro para eles fazerem isso. Então, eles não costumam revelar para o público em geral. E o que acontece? Quando eles revelam, é normalmente para um grupo pequeno. E mesmo esse grupo pequeno, ele não dá tanta atenção assim, porque as pessoas não sabem como fazer isso. E o que eu estou falando sobre como fazer isso? Sobre como fazer

boas pesquisas. Eu tenho um episódio no meu podcast, o episódio 10, se não me engano, do Vida Lendária. Se você não conhece ainda, eu tenho um podcast chamado Vida Lendária, que eu comecei lá em 2020, onde basicamente eu coloco ali os principais ensinamentos que eu tenho sobre a minha jornada como empreendedor, como ser humano. E no episódio 10, eu falo sobre... O episódio 10 é sobre como a vida é contraintuitiva. No episódio 11 e 12, Eu falo sobre as 20 perguntas, porque eu percebi já que o que nos impulsiona não são as respostas, o que nos impulsiona são as perguntas. Quando você obtém a resposta, você é saciado, você para. Agora, quando você questiona, você avança. E nossa cabeça, nossa mente, ela funciona, pra quem assistiu a live aqui sobre como ter ideias geniais, né, eu expliquei um pouco disso, nossa mente ela tá sempre tentando encontrar alguma coisa, né, tá sempre buscando algo. E se você consegue colocar as perguntas certas no fundo da sua mente, para que elas fiquem trabalhando ali no seu subconsciente, você consegue encontrar informações muito relevantes. Hoje nós temos as IAs que nos potencializam para isso. Nós temos ferramentas como Deep Research, começou com a OpenAI, logo em seguida a DeepSeek, que teve uma ferramenta incrível ali de busca, que buscava ali mais de 100 fontes. Logo, o Gemini implementou algo incrível, o Cloud, e por aí vai. O Grok também consegue fazer pesquisas incríveis. Hoje nós temos agentes, né? Dentro do ChatGPT temos agentes, eu já testei. Posso até falar um pouquinho pra vocês aqui das minhas experiências com agentes do ChatGPT. Temos humanos também que fazem pesquisas incríveis. Temos aí tudo o arsenal que qualquer pessoa, nos anos, 2000, 2010, 2015, pagaria dezenas de milhares de reais ou de dólares para ter as informações que ela consegue através dessas ferramentas. eu ainda vejo que é muito pouco explorado isso. Então, nessa live aqui, eu quero tentar te ajudar, porque depende de você também, eu vou te passar durante a live alguns prompts, algumas informações aqui para que você consiga fazer isso comigo, para que você realmente faça as pesquisas aqui comigo. E depende daí de você conseguir fazer isso, de você querer fazer isso. outra coisa também eu quero deixar aqui avisado para vocês né todas as lives eu sempre pego e indico vocês aqui para se inscreverem né porque toda quinta-feira aqui às 14 horas eu tenho essa live com vocês ela é nosso nosso domingo pastoral nosso a nossa Nosso Faustão, ou seja, seja o que for que você fazia toda semana, esse é o nosso movimento que a gente faz toda quinta-feira, independente de onde eu estiver, independente do que está acontecendo, eu estou aqui ao vivo com vocês. Então, para me honrar também nesse meu compromisso, o que eu te peço? Para que você se inscreva aqui no canal, você deixe esse like aqui nesse vídeo, e onde é que eu mando o material das lives? Eu mando sempre na minha newsletter. Então, eu vou perguntar para vocês que estão aqui comigo, aqui ao vivo, Ah, a catequese lendária. Quem tá inscrito aqui na newsletter, digita eu só pra eu saber. Eu vou mostrar aqui na minha tela também pra vocês aqui, a newsletter. A gente coloca muita energia, pessoal, aqui nessa newsletter. Ela é de graça, tá? Ela é de graça. Então, você pode ter acesso aqui a ela sem custo algum. É só se cadastrar. A informação que tá ali passa por mim,

duas pessoas do meu time, que é o Igor e o Diego, e mais o Henrique Carvalho, que é um dos principais escritores do Brasil. Ele tinha o blog chamado Viver de Blog. O carinho que eu tenho, o cuidado que eu tenho com o que a gente faz para vocês é tanto que eu tenho uma equipe que me ajuda a cuidar de tudo isso que a gente entrega de graça para vocês. De graça, de graça. Você entra aqui e deixa eu mostrar minha tela aqui. Então, se você tem ideia, eu invisto só aqui cerca aí de R\$25.000,00 por mês só para manter tudo isso aqui no ar para vocês. De graça. O que eu peço? Se cadastre, consuma. Porque isso aqui, muita gente me falava, mas é tanta coisa sobre E.A. Eu não sei onde manter atualizado. Gente, tem newsletters por aí incríveis que têm muita informação, só que, novamente, elas têm informação. Aqui não é informação. Aqui vocês têm análise. E se a gente vai para níveis de sofisticação de mercado, as pessoas pagam por isso. E aqui vocês estão recebendo de graça análise. Então aqui são feitas análises de tudo que está acontecendo no mercado para que você saiba exatamente quais são os passos que você tem que dar. Essa newsletter, ela é escrita, ela começa a ser escrita na segunda, num domingo por aí, mais ou menos, ela é escrita durante a semana inteira, a gente fazendo pesquisa, a gente lendo, essa live toda aqui, o pessoal pega o que eu falei, a gente vai lá, analisa o que faz sentido a gente deixar da live, pega os materiais aqui da live, coloca aqui pra vocês, então assim... Para você ter uma ideia, cada imagem que a gente bota aqui, a gente tem um processo de coenhar que a gente fez para ter essas imagens que estão aqui na newsletter. Não são imagens simplesmente que a gente pede uma vez e o chat IPT cria, não. Existe uma camada de processos coenhar de três ou quatro etapas para fazer as imagens que fazem total sentido. Então, ou seja, tudo é muito bem pensado aqui para vocês. Então, quem lê, quem gosta, até comente aqui, deixe aqui nos comentários, no chat. o que gosta, se está gostando de acompanhar as newsletters, mas basicamente aqui não é aquela newsletter feita com IA, que a maioria são, que tem um monte de informação e não tem problema ser feita com IA, tá gente? O problema que eu percebo é que as pessoas simplesmente pegam lá um promptzinho simples, pedem para uma IA fazer uma pesquisa na internet, pegar e botar lá. Não, a gente aqui, ela é feita por humanos, até porque são humanos que gostam de escrever, então é escrita por mim, com a ajuda do Diego, ajuda do Igor, com revisão do Henrique Carvalho, que é do Viver de Blog, então assim, o Henrique revisa Viver de Blog, pra quem não conhece, pra quem é das antigas vai conhecer isso aqui. Então o Henrique Carvalho do Viver de Blog, ele revisa a nossa escrita, e daí ele tem o maior blog de escrita de blogs do Brasil, e então é entregue pra vocês. Eu nunca tinha falado isso aqui pra ninguém, né, de toda a primazia que existe há mais de um ano nessa newsletter, mas sim. Não é à toa que a taxa de abertura dessa nossa newsletter aqui, em alguns casos, chega a ultrapassar 50% de abertura. Normalmente fica em 45% ali por aí. Para você terem noção, uma taxa de abertura de uma newsletter normal aí no mercado é de 20%, 25%. A nossa chegou até 80% já, em alguns e-mails. Por quê? Porque as pessoas que estão escritas aqui ficam lendo, relendo e gostam do material que é enviado. E aqui está um ponto, pessoal, que eu

acho que é importante. A IA, ela vem para nos substituir ou potencializar. E no momento que a gente começa a usar ela para nos substituir, basicamente o que vai acontecer com a gente é substituir. Então eu, por exemplo, não uso a IA para me substituir. Eu uso a IA para me ajudar, eu até fiz um post esses dias, como eu uso IA para me ajudar a escrever. Mas eu não uso IA para escrever os meus textos. Por quê? Porque escrever é um ato que te gera clareza, e clareza gera ação. Então você tem que entender que essas ferramentas, se você não souber como utilizá-las, elas vão fazer com que você fique atrofiado. Nós já temos a geração hoje, se a gente for olhar para todas as estatísticas, mais burra comparada à análise anteriores, ou seja, o QI vem diminuindo. A primeira vez na história, desde que a gente faz análises de QIs, que uma geração tem o QI inferior ao QI passado. A tendência dessa com o I.A. é aumentar, ou seja, as pessoas ficarem cognitivamente dependentes da I.A. Só que eu percebo em mim, Allan Nicholas, que eu uso o tempo todo. Eu peguei esses dias e como eu estou escrevendo um livro sobre as minhas conversas com a Aurora, eu resolvi botar essas conversas dentro de um Google Docs. Só três dessas conversas. E tem algumas delas que não estão estruturadas, não estão quebradas. Elas estão meio que misturadas ali porque teve problema na formatação. Deu mais de 800 páginas. Três conversas que eu tive com a Aurora, eu tive mais de 20. Dessas 800 páginas, eu estou extraindo 100 páginas para o livro, 120 páginas para o livro, dessas conversas, foram as minhas análises dessa conversa. Ou seja, Eu podia simplesmente pegar tudo que tá ali e jogar lá. Eu tenho, por exemplo, um ghostwriter que consegue escrever praticamente como eu aqui com o IA. Mas eu não uso ele. Por quê? Porque eu não quero... Eu quero que ele me dê insights de como melhorar minha escrita, etc. Eu não quero que eu seja substituído minha escrita com o IA. E é isso, você quando você vai ler, você vai perceber nessa newsletter que existe um humano por trás escrevendo. E isso aqui é um ponto importante pra eu falar aqui pra vocês, eu que sou um cara que me comunico aqui né, também sobre, entre várias coisas, principalmente sobre AI, que nós precisamos ter essa consciência de que, e eu como um comunicador, como um professor, como alguém que está instruindo vocês aqui, de que a gente tem que usar IA, automação, tudo isso para que substitua aquilo que é repetitivo e que não gera tanto valor e que não potencializa a nossa singularidade. Mas o que vem acontecendo, infelizmente, talvez por uma busca inconsciente, é que as pessoas estão buscando I.A.s para se substituírem. Ou seja, eu quero uma I.A. que crie conteúdo para mim. Eu quero uma I.A. que me substitua numa reunião. Eu quero uma I.A. que escreva a minha carta de feliz aniversário para alguém, uma carta de dia dos namorados, ou alguma coisa do tipo. E as pessoas se prendem daí àquilo que deveria ser realmente automatizado. Como, por exemplo, ficar copiando e colando coisas e por aí vai. Então, aqui é só pra vocês entenderem que o que eu vou mostrar também pra vocês aqui sobre as pesquisas vai exigir bastante da sua cabeça. Porque se não exigir da sua cabeça, você vai ficar mais burro. E eu digo mais burro porque eu também me considero burro. Ou seja, a gente tem potencial pra nos melhorarmos. Ao invés disso, muitos de nós estamos piorando

nessa questão. E, se você entender como utilizar a IA para te potencializar, você vai perceber que você vai ser capaz de muito mais. Se 10 vezes mais, 50 vezes mais. Isso eu estou dizendo sobre fatoramento, isso eu estou dizendo sobre velocidade de entrega de impacto. E nisso a gente vê uma coisa. Quando a gente vai para o Hackathon, que é esse evento que a gente vai fazendo aqui agora, e você pensa que é coisa de super nerds que são desenvolvedores, porque eu também tinha essa percepção, né? Você vai perceber que não. Não precisa ser necessariamente um super nerd de programação, etc. Pessoas comuns hoje têm esse potencial através da IA. E nesse... Nesse encontro de hoje, eu resolvi trazer uma pessoa especial, que é o nosso José Carlos. Seja bem-vindo, José, ao nosso canal. Para quem não conhece o José, ele é um dos nossos professores na Academia Lendária. Ele é uma das pessoas que está à frente aqui no setor de educação. E ele está já no pré-Hackathon comigo aqui, onde estamos criando várias coisas legais. Até vou pedir pro Zé daqui a pouco mostrar pra vocês o que ele está criando. Zé, fala um pouquinho dessa percepção aí que eu acabei de falar, enquanto eu só vou agitar aqui a câmera. Bom, gente, boa tarde. Obrigado, Alain, pelo convite. Acho que tem muita gente que me conhece já, né? Tiago, Thaí, Luiz, Aliara. Bom demais, gente. Aqui, eu tô em Florianópolis. Tô aqui no estúdio, nosso estúdio lendário. Deixa eu ver se eu mostro pra vocês aqui. Eu gosto de quebrar muito. Olha só. Aqui, né? Nosso símbolo do infinito ali atrás. Aqui, ó. o nosso vídeo-make, ajustando as coisas. Tô no estúdio aqui porque eu e o Ala a gente tem uma coisa em comum que é a gente gosta de trabalhar em silêncio. Com muito barulho a gente se perde, é meio caótico. Mas a gente tá num... É engraçado que esse momento parece que a gente fica... mais energizado nela apesar de ser um evento uma responsabilidade enorme mais de 300 pessoas eu me sinto aí o Alan também a gente se sente energizado motivado afim de fazer com várias ideias e tudo acontecendo ao mesmo tempo porque vive na nossa zona de genialidade aqui nessa coisa do maestria do caos e ainda há pouco eu tava mandando para ela algumas coisas que eu tava desenvolvendo e uma curiosidade né é isso que eu tô desenvolvendo aqui que eu até posso mostrar para vocês depois eu Em dezembro, né? Fiquei responsável por essa parte. Não conhecia muito a empresa, não conhecia nem o Alan. A primeira vez que eu vi o Alan, eu fui direto na casa dele. Já desajustei ali as coisas do podcast, né? Foi já um teste de fogo ali. Bora ver se ele entende mesmo. Vamos ver, o cara que chegou aqui virado, né? Porque ele mora em outro país, né? Ele mora no Amazonas. Tipo, tem que sair de lá, tem que pegar uma balsa e depois tem que pegar aqueles... Daí ele pega e pula nas costas de um jacaré. É bem diferente a logística, né? Daí eu cheguei cansadão, falei, pô, vou no hotel. E o Alan falou, não, vem aqui pra gente levar umas coisas de podcast. Eu falei, eu nem conheço o Alan, mas ele já mandou a localização dele, fui lá. E aí, no Hackathon de dezembro, eu precisei pedir ajuda do nosso Dev Senio, pedir ajuda do nosso Tech Lead, pedir ajuda de um monte de gente pra poder desenvolver isso. e saiu assim, faltando 10 segundos para iniciar o Hackathon, funcionou lá os códigos, o JavaScript, parecia que todo mundo falava grego, alemão, russo, eu não entendia nada, e hoje,

sete meses depois, parece que tudo é tão natural, sabe? Aquelas coisas que antes eu nem tinha domínio nenhum, hoje a gente desenvolve, né, Alan? Como se não partisse da nossa cabeça ali, tudo tranquilamente. Então é um evento muito diferente, é um momento muito exclusivo, por mais que a gente goste das lives, por mais que a gente tenha os cursos, por mais que a gente tenha os programas, Parece que o Hackathon, ele é um ambiente onde tudo se conecta. Tudo aquilo que a gente quer construir se conecta. E aí a gente fica energizado, a gente faz o nosso Hackathon do Hackathon. A gente precisa desenvolver isso aqui, aí junta alguém rapidinho e desenvolve, faz e tudo mais. E uma energia incrível, tudo muito rápido. e eu tava olhando essa aplicação que eu tava que eu fiz e falei meu Deus caramba eu consigo eu sou capaz e vocês que estão aqui também. Eu não sei se aqui eu queria até perguntar o pessoal que tá no YouTube né aqui alguém ainda não criou uma solução com o IA, que está aqui no YouTube agora, digita EU, se você ainda não criou alguma solução com o IA. Criou um, seja uma aplicação, um sisteminha, um site, um agente, qualquer coisa. Se você não criou algo com o IA, digita EU aqui, só para a gente saber quantas pessoas tem aqui. que ainda não fizeram, né? Ainda não concretizaram, ainda não criaram. Então tem algumas pessoas aí. Só pra te avisar, José, quando tu clica aparece a pessoa ali do lado só pra... Eu tô clicando de forma intencional mesmo, pra mostrar o pessoal. E, gente, assim, quando você cria pela primeira vez e você descobre daí que você é capaz de criar, muda uma chave na sua cabeça que você Parece que você ganhou superpoderes. Vai dizer que não é, Cinza? É. Parece que você ganhou superpoderes, porque eu tenho aqui o Pedro Valério, que algumas pessoas também já... Eu trouxe ele pra cá numa live. E ele é um cara que já criava muita coisa com o IA. Só que ele nunca tinha criado nada com programação. Ele não era programador. E ele tá criando, gente, um sistema que cria sistemas agora. Ele tá criando, tipo, um Love Ball. Só que, gente, em abril, ele nunca tinha programado. E agora... E ele tem duas empresas, tá? Não é um cara que é assim... Ah, mas ele deve ter tempo... Se você falar assim, ah, ele deve ser gênio. Beleza, isso eu posso concordar com você que ele é bem geniozinho. Mas... Em abril desse ano, no final de abril, ele não sabia nada de programação. E não vou dizer que ele também domina e sabe tudo hoje, mas ele sabe o suficiente para conseguir se virar. E hoje ele está criando um sistema que cria sistemas. Então, quando você... é que consegue visualizar que você tem essa capacidade é como se você tivesse um poder que você não sabia que tinha. E daí você desbloqueia esse poder. E quando você vê que você tem capacidade de criar não tem mais como você deixar de entender que você tem capacidade de criar. E você vai automaticamente criar muito. E daí entra num dos problemas que a gente vai falar sobre isso hoje aqui na live. Não adianta também você criar se você não souber como vender como para quem que é isso, se você não souber o mercado que você está inserido, se você não souber qual que é o seu cliente ideal para isso, você não vai... não adianta criar daí, porque daí você vai criar algo que ninguém vai usar. E não tem nada que faça com que alguém se desestimele mais sobre a sua criação, se essa criação não encontrar um terreno fértil, se sua

criação fica lá numa parada, né, tipo assim, tu criou, mas ficou ali no teu computador, tu criou, mas ficou no servidor, mas ninguém nunca acessou, por que que você vai continuar criando? Por que que você vai continuar existindo? Então, no momento que você tem uma solução que as pessoas querem, que elas desejam, que elas estão dispostas a pagar, que elas vão usar e vão falar bem, qualquer feedback seja o que você tenha, porque você tem que entender, gente, que dinheiro é apenas um feedback. Entendam que dinheiro é um dos vários feedbacks. Tem pessoal que erroneamente entra nesse mercado de startups, etc, achando que vão ficar super milionárias da noite para o dia porque alguém fez isso. Não, gente. O número de startups que dão certo é muito íntimo, a não ser que você esteja dentro de algum programa, de alguma empresa que tenha uma capacidade de fazer com que suas chances aumentem. Por exemplo, startups que não estão em algum tipo de programa tendem a ter uma morte muito alta, em alguns casos, de alguns nichos, cerca de 90% delas morrem no primeiro ano. Agora quando você vai para um, vamos pegar, eu não vou falar nem sobre o nosso programa porque é um programa que tem ainda, está muito recente, a gente começou agora a primeira versão do programa, mas vamos pegar a I-Combinator. A I-Combinator, que é um programa também que você pode entrar de investimento lá se você for aceito, A taxa de startups que morrem lá, em vez de ser 90% delas em um ano, como em alguns casos, ali praticamente nenhuma delas morre no primeiro ano. Se não me engano, 5% delas só morre no primeiro ano e principalmente porque teve algum problema entre os sócios ali. E a taxa de mortalidade dela em cinco anos é inferior à taxa de mortalidade das startups comuns em seis meses. Ou seja, é muito mais difícil de você ter problemas se você tiver no ambiente certo. E esse ambiente certo pode ser vários. Esse ambiente certo não precisa ser o nosso ambiente. Esse ambiente certo não precisa ser aqui, nessa live, nesses conteúdos. Existem vários ambientes incríveis de incubadoras, aceleradoras e por aí vai, para as startups. Mas por que eu digo e falei isso, que você está errado em achar que você vai ficar super milionário? Porque se você estiver olhando só para dinheiro, você vai perder o principal feedback que você recebe ao tentar algo novo, que é aprendizado. Então tem uma frase bem interessante que eu li do Paulo, Paul Grant, que é o CEO da Ecominator, que é o seguinte. O principal retorno de uma startup é aprendizado até que ela comece a ter, a ganhar dinheiro. Ou seja, o principal feedback de alguém que cria alguma solução, alguma coisa nova, é aprendizado. Até que você aprenda o suficiente para então começar a ganhar dinheiro. Ou seja, não adianta você criar coisas, e aqui eu já ensinei várias formas de criar, quem está acompanhando aqui no canal, se você não tiver o público certo. Por exemplo, isso aqui que o José está criando. Depois vou até pedir para você compartilhar um pouquinho da sua tela aí com a gente. Isso aqui tem um público. Então assim, quais são os erros que a gente tem? A gente comete pelo menos 3 erros básicos aqui, que são a definição do público-produto, do público, do produto e da pesquisa. Então, se você errar em algum desses casos e a gente começa pela pesquisa, você vai ter um problema muito grande. E esse é o ponto que eu estou

trazendo nessa live aqui para vocês, a parte de pesquisa, onde eu vou mostrar aqui em seguida como você pode melhorar ela e quais são os erros mais comuns que as pessoas acabam obtendo nesse caso. Mas aqui nessa solução, o que a gente tem? Só para vocês entenderem, a gente vai ter trezentas e poucas pessoas lá, alunos aqui da academia, criando soluções de ar. Nós temos várias empresas que estão patrocinando o evento, que mandaram para nós quais são os desafios que elas gostariam que fossem resolvidos e tinha um ponto que a gente trouxe aqui para as empresas. Esses projetos que vão nos trazer não podem ser projetos que só solucionem o problema de vocês. Precisam ser projetos que possam virar, por si só, uma startup que gere valor para os alunos que vão criar. Essas empresas vão já investir também nas melhores ideias que saírem daqui. Eles querem continuar investindo, criando os projetos. Então, alguns alunos aqui podem sair com projetos que vão ser investidos por essas empresas. E todo aprendizado, todo o código que foi criado é tanto da empresa, quanto também dos alunos, quanto da academia, para que a gente possa criar um ecossistema de abundância. E nesse caso, a gente tem aqui mais de 60 projetos. Se a gente tem mais 60 projetos, a gente precisa conseguir agora, como é que a gente vai fazer com que essas 300 pessoas que estão no evento, elas tenham a melhor experiência de aprendizado, que elas possam criar coisas incríveis, que estejam conectados com aquilo que elas têm capacidade de fazer? Então, a gente tem que conseguir fazer com que essa distribuição de projetos entre eles seja algo que seja interessante, que eles consigam criar. Então, nós temos uma consciência muito grande do qual problema a gente quer resolver. Mais um P aí. De qual problema a gente quer resolver. Beleza. Tem os projetos, tem os projetos aqui, a gente tem que distribuir entre as equipes de uma forma que eles consigam gerar valor para isso. E daí, o José criou, com o Loveable José que está criando, Eu criei o Bolt. Vou compartilhar com vocês aqui. Legal. E assim, gente. Vou compartilhar rapidinho. Você vai entrar pra... Ah, claro. Pode compartilhar. Mas eu vou esconder aqui porque o que tu fez aqui tá mostrando... Eu vou dar um... Vou clicar aqui. Vou dar um hide só na parte do... Na parte que tem os telefones aqui pra não ter... Mostrar os telefones do pessoal na live. Deixa eu esconder aqui. Ocultar elemento. Pronto. Então, vou compartilhar com vocês. Eu escondi aqui a parte toda que tem os telefones do pessoal. Mas o que tem aqui, gente? Tem aqui todo... 106 pessoas já fizeram o cadastro. Aqui tem quantos são bons em Generate Prompt, quantos são intermediários, quantos são bons em No Code, avançado, quantos entendem de Marketing, por aí vai. A pesquisa tem muitas informações ali que foram feitas passadas. Aqui a gente tem os projetos. Os projetos estão extremamente detalhados aqui para todos os participantes. Deixa eu mostrar aqui os projetos. São vários projetos que a gente tem. Por exemplo, vou pegar... Cara, eu tô muito empolgado porque assim, eu tenho vontade de participar do Hackathon criando mesmo. A gente sempre quer ser participante também. É muito gostoso. Tipo assim, eu sempre fico nessa vontade de ser participante porque é tanta coisa incrível que tem aqui. Assim, deixa eu pegar qualquer um aqui. Vou pegar o Growth... o Growth Ghostwriter.

Ghostwriter, Ghostwriter. Ghostwriter aqui. Deixa eu pegar ele aqui. Aqui, o Ghostwriter. Então tem aqui toda a descrição do projeto, com as dores do mercado, com o cenário atual, as soluções. Daí aqui tem recursos disponíveis para quem for pegar esse projeto aqui. Por exemplo, tem os prompts que eu já usei para criar esse tipo de solução. Então a pessoa já vai ganhar prompts, já vai ganhar aqui a avaliação que eu uso para poder fazer análises de livros, vai ter aqui a parte toda de pesquisa que já foi feita sobre isso, aqui tem o arquivo original, que é toda a descrição do projeto, quais seriam os próximos passos caso a equipe queira criar depois isso aqui virar uma startup. Tem aqui uma extração. Então, aqui eu já deixei, porque às vezes o pessoal não vai saber. Ah, mas como é que eu faço a extração para conseguir escrever um Ghostwriter? Aqui tem todos os insights, por exemplo, do meu estilo de escrita. Aqui tem as sketch phrases, que são frases que eu costumo falar nas minhas lives, no que eu escrevo. A linha temporal, por exemplo, de eventos da minha vida, porque um Ghostwriter é importante que ele saiba como conectar eventos da vida na escrita. Então tem várias coisas, e são vários projetos aqui maravilhosos, só que a gente precisa ter pessoas que são capazes de fazer com que isso aqui aconteça. Então, por isso que nós contratamos... Por que para você participar você tem que ser aluno nosso? Porque são pessoas que já estão no nosso ecossistema aprendendo e vão saber fazer aqui. Só que é claro que existem alunos que são mais avançados do que outros. E tem alunos que carregam essas informações, por exemplo, domina sobre medicina, domina sobre outros assuntos, que aqui tem vários projetos de diferentes... nichos, diferentes áreas. Por exemplo, a gente tem projetos aqui de gestão de tráfego, de grandes players do mercado, alguns quiseram se identificar, outros não. Então temos quatro players do mercado da gestão de tráfego, os maiores do Brasil estão com projetos aqui dentro. Nós temos projetos aqui de editoras de livro, nós temos projetos aqui de grandes players de geração de conteúdo. Assim, tá muito legal. E temos aqui diversos, né? Não é só na área de Mar Digital. Nós temos a área de saúde, de logística, vários projetos incríveis aqui. E daí, José, mostra pra nós aí o que a gente tá fazendo pra poder trazer uma equalização pra essa formação de times pra galera poder fazer. Porque aqui vocês estão entendendo em tempo real, gente, nesse vídeo aqui, um problema que temos aqui, né? Temos projetos incríveis. Primeiro, esses projetos incríveis, eles precisam passar por um filtro que a gente criou uma IA para isso. Essa IA, ela deixa todos os materiais unificados para que um time que não receba um... um projeto com pouca informação comparado a outro time, que não tinha tanta informação. Então, a gente está fazendo esse processo. Mas também precisamos fazer esse sorteio dos times, como eles vão ser estruturados. Então, a gente tem aqui um banco de dados com várias informações sobre os nossos alunos e também fizemos uma pesquisa com eles aqui, que eles estão respondendo, eles têm até amanhã para responder, para a gente ter esses 300 alunos e a gente ter essa ferramenta que tu começou a criar quando, Ela José? Eu criei comecei acho que era umas 11 horas meio dia. Então olha só gente era 11 horas meio dia. Está aqui a ferramenta. Então o que eu digo para vocês quando

vocês começam a criar você percebe que tem esse poder. Vocês começam a ter essa é quase como se fosse um bruxo né uma magia tipo assim porque nós temos eu sempre tive problemas que a gente quis resolver na nossa vida e que eu percebo para que para que para que lado que está indo que eu percebo. Ao invés de nós estarmos contratando ferramentas, baixando aplicativos e pagando por aplicativos, o futuro em breve que vai acontecer é que qualquer coisa, a gente vai ter um super app que você vai pedir algo, ele cria aquela instância temporária daquele aplicativo, isso não precisa mais, ele só dissolve aquilo para não ter custo de servidor ou outros custos. Então, as pessoas vão ter apps em tempo real. Isso já está acontecendo. O Lovable, se vocês não sabem, ele passou de... Foi a ferramenta de ARQ que passou mais rápido na avaliação de um ARR, que é uma recorrência anual de 100 milhões de dólares. Acho que isso foi 100 milhões de dólares. E... Cada pessoa dentro... São 44 pessoas que trabalham no Lovable. Olha isso, gente. 44 pessoas trabalham nessa ferramenta. Cada pessoa equivale a 2,2 milhões de dólares agora em receita. Cada pessoa do time equivale a 2,2 milhões de dólares em receita. E isso só é possível por conta da IA. Não era possível antes, porque a IA te possibilita ter uma escala infinita. E olha só, o José deu aula ontem, ele tá criando o negócio, ele gravou não sei o que lá, e daí às 11 horas, meio-dia, vou criar mais uma coisinha aqui. Mostra pra nós aí como é que funciona, José. Então, explicando para vocês um pouquinho dessa ferramenta aqui, a gente identificou, eu até desenhei aqui né, uma das dores que a gente teve no Hackathon, nosso primeiro Hackathon, foi que a gente percebeu que algumas equipes elas acabaram ficando um pouco mais elaboradas, elas ficaram desniveladas, e isso influencia diretamente no resultado final, porque se tem uma equipe desnivelada, já tem ali uma competição que pode não ser tão equilibrada, e além disso, o resultado final, que é o desenvolvimento, o MVP, acaba não saindo. E depois dessa dor que a gente passou, a gente pensou, no próximo a gente vai criar um sistema para nivelar isso da melhor forma possível. Então, daí, o que aconteceu? Na primeira versão, eu queria usar a IA generativa, né? Todo mundo só pensa em inteligência artificial de primeiro, né? Eu não vou usar a IA para fazer aqui a organização desses times, o nivelamento. Só que eu descobri, da pior forma, E quando a inteligência artificial tem muitos parâmetros para fazer comparação Então, por exemplo, eu quero que lá a gente separou por disquete, eneagrama, localidade Então quando ela tem muitos parâmetros para ela trabalhar Às vezes, ela acaba não sendo tão exata. E aí, essa vez, em vez de usar IA, eu usei script normal. Então, eu estou utilizando lógica para fazer essa seleção de uma maneira que, se eu quiser utilizar IA, eu vou só deixar ainda mais aprimorada a minha ferramenta, para deixar ela ainda melhor. Então, como que fez? Primeiro, a gente pensa a lógica de como vai separar as equipes. E aí, o Allan sempre fala disso, né? De documentar tudo. Então, eu criei a lógica de nivelamento. Então, isso daqui, basicamente, é o cérebro de tudo que vai ser sorteado. Aqui tem muita parte técnica, digamos assim, né, objetos e tudo mais, de codificação, mas eu não sou dev, nem júnior, nem sênior, nem pleno, eu só entendo de lógica e consigo conectar os pontos. E aí eu pego essa lógica e

adiciono. Antes de vocês criarem qualquer coisa, pessoal, é importante que vocês, na mente de vocês, vocês gerem clareza, tá? Primeiro ponto. E vocês não precisam nem de A pra esse momento. Vocês viram ali? Mostra aí pra nós seu caderninho. Meu caderninho aqui, eu desenhei o seguinte, como eu sou muito visual, eu desenho a estrutura geral de forma bem chula. Então, eu tenho o input, que seria a captação aqui do formulário. Esses dados iriam para um banco de dados, que é o SuperBase. E do SuperBase, eu puxo e faço o dashboard que eu quiser. Então, eu só desenho de forma bem grotesca mesmo, mas é para eu ter a clareza necessária para desenvolver a parte mais técnica. Se eu não ver o tudo, eu não consigo ir passo a passo. Mesma coisa aqui, sempre do meu lado, caderninho aqui. Ah, mas tu fica fazendo as notações no caderno? Não. Aqui eu fico rascunhando para poder exercitar o meu cérebro sobre encontrar uma solução. Então eu tenho aqui, vocês vão ver, eu tenho aqui, isso aqui que está escrito aqui, são ideias que eu vou tendo e vou conectando elas para que eu faça o quê? Vocês vão ver, isso aqui é sobre o pit day lá. Isso aqui são várias ideias conectadas que eu não vou aproveitar necessariamente elas e documentar elas no Obsidian porque na hora de escrever no Obsidian eu já tenho clareza sobre o que eu vou escrever. Então o que você tem que usar uma coisa de papel assim. Às vezes você gosta de usar o miro por exemplo ou fazer em outro lugar. Existem várias pesquisas que já mostram que fazer atividades físicas a fisiologia ela faz com que você ative partes do seu cérebro diferentes. Por exemplo, tem um livro maravilhoso, eu vou achar agora para vocês, que eu indico muito a leitor desse livro, Eu sou muito chato para livros, para indicar livros, tá gente? Eu não fico indicando qualquer livro, vocês sabem disso aqui muito bem, né? Eu não fico indicando muitos livros. Mas esse livro do Ryan Holiday, eu já li praticamente todos os livros dele, acho que eu já li os 5, 6 livros dele. Tem muitos livros dele que acabam sendo um pouco de exceção de linguagem. Esse pode ser até um pouquinho em algumas partes, mas de forma geral, maravilhoso, que é A Quietude é a Chave. E nesse livro ele mostra que alguns dos melhores pensadores do mundo, eles tinham as melhores ideias enquanto estavam em movimento, caminhando. Então muitos deles, como o Steve Jobs, faziam reuniões caminhando. Por quê? Eu tô falando isso porque eu tô explicando do meu Death Note que eu tenho aqui. Porque quando você tá caminhando, ou você tá escrevendo, ou você tá usando alguma coisa que seja mais braçal, você ativa partes diferentes do seu cérebro. Então, o que que é importante no momento que você vai criar algo, tá? Independente do que seja. que você faça isso na sua cabeça antes de você querer colocar isso numa IA. Porque se você quiser... Você pode fazer pesquisas depois, mas pensa na sua cabeça. Qual é o problema que eu tenho? Qual é o que eu quero resolver? É isso. Agora eu vou ir para a IA. Porque se você ir direto para a IA, para poder ter ideias, Você pode ir direto para a IA para fazer um brainstorm, etc., fazer uma pesquisa sobre alguma coisa, para gerar, num momento, para quem já acompanhou aqui algumas lives minhas, onde você está fazendo uma divergência, onde você está divergindo para tentar ter mais inputs. Mas na hora que você tem que pensar sobre algo, é mais importante que

você pense sem estar do lado da IA, que você pense como o José fez ali. Pega um caderno, sei lá, pega um bloquinho, se você gosta de coisa manual, pega assim, pega um óculos, andar, bota aqui, pega essa garrafa, tá isso aqui, como é que vai funcionar aqui, mas faça isso sem, de preferência, até numa tela, tá? De preferência que você faça isso sem estar nem perto do computador. As maiores ideias que eu tenho, eu não estou no computador, eu estou fora do computador, daí eu tenho essas ideias. Quem ontem? Era de noite, já era uma hora da manhã, eu fui lá, pensei, eu vou tomar um banho de novo antes de dormir aqui, pra dar uma tranquilizada, daí no banho eu tive mais ideia, que é um problema que eu tenho, eu tenho muita ideia no banho. E voltei e criei várias coisas incríveis até três horas da manhã. Mas, ou seja, foi fora do computador. E daí você chega no computador, no IA, no celular, seja o que for, e daí você vai destrinchar. O que foi, Zé? Tu pensou aí. Deu problema por quê? Isso é também importante, pessoal, porque nem tudo tem que ser feito com IA generativa. A IA generativa pode te ajudar a criar outras soluções que não são generativas, que são adequadas. E você pode, inclusive, perguntar para a IA se faz sentido ou não. Por exemplo, para montar os times, ela pode trazer insights, onde ela vai analisar várias informações ali e tirar insights não óbvios. Só que, para você fazer um match disso, é muito melhor que você faça isso com uma forma de cálculos. E por mais que essa semana a OpenAI e o Google ganharam prêmios em matemática através de novos modelos que eles têm, A IA generativa, de uma forma geral, as LLMs, vamos falar de LLMs, porque existem várias IAs generativas, vamos falar de LLMs. As LLMs não são feitas para consistência. Pelo contrário, as LLMs têm um fator ali, que se vocês forem configurar via API, é um fator que se chama temperatura, que é exatamente o fato da randomização das respostas. Ou seja, ela vai randomizar as informações. O que você precisa, então, fazer se você quer ter uma concretude dos resultados finais? Você precisa usar dados relacionais. Por que o Zé foi para um banco de dados? Porque daí a gente tem as informações lá e com essas informações a gente faz... Ah, mas eu não sei programar. Pede para a IA criar um script para fazer esses cálculos. Então, ela vai fazer esses cálculos para isso. Zé, vou deixar contigo agora para te dar continuidade. Beleza, então, vou compartilhar aqui. Vocês estão vendo a minha tela? Então, aí, com base nessa dor que a gente tinha, né? A gente criou essa aplicação. Ela é uma aplicação bem simples, assim, eu posso mostrar pra vocês aqui. Deixa eu compartilhar aqui. Agora vai. Foi, agora foi. Teve uma pergunta aqui, Zé, enquanto tá compartilhando aí. O Murilo, o Murilo mandou várias mensagens pra mim lá, inclusive no YouTube. E tem um livro que tu escreveu recentemente. O Zé escreveu um livro, gente, recentemente sobre isso aqui, sobre o nexialismo. E ele pergunta assim, poderia explicar isso um pouco melhor, por gentileza? Eu vi um comentário seu sobre ser um orquestrador de aço, ser nexialista. E a gente tem muitas pessoas que estão indo para esse Hackathon, e o próprio Zé, que está aqui hoje, também é um nexialista. O que é, só fazendo aqui um parênteses, aqui no modo... Gente, eu e o Zé somos CDH, né? Eu sou um pouco mais. E eu gosto de aproveitar esses momentos para ir divergindo um pouco. mas assim, Zé,

rapidamente, o que seria esse nexialista? O nexialista é aquela pessoa que ela consegue ver possibilidades entre especialidades. Então, por exemplo, eu não sou especialista em código, não sou desenvolvedor, mas eu entendo de matemática, então eu consigo ver brechas onde um especialista em desenvolvimento não conseguiria. Então, por exemplo, o cara que é dev, ele vai desenvolver, mas ele precisa de um input para ele seguir. O cara que é nexialista, mesmo ele não sendo dev, ele pode pegar o mínimo de dev que ele tem, desenvolvedor, e pegar, por exemplo, o Allan falou muito sobre coisas que... a gente fala muito de coisas que vão além da tecnologia, né? Então, aqui, a gente às vezes une autoconhecimento, desenvolvimento pessoal, parâmetros de neurociência, tudo isso em tecnologia. Então, o nexialista é essa pessoa que ela consegue flutuar entre diversas camadas, quem entende de tecnologia, quem entende de gente, Então, cada nexialista, ele tem ali alguns temas que ele domina mais. O Allan, por exemplo, ele domina muito marketing, ele domina muito autoconhecimento, perfis comportamentais, E.A. Eu domino mais neurociência, comunicação, copy. E através desses grandes temas, a gente consegue achar criatividade, pontos únicos ali. Então, o nexialista é essa pessoa que não se encaixa numa especialidade. E dificilmente ele vai se encaixar numa faculdade. Eu, por exemplo, eu fiz seis. Não conseguir encaixar em nenhuma. Acho que o Allan também, né? Não conseguir encaixar em nenhuma. Não, eu também. Eu sempre gostei muito de tecnologia. Comecei em faculdade de tecnologia. Não tive condições também de manter pagando ela, né? Mas também fiz vários cursos técnicos gratuitos, onde eu fiz curso técnico gratuito de marketing. Alguns eu cheguei a me formar, cheguei a me formar em eletrônica e tal. Mas é bem isso, né? Eletrônica, marketing... engenharia, fiz sistemas pra internet, comecei ciência da computação também, então fui um pouquinho de tudo assim. E assim, só que uma coisa que eu até tinha falado pro Murilo lá no meu Instagram é o seguinte, as pessoas vão te contratar por um motivo, então é importante que você tenha essa, você não tem como dizer assim, eu sou severino, se você botar no seu currículo, sou severino, olha, até eu que gosto de severinos, não te contrataria, porque eu vou contratar alguém quando eu tenho um problema dentro da minha empresa, ou das minhas empresas, ou de outra empresa, não seja só academia miliandária, onde eu preciso de alguém para resolver aquele tipo de problema. Imagina o seguinte, eu tenho que cortar o cabelo hoje ou amanhã, daí eu vou aqui, eu bato ali, Aqui do lado tem uma loja de motos. Eu bato ali na loja de motos. Tem alguém aqui para cortar meu cabelo? Aí eu corto o cabelo. Aí o cara me vem lá com alguma ferramenta de moto cortar meu cabelo. Não, não faz sentido, concorda? Então, você precisa, no mínimo, mascarar, entre aspas, ou seja, você... E assim que a sociedade funciona, você precisa mostrar mais um dos seus lados. Todos nós, todo ser humano, todo ser humano, sem exceção, por mais especialista que a pessoa seja, todo ser humano é multifacetado. Todo ser humano tem várias facetas, ele tem várias habilidades diferentes. Mas você precisa ter uma habilidade imóvel, uma habilidade que se sobressai, e é nessa habilidade que você precisa se mostrar. Por exemplo, o Lucas

Mesoque Lima falou, o lendário é o funileiro. Então, por anos e anos no Brasil, eu dava palestras em todo o Brasil, fui convidado para dar palestras fora do Brasil, sobre funis de vendas, sobre marketing. E essa era a minha faceta que eu mostrava. Alguém que entende sobre marketing. Só que você, Evandro, arquétipos é uma coisa muito importante, mas é outra coisa. Aqui nem é sobre arquétipos. Também tem essa parte ainda. Mas aqui a gente está falando sobre como você vai se mostrar profissionalmente para o mercado. Aqui a gente está falando sobre posicionamento. Então, posicionamento, você precisa entender que você precisa ter um posicionamento, inclusive para conseguir investimento para os seus negócios e o que você vai criar. Para vender o seu produto, para vender a sua ideia, você precisa de uma coisa chamada, outro P, que é posicionamento. Então, o José, como é que ele se apresentou pra nós? Ele se apresentou como um comunicador que ele é. Pra quem não sabe aqui, o José fazia parte de um emissor da Rede Globo no Amazonas. Ele era apresentador, jornalista. Então, ele se apresentou como um cara, pra nós, com uma capacidade de comunicação elevada, uma capacidade de síntese das informações excelente. Só que depois a gente foi conhecendo outras formas que o Zé pode agregar e assim ele foi. Mas se o Zé chegasse para nós eu sou um severino porque o Zé é um severino moro aqui né. Então. Onde é que eu vou encaixar esse Severino? Agora, no momento que ele se apresenta como um comunicador, um apresentador, alguém que consegue síntese de ter uma dialética boa, ter uma comunicação boa, eu sei onde eu vou botar ele inicialmente. E depois ele pode demonstrar essas outras facetas para que ele possa ser melhor aproveitado. Então, vocês todos aqui precisam disso, desse outro P aqui da live, que é de posicionamento. Por exemplo, Em 2023, quando eu voltei para a internet, porque eu fiquei dois anos no meu sabático lá, longe, com redes sociais todas excluídas, eu precisava, as pessoas queriam me colocar em caixinhas. E daí você... Esse aqui é um insight importante. Se você não se posicionar, se você não dizer que caixinha que você pertence, as pessoas vão te dar essa caixinha. Então, se você... Ah, não, mas eu sou alguém que faz de tudo, que gosta de tudo, eu não vou dizer que eu sou isso, porque senão eu vou ficar preso nisso. Bom, alguém vai te colocar numa caixinha e vão falar sobre essa caixinha e você vai ficar preso nessa caixinha. Então, se você não quer ficar preso na caixinha... Ah, tem muita gente aqui, por exemplo, que vai ser colocada como um tech lead aqui dentro. Vai ter muita gente que vai ser colocada aqui como um engenheiro de prompt, como um automatizador, como um expert em marketing. Porque foi isso que a gente conseguiu extrair das pesquisas que a gente fez. Só que se essa pessoa não quer esse posicionamento, Ela precisa dizer o que ela quer. Por exemplo, ela é um excelente técnico, mas ela quer ser um comunicador. Então, ela precisa se posicionar para isso. Eu, por exemplo, eu sou um cara... Só que aí tem mais um ponto aqui, gente, para a gente fechar esse parênteses que a gente abriu aqui. Como vocês já viram aqui, vai abrindo várias. Para que você possa... entender esse posicionamento, primeiro você precisa se expor ao mercado, se expor às pessoas. Porque, por exemplo, eu em 2023 comecei a falar sobre educação, sobre

desenvolvimento pessoal, sobre várias coisas, várias coisas sobre segundo cérebro. Mas por que que eu... Bota ali o nome do teu livro, Zé. Qual o outro livro que trata de nexialista? É o livro do Zé. É, ele ainda não tá... vai estar disponível semana que vem. A semana que vem vai estar disponível. Mas bota o nome ali, escreve o nome aqui nos comentários pra nós. Você precisa também entender que existe algo em você que se sobressai. Por exemplo, eu, Alan Nicholas, eu nunca imaginei que eu seria um comunicador. Eu nunca imaginei que eu estaria no YouTube fazendo lives, etc. Por quê? Eu sou um cara que sou extremamente na minha, sou um cara muito introspectivo, gosto de ficar só dentro de casa, não saio de casa. O Zé chegou aqui em Floripa, ah, vamos fazer alguma coisa? Até agora a gente não fez nada. Assim, eu não saio de casa, gente. Eu gosto de ficar na minha, quietinho. Só que eu, através de autoconhecimento, entendi que eu tenho uma capacidade de sintetizar algumas informações, de passar as informações adiante. Então, beleza. Esse é o posicionamento que eu vou ter. E por que você se posicionou em Allen? Porque esse espaço estava vazio e é uma coisa que eu gosto de falar. Eu poderia falar sobre um monte de coisa, eu poderia falar sobre nexialismo, eu poderia falar sobre, eu lancei uma trend do marketing, do marketing, esqueci agora o nome, do anti-marketing aqui, comecei a fazer muita coisa em 2023, mas eu entendi, cara, e AI é uma coisa que eu vou entrar de cabeça pra falar sobre isso e dominar esse assunto aqui. Por exemplo, o Zé, talvez ele possa dominar o nexialismo, essa palavra não tá dominada por alguém, então ele se posiciona. Até eu lançar o livro, é um ato de se posicionar. Quando tu lança um livro, por exemplo, eu tô estudando uma coisa aqui, que eu descobri que já foi estudada ao longo de 70 anos, isso vem sendo estudado por diferentes cientistas e psicólogos, só que ninguém fez uma integração completa como eu fiz. Então, se eu me posicionar sobre isso que eu descobri, eu vou ser o único. E daí eu domino a mente das pessoas sobre aquele assunto. Isso é posicionamento. Posicionamento é tu marcar, tu ficar a bandeira sobre algo na cabeça das pessoas. Quanto maior for esse posicionamento que tu marcar na cabeça das pessoas, maior é o teu valor percebido. E daí você é melhor avaliado e consegue conseguir as melhores coisas, melhores vagas, os melhores projetos. Mas você só vai fazer isso se você tiver um claro posicionamento. Então não adianta ser um nexialista que vai ser... O que tu faz? Eu sou bom em tudo. Ou eu sou... Não precisa dizer bom em tudo. Eu sou mais ou menos em tudo. Ou eu faço de tudo um pouquinho. Não importa se você dizer que faz de tudo um pouquinho, se você é médio em tudo ou se você diz que é bom em tudo. Se você não tiver um posicionamento claro, as pessoas não sabem como te posicionar na cabeça delas e você automaticamente não vai ter esse valor percebido. Beleza? Vou mostrar agora. Fechamento feito, Zé. Isso aí. Não, eu gosto desse flow, cara, eu sou assim mesmo, as pessoas me odeiam porque eu consigo abrir muitos aspas e aí eu vou fechando, mas é o nosso flow, assim, é o que a gente faz e é o que eu gosto, esse tempo não passa, sabe, ele tá flutuando. Tem gente que pega e tenta, que é, Alan, segue só isso aqui, eu falo, gente, não vai ser eu, entendeu? E aí que tá, tudo bem, vai ter gente aqui que vai odiar essas lives, porque

eu queria chegar aqui, o Alan falou que ia falar sobre pesquisas, já passou 55 minutos, e ele não falou sobre isso. Odiei essa live. Tá tudo bem, não é pra ti esse meu conteúdo, porque o conteúdo como eu faço, eu gosto de fazer assim, eu faço isso por prazer, eu estou aqui toda quinta-feira por prazer, porque eu gosto de estar com você, eu gosto de ensinar, eu gosto de... Só que eu gosto daí de ser do meu jeito, né, desse jeito meio TDAH. Então, só que é uma coisa que para mim gera valor. Quando eu escuto pessoas falando e conseguem navegar em vários assuntos diferentes, eu gosto disso. Então, acabo atraindo também pessoas que são neurodivergentes. A maioria das pessoas que estão na academia lendária, tanto na equipe quanto os alunos, são neurodivergentes. Porque o neurodivergente tem essa capacidade de conseguir pegar várias coisas ao mesmo tempo e navegar em vários assuntos ao mesmo tempo e mais ainda. Qual que é uma capacidade fundamental de um nexalista? conexão de várias coisas para criar uma coisa nova. E isso aqui que o Zé fez e vai apresentar para vocês agora. Como é que a gente dividiu aqui? A gente tem até agora 111 pessoas. O que eu separei aqui? A gente tem duas prioridades. A prioridade 1 são pessoas que a gente criou o seguinte nivelamento. todo time tem que ter alguém que entenda de IA e Vibe Coding ou criação no-code com Bolt e Lovable para ser a pessoa Tech Lead, aquela pessoa que talvez sozinha ela conseguiria desenvolver. Mas ela... Opa, saiu aqui, né? Eu acho. A tela saiu. E aí ficou assim. E aí ficou assim, se eu clicar aqui no botãozinho, ele vai fazer o sorteio das equipes, primeiro buscando a prioridade nesses Tech Leads, então aí tem todos os Tech Leads. Cada equipe, cada grupo vai ter um Tech Lead, que é a pessoa responsável pela parte técnica, que domina ali o desenvolvimento, vai ter alguém especializado em marketing para fazer toda a venda desse processo, vai ter sempre um gerente de projetos e também vai ter um comunicador e um operador. Aqui eu fiz um pixel enquanto a gente estava na live aqui só para a gente ter essa referência de como nivelada está essa equipe. Então, por enquanto, como não tem todas as pessoas preenchidas, a gente já conseguiu preencher aqui algumas equipes, elas estão niveladas, por exemplo, se eu for mais para baixo, tem algumas que já estão niveladas. Por quê? Porque o Ernesto aqui é Tech Lead, ele tem prioridade 2. Provavelmente, ele saiba Engenharia de Prompt Intermediário e Vibe Code Avançado. Então, aí já mostra um certo desnivelamento, que aí eu posso ajustar de alguma forma, colocando uma outra pessoa mais qualificada em gerente de projetos. Então, dessa forma aqui, a gente consegue organizar bem as equipes. Não vai ser isso aqui. Se de repente você viu o seu nome aqui, não é. A gente ainda vai sortear, tá? Mas aqui a gente consegue duas coisas muito importantes. Chegar no resultado com uma equipe equilibrada e fazer com que todas as pessoas do Hackathon se sintam úteis. Porque, às vezes, você tem aquela sensação de, ah, eu não sei nada, eu não tenho nada pra somar. É óbvio que você tem algo pra somar. E aí a gente criou essas funções dentro de cada equipe para poder nivelar do ponto de vista de autoestima das pessoas se sentirem úteis e ao mesmo tempo a gente conseguir criar equipes bem niveladas. Isso daqui foi algo que, como a Alô falou, eu fiz bem

rapidinho, mas daqui a pouco, assim que terminar a live, a gente vai aprofundar e vai virar um hackathon do hackathon. Mas a sensação e o prazer de você criar algo que você tinha na sua mente desenhou e agora virou uma plataforma é incrível sim é a sensação realmente de ser um bruxo de ser ter um poder inimaginável. Olha, tem gente até se procurando ali. É que nem o Zé falou aqui, gente. Não é o oficial ali, né? A gente tem algumas pessoas de alguns times que são... As empresas que compraram cotas, elas podem colocar uma ou duas pessoas dentro já de um time. Porque, porque, Alan, mas isso não vai fazer com que eles tenham vantagem? Não. Porque a maioria delas não são pessoas técnicas. Elas querem ter uma ou duas pessoas no time só pra poder ser entrevista, tentar ajudar ali de alguma forma. Que são, a gente determinou aqui, que a gente vai ter os tech leads, que são as pessoas mais habilitadas tecnicamente para poder liderar. A gente vai ter a pessoa que entende sobre marketing, para poder pensar nisso que eu vou mostrar para vocês aqui agora, de pesquisas, de público, etc. A gente vai ter a pessoa que é a comunicadora, que é essa pessoa que não vai ter medo de subir no palco e falar sobre as coisas, etc. Os comunicadores vão ser os IS, os sets do Enneagrama, Os dois do Enneagrama vão ficar circulando provavelmente lá. Sabe aquelas pessoas que você já conheceu que ficam conversando pelos cotovelos? São os comunicadores. Todo time precisa ter esses comunicadores. Porque são pessoas que sabem se expressar facilmente. E quando você vai criar uma solução, alguma coisa, é extremamente importante que você tenha complementariedade. Uma coisa que acontece muitas vezes e que eu percebo que as startups que mais dão errado são as startups onde a pessoa se junta com um amigo que é igual a ele. Então, eu sou programador e minha amiga é programador também. A gente teve uma ideia muito legal. Vamos criar uma startup? Vamos criar uma solução? Gente, não dá certo, normalmente, isso. Por quê? Porque um time precisa se complementar. Então, vocês precisam ter capacidades diferentes ou, até mesmo, se vocês tiverem capacidades parecidas, vocês têm que entender que vão ter que declinar uma delas. Vou dar um exemplo. Alguns de vocês estão vendo aqui os prêmios que eu tenho aqui no meu escritório. Nós todos, dessa empresa que se chamava Neolife, éramos especialistas em marketing. E principalmente em gestão de tráfego, em anúncios, etc. Só que, para poder fazer com que a empresa crescesse, a gente teve que abrir mão de algumas coisas. Eu fui o que mais abri mão no sentido de que eu saí do marketing e eu virei um CEO. Eu tive que aprender muito sobre gestão. Ao mesmo tempo, enquanto os meus alunos se profissionaram muito mais em marketing do que eu, e hoje eu considero que eles sabem mais marketing do que eu, eu fui para o lado de entender como montar um time de RH, montar um time de financeiro, montar um time de C-Levels, montar o time tech e de fazer a gestão de uma empresa que faturou mais de 200 milhões de reais. Então, muita coisa eu aprendi de contabilidade, etc. Mas eu tive que abrir mão da minha expertise de marketing e aprender outras expertises. O que eu quero dizer com isso? Que por isso que o que a gente tá fazendo aqui também, de uma forma que é... Aquilo que funciona de forma orgânica, que funciona

muito bem, a gente tá tentando reproduzir isso com IaaS, né? Que é separar e montar times com uma capacidade de ter mais resultados. Então os times serão selecionados, vocês viram aqui, mas os times serão selecionados. E pra gente encerrar esse assunto, entre aspas, encerrar porque vai vir aqui algumas vezes, a gente... Tem muita gente que ficou de fora desse Hackathon, né? mas que quer tá aqui com a gente etc né a gente já tem data e já tem inclusive o link para quem quiser fazer parte do próximo Hackathon com desconto aqui para poder entrar. Lembrando que ele é, se você comprar e você não for aluno, você vai receber reembolso porque ele é exclusivo para alunos. Então tá aqui o link para quem quiser participar do Hackathon. Tá aqui. Mande aqui o link para vocês. Vou deixar ele até fixado por enquanto aqui. Depois eu deixo fixado lá pelo YouTube. Mas aqui tá já o link pra vocês. Vai ser dia 31 de dezembro, aqui em Floripa também. Os próximos de São Paulo, provavelmente a gente vai começar a fazer alguns também em São Paulo, mas eles serão ali talvez ano que vem. Esse próximo agora que a gente vai ser, vai ser 31 do 10 a 1 do 10, se não me engano. 31 ou o primeiro dia 2, acho que acaba o dia 2. Aqui em Florianópolis também. Já tem um link aqui pra vocês, então tá com desconto aqui, ó, por R\$488,00 pra vocês fazerem parte. Eu até comentei isso no grupo de founders hoje, né, que assim, o nosso custo fazendo esse evento, ele gira em torno ali de R\$500.000 a R\$800.000. Se a gente vender 300 ingressos, que é o número máximo que a gente tem de pessoas participando aqui, não dá nem R\$150.000, ou seja, não cobre nem metade do evento. Mas é porque pra nós aqui, a capacidade que a gente tem de criar soluções, que a gente possa investir e depois possa criar novos negócios, vale muito mais do que a gente necessariamente tentar fazer de alguma forma aqui pra se pagar o evento. Então... Galera, falando isso agora, vamos para uma coisa que eu não quero que vocês, quem vai participar no Hackathon ou quem está aqui, errem. Que são definições, que é o conteúdo aqui que eu até pedi para o pessoal botar aqui na live para parar de queimar dinheiro. Porque se você não tiver essas três pesquisas, e eu percebo que até mesmo muitas empresas grandes deixam de fazer isso, você vai ficar perdido, você vai desenvolver o produto errado, você vai comunicar, você vai se posicionar, para a pessoa errada, você vai também não saber em que mercado você está. Então, por isso, são três pesquisas fundamentais que a gente tem que ter em todo o projeto. Inclusive, para as pessoas que estarão aqui no Hackathon, vocês têm que fazer essa pesquisa. Primeiro, alguém aqui, eu quero saber, quem já fez uma pesquisa avançada sobre avatar, sobre perfil ideal do cliente. Digita aqui, só para a gente variar aqui, digita marketing, mkt, só para eu saber quem é marqueteiro aqui. Digita mkt, marketing, mkt. Quem aqui... Quem aqui já fez alguma pesquisa, né? Fez pesquisa de mercado, fez pesquisa de cliente. Digita aqui para mim. Não, tem alguns. Legal. Bom, o que eu vou entregar para vocês aqui hoje, é bom que essas lives são assim. É até bom que demorou mais de uma hora para eu falar isso, porque assim, o que eu vou falar é o ouro do ouro do ouro do ouro do ouro do ouro. Já vendi um milhão em produto com produção. Leandro aqui. Assim, por que ela é o ouro do ouro? Para você ter ideia,

uma parte dessa pesquisa, ela foi extraída de um mastermind de um cara chamado Stephen George. E talvez alguns aí conheçam, mas esse cara é brabo, brabo, brabo, o cara é bom. Todas as pesquisas que eu vou mostrar pra vocês e o formato delas foram feitas por compilação de grandes copywriters, de grandes especialistas em marketing, E eu criei aqui algumas formas de vocês conseguirem fazer isso com o Inhaça também. E eu vou compartilhar esses promos com vocês. E talvez aquilo que tu imaginava que era uma boa pesquisa, você vai perceber que não é nem pesquisa de perto do que você precisa. Onde está o segredo de campanhas que faturam mais de 10 milhões de reais? Cara, essa headline que eu acabei de botar aqui é boa, tá? Onde está o segredo das campanhas que faturam mais de 10 milhões de reais? 80% do trabalho de uma boa campanha que fatura mais de 10 milhões de reais, e essa campanha pode ser a venda de um SaaS, pode ser a venda de um IA, pode ser a venda de um... não importa. Ela está, 80% dela, numa coisa chamada pesquisa. Um bom copywriter, um bom marqueteiro, ele é tão bom quanto a capacidade dele de fazer boas pesquisas. Não está na capacidade dele de escrever, não está na criatividade dele, não está no background dele. A capacidade dele de fazer isso está na pesquisa. Pesquisa. Pesquisa, pesquisa, pesquisa, pesquisa. Daí você vai dizer, ah, então é só perguntar pra pessoa qual que é o nome dela, a região dela, quanto que ela fatura. Bom, você não entendeu o que eu tô falando aqui. E eu vou mostrar pra você entender. Porque pra entender, quando eu falo de pesquisa, eu vou abrir aqui pra vocês algumas delas aqui agora. Eu tô falando de pesquisas que vão no coração, da pessoa, que vão lá no fundo da mente dela. Porque você precisa conhecer o que faz a pessoa não dormir de noite. Você tem que saber o que... A boa pesquisa é aquela que consegue extrair informações sobre a pessoa que nem ela mesmo sabe que possui. Você conseguir extrair desejos, medos, informações que vão permitir com que você consiga desenhar a jornada dela, que vão conseguir desenhar o que ela precisa de uma forma que preenche as lacunas da cabeça dela à medida que você está explicando aquilo que ela quer. Para isso, não tem como fazer isso sem uma boa pesquisa, não tem. E a boa pesquisa não é também só feita com... Não adianta você pegar os prontos que eu tenho aqui, jogar lá, daí pegar e agora pedir para ela escrever uma cópia com base neles. Porque a verdadeira pesquisa precisa ser visceral. Porque ela precisa ser, pelo menos por enquanto, o visceral conversando com o visceral. Como assim? Precisa ser um ser humano atrás dessa pesquisa. Por que ela não precisa ser um ser humano? A gente tá falando de pesquisa, não é dados, não é estatística. Alguém aqui já assistiu aquela série Severance? Ou Ruptura? Deixa eu pegar aqui, vou mostrar aqui as imagens pra vocês verem. Alguém aqui já assistiu essa série aqui? E daí tem uma parte que a pessoa tá no computador, né? Computer, tá lá... Ela tá lá, nessa série, você tá nesse computador e você tem que fazer o seguinte, sem spoilers aqui, né? Você tem que separar alguns trechos de informações e jogar numa caixinha, tá? E como é que eles instruem que você deve fazer isso? Inclusive, uma série boa pra caramba, tá? Fica a minha recomendação aqui. Esse aqui é o primeiro episódio, ó. Ela tá lá e o cara explica pra ela que ela tem

que botar nas caixinhas. Ele diz... Lembra? Qual que é o parâmetro que ela precisa ter aqui pra poder colocar nas caixinhas informações? Eu chego a ficar com a nuca aqui arrepiado quando eu falo isso, porque é o ouro do ouro do ouro que eu tô entregando aqui pra vocês. Falando aqui, o que ela precisa fazer? Quem assistiu? Como é que ela define qual coleção de números ela vai colocar na caixinha? Ninguém sabe. Vou tentar tomar água aqui, se tem alguma coisa. Nenhum comentário ainda. Bom, vou falar então. Ninguém... Tem gente que falou que assistiu aqui, e não lembra como é que é? Aí ó, ela tem que sentir. Ela tem que sentir. Uma intuição, ela tem que sentir. O que que eles falam? Você vai sentir medo, você vai sentir uma ânsia, alguma coisa esquisita, ou você vai sentir um desconforto, e daí você seleciona aqueles números e bota na caixinha. Por que eu estou falando isso para vocês? Porque o meu próprio time cometeu vários erros aqui em algumas pesquisas feitas, porque eles trouxeram os dados mastigados pela IA. E eu falei para eles, não, a gente precisa dos dados estruturados, mas dos dados exatamente como as pessoas estão falando. Porque a forma como vocês vão separar, escutem isso aqui com atenção, tá? A forma como vocês vão separar os dados é através da emoção e isso a IA não tem. Ela pode simular, mas ela não tem. Então a IA vai ser muito boa para fazer análises. Tanto a IA preditiva quanto a IA generativa vai ser muito boa para vários dados. Para dados, por exemplo, demográficos, dados que são basicamente que todo mundo já usou e acha que é isso, pesquisa. Mas a parte de entender o que existe no âmago do ser humano ali precisa de outro ser humano analisando. Então você tem que fazer com que a IA consiga trazer para vocês uma coletânea disso, para daí vocês conseguirem avançar nessa pesquisa. Então, o que você precisa quando você vai fazer uma pesquisa dessa aqui? Aqui eu vou mostrar um deles, um dessas pesquisas para vocês entenderem a dimensão que é fazer uma boa pesquisa. Deixa eu compartilhar a tela de novo aqui para vocês. Então aqui tá uma delas, tá? Uma pesquisa de cópia aqui, por exemplo. Você tem aqui, olha. Olha quantas páginas tem, pessoal. 26 páginas de pesquisa. Isso aqui é uma pesquisa antes de começar a pensar em qualquer coisa. Ou seja, você não sai por aí fazendo, criando do nada, porque deu a louca. Se você não fizer o trabalho que faz com que as pessoas tenham um extremo resultado, não tô dizendo também que é assim ó, você vai ficar só fazendo pesquisa, pesquisa, pesquisa e vai sair e vai conseguir ter um sucesso tremendo. Porque você tem que interagir constantemente e reafinar constantemente qualquer coisa que você tá começando a fazer. Só que se você não tiver O básico disso, eu tô trazendo outro aqui pra vocês, ó. Esse aqui tem 23 páginas. Esse aqui é um projeto Camilla Zen. Talvez alguns de vocês conheçam Camilla Zen. Camilla Zen é uma amiga querida minha que eu tenho, ela é o Rui. Eu fiz um projeto com eles em 2020, né, no meio da pandemia, no comecinho da pandemia, eu lancei eles como alguém, né, de como estrategista. E se chamava, se não me engano, era Vida Ativa Online. Então eles queriam fazer alguma coisa para exercícios com yoga na internet. Só que a Camila já fazia alguns vídeos de comunicação, como mãe e tal. O Rui comentou ela de fazer vídeos onde ela explica um pouquinho das histórias da Índia,

que eles viveram lá na China e tal. E essas histórias tinham um poder viral maior. E o que eu notei? Alon, que pesquisa tu fez aqui na Camilla Zen? Por que aqui? Para definição de nome, definição de ícones que iam ser usados, definição... tem todo o brain de book aqui que foi criado da Camilla Zen. Então, como é que eu fiz toda essa pesquisa, todo esse trabalho aqui de posicionamento? Lembra que eu falei sobre posicionamento? Eu peguei os primeiros vídeos lá do canal dela, os mais antigos aqui, eu peguei esses vídeos todos aqui. Sabe o que eu fiz? Na época não tinha IA, Mas mesmo se tivesse I.A. Mesmo com o I.A. Sabe o que eu faço? Eu paro, eu venho e eu leio todos os comentários. Cem por cento. Nossa aula, mas por que tu faz isso? Porque eu preciso que o meu inconsciente, que é uma máquina com um poder computacional muito maior do que qualquer I.A., comece a entender De forma empática, como a Claudia falou aqui, né? Empatia, sim. Empatia. Tu precisa de forma... Trabalhar tua empatia pra conseguir se colocar no calçado, né? Se colocar na posição dessas pessoas e entender o que elas precisam. O que eu entendi, lendo todos os comentários, fazendo várias notações, fazendo essa pesquisa que tá aqui, ó, Camila Zem, completa. Olha só, tem 23 páginas de pesquisa aqui. O que que tem aqui? Não é só fazer a pesquisa de perguntar aqui, beleza, tem a idade, a média da idade, tem... Isso aqui é o básico, isso aqui todo mundo faz. Mas é fazer análise... São várias análises que são feitas, tá? São várias análises aqui, ó. E leitura total. Por quê? Porque lendo os comentários, eu entendi, ó, amor e luz pra você, sempre bom, os... As pessoas aqui queriam se conectar com alguém que representasse um arquétipo. Teve alguém que falou sobre arquétipo. Aqui eu vou falar um pouquinho sobre arquétipos. Queriam... Você prestou sua esquina para o Zé Delivery? Não entendi. Mas queriam um arquétipo. Queriam um arquétipo da mãe, da cuidadora. Então, até mesmo as roupas para usar nos vídeos, a gente vai então decidir com base nisso. As pessoas, em vez de usar roupas que são normalmente as roupas mais voltadas para fazer yoga, são roupas que mamãe usaria fazendo yoga. A Camila, por exemplo, ela foi uma modelo a vida toda dela. Então, ela era uma modelo internacional. Mas agora a gente precisava entender até as cores que seriam usadas para representar essa mãe, ou seja, cores mais neutras, mais do dia a dia. Eu falei para ela, né, não precisa, por exemplo, se preparar para fazer um vídeo, porque uma mãe não tem tempo para se preparar para as coisas, porque a mãe está o tempo todo trabalhando, cuidando da criança. Então assim, pode fazer as lives com o cabelo revirado mesmo, pode fazer do jeito que der, faz, que as pessoas vão se conectar mais. Mas de onde vem essa sensibilidade? Ela vem de compreender através da pesquisa. Então é onde as pessoas erram muito. Porque você faz, as pessoas pegam e acham que vão criar uma solução, Mas a IA consegue chegar próximo dessa pesquisa? A IA consegue fazer o trabalho que eu demorava duas, três semanas, hoje eu consigo fazer em um dia. Ah, mas tu não lê mais os comentários? Leio, só que agora a IA pode vir aqui em todos os vídeos do YouTube, extrair os vídeos que carregam mais valor sentimental ou conexão com o que é a minha tese, e ao invés de eu ler todos os comentários que são comentários, por exemplo, ah, que vídeo legal, muito bom, não. A IA pode pegar, por exemplo,

todos os comentários que carregam algum tipo de conexão emocional. Então a IA vai trazer pra mim tudo, todas as emoções. Eu vou decidir quais emoções e como eu vou interpretar elas. Mas a IA vai entrar em todos os vídeos do YouTube e vai trazer todos os comentários que carregam algum valor emocional. Eu vou mostrar pra vocês aqui também, uma outra pesquisa que tem isso. Ou seja, a partir disso, eu consigo ter uma extração de informação muito mais relevante, porque daí me facilita aquilo que eu, humano, tenho que fazer. Lembra que a gente estava falando sobre isso? A gente estava falando o seguinte, temos que colocar a AI para fazer aquilo que é dela, para que nós, humanos, façamos o que é cabido a nós. O que é cabido a nós? Empatia é uma das coisas. Por isso que eu falei que o visceral precisa se comunicar com o visceral, ou seja, você tem que sentir, você tem que entender aquelas coisas que você sente, cara, isso aqui tem alguma coisa aqui que eu preciso ir mais atrás, como é no Severance, na ruptura, e você pode daí ter a IA te ajudando a entender as coisas. O Zé tá no escuro aí, o que aconteceu aí, Zé? Desligaram a luz do escritório? Sim, tem alguém gravando aqui aí, desliguei. Não, tranquilo. Mas eu tô aqui por aqui, se quiser participar. Eu vou tocar aqui e qualquer coisa eu te chamo aí. Beleza. Deixa eu compartilhar com vocês. Estão conseguindo entender, pessoal? Tipo assim, eu tô indo num certo meta-pensamento. Eu poderia simplesmente chegar aqui e mostrar pra vocês os prompts. Gente, esses aqui são os prompts de pesquisa. Pega aí, sabe? mas não teria um valor que pode ter se eu mostrar para vocês o porquê existe por trás disso. Eu não gosto de chegar para vocês e simplesmente entregar um promptzinho, entregar uma receita de bolo, porque receita de bolo não funciona. Receita de bolo, no máximo, é fazer com que você chegue na área de utilidade. Você vai lá e faz aquele bolozinho mais ou menos. Eu quero que vocês entendam o porquê. O que acontece atrás das campanhas de mais de 10 milhões de reais? Beleza, deixa eu mostrar pra vocês aqui agora outra pesquisa. Essa pesquisa vai ser bem interessante aqui, tá em outra conta minha aqui, deixa eu abrir ela aqui pra vocês. Eu ia abrir a que eu tinha separado aqui, mas eu vou abrir realmente a pesquisa que a gente fez na época, porque lá tem algumas informações a mais que eu quero mostrar aqui pra vocês. que é o que? Uma pesquisa minuciosa para que você olhe cada detalhezinho das coisas. E como é que você vai fazer isso? Uma delas, e talvez alguns não vão gostar disso, mas é importante, uma das formas de você obter muita informação relevante é você Entrevistar. Entrevistar. Como assim, Allan? Você fazer algo que é também seu. Humano. Você fazer uma... Pode ser uma ligação. O que a gente tá fazendo aqui, né? Faz um Zoom com a pessoa, um Meet com a pessoa. Grava esse Meet. E por que que é importante isso? Porque você, ainda mais com o IA, você consegue pegar nuances do que foi falado de uma maneira incrível. Posso fazer isso com vocês aqui, que eu tenho algumas entrevistas que eu fiz. Eu posso extrair com o IA aqui ao vivo, em tempo real, para vocês verem como é que a gente consegue extrair insights incríveis hoje com o IA. Então tá maravilhoso, tá muito melhor. Antigamente, como é que eu fazia? Eu fazia uma entrevista, eu ou alguém da minha equipe, e depois disso, passava por dois, três copywriters, escutavam toda a

entrevista, e daí pegavam e extraíam as informações que eram relevantes daquela entrevista com a pessoa. A entrevista não é entrevista de emprego, gente. Não é aquela coisa que você vai perguntar, como é que você acorda? O que você sente? E como é que foi tal coisa? Tem pessoas que eu aprendi ao longo do tempo que são os melhores entrevistadores para diagnóstico e extração de problemas. Alguém chuta aqui quem são essas pessoas? Chutem alguma coisa aqui. Só para mostrar para vocês quem vocês têm que entender. Uma pessoa que... A melhor forma de vocês aprenderem habilidades muito rapidamente é através da modelagem. E eu vou dizer para vocês qual profissional que vocês devem modelar agora. para conseguir fazer essas entrevistas. Porque todos vocês já passaram em algum momento por esse profissional. Olha, eu estou dando a dica aqui. Em algum momento da vida de vocês, vocês com certeza já passaram por esse profissional. Quem que é? Não é vendedor. O pessoal falou vendedor, não é vendedor. Psicólogo, também não. Vamos lá. Médico, aqui ó, é o médico. Opa, carinha do Detran. Fiquei errado aqui. Um médico, vou botar o primeiro. Opa, vocês estão comentando e daí tá sumindo os comentários aqui ó. Consegui, Rafa. Não, mas o primeiro foi outra pessoa que digitou, mas tudo bem. É o médico. Todos vocês já passaram por um médico. O médico é de longe a pessoa que melhor consegue extrair isso. Porque pensa o seguinte, o médico chega lá e... Como é que tu confia no médico? Tu confia no médico porque ele... Se ele conseguir chegar na conclusão daquilo que tá acontecendo de forma rápida, concorda comigo? Por exemplo, eu chego lá. Daí eu falo assim, tô com uma dor na minha costela esquerda, não sei bem onde é que é. Daí ele fala assim, dói quando levanta mais? Quando tu levanta o braço direito dói um pouco mais? Daí eu levanto o braço direito. É verdade! Dói mais. E daí ele fala assim. Respira bem fundo. E agora aperta o teu diafragma bem no meio. Dá duas apertadinhas assim. Tu sentiu um alívio? Como é que tu sabe? Nossa! Na hora sentiu alívio. E quando tu tá dormindo e tu vira pra direita. Dói um pouco mais quando tu vira pra esquerda. Sim, exatamente isso, exatamente isso. Bom, então eu já sei, tu tá com tal situação aqui, eu preciso que tu passe dois dias tomando esse medicamento aqui, porque tu tá com início de alguma coisa, pneumonia, sei lá, pum, e tu... Como é que ele conseguiu tudo o que ele falou? Eu fiz aqui agora e era aquilo que eu precisava e tal. E como é que é a conversa com ele? A conversa com o médico, ela vai sendo essa anamnese, ela vai acontecendo de uma forma que é natural. Anamnésia. Essa anamnésia, esse processo, ele vai acontecendo de uma forma que é natural. Ou seja, não é você chegar Você não tem que ser o censo do IBGE. Você vai chegar à pessoa, quantos filhos você tem? Você tem filhos? Você é casado? Quanto tempo você está casado? Onde é que você mora? Quanto você fatura? Qual é a sua profissão? Se você tivesse que escolher entre um curso de IA e um curso para ser marceneiro, você prefere qual? Legal. E o que você sente que poderia melhorar na sua vida? Tipo, cara, uma porcaria. Uma porcaria. A pessoa vai se sentir que está... Tem que parecer que você está querendo... Entender sobre ela. Então, as melhores anamneses, elas são conversas naturais que você vai desenvolvendo, isso é uma habilidade que você vai

desenvolvendo, de saber fazer as perguntas certas, mas com um contexto adequado. E daí eu vou trazer pra vocês uma dessas pesquisas aqui que a gente tem, que foi feita do Mente Lendária. O Mente Lendária é um curso que hoje a gente nem tá vendendo mais, né? Deixa eu ver se tem site aqui pra vocês verem. .com porque ele acabou sendo um dos cursos que a gente tem dentro da comunidade. Mas para poder vender esse curso aqui, por exemplo, que a gente tinha lá sobre como desenvolver um segundo cérebro com o IA e tal, a gente teve que fazer uma pesquisa também depois para poder entender melhor sobre isso. Essa pesquisa aqui foi feita por uma copywriter muito boa chamada Juliana. A Juliana é uma das poucas cooperativas que entendem muito sobre pesquisa. E vocês vão ver aqui a qualidade da pesquisa agora e vocês vão entender um pouquinho mais. Por exemplo, gosto pessoal. E como é que a Ju fez essa pesquisa? Eu, Allan, dei de presente para as primeiras 20 pessoas que entraram nesse curso uma conversa comigo de 20 minutos. E daí a condição era, eu quero gravar essa conversa e eu quero poder deixar ela disponível para o meu time para a gente possa melhorar o nosso produto e que a gente possa melhorar toda a nossa comunicação. E daí a partir dessas 20 entrevistas que eu fiz, porque assim, para a pessoa ela ganhou uma certa mentoria, consultoria, né, porque eu ia, inclusive eu ia fazendo perguntas, eu ia indicando coisas para ela, mas eu fiz uma anamnese com todas essas pessoas de uma maneira que mais parecia uma mentoria do que uma anamnese. E dessa aqui, olha só o que a gente conseguiu. Aqui são essas frases que a gente busca quando você vai fazer uma boa pesquisa. Por que eles têm curiosidade? Pelo que são apaixonados? Porque sou fascinado por IA. Futuro, mentalidade, auto-conhecimento, produtividade, viver da vida de forma autêntica, verdadeira, com significado. Quem é que deixou isso aqui? Quem é que escolheu? Na época, a gente estava com... Quando a gente fez isso aqui, olha quando é que foi. Foi ali em 23. Tinha recém-lançado o GPT-4. A gente chegou a fazer isso com IA na época. Tinha ficado legalzinho, mas não tinha ficado tão bom. Então quem fez isso aqui? Quem selecionou as frases que a IA trouxe foi a Ju, e quem botou em Negrito foi a Ju. Ou seja, ela decidiu aqui, entendendo já há mais de oito anos que ela já trabalhava com isso, qual que era o que realmente fazia sentido pra que pudesse ser usado depois como marketing. Eu sempre quis ter um Jarvis. Eu achava que isso era bem longe de acontecer na época do primeiro filme, mas agora é totalmente possível criar. Que época incrível estamos vivendo. Olha aqui, ó. Sempre quis ter um Jarvis. E ela sempre me despertou curiosidade. Fiquei encantado com as possibilidades. O Nindo Obsidian, coitadinho artificial. Fiquei fascinado com o Segundo Cérebro e suas possibilidades. Fiquei fascinado com o Segundo Cérebro e suas possibilidades de poder ter com ele. Tá aqui, ó. Todas as principais aqui. E depois, extraído aqui, quais são as palavras que essas pessoas costumam falar mais frequentemente para a gente poder também usar na comunicação? O que mais tem aqui? A opinião deles. Como é que eles enxergam? Eu me considero bem esquecido, algumas vezes perco o foco. Então, se eu falar para as pessoas que através de um segundo cérebro, através de uma mente lendária, se ela tem TDAH ou se ela tem

uma capacidade de concentração que às vezes é limitada ou ela tem uma dificuldade, Eu já sei que isso é uma coisa que a maioria das pessoas falava. Organizando minhas ideias, perdidas e desconectadas devido ao TDAH. Tenho potencial para fazer muitas coisas massas. Sempre fui muito criativo, mas perdendo o avanço da doença consumo e coisas sem futuro. Organizar meu conhecimento. Tenho uma mente um pouco caótica. Sou uma pessoa meio esquecida. E eu percebi que a maioria das pessoas que se conectaram com esse produto tinham isso em comum. Mas aqui também tem uma coisa muito importante, tá? para vocês entenderem. Existe o cliente ideal e existe o cliente atual. E vocês precisam saber que essas duas pesquisas são diferentes. É que se você, erroneamente, como a maioria das empresas, utilizar o perfil do cliente atual no lugar do cliente do perfil ideal, ou seja, eu faço uma pesquisa de todos os clientes atuais e eu identifico um perfil, que é o perfil do cliente atual. E daí eu começo a fazer anúncios e marketing para esse cliente. você vai provavelmente, desculpa a palavra, se ferrar. Eu ia falar outro, mas eu tô tentando me educar mais. Tô tentando ser mais educado, porque assim, um dia meu filho vai começar a assistir minhas lives também, vocês que assistem minhas lives aí, eu quero tentar ser um pouco mais educado. Então, botem na cabeça de vocês outra palavra mais forte aí, mas vamos ficar em se ferrar. Porque é onde eu vou me ferrar se eu pegar e fazer marketing para o meu público atual. Porque não necessariamente o teu público atual vai ser quem vai te colocar dinheiro no bolso. quem vai validar o teu produto, aquele que vai conseguir escalar, ter um bom LTV, vai comprar os próximos produtos. Por exemplo, tem pessoas, talvez estão aqui na live, que já compraram todos, literalmente todos os produtos da Academia Lendária. Tem pessoas que já compraram, entraram na comunidade, daí comprou... tinha comprado o Mint Lendária, daí comprou o acesso à comunidade, depois comprou a formação, depois comprou... Agora, o founder Zendaris, para poder estar criando negócios com a gente, comprou o Hackathon, comprou tudo. Mas por que essa pessoa comprou tudo? Porque eu entendi, quando eu criei esse novo negócio, a academia, eu já tinha esse conhecimento. E eu sabia já que não é o meu cliente atual, não é necessariamente o meu cliente ideal. Vou dar um exemplo para vocês. Quando eu comecei a falar sobre IA, foi na época que eu estava lendo papers, na época que eu estava estudando, estava criando coisas com Python. Então, o meu vocabulário de IA era muito técnico. E daí meu vocabulário técnico atraía pessoas que eram muito técnicas, que eram desenvolvedores. Eles entravam nos meus cursos e me enchiam o saco, porque eles queriam coisas mais avançadas do que eu estava botando ali. Só que eu não queria botar coisa mais avançada, até porque meu conhecimento de IA não é super avançado. Eu não tenho conhecimento de Machine Learning, eu nem me considero um desenvolvedor. Eu me considero um cara extremamente curioso. Então, o que acontece? Eu comecei a perceber que eu estava começando a criar conteúdos mais técnicos para eles. Por exemplo, o pessoal nem sabia direito o que era engenharia de prompt, mas muitos deles estavam pedindo para que eu explicasse como eu fazia finetuning. E o que eu percebi? Eles falaram, faz uma live,

Alan, faz um conteúdo sobre finetuning. Eu fiz um conteúdo sobre finetuning no Instagram. Só moscas, né? Tipo, ninguém. Daí eu dei uma aula sobre finetuning ao vivo para os alunos, tipo, meia dúzia veio. Por quê? Porque era muito avançado na época, né? Isso ainda é avançado, muitas pessoas não sabem como fazer e tal, nem sabem o que é. Não se preocupem, porque eu não vou falar sobre o que é isso. Mas eu percebi o quê? Meu ICP... Tá errado, tá desenhado errado. Tipo, eu não vou ficar falando mais pra esse público aqui, que é o meu público atual. Eu vou começar a falar com pessoas que não são tão técnicas, mas que querem criar com o IA. Porque daí eu vou pegar pessoas extremamente criativas, como o Zé Taquita de Prova, né, aqui o Zé, que é um cara que nessa época ele entrou. Então tá aqui o meu ICP. Inclusive o Zé tá desenhado aqui com o ICP. Deixa eu até pegar aqui, ó. Uma das formas que eu gosto de desenhar o ICP é em ferramentas como o Miro, ou uma ferramenta visual. E teve uma reunião que eu fiz com a minha equipe, porque assim, 90% da minha equipe são ex-alunos, ou alunos atuais. E eu peguei, jameei algumas pessoas do meu time e perguntei, tá, por que tu comprou? Mas o que eu estava querendo? Eu fui entrevistando eles ao vivo lá. Eu tenho um monte de técnicas de extração de ECP. Mas eu peguei e fui fazendo manual, criando do zero mesmo ali, de forma manual, esse desenho do ECP com eles. Está aqui a fotinha do José. Deixa eu pegar aqui no Miro. Deixa eu mostrar aqui para vocês. Compartilhe a minha tela. Então tá aqui, ó. Aqui, né, todos os desenhos que a gente faz aqui de funil, de coisa assim. E aqui tá o... eu fui desenhando aqui, ó. Personas ICP. A Fran também, a Fran é outra também, que é o nosso time aqui, tá ali nos comentários, que é aluna. Então, assim, o Thiago, eu tava conversando com ele hoje de manhã. Eu entendi que, cara, eu tenho esse aqui, ó, que são os profissionais que trabalham com o IA e querem acelerar o resultado. E esse tipo 1 aqui me incomodava bastante, porque são pessoas mais... Lisboa, o Bruno, essa galera aqui era mais exigente, queria coisa mais avançada e tinha vários outros. Esse perfil 2 aqui é um empreendedor que quer criar negócios com o IA. Então é uma pessoa que não necessariamente é empreendedora. Ela é uma pessoa que... Por exemplo, o Zé, ele trabalhava para a Rede Globo. Ele não era empreendedor, mas ele queria empreender. Então, empreendedores que querem criar um negócio com IA. O que eles estão buscando? Surfar e dinheiro. Querem surfar esse negócio. Cara, já vi outras oportunidades que aconteceram. Eu não quero perder essa da IA. Eu quero surfar essa oportunidade e dinheiro. O que são os sentimentos que essa pessoa tem? Inveja de ver outra pessoa que ganhou muito dinheiro com outra coisa. Não estou dizendo que o Zé é invejoso. Estou dizendo que são sentimentos que existem nesse meio. O fomo, o medo de perder, nossa, fear of missing out, medo de perder essa oportunidade. E a ganância no sentido de, cara, eu posso ganhar muito dinheiro, eu posso fazer um negócio que vai ser massa pra caramba. Quais são as frases mentais dessa pessoa? Tipo, puta que pariu, agora eu vou ficar rico. Nossa, olha só isso aqui. Então, em algum momento ela tem que bater, se ela não bateu essa coisa na cabeça da pessoa, ela não tá pronta, ela não é o ICP, entendeu? Ela é um potencial, mas o ICP tem que passar pela cabeça

dele, agora que eu vou ficar rico, cara, agora que eu vou fazer meu negócio acontecer, agora que eu vou criar isso. Quais são as frases? E não são frases que a pessoa fala, são frases que nem ela, e por isso que é sutil, e por isso que pouca gente consegue fazer boas pesquisas, são frases que nem ela sabe que estão na cabeça dela. Já perdi minhas chances no passado, agora é minha vez. Por onde eu começo? Alguém tem? Só pra eu saber aqui. Não se preocupe que aqui não é uma live de vendas, gente, porque as vezes o pessoal vai dizer que, né, ah não, eu não to fazendo isso porque ele vai vender alguma coisa no final, eu não vou vender nada no final. Mas quem já se identifica com essa, já conseguiu perceber que essa frase já apareceu na tua cabeça? Já perdi minha chance no passado, agora é minha vez. Por onde eu começo? Por onde eu começo nisso aí? Teve alguém aqui? Digita eu, só pra eu saber. Qual que é o inception que a gente tem que fazer na cabeça dessa pessoa? Para esse, entendeu? Cara, o valor está alto aqui da entrega para vocês, tá? Se vocês realmente aplicarem isso aqui, vocês vão ter resultados gigantes. Qual que é o inception? Alguém já viu aquele filme Inception? Eu não sei qual que é o nome em português. Inception, do Leonardo DiCaprio. A origem. Então, se vocês já assistiram esse filme aqui, vocês sabem do que eu estou falando. Que é o que? O que eu preciso botar dentro da cabeça dessa pessoa sem ela perceber? Porque, lembra qual que é a ideia do filme? Esse filme é de 2010, se tu não viu, tu vai tomar spoiler na cabeça agora. Eles precisam botar uma ideia na cabeça de um filho de um cara muito rico de que ele não quer continuar o negócio do pai dele. Ou seja, Precisa parecer que aquele cara teve a ideia. Então, gente, vender não é sobre tu convencer alguém. Olha isso, tá? Vender não é sobre convencimento. Vender é sobre tu fazer com que a pessoa se convença. Olha o que eu tô falando aqui, é forte. Não é sobre você convencer... Venda não é sobre convencer alguém. Venda é sobre fazer com que a pessoa se convença que ela tem que comprar. Então, eu sempre falo que quando a gente vai vender algo para alguém, a gente tem que fazer um inception. Por que é um inception? Porque você tem que pegar aquilo que é, você não cria emoção, você consegue articular as emoções, você consegue pegar Como se fosse um avatar, você consegue dobrar o ar, você consegue dobrar a terra. Alguém já viu aquele Aang do Avatar? Então você consegue, um bom marqueteiro, ele é capaz de dobrar as emoções que estão acontecendo no mundo, a volta dele. Então, você precisa pegar as emoções dessa pessoa, que ela já tem, você não consegue botar emoções novas nela. Essas emoções já existem. Então você tem que pegar essas emoções que já existem e canalizar essas emoções para o inception que você vai fazer. Por exemplo, nesse filme, né? Novamente. Cara, filme antigo, eu vou dar spoilers. O cara que eles vão fazer o Inception, ele nunca teve uma relação muito boa com o pai dele. O pai dele sempre achou ele meio merda. E na cabeça dele ele falou assim, é filho da puta, eu vou mostrar agora que o pai dele morreu, vou mostrar que eu sou o cara, eu vou fazer um império com essa merda aqui. Ou seja, ele queria se provar criando um império sobre aquilo, ao invés de seguir o sonho dele, as coisas que ele queria fazer. Qual foi o Inception que eles botaram na cabeça do cara? Cara, tu tem que seguir o

teu caminho. Por quê? Porque senão ia ser um negócio que o cara era alguma coisa de energia e tal, ia ser uma coisa que pro mundo ia ser muito ruim. Então eles tiveram que entrar no sonho do cara e através do sonho fazer essa inserção de uma ideia de que, cara, quer saber? Eu vou fazer o meu próprio negócio. Então quando você vai fazer, quando você quer que as pessoas comprem o seu produto, Você tem que fazer com que elas se convençam, através de uma emoção que elas já têm, de que aquilo é o que elas precisam para poder obter o que elas querem. E daí, qual que é o inception que eu preciso fazer na cabeça de alguém na época em que eu revendi a formação? Eu precisava fazer o inception de que criar agentes é o que vai encher a minha conta de dinheiro. Esse é o Inception. Como é que eu faço isso, Alan? Através do canal do Instagram e do YouTube, que é onde essa pessoa costuma estar por conta da idade dela, por conta do que ela tá consumindo. Então, ela precisa... Eu preciso mostrar pra ela... Vou dar um exemplo pra vocês. Por que que tu tá dando tua BMW, Alan? Por que que tu tá fazendo isso aqui, né? Uma BMW na... Agora vocês vão começar a entender as coisas como acontecem, porque não tudo que eu faço, mas boa parte das coisas que eu faço, elas existem um motivo de Inception por trás. Quando eu pego e mostro pra vocês aqui na live. Uma chave dessa aqui, ó. Né? De uma BMW. Uma BMW 330. Mostro pra vocês aqui o manual dela novinho aqui. O que que eu... E eu mostro que eu vou dar pra um aluno. O que que eu tô dizendo? Cara, se eu for aluno desse cara, pode ser que eu ganhe uma BMW. Então, esse é o Inception. Se eu for num Hackathon com o Allan, pode ser que eu ganhe uma BMW. Quando eu mostro para vocês alunos ganhando os cheques que a gente investe, quem pensa? Cara, se eu for um aluno e se eu estiver no Hack, se eu criar alguma coisa, eu posso ganhar um cheque. E isso vai gerar um desejo em vocês. E isso gera o desejo de quê? Cara, eu quero estar lá. Então, eu estou gerando um inception. Por isso que tem um vídeo no Instagram, tem vídeo no YouTube e tal. Porque é sobre esses inceptions que não precisa ser Um só Inception tem... Ah não, mas como é que o pessoal consegue vender um produto? Tem um cara que eu conheci, um tempo atrás, que ele falava assim... Esse cara, ele tinha muita clareza do que ele fazia, né? Porque as pessoas muitas vezes não tem clareza do que elas fazem. O cara perguntou pra ele no Mastermind que eu tava lá. O que que tu faz? Eu vendo produtos que as pessoas não sabiam que queriam quando elas acordaram. Eu vendo produtos que as pessoas não sabiam que queriam quando acordavam. O que ele fazia? Ele tinha vários canais de anúncios de produtos com VSL, que é uma forma de VSL, é Video Sales Letter, ou seja, é um vídeo, vocês devem ter assistido já, que normalmente é tudo preto, com só palavras, ou tem até pessoas falando, mas tem as coisas escritas e tal. O original é tudo preto, com palavras em branco e vermelho. E ele conseguia fazer essa transição sobre a pessoa inconsciente, até ela estiver consciente sobre o que ela quer comprar, num vídeo de 30 minutos, 40 minutos, 1 hora. Isso é uma forma de fazer, e por isso que as pessoas não criam boas VCLs, não criam coisas que elas não entendem. Elas vão lá e copiam uma fórmula do Stephan George, copiam uma fórmula de um copywriter lá. Gente, se você não entendeu o

que eu estou falando aqui, o que eu estou falando aqui é o fundamental para você ter sucesso com isso que eu estou dizendo. Eu poderia ter passado o prompt já para vocês e vai lá, copia o prompt, beleza. Ah, eu não tive resultado. Cara, nunca será sobre a AI, nunca será sobre o prompt. Será sempre sobre o que está por trás, em tudo. Não é sobre marketing, não é sobre IA, não é sobre nunca, é sobre humanos. Não é sobre a ferramenta manus, é sobre nós, seres humanos. Então, quando você entende isso, daí você vai começar a fazer esse trabalho, que é 80% do que vai gerar resultados, que eu tô falando aqui da pesquisa, pra fazer coisas como isso aqui que eu tô mostrando pra vocês. Olha só o que eu fiz aqui. Eu perguntei, Zé, por que, cara? Cara, ó, por que que ele comprou? Basamento, profundidade do assunto, como é que ele se conectou? No Viih Turbo, ele viu lá o meu podcast que eu fiz lá. Conhecimento suficiente para amortizar a cunha, fazer disso. Nível de consciência, ele tinha comprado a Adapta antes. O Jerônimo aqui também. Cara, tá tudo aqui. Depois, qual que é o outro perfil? Que esses são os perfis ideais? Porque tem o 4 aqui, que eu descobri. E o 1 e o 4 são os perfis que eu não queria vender. Tá vendo o que eu fiz? Eu desenhei o primeiro, pesquisa do perfil atual. E eu entendi daí para quem eu não queria vender. Eu adoro essas pessoas que estão aqui. Está aqui o Igor, que estava ali atrás, agora há pouco, com o Zé, o Diego, a Alice, Renan. Essas pessoas aqui, todas trabalhando comigo aqui, eu adoro elas. Mas por que eu não queria vender para elas, nem para o 4, nem para o 1? Porque aqui no 1 ia me dar muito trabalho. Eu ia ter que ficar criando um monte de conteúdo, um monte de conteúdo técnico, avançado, que poucas pessoas iam assistir. Eram pessoas que, tipo assim, são mais exigentes porque elas têm um background de desenvolvimento e daí elas querem aplicar de uma forma mais profunda, com um monte de API, não sei o que lá e tal. E se eu pegar e ensinar para empreendedores como criar um agente, por exemplo, eles já vão ficar felizes, já vão conseguir ganhar dinheiro, já vão gerar valor e estão felizes. Então, uma coisa para mim, Allan, que o ICP tem que ter, ele não tem que me dar dor de cabeça. Se um cliente começa a me dar dor de cabeça, provavelmente ele não está dentro do ICP. Às vezes, sim, algum erro no produto, alguma coisa assim, mas normalmente, gente, aquele cliente está dando dor de cabeça para ti, ele é excelente para te melhorar o produto, mas ele provavelmente não é o melhor pessoa para o produto. No começo, olha, e aqui está um insight para vocês, tá? Agora, falando de análise comportamental. Tu quer ter um cliente que vai refinar o teu produto? Tu pega essa pessoa aqui, inclusive o próprio Lisboa, ele entra exatamente nesse ponto aqui. Tipo 1 do Enagrama. Ou 6. Tipo 1 ou 6 do Enagrama. Tu quer alguém pra te ajudar a refinar o teu produto? Pega alguém do tipo 1 ou 6 do Enagrama. Por que, Alan? Porque esse tipo de personalidade aqui, do tipo 1 ou 6, 1 é o perfeccionista, 6 é o desconfiado. São pessoas que vão te encher o saco. Sabe aquele cliente chato? É esse aqui. Outra coisa interessante também, para melhorar o produto é bom, e tem outro ponto também. O tipo 1 ou 6 do Enneagrama são os clientes que eu já fiz aqui vários testes, várias análises, em vários produtos diferentes. Eles são os clientes mais fiéis, porque eles são tão chatos, mas tão chatos.

Gente, minha esposa é tipo o seis do Enagrama, tô chamando ela de chata aqui ao vivo, mas ela é uma pessoa exigente. O seis é o crítico, é a pessoa que é desconfiada de tudo. O um é o perfeccionista, tudo tem que estar perfeito. Então, é interessante o tipo 1 ou 6 para poder trabalhar o teu produto e melhorar ele, ou se você quer ter um LTV alto, mas você precisa impressionar essa pessoa, entregar o que ela precisa, ele é tão chato que ele não vai querer trocar, porque se ele gostar do que você tem, ele vai ficar contigo durante 10 anos. LTV garantido. Agora, eu queria, se você quer, só que esse cara aqui, ele exige muito argumentação de venda para te fazer a venda para ele. E ele pega muito rápido as nuances de coisas que tu falou que não batem. Principalmente o 6. Agora, tu quer vender fácil? Quer vender bem facilzinho? 3, 7 e 8 da Enagrama. Cara, esses são muito fáceis de vender. Muito fácil. O 2 também é bem fácil. Mas esses aqui, o 3, o 7 e o 8 são muito fáceis de vender. E normalmente tem um perfil um pouco mais empreendedor também. Só que... principalmente o 7, principalmente o 7 aqui, ele é um macaquinho pulando de galho em galho. Então, ele provavelmente não vai ser uma pessoa que vai ter um LTV gigantesco com o teu produto e tal. A não ser que você se apaixone e tal, e tu consiga gerar, por exemplo, José, tu se não me engano é 7 do Enagrama, né? Sou 7W9. Então assim, o que faz o Zé? O Zé, se eu botar ele para fazer só uma coisa aqui na empresa, Cara, ele não vai gostar. O Zé gosta disso aqui, tipo assim, vai ter o hackatão, daí eu vou criar outra coisa. Daí tem um aluno lá, vou criar um negócio pros alunos. Então, o Zé tá aqui, pode ver. E ele tá aqui dentro do perfil desse cara aqui. Qual que é o outro que eu gosto de vender? Eu gosto de vender também pra esse perfil aqui, pra esse CP, porque esse CP eu tô dentro dele. Empresários e gestores que querem aplicar e anunciar o negócio. O que ele tá buscando? Ele está buscando perpetuidade com segurança. Qual o sentimento que esse empresário tem? Preguiça e segurança. No meu caso, eu não estou buscando segurança, é preguiça mesmo. Tipo assim, eu quero poder ter um negócio que eu não preciso estar o tempo todo fazendo tudo, que eu tenho que estar olhando para tudo que é lado. O meu sentimento aqui, que mais mexe comigo aqui, é preguiça. Quero menos dor de cabeça com o funcionário. É muito difícil achar gente boa. Só eu sei fazer, sobra tudo para mim no final. Isso aqui são coisas que aparecem na cabeça do empresário. São coisas que aparecem na cabeça do empresário. Outras coisas aqui. Eu quero ver o meu filho crescer. Eu quero ter tempo para ver o meu filho crescer. Eu quero ter tempo sem perder o controle que eu tenho da empresa. Eu quero poder tirar férias sem ficar apagando insígnios no WhatsApp. Então essas são frases mentais que eu percebi nos empresários que eu queria vender. E daí tem aqui, Inception. Qual é o Inception que eu tenho que fazer na cabeça deles? E A é a chave para sair da gaiola de ouro. Esse é o inception que eu tenho que fazer, e sou eu, eu sou esse avatar, né? E A é a chave para sair da galera de ouro. E tá aqui vários empresários que entraram comigo aqui no projeto. E aqui as outras pessoas também, com o mesmo perfil ali, do ICP do José. Então eu entendi que pra mim, eu queria trabalhar... Esse pra mim aqui é o ICP, entendeu? Esse aqui... Esses outros dois, o 1 e o 4, era meu cliente atual, mas não era quem eu queria fazer

todo o meu mecanismo de venda para eles. Ah, o que eu faço com essa informação daí? Uma vez que você tiver essa informação, todas as suas ações de marketing vão ser para essas pessoas. Por exemplo, com quem eu me comunico quando eu mostro, vamos ver se vocês vão acertar. Com o que eu me comunico quando eu mostro uma BMW que eu vou dar ela no Hackathon? Com o tipo 2 ou tipo 3? Digitem aqui. Tipo 2 ou tipo 3? Quando eu vou dar uma BMW no Hackathon, com o que eu me comunico? Tipo 2 ou tipo 3? O empreendedor que quer criar um negócio, esconhar, está buscando surfar e dinheiro ou quem está buscando perpetuidade com tranquilidade? Exato, tipo dois. Eu estou me comunicando com essa galera aqui. O que eu quero, quando eu falo para o empresário assim, você pode validar o seu projeto em um final de semana, patrocinando um time que não é o teu time, que é um time que foi criado com meus alunos, num Hackathon. Você vai entregar para nós, até quinta-feira, a sua dor e na segunda-feira, tá lá aquela automação que tu precisava para substituir alguns trabalhos repetitivos que tu precisava no teu negócio, validar aquela ideia nova. Com o que eu me comunico agora? Eu me comunico com o 3, que ele quer, ele não vai precisar usar o time dele, ele vai ter uma solução rápida que não vai investir muito, ele sabe que pode vir uma coisa que é um MVP, que vai ter que melhorar depois, mas ele conseguiu. Então, quando vocês têm noção disso aqui, do ICP de vocês, do cliente ideal de vocês, que tem uma diferença. Tem o cliente atual e tem o cliente ideal. Quando vocês entendem a diferença entre os dois, você começa a focar no seu cliente ideal. E daí você vai ter mais tranquilidade, porque você vai ter pessoas que você realmente quer dentro do seu ecossistema, dentro dos seus cursos, dentro do seu produto, dentro do seu serviço. Eu te garanto que a maioria das pessoas que estão aqui já tiveram o desejo de demitir um cliente Já que tiveram interesse de pensar em por que eu continuo com esse produto, com esse serviço, porque eu só me incomodo. Dita eu aqui, isso só aconteceu comigo quando eu tinha agência. Você fica pensando, que cara chato, que produto chato, que serviço chato. Vai dizer, só eu que foi assim, quando pegava uns clientes para a minha agência, eu pensava, meu Deus do céu, por que eu ia fazer isso? E eu, Alan, que estou diariamente com os alunos, às vezes chega algum aluno com alguma dor específica, daí eu já bato o olho e falo, eita, esse aqui não é o meu ICP, cara, isso aqui vai dar trabalho. E aí no começo todo mundo quer vender, você quer botar a gente dentro do negócio, mas você vê que ao longo do tempo não é escalável porque é muita dor de cabeça para pouca mão disponível. Um cliente que não é ideal, pessoal, ele vai incomodar equivalente a uns 50 clientes. E pior, ele pode fazer com que teu projeto morra bem no começo, porque vai ser aquela pessoa que de repente vai pegar e querer. Tu não entregou uma coisa que ele achou que tinha que ter e ele vai lá pro reclame aqui, ele vai te dar nota lá na App Store, baixa, ele vai começar a te encher o saco. Então, tu tem que entender que se tu não tiver capacidade de demitir clientes, tu tá ferradaço. Porque daí você vai virar, quando você tem clientes que não estão no seu ICP, você vira refém deles. Porque se você não fizer o que eles querem, você vai ser falado mal, você vai ter que ficar dando para eles, entregando e ainda vão pedir reembolso. Então, o que

eu preciso fazer? Você tem que conseguir entender, se você tem clientes hoje, você tem que pegar e fazer uma análise do cliente, do perfil atual dos clientes de vocês, que é o perfil atual. E com base nisso, vocês podem até mesmo desenhar com base nisso já o perfil ideal, como eu fiz aqui. Eu peguei, eu fiz o quê da formação, né? Eu entendi que tinha quatro perfis, dois perfis eu não queria me comunicar com eles. E tá tudo bem, às vezes eles vão comprar igual, mas eu tô falando com esses daqui. com esse dois e o três. E a comunicação vai fazer com que cheguem pessoas que são... Ah, mas eu compro lead e vem lead ruim. É porque tu tá se comunicando de uma forma ruim. Porque se você se comunicar da forma certa, ou seja, de uma forma com intenção, você vai se comunicar com as pessoas que fazem sentido. Por exemplo, por que eu faço lives de duas horas, três horas? e não faço conteúdos bem... aqueles vídeos do YouTube que pegariam um milhão de visualizações, né? Se eu olhar no YouTube, tem vídeos meus que pegaram ali, cento e poucas mil visualizações e tal. Mas por que tu parou de fazer isso e hoje tu faz lives que tem, sei lá, 10 mil views, 8 mil views? Porque não é sobre quantidade, é sobre qualidade. Vocês que estão aqui comigo nesse momento, por exemplo, tem muito, muito, muito, muito mais qualidade do que uma pessoa que assistiu um vídeo meu de 5 minutos. Porque vocês... já estão muito mais conscientes sobre tudo. Quando vocês comprarem algo meu, por exemplo, caso alguém aqui não seja meu aluno ou meu cliente, vocês já sabem como mais ou menos eu funciono, vocês já sabem mais ou menos o que esperar de mim. Então vocês já estão preparados. Agora, quando eu crio um conteúdo pequeno, não, eu estou falando com a massa. Ah, mas não é bom falar com a massa? É, só que daí o teu ICP tem que ser a massa. Por exemplo, eu já vendi produto para massa. Por exemplo, eu vendia lá em 2016 um curso, um mini curso de inglês para viagens. Quando, ali, todo mundo tem que comprar esse curso. Então, eu tinha lá uma página bem breve, eu tinha vídeos breves sobre isso e tal. E daí, era para vender para todo mundo mesmo. Aqui, a Academia Lendária não é para todo mundo. A Academia Lendária é para lendários. Então, Não é todo mundo que tem que entrar, não é todo mundo que tem que virar aluno. Muita gente que inclusive tá aqui agora nessa live, nesse momento e não é aluno ainda, eu digo pra vocês, talvez não seja pra você mesmo, tipo, em qualquer negócio da Academia Lendária. Aproveite aqui esses conteúdos gratuitos que a gente tem. mas talvez não seja pra você mesmo que estar na academia da área. Por quê? Porque existe um perfil de aluno, existem as pessoas que se adequam bem, que conseguem se dar bem, e quando tu tem plena certeza disso, que cara, o que eu tenho aqui é pra essas pessoas, você consegue se comunicar, sua forma de se comunicar está mais alinhada também com, por exemplo, eu não quero falar de um jeito aqui, por exemplo, eu não gosto de ostentar, de ficar assim, mostrando né, por exemplo, eu tinha um Porsche, eu acho que eu postei uma vez só uma foto com um Porsche. Ou seja, eu não gosto de ostentar. Daí eu percebo, não, eu quero falar com o dois. O dois é a pessoa que quer surfar dinheiro, né, que quer... Então eu vou ficar agora aparecendo com um monte de carro, não sei o que lá. Não, eu não quero, entendeu? Eu não tô dizendo de

alguém que faça isso, tá tudo certo. São formas de tu apresentar e de tu atrair o perfil das pessoas que tu quer. Eu não gosto. Eu, Allan, o Nicolas, não me sinto bem fazendo isso porque não é uma coisa que eu não sei, de repente eu fico com medo de, né, no Brasil, no lugar que a gente vive e tal. Mas eu não gosto. Então, eu não preciso também fazer necessariamente isso para me comunicar com o público. Existem outras formas de se comunicar com o público, que daí as pessoas que você considera interessantes vão se conectar com você. Então, quando você entende o seu ICP, você sabe até mesmo como criar conteúdos. Você sabe como criar freemiums, né? Formas de atrair essa pessoa. Por exemplo, você vai lá e cria uma ferramenta, uma solução de AI. Vou dar um exemplo. Você cria... uma IA que consegue clonar pessoas. Essa é a sua solução. E daí você vai lá e faz uma brincadeira no Instagram, onde as pessoas podem tirar as fotos delas e elas ficam parecidas com um ator famoso para dizer que, olha, vou criar um clone teu do tal pessoa. E daí você vitaliza esse negócio. Eu te pergunto, tá? Quantas pessoas tu conseguiu atrair para a tua solução que realmente fazem sentido? Então, por exemplo, por que eu criei um Alex Ormosi IA? Porque a pessoa ia lá, ela descrevia qual o problema da empresa dela, e daí o Alex Ormosi criava uma oferta pra ela, eu avisava que essa IA, né, ela tava analisando e a gente teria esses insights, E daí, eu pegava aí, dessa IA, eu investia assim, gente, acho que nem mil dólares em API, e na época era muito caro, hoje eu acho que custa tipo 100 dólares de custo de API. A gente vendeu mais de meio milhão de reais para as pessoas que entraram em conversa com o Alex Ormouzi, porque a gente sabia exatamente as dores dessa pessoa, porque ela ficou conversando ali com o Alex Ormouzi. Então é você saber o que, você entendendo o seu ICP, você vai saber o que criar para essa pessoa, para atrair ela. Beleza? Alan, tudo bem. Entendi. Agora, como eu faço isso? Como eu faço isso? Para simplificar para vocês, eu criei aqui alguns prompts. E esses prompts vocês vão pegar e vão utilizar eles tanto para fazer pesquisas com Deep Research, Gemini, etc. Mas para analisar conversas, para analisar... Ah, mas como é que analisar conversas? Não sei se alguém já teve esse insight. Eu faço isso já há mais de um ano. Que é o quê? Sabia que no WhatsApp existe um botão exportar conversa? Sabia que se você pegar aquela conversa e exportar ela de um grupo, por exemplo, que muita gente conversa, ou exportar isso de uma conversa que você tem com alguém que você imagina que possa ser o seu cliente ideal, você pode pedir para a IA te dar insights sobre esse cliente. Alguém aqui já fez isso? Digita aqui. Já fiz, alguma coisa assim para eu saber. O Zé fez já. Enquanto vocês digitam aí, deixa eu abrir aqui os pontos para vocês. E galera, estão gostando do conteúdo de hoje? Está legal? Está gerando valor para vocês? Legal. Show. Então vamos para os prompts. Bom, o que eu quero que vocês consigam, eu não vou só mandar o prompt, eu vou também mandar para vocês o modelo de pesquisa ideal, que eu identifico que é o ideal. Alan, como é que você vai fazer isso? Eu vou fazer o seguinte, não sei se meu time tá aí de marketing, mas eu vou fazer o seguinte. Amanhã, é claro, a gente vai mandar a news e vai ter um resumo do que a gente conversou aqui, mas eu vou entregar mesmo esses

prompts, esse documento que eu vou separar logo após a live, eu vou separar eles. os documentos, que eu vou tirar alguns dados para vocês, através lá do Instagram. Então, quem comentar lá no post sobre a live de hoje, vai receber no inbox um link para poder ter acesso a tudo isso aqui. Esse modelo de pesquisa, etc. Nem é uma coisa que eu estou criando aqui pra vocês agora. Eu tinha comentado com o time que talvez eu faria isso e tal, mas eu realmente vou fazer isso. Eu vou pegar até isso aqui que tem um valor extremo e vou mandar pra vocês terem como... Ah, o Fran tá aí. Então, Fran, eu vou pegar depois a live aqui, eu vou limpar esse documento, fazer um template pra eles aqui e vou mandar pra galera aqui comentar lá. no post sobre essa live. Então tem que ser um post com o conteúdo dessa live, sobre as pesquisas, etc. E aí a pessoa digita lá. Ah, mas por que que tá fazendo isso? Porque a galera que vai querer usar isso é o meu ICP também. E daí vocês vão ter lá, ou vocês vão receber através do meu Instagram. Isso vai marcar vocês no mini chat. Depois eu posso conversar com vocês, mandando outros avisos de live, outras coisas, pra poder vender pra vocês. Entenderam? Então... Por que que tá fazendo isso, Alan? Porque daí eu tô nutrindo vocês aqui, porque lá depois, em algum momento, eu posso vender algo pra vocês. Porque vocês são... Quem quer isso aqui é o meu ICP. Ah... Teve uma pergunta ali... Ah, comenta o quê? Vamos comentar alguma coisa sobre pesquisa. Então, assim, pra galera que não chegou até aqui na live, pra galera que não tá lá no Instagram, o que acontece? Se a gente vai lá e digita a mesma coisa, todo mundo junto... Ah... sei lá 888 não sei que lá tipo assim a material download material eu eu eu eu outras pessoas vão olhar aquilo lá e também vão pegar e simplesmente. Digitar eu e elas não merecem sinceramente elas não merecem esse material porque elas não estão aqui com vocês. Então digitem vamos deixar. Pode pedir pra IA gerar alguma frase sobre pesquisa, sobre a live. Ah, foi uma live muito boa, não sei o que lá. Excelente saber sobre como se faz pesquisa. Essas pesquisas realmente ficaram incríveis. Qualquer coisa, uma frase. Se tiver a palavra pesquisa, só não digita pesquisa puro. Eu até vou pedir pra gente negatizar. A pessoa que digitar só pesquisa não vai receber. Vamos ativar a automação lá, a automação é aquela que deleta comentários. Se a pessoa digitar só pesquisa, deleta o comentário dela, para as outras não verem isso, e ela não recebe a automação. Se a pessoa digitar alguma frase que tem a pesquisa no meio, escondida, ela recebe isso aqui. Beleza, então aqui vocês vão receber. As dores ocultas. Olha, precisava de uma forma de organizar melhor as informações. Sempre senti que poderia criar algo inovador para o mercado, mas não consigo desenvolver esse potencial sozinho. Quando o Alan falou sobre a utilização dele com relação a preservar mais informações, para a galera do TH, foi foda. Não tem retrabalho de obesidade de informação. Está vendo as dores todas aqui? Todas as dores aqui. Com o que eles sonham? Tá tudo aqui. Vou mandar esse modelo aqui pra vocês. Ó, 32 páginas. Claro que eu vou tirar aqui a... Eu vou deixar só algumas informações pra vocês entenderem como ele é preenchido e vou passar pra vocês. E agora eu vou mostrar. Tem uma coisa que eu desenhei pra vocês um tempo atrás que é sobre como criar prompts. Eu tenho um prompt já disso aqui

pronto, mas eu vou fazer o seguinte, eu vou fazer melhor do que isso. Eu vou criar eles, esse prompt ao vivo pra vocês verem como é simples fazer um prompt. Um excelente prompt. Porque se você tem um bom material, Se você tem um bom material, você só precisa ter um bom Prompt Mestre, e esse Prompt Mestre vai criar o Prompt que tu quiser com base no teu material. Vai ser no meu Instagram, Evandro. Vai ser no arroba ou alanicolas. Então, o que eu vou fazer aqui? Eu vou pegar, posso também integrar isso aqui com o Google Docs, mas eu vou pegar, vou baixar isso aqui, você pode baixar ele, ou só copiar e colar. Então, o que acontece? Eu tenho aqui no Cloud, em projetos, eu tenho uma IA que eu chamo de Lyra aqui, que ela é uma das outras... Por que eu vou usar a Lyra? Porque... Eu vou fazendo os dois aqui. Eu tenho também... Ah, mas por que você não usa lá aquele... Aquela IA, o Metaprompt lendário, né? Pra criar prompts e tal. Basicamente, a Lyra aqui é o Metaprompt, com algumas coisinhas que eu ajustei um pouquinho a mais. Mas por que eu vou usar o Cloud? Eu gosto de usar o Cloud. Porque eu tô usando o Opus, que é mais avançado, na minha visão, que o O3, pra essas coisas. E também, eu consigo ter mais contexto. Olha só. Eu tô jogando aqui. Eu vou jogar também no AI Studio, pra vocês verem. Se eu jogar esse prompt que não é estúdio, ele está com quantos tokens? 8.000 tokens, não é tanto. Mas tem muitas nuances. E eu percebo que o Opus, para essa parte, consegue pegar melhor essas nuances. Então eu vou jogar ele aqui e vou pedir para ele que use como base essa pesquisa para identificar ou ICP de clientes atuais meus com base em transcrições de entrevistas e conversas em grupos de alunos. conversas em grupos de alunos do WhatsApp. O objetivo é fazer uma seleção com os parâmetros deste documento e ele ser a base do resultado final. Eu escrevi ainda mais coisas e tal, mas isso aqui vai ser o suficiente já para vocês verem e vai ter um prompt bem legal que vai ser criado. Então aqui ele vai começar. Ela normalmente, olha, que tipo de processamento você prefere? Detail, basic. Essa IA aqui, ela vai fazer... Em qual IA? O que acontece? Eu botei no conhecimento dela como ela personalizar os prompts para cada modelo. E daí, aqui, por isso que ela pergunta, né? Vai ser chatpt ou cloud, uma IA ou outra? Porque daí, conforme for o modelo da IA, ela vai criar um prompt específico. Então, eu vou responder ela aqui, que eu quero o quê? Eu quero que seja bem detalhado, Vou fazer algumas perguntas pra... Então, aqui ó. Ela já criou o prompt pra mim, tá aqui o prompt. Mas eu vou querer que o prompt seja mais detalhado. Eu quero um mega prompt bem detalhado. IA alvo. Ah, como é que eu vou escolher a IA alvo? Por exemplo, se você vai pegar várias transcrições ao mesmo tempo, vai pegar um grupo no WhatsApp que tem dois anos, tem um monte de conversa, o que eu te digo? Use o Gemini ou você vai escrever ali que é o chat GPT 4.1. E daí por quê? Porque neles você vai ter um milhão de janelas de contexto. Se você pegar aqui, se eu pegar uma conversa num grupo de WhatsApp que eu tenho com uma pessoa só ao longo de um ano, às vezes já fica com 300 mil tokens, 400 mil tokens. Então, Vai servir para o Cloud se você pegar, por exemplo, 3 entrevistas, 4 entrevistas, 5 entrevistas, mas se você tem 50 entrevistas e quer analisar ao mesmo tempo, eu diria para você fazer no Gemini. Mas

por que eu recomendo que você faça com o Cloud Opus ou com o A3, mas eu recomendo mais o Cloud Opus? Porque ele consegue pegar mais nuances sobre modelos mentais e jogos mentais. Ou seja, aquilo que a pessoa não falou, mas ela deixou de falar, mas está implícito naquilo que ela falou. O Cloud consegue apegar mais essas nuances. Por isso que quando eu vou fazer pesquisas que envolvam a mente humana, eu gosto mais de usar o Cloud. Alan, ele é a melhor IA para isso? De forma consistente, ele vem sendo ao longo dos últimos três anos que eu venho usando. Dois anos e meio, por aí. Só que, às vezes, eu percebi que o Shared GPT 4.5, por exemplo, às vezes ele é um pouco melhor nisso. Mas eu não vou entrar aqui em, assim, de forma geral, sendo 8020, cara, o Cloud vai fazer isso melhor. Então, o alvo vai ser Cloud Opus 4. Beleza, tá aqui o, o, todo o que ele trouxe pra mim. O que mudou? A estrutura é pronta seguindo exatamente o modelo do documento fornecido, incluir todos os elementos de análise presentes na pesquisa original, adicionar instruções claras de processamento, definir formato de output. Textos aplicados, role e assignment, né, de persona. Protip, fornece as transcrições em blocos organizados por fonte, entrevistas separadas por conversa WhatsApp para facilitar a análise. Então, o que eu vou fazer aqui agora? Eu vou dizer para ele que eu acho importante ele também ter exemplos do que foi extraído, porque senão ele pode não extrair aquilo que eu estou considerando mais importante. Além disso, gostaria que nesse mega prompt, prompt detalhado, tivesse exemplos para facilitar para o modelo identificar o que estamos buscando. Pronto. Agora eu disse para ele para qual modelo de A é, que eu quero um megaprompt, bem detalhado. E além disso, eu quero que ele tenha também os exemplos para facilitar, porque eu já fiz vários testes e quando eu tenho alguns exemplos, ele acaba conseguindo identificar melhor. Então, esse vai ser o megaprompt. Está aqui o megaprompt. Você receberá transcrições brutas de entrevistas individuais com clientes, conversas, grupos WhatsApp. E vou fazer ao vivo isso com vocês. Vou pegar aqui o FATOM. que é um modelo de IA que eu uso para poder fazer transcrições. Não é um modelo muito... não é uma IA muito boa. As transcrições delas não são das melhores. Por isso que eu peguei e criei... eu estou criando uma própria aqui também. Nossa, estou ganhando um milhão de prêmios aqui. Alguém pegou meu link de indicação dessa ferramenta aqui e começaram a entrar. E aqui eu tenho, por exemplo, as minhas entrevistas do Mente Lendária. Deixa eu fazer essa pesquisa aqui. Então, o que vocês estão vendo, né? Olha como ficou mais completo agora, né? O exemplo aqui, ó. Por que sou fascinado por I.A., a futura mentalidade daquela... Agora sim, ó. Tá, continua, continua aqui. Por quê? Porque eu quero ele bem específico. Ah, mas quando é muito grande assim, aí ela não se perde. Ela se perde se for muitas coisas muito diferentes que ela tem que fazer e tal. E pode acontecer de ela se perder em alguns pontos. Daí, o que é ideal de você fazer? O ideal é você quebrar esse mega-prompt em prompts menores e fazer isso por estágios, né? E você começa a fazer por estágios isso. Então, agora o que mudou? Tá aqui, ó. Tá todas as... Todo o prompt tá aqui, esse mega-prompt. Eu não consigo colar ele pra vocês. Ah, eu já sei o que eu consigo

fazer. Eu consigo vir aqui. Deixa eu ver se eu consigo compartilhar esse link aqui do que eu criei com vocês. Quem quiser usar, pode usar agora. Pronto, consegui compartilhar. Vou colocar aqui no YouTube pra vocês. Então tá aí, ó. Gente, eu pensei assim, ah não, essa live eu vou fazer em uma hora e meia. Daí eu vou me liberar aqui porque eu tenho que fazer mais umas coisas pro Hackathon. Tô aqui. Eu gosto disso aqui. Tá aí o link pra vocês agora. Podem copiar essa pesquisa que eu acabei de fazer aqui e colar aí, botar algumas transcrições pra vocês testarem ao vivo. E eu vou pegar uma transcrição aqui de uma entrevista que eu fiz pra mostrar pra vocês Como que isso não funciona, né? Minhas chamadas. Vou pegar aqui a conversa. Ah, já sei! Tem uma conversa que eu fiz aqui com uma pessoa recentemente. E ele é o meu ICP. Ele é o ICP do Foundry Zendários. Então, aqui ó. Vou pegar e vou extrair aqui. Porque ele tem o ICP do Foundry Zendários. Ele tem uma startup, ele tá meio perdido em algumas coisas. É um parceiro muito legal. Eu gosto bastante dele. Eu vou pegar aqui, então ó. Abri uma nova aba. Vou colocar aqui o prompt. O que eu gosto de fazer? Não precisa fazer isso, tá? Às vezes eu gosto... Isso gasta um pouco mais de token... da tua janela de contexto também. Eu gosto de pegar aqui. Quando ela fica assim, eu gosto de... pedir para ela me explicar se ela entendeu o que ela tem que fazer, e depois eu jogo uma transcrição completa. Eu percebi que normalmente os resultados são bem maiores quando eu faço isso, tá? Então, o que eu vou fazer? Eu vou perguntar só, me respondo, antes de enviar, antes de enviar, porque até eu vou avisar o que ela vai receber, então, em traços vai se preparar. Antes de enviar uma transcrição completa, de uma reunião com uma pessoa que considero ser o ICP ideal do meu produto chamado Founders Lendários, me diga se você conseguiu entender o que desejo que você extraia. Pronto. Por que eu fazia isso, Alan? Porque ela... eu sou um cara que usa muito, gente. Tipo assim, eu sou uma das pessoas que eu conheço que mais usa o tempo todo, já. E eu faço muitos testes, né? E eu percebi que quando eu faço isso, ela funciona melhor. Aí tem várias explicações técnicas do porquê pra isso, mas simplesmente, e eu até posso entrar em algumas delas aqui, mas ela funciona melhor. O que você precisa saber é isso. Se você jogar antes o prompt e perguntar pra ele entender, etc., ele vai funcionar melhor. Ainda mais quando for um mega prompt. Se for um prompt simples, não precisa, mas se é um mega prompt, ele vai funcionar melhor, tá? Em outra aula eu posso até entrar em detalhes, tem vários detalhes para isso, né? Eu posso explicar o Chain of Thought, eu posso explicar daí a cadeia de prompts e por aí vai. Mas, beleza. Por enquanto só confia em mim. Então eu vou pegar aqui uma transcrição de uma live. Eu vou mostrar para vocês aqui. É com o Matheus Dias, um amigo meu. E a gente estava falando sobre a empresa dele, sobre o ChatFunnel. E ele é o perfil ideal para alguém que está estudando com a gente nesse programa de seis meses que eu falo em dezendários, porque ele tem uma startup que está agora buscando captação de investimento, ele está nesse processo de definir bem o ICP, e esses seis meses a gente faz isso. Então ele é o perfil ideal para isso. Então eu vou colar aqui. Essa foi uma conversa que tive com o meu amigo Matheus Dias, que representa o perfil ideal para o meu programa.

Extraia. Segue. Segue. Outra coisa também que você pode fazer que vai ser interessante aqui. Você pode informar o que é o programa antes de mandar a... o produto, etc, porque daí a IA vai tentar também entender o que ele fala que se correlaciona com a promessa do produto, etc. Vou fazer isso para ficar mais completo, para ficar bem completo isso aqui para vocês, eu vou fazer isso também. Claro, para isso é interessante que você tenha clareza do produto. A gente tem aqui, por exemplo, na empresa aqui, vou pegar aqui, produtos, eu tenho aqui alguns produtos nossos da academia, E vou pegar aqui. Aqui tem todos os valores dos produtos, quem é responsável pelo produto, etc. Vou pegar aqui Founders Lendários. Aqui a gente tem um monte de informação. Vou pegar aqui a oferta simplificada dele. A gente tem a oferta completa, que está bem melhor, mas vou pegar a oferta simplificada dele, do que ele faz. Estava até com o nome antigo, que era o AI Builder. Founders Lendários. Vou mudar só aqui para mandar e vou mandar para ele aqui isso aqui também. E o que que é? Eu vou mandar para ele por quê? Eu vou mandar para ele o que é o programa, porque aqui está escrito, né? Ah, quem quer criar um negócio real, uma empresa profissional, quem quer receber 100 mil dólares de créditos, quem quer... Por que que acontece? E daí ela vai saber, cara, o que que para ele faz sentido? O que que vai conectar do que ele está falando com isso aqui que é prometido nesse produto? Então, o ideal seria até uma explicação mais profunda do produto que eu tenho aqui, mas eu vou mandar esse aqui que já é o suficiente. Então, aqui eu tenho, por exemplo, eu tenho uma outra área aqui, que é a oferta final do AI Builder, que daí eu tenho muito mais informação aqui. que explica daí como é que funciona as ideias de quem já tentou no papel, o que é o iBuilder, pra quem que é, o que ganha, os bônus e tudo mais. Mas eu vou mandar esse mais simples. Antes de enviar, ótimo, para que você conheça, melhora o produto e consiga identificar os traços que fazem sentido neste ICP, antes estou te enviando informações sobre o programa Foundry Zendários. Então, mandei aqui informações sobre o programa. Beleza? Agora sim, eu vou pegar e vou jogar a transcrição. Então, eu tenho a transcrição aqui, eu venho aqui, copiar, ó, copiar, clico aqui. Copiei a transcrição. Essa não é a melhor transcrição do mundo, tá, gente? O FATOM perde várias informações, como quase todas as transcrições de ferramentas perdem. Então, eu criei já uma para mim, que eu uso, nem sempre, mas eu uso muitas vezes no meu dia ali, que tem conexão com Assembly. Assembly, só para vocês entenderem, é o melhor modelo de transcrição que eu conheço, melhor que o Whisper e outros. E outra coisa, as startups lendárias aqui, a gente está conseguindo desbloquear de 100 a 150 mil dólares em créditos para a gente poder usar ele, que é um dos bônus que a gente entrega no Founders Lendários. Por isso que ele é um cliente ideal, porque ele gasta, o Matheus, ele gasta muito dinheiro com tokens. E ele não precisa, se ele souber como ganhar créditos. Então, agora vou mandar para cá. Ótimo, agora segue a transcrição da reunião com Matheus Dias. E botei aqui a transcrição e coloco aqui. Então, agora ele já sabe das coisas. Ele está analisando aqui tudo. O usuário me enviou uma transcrição da conversa. Ah, outra coisa, gente. Independente do modelo

que você for fazer isso, use um modelo de reasoning. O que é o modelo de reasoning, Alan? Aqui seria o modelo do extended thinking dentro do Cloud. Não é só o Cloud 4 Opus. É o Cloud 4 Opus com extended thinking. Quer usar o A3? Beleza, ele é um modelo de reasoning. vai usar algum do Gemini, usa o 2.5 Pro, que também tem o Reasoning. Por quê? Porque daí ele vai fazer análise sobre análise, né? Você tá vendo aqui, ó. Ele tá olhando, ah, mudou recentemente, gosto pessoal, tem interesse em automação, empreendedor digital, marca digital, opinião pessoal, autopreservação, circuladores, competição com ferramentas estabelecidas com o Minichat, falta de prestação clara, desafios de posicionamento, necessidade de avaliação estratégica, ocultas, ó, ocultas, coisas que ele não falou lá, insegurança sobre o futuro do produto, falta de clareza do posicionamento único, medo de não... não conseguir escalar, necessidade de mentoria e direção, sonho e aspirações, criar uma ferramenta inteligente e convencional, escalar o negócio, conseguir investimentos, diferenciar do mercado. Ele está pensando, é só o que ele está pensando, é o que ele já fez aqui. Então aqui, pegou os dados demográficos, informação, gosto pessoal, situação direta aqui ó, a gente se posiciona como uma ferramenta de funil conversacional padrões identificados, só assinado pela automação inteligente artificial, interesse profundo em criar sistemas que conversem, paixão por resolver problemas do mercado através da tecnologia, atividades no tempo livre, no caso ele não mencionou, ele botou aqui pra mim ó, não mencionado, por quê? Porque eu fiz com que a IA não falasse o que que ela não, escrevesse aquilo que não tem, sabe, se não tem, ela vai dizer que não tem. Explícito. Pontos fracos admitidos. A gente não tinha antes. Eles são só suportes sendo o balãozinho aqui. Admite certeza sobre decisões passadas. Consegui botar a internet ontem aqui em casa. Pontos fortes percebidos. Se vê com alguém que executa e resolve problemas. Orgulho de ter construído uma equipe. E tá trazendo várias coisas. Dores reais. A gente começou correndo com o menu do chat. E aquela coisa que eu falei pra vocês. Esse modelo aqui, do fato, ele pega as transcrições erradas, né? Algumas palavras erradas. Por isso que eu gosto de transcrever no Ascend. Símbolo impostor, não sei o que lá. Ações e inspirações. Se tornar uma ferramenta de agência convencional. A ideia de colocar mil pessoas em imersão. Arquitetura da linguagem. Qual que é a frequência de palavras que ele usou? Ele usou muitas vezes a palavra agência, que é o perfil que eu falei pra ele. Cara, foca nisso. É o que tu conversa. Ferramenta. Vendas e vender. Conversão. Automação. Então eu sei qual que são as palavras que tem no diálogo dele. Se eu vou comprar palavras, por exemplo, para anúncios, eu já sei que palavras eu posso comprar porque essas palavras estão na cabeça dele o tempo todo. Análise de radicais, ele falou 12 vezes converter, conversão, expressões de termos característicos, funil conversional, intencionalidade de contexto. Cara, isso aqui, isso aqui é muito insumo. Agora tu pensa que eu vou ter vários desse aqui para 50 pessoas, daí com esses 50 pessoas eu pego e transformo numa só. E daí eu tenho o meu ICP dos meus clientes, eu sei quem eu quero dentro desse produto. E outra coisa que eu não falei aqui, mas é

muito interessante vocês também, vocês fazerem o ICP invertido, ou o anti-ICP, que é o quê? Quem que vocês não querem. Por exemplo, eu não quero ter alguém que precisa vender o carro pra entrar no programa. Eu não quero essa pessoa, porque criar uma startup é uma coisa que vai demorar alguns meses para a gente conseguir já tracionar ela, entrar no breakeven e tal. A pessoa tem que ter uma forma ou de entrar dinheiro antes ou que ela vai fazer alguma coisa e tal. Então, você pode também trabalhar o anti-ICP, porque na hora de se comunicar, você deixa muito claro. Se você precisa fazer um esforço gigantesco para entrar aqui, talvez não seja a sua hora. Você pode entrar, sei lá, no agente zendários ou na agência IA, onde você vai ganhar dinheiro, começar a ganhar dinheiro no primeiro dia ou na primeira semana. Mas aqui não, aqui não faz sentido para pessoas que querem ganhar dinheiro de uma hora para outra. O antepadrão, ele até botou aqui antes. O que evitar na comunicação? Linguagem excessivamente técnica, foco apenas em features do produto, promessas vagas e simétricas, comparação direta com concorrentes estabelecidos, tom professoral ou acadêmico. Recomendação práticas para marketing e vendas. Focar em empreendedores que já têm uma ideia de MVP, mas estão travados. Mensagem pessoal, você não precisa descobrir tudo sozinho. Aprenda com quem já validou e escalou. porque a gente trouxe professores que fizeram X de 100 milhões, 200 milhões de reais. Profit Point, usar casos de estudo dos founders. Abordagem, combinar conteúdo educacional com ofertas de mentoria prática para execução assistida. Canais, onde founders como o Matheus estão. Grupos de WhatsApp de empreendedores, eventos de startup e comunidade de IA. Vocês viram aqui, gente? Em tempo real, eu fiz para vocês aqui e mostrei. O que vocês têm que fazer? A pesquisa do ICP. A pesquisa... Como é que você pega a pesquisa do ICP? Você identifica que essas pessoas são o cliente ideal, que é um cara que não te dá dor de cabeça, uma pessoa que não te dá dor de cabeça, é um cliente que tá ali, tá conseguindo atingir as métricas que você estabeleceu de sucesso. Ou você pega e define o que seria o seu cliente do sonho. Daí você vai para outra área. Ou você pega esse prompt que eu passei, joga para a IA qual é o seu produto e pergunta para ela. Qual que é o cliente... Vou fazer isso aqui bem rapidinho, porque acho que não vai demorar muito tempo. Qual que seria o meu cliente ideal para esse produto? Ou seja, pega o mesmo prompt. Pega esse mesmo prompt que eu mandei para vocês. Deixa eu pegar aqui, vou botar aqui, Cláudio. Pega esse mesmo prompt. Deixa eu pegar aqui. Foi esse aqui, ó. Foi o primeiro. Pega esse mesmo prompt. Eu vou jogar aqui. Vou dizer para ele assim. Quero que você descubra o ICP ideal para o meu produto. O ideal seria eu criar outro prompt, tá? Seria eu criar outro prompt, na real. Deixa eu pensar. Não, mas eu vou fazer isso aqui agora porque a gente não tem muito tempo. Já está duas horas e meia aqui já. Quero que você descubra o ICP ideal para o meu produto. Não vou enviar materiais de clientes e sim com base na descrição a descrição do produto, eu quero que você preencha o que considera que seriam frases e comportamentos etc. deste cliente. Vou botar ok. Por que eu vou fazer isso? Lembra o que eu falei? Chain of thought. Estou botando aqui o negócio e

daí ele vai me dizer e daí eu pego e mando. O que eu vou mandar? Eu vou mandar as informações do produto. E daí eu vou até mandar mais coisas. Eu vou mandar essa oferta completa aqui para ele. Definição completa. Entendi perfeitamente. Você quer que eu utilize a metodologia detalhada da pessoa na mente lendária para criar um perfil de BCP baseado na descrição do seu produto ou projeto. Ou seja, vou criar um perfil hipotético mas realista do cliente ideal seguindo toda a estrutura dos desktops fornecidos baseados nas características. Por favor, o que é, o que faz, qual problema resolve, é isso que eu vou mandar para ele. Eu vou mandar pra ele bastante informação do produto, né? Eu tenho isso aqui, eu tenho... Cara, essa ideia que eu tive aqui agora é boa, tá? Vou mandar esse aqui também. O produto é o Founders Lendários, mas enviei também informações com o nome antigo, porque tem informações ali com AI Builder. Considere que... Tudo faz parte do Founders Lendários. Pronto. Agora é uma forma diferente de fazer isso. Então, ao invés de eu pegar e fornecer várias informações sobre o meu cliente, eu não tenho cliente nenhum, Alan. Como é que eu vou fazer isso? Eu não tenho cliente. Não tem problema. Aqui tu vai te ajudar. O ideal é que você também desenhe mentalmente isso. Lembra que eu falei? Caminhando, você vai pensar, cara, quem que eu gostaria que fosse meu cliente nisso aqui? E faz algumas notações sobre isso, mas essa é outra forma de fazer também. Faixa etária de 28 a 45 anos, 75%, maturidade profissional com energia para empreender. Masculino 70 a 30%, casado 55%, solteiro 83%, divorciado 10%. 12 agentes de marketing digital, infoprodutores criando conteúdos, consultores prestando serviço, quais áreas? Executivos, qual a informação faltante? Onde moram, etc. Isso aí não importa. Pelo sistema, fascínios e paixões. Sobre ciclo de produtividade e otimização de processos, usamos tecnologia e inovação principalmente. Vivo estudando. Isso foi o quê? Ela está identificando com base no que ela entendeu sobre o produto. Agora, o que eu vou fazer? Eu começo a entrar numa neura aqui. O Zé só dando risada. Ai, ai. Vou botar isso aqui, ó. Porque eu gosto muito disso aqui. Eu começo a entrar e eu... A gente combinou, né? Não, quatro horas eu vou aí, a gente faz e tal, mas é o... é o... É, eu vou copiar daí. Agora eu vou copiar o perfil que a Yai me disse dele. Né? Do Matheus. E eu vou pedir pra ela fazer um match com o perfil que ela considerou que é o ideal pra esse produto. Vamos ver qual vai ser o match. Eu vou despedir para ela agora. Faça um match entre o perfil ideal que você desenhou e esse perfil que foi extraído de uma pessoa que eu considero o perfil ideal. Excelente. Agora, faça o match entre esse perfil que você desenhou e um que eu extraí com o mesmo prompt de uma conversa com uma pessoa que considero ser o ICP ideal. Pronto, cole aqui. Agora, ela vai fazer o match e analisar o quanto que isso tem de correlação para me dizer, opa, aqui faz sentido, etc. Enquanto ela está fazendo isso, vamos ver o que ela trouxe. Objeções e medos. Já fiz muitos cursos que prometiam resultado e não entregaram. E se minha ideia não for boa o suficiente? Não tenho tempo para me dedicar 100%. E se eu não conseguir desbloquear os créditos? Será que não é tarde demais para entrar na IA? Preciso mesmo de mentoria ou posso fazer sozinho? Associações reveladoras, tempo igual a

dinheiro, perdido. Cada dia sem agir é uma oportunidade desperdiçada. Conhecimento técnico igual a barreira, não recurso. Comunidade é acelerador de resultados. Garantia é eliminação do risco. Associações reveladoras. Intencionalidade de contexto, como relacionam o contexto. Quando falam em IA, sempre vem junto oportunidade de milhões. Caraca, ficou muito bom isso aqui. Quando mencionam ideia, sempre acompanham a validar ou executar. Quando citam curso, geralmente é no contexto negativo. E só teoria. Ou seja, essa pessoa não quer... Eu não posso falar pra essa pessoa, tem um curso. Ah, porra, mais um curso? Já fiz tanto curso. Tipo, os cursos não... Ou seja, isso não pode ser no vocabulário que eu falo pras pessoas. É um programa até que a gente fala, né? É. Aí, ó, o pessoal do Foundry está pedindo aqui, ó. Renata, manda isso pra formação Foundry. É valioso pra gente. Ó, expressão, termos características. Tirar do papel. Eu tenho que falar isso, por exemplo, ó. Eu não tenho que falar implementar. Eu tenho que falar tirar do papel. Não falo prático, eu falo a mão na massa. Falar sobre a janela de oportunidade, falar sobre captar investimentos, sobre votar. As radicais, as palavras que mais vão ser faladas. Cara, fez toda uma análise muito legal aqui. Quais são as crenças que essa pessoa precisa ter? Quem não entrar na IA agora vai ficar para trás. Preciso de conhecimento técnico para criar algo com IA. O timing é tudo no empreendedorismo. São crenças fundamentais que ela tem, na verdade. Sozinha eu não consigo. Preciso de mentoria direcionada. Padrão de auto-percepção. Aqui está tudo, cara, gente, completaço para vocês aqui. Todo o ICP. Agora eu pedi para ela fazer análise, tá? Vou pedir para ela fazer análise aqui. Ela está pegando todos os pontos. O perfil real de Matheus Dias confirma 80% das hipóteses do ICP projetado. Mas você vê lá nuances críticas. O ICP real já está executando, não apenas idealizando. Tem urgência maior por ter direcionamento. Mas não é. Sinceramente, é a pessoa que tem que estar executando. É que eu posso ter diferentes perfis que têm uma correlação, mas que são, por exemplo, quem que é o ICP ideal para o fundo de vizendários? É alguém. que tem uma ideia, quer criar um negócio e quer criar nessa vertente de poder receber investimentos, de poder escalar. É alguém que já tem uma startup, mas está patinando e não tem algumas informações. É alguém que já tem um negócio consolidado, mas gostaria de criar outro negócio, talvez até para matar o negócio atual ou para ser um negócio que vire maior que o negócio atual. Tem recurso financeiro. mas nunca entrou nesse mercado, nunca entrou nesse universo de startups, de criação com UI e tal. Aqui eu disse três pra vocês, por exemplo, aqui. Se o Alan tiver mais um tempinho aqui com essa entrega imensa, eu já vou receber o Pix hoje mesmo. Então, aqui fez uma análise e falou que 80% e tal, e trouxe todos os pontos, né? O mercado aqui projetado, 70% masculino. Eu posso perguntar para trás, por que 70% masculino? A gente fez até hoje um evento para as mulheres rendares. É o mercado que o empreendedorismo, o mercado de Isso a gente tem a ver, não é nem algum tipo de machismo, isso é algo que tá ligado muito à biologia. O homem, a testosterona, faz com que tu tenha esse ímpeto maior de ação. A mulher busca mais segurança. E startups podem ver, vão ter muito mais homens do que mulheres.

Então é uma questão que assim, a IA já sabe isso, mas eu posso pedir para ela explicar. Background, marketing, projetado. Ela acertou. Organização de facilidades e inovação, divergências, perfil de dono de agência, não sei o que lá. Ela foi trazendo tudo e está me trazendo um novo perfil aqui. É um founder, 25 anos, que já tem um MVP, o produto rodando, e tal, não sei o que lá. E daí eu posso dizer pra ela, peraí, não é só esses caras, eu tenho mais esse, esse, esse, esse. E eu vou refinando. Bom, vocês entenderam, né? Galera, curtiram o conteúdo de hoje? Foi bom? Né, Zé? Tu que já tá aqui, curtiu? Teve algum insight que tu pegou, assim. Que... cara eu eu mais um início ali eu peguei muitos insights principalmente sobre nosso modelo de funcionamento né porque a gente fala muito dia só que a gente percebe que no final aí é só a ferramenta né então por exemplo eu eu e o aula a gente conhece muito o nosso modo de funcionamento como ser humano né então eu sei por Eu tenho um. Tu fez recente tu pegou os teus exames que tu fez e aí tu montou acho que tipo um assistente. Eu peguei o meu exame de TDAH que eu fiz lá no mapeamento neuro neuro cerebral enfim. E aí eu alimentei ali num project do Cloud, fiz um system prompt de um neurologista e eu converso como se fosse meu cérebro, cara, e isso me ajuda pra caramba. Então, se conhecer é um diferencial enorme pra IA. Porque é isso que vocês estão vendo aqui, são coisas que a gente faz naturalmente, mas que tem muito valor e as pessoas não dão valor porque só ficam pensando na parte técnica, no agente, não sei o que, no N8n, e no final não resolvem o problema. Exatamente. E podem ver, tipo assim, o que eu fiz aqui, né? Nossa, não foi incrível o que tu fez? Gente, não foi nada demais, assim, tecnicamente. Vocês perceberam que tudo que eu fiz, vocês poderiam fazer aí? Vocês viram que tudo que eu criei aqui não teve nada de programação? Tudo foi texto que eu escrevi ao vivo com vocês? Não usei nenhum MCP, nenhum finetuning, nenhuma integração, não sei o que lá? Então é possível, mas o que acontece? Eu só fui capaz de criar isso aqui porque eu tenho repertório para criar. Então, vocês precisam criar repertórios. Alan, isso quer dizer o quê? Isso quer dizer, leiam livros. Não parem de ler livros porque a gente tem AIA e a AIA pode fazer resumo de livros. Isso quer dizer, escutem podcasts inteiros. Podcasts de 5 horas, sim, escutem um podcast de 5 horas. Uma live, vocês já estão aqui, né? Uma live de 2 horas e 40 minutos. Escutem lives de 2 horas e 40 minutos. Sim, aproveitem as lives que existem. Eu, por exemplo, ontem o que eu fiz? A vontade que eu tenho é até de mostrar isso tudo pra vocês agora de novo. Ontem eu fui dormir quase quatro horas da manhã porque eu tive uma ideia uma hora da manhã e eu comecei a fazer pesquisa sobre isso. Eu não faço pesquisa com a EIA e depois eu vou lá e peço pra ela resumir pra mim a pesquisa. Não, eu peço pra ela fazer uma pesquisa lá no Deep Research, no Gemini, no... no Grok, no Cloud, e eu vou lá e leio 100% da pesquisa. Nossa, mas a pesquisa ficou com 22 páginas, Alan. Sim, eu li as 22 páginas da pesquisa do Deep Research, da OpenAI, depois eu li mais 5 ou 6 páginas do Cloud, depois eu fui lendo, depois eu pedi para ela pegar todos os livros que ela tinha referenciado e criar um resumo para mim, outra pesquisa, e eu fui lá e li mais 30 páginas daquela pesquisa, porque isso me dá repertório. Então, não existe atalhos

para criar algo lendário. Você vai precisar desenvolver o seu repertório. Vocês estão fazendo isso aqui agora. Agora mesmo, vocês estão todos aqui desenvolvendo repertórios. O pessoal aqui... A Renata tinha pedido... Tá muito bom, mas manda isso na formação do Founders. Tá aqui, ó. Mande agora, tá aqui. Vou até mostrar o meu WhatsApp aqui, se não tem nenhuma informação muito. Vou mandar aqui, vou mostrar minha tela pra vocês. Vou mandar agora aqui. Outra coisa que eu faço questão, né... Ah, por que você tá num grupo... O pessoal me pergunta, às vezes, por que você tá num grupo com os alunos? Porque, gente, eu gosto. de estar interagindo com vocês e entendendo o que está acontecendo, sabe? Porque aqui também, eu fico lendo os comentários de vocês e eu estou sabendo. Então, aqui ó, mandei para vocês os links aí das informações do que foi feito aqui, porque tem coisas que estão ali. Não vou mandar tudo aqui no YouTube, porque tem informações que são mais específicas ali, né? Mas outra coisa aqui, né, do que eu falei. Podem ver, eu vim aqui e é o que o Zé estava falando, né? Vou abrir outro Cloud aqui rapidinho. Que é o seguinte. Todas essas abas eu abri durante a live, tá, gente? Isso aqui não é uma aba nova, isso aqui eu abri durante a live, a gente conversando. E eu fui fechando ainda. Eu criei esse cara aqui, ó. O Dr. Claudiopus. O que o Dr. Claudiopus tem? O Dr. Claudiopus, ele tem todos os laudos dos últimos cinco anos dos meus exames laboratoriais, ele tem o meu teste do VAES, que é o teste para saber a minha capacidade cognitiva, ele tem meu relatório completo cognitivo, Ah não, tu mandou isso pra IA? Só? Tu pegou, como é que tu fez? Tu pegou e mandou o teu PDF, o que que eu percebi? Olha só. Cara, isso aqui é pra galera que tá no finalzinho, só pra você pegar uma sacada genial, tá? Tem que dar uma tratada nos dados, né? Exatamente. E esse, eu acho que até tá aqui dentro do... aqui, ó. Plano alimentar, variação de pitch, crise de iscas... Extrator de dados genéticos, tá aqui, ó. Aqui, ó. Eu criei um prompt Para poder extrair dados laboratoriais, eu criei um prompt para extrair dados genéticos de exames. Eu criei um prompt para extrair dados de análise psico-comportamental. Então, ao invés de eu simplesmente jogar os PDFs ali, que ia fazer com que a IA pegasse várias informações de rodapé, que não tinha nada a ver, eu tratei os dados de mapeamento psico-comportamental, de repertório genético completo, de laudos de exames laboratoriais, de relatório de DNA, de análise farmacológica completa, que é tipo, quais remédios fazem mais sentido comigo, né? Tipo, quais funcionam comigo. E daí eu posso vir aqui agora e conversar com coisas, inclusive, comportamentais. Ele não tem nada comportamental meu aqui, tá? Não tem. Ah, ele tem um psicocomportamental aqui, sim. Mas eu até já cheguei a fazer o trabalho de tirar esse psicocomportamental aqui e fazer perguntas pra ele como essa aqui, ó. Sempre me falaram que eu tenho uma capacidade. Os meus testes, exames, laudos, mapeamento psicoportamental, falam sobre minha capacidade de liderança. O que meus testes de exames falam sobre minha capacidade de liderança, inovação e estar à frente de uma empresa de educação de tecnologia que está ligada fortemente a uma comunidade que carrega meus valores pessoais e visão de mundo. Daí a IA foi lá e trouxe. Os seus marcadores aqui, a genética, alta velocidade por

disposição e inteligência, média e alta. Velocidade de processamento aqui foi o mais que eu fiz lá em 2020, então pegou lá na época um K de 127 e um K de velocidade de processamento de 132. Velocidade de processamento percentil, hiperfoco de DH, memórias de longo prazo, lógica elevada. Neuroquímica da inovação. Receptores de dopamina alterados. DR2ANKK1. Rusca constante por novidades e desafios. Insatisfação produtiva com status quo. Necessidade de criar para regular dopamina. Ou seja, eu não faço isso porque eu só gosto, mas eu preciso disso por uma questão de... Dopamínética. Esqueci agora. Dopamínética. Então olha só, eu tenho o EMA alto, mas degradação de serotonina. Então eu tenho um processamento emocional acelerado, decisões rápidas sob pressão, resiliência crítica. E isso é algo que é bom para um líder. Perfil genético de liderança. Oxtocina alta. Minha capacidade de oxtocina é muito alta, então eu tenho um processo de empatia muito alto. Então é por isso que eu não gosto de estar muito próximo das pessoas, porque eu sinto muito rapidamente o que as pessoas estão sentindo. Então se tem alguém triste perto de mim, eu senti triste também. Eu quero deixá-la feliz, eu começo a me doar demais pelas pessoas. Então, é uma questão, por que eu sou da caverna? Não é porque eu sou uma pessoa que não gosta de pessoas, é porque eu sou uma pessoa que eu sou, entre aspas, demais de pessoas. Ou seja, eu sou muito empático. E eu não entendia isso. Quando eu entendi isso aqui da parte genética, da minha predisposição genética pra empatia, eu falei, caraca, é por isso que eu consigo entender a cabeça das pessoas muito rápido, me boto no lugar delas. Então, por isso que eu consigo conversar com um cara de direita De até extrema mesmo, quando eu falo extrema-direita, é extrema-direita mesmo, não é só bolsonarista, eu não acho que são extrema-direita, eu tô falando de bolsona... extrema-direita tipo meio que fascista, tá ligado? Um cara quase... alguma coisa desse sentido. Mas eu consigo também conversar com um cara de extrema-esquerda, ou seja, um cara que quer botar o comunismo no Brasil. Eu consigo conversar com os dois, eu consigo entender pontos válidos dos dois lados. Por quê? Porque a minha capacidade de empatia é muito alta. Só que isso, ao mesmo tempo, faz com que eu tenha... Eu me desgasto muito rápido quando eu estou interagindo com pessoas e tem várias outras coisas. Então, isso aqui foi um exemplo que eu mostrei para vocês. Mas por que isso aqui está funcionando tão bem? Porque eu entendo os fundamentos. Eu entendo que se eu tratar um dado antes para que a IA possa receber esse dado de uma forma mais eficiente, ela vai fazer algo melhor. Porque eu entendo que se eu criar um prompt e conseguir me gerar esses insights, etc. Por que eu criei esse prompt? Porque eu queria criar Eu queria que a IA conseguisse compreender, até vou fazer isso amanhã, o que seria melhor para eu fazer aquele processo de infusão, de botar vitaminas no meu próprio... através de injeção. E daí ela fez toda essa análise porque o médico me deu um relatório, eu joguei lá e ela conseguiu fazer uma análise com base nos meus laudos e com base no meu DNA. Então, gente, vocês estão vendo que é assim? Por isso que eu falo para vocês, o uso da IA é algo que é tipo usar o celular, tipo usar a internet, entendeu? Você não tem que necessariamente pensar aqui, ah, como é que

eu uso o Cloud, como é que eu uso o Chat PT. Não, é como é que eu faço algo melhor. Como é que eu posso extrair mais informações? O que eu posso fazer com essas informações? Então, é um pensamento que é antes do fator de, ah, quero simplesmente usar o chat IPT. Beleza, gostaram? Já deixaram o like aí, já se inscreveram, então, para o nosso próximo vídeo. Então, amanhã vocês vão receber, quem está na newsletter, aí um resumo do que aconteceu na IA na semana, né? também um pouco do material da aula de hoje. Quem for lá no meu Instagram ou a Nicolas vai também lá. Vou mudar o link aqui. e digitar lá alguma frase com a palavra pesquisa, também vai receber materiais aí sobre essa live. Beleza? Então é isso. Espero que vocês tenham gostado. Obrigado aí, Zé, pelo apoio, por trazer essas informações para o pessoal. Foi muito bom te ter aqui. E, galera, vejo muitos de vocês que estão aqui, né? Estão aí, vão participar com a gente no Hackathon. Então, espero vocês amanhã às 5 horas da tarde, se não me engano, confirmem lá no grupo e tudo mais, mas se eu não me engano são às 5 horas da tarde, vocês já podem fazer o credenciamento, vocês já podem estar lá com a gente. Se você não quer perder isso que a gente está fazendo aqui, cara, eu quero estar no meio dessa galera toda louca aí, quero criar essas coisas incríveis que vocês estão criando, então aproveita, vou até pegar o link de novo aqui, do Hackathon, já garantiu sua vaga para o próximo. Lembrando que ele é para alunos. Se você não é aluno ainda, você precisa ser aluno. Ah, eu sou aluno de quê? Qualquer aluno pode participar. Pode ser aluno da formação, aluno dos agentes lendários, da agência IA, da mentoria. Todos os alunos podem participar do Hackathon. Então, é um Hackathon para a nossa comunidade. Beleza? E... Vou mandar o link para vocês aqui. Deixa eu pegar aqui o link certinho. E vai ser, cara, assim, quem vai, quem aqui, só pra saber, quem tá comigo essa hora ainda, né, quase três horas de live, só digitar eu aqui pra eu saber quem que tá aqui, que vai no Hackathon. Enquanto eu pego o link pra vocês aqui. Tá aqui o link pra vocês, pra quem já quiser garantir. Olha, gente, desse Hackathon aqui, eu acho que a gente vai preencher todas as vagas, só galera que, tipo assim, acho que até domingo a gente vai ver todos os ingressos pra esse evento de novembro, né, de outubro, novembro ali. Então, assim, pra quem é aluno aí ou pra quem já tá vindo nesse Hackathon, já garante já ingresso pro próximo, que vai ser muito bom, tá? É isso, gente. Espero que vocês tenham gostado. Quinta-feira que vem estamos juntos de novo para mais uma live como essa. Ou não, porque eu sou um cara meio aleatório aí. Eu tinha planejado várias coisas para essa live de hoje diferentes. Aqui eu tenho os outros prompts que eu criei, mas eu pensei, não, eu quero ir para os fundamentos. Mandeí um mensagem para o Zé uma e meia da tarde. Falei, Zé, quer vir aqui para te mostrar o que está fazendo? Acho que vai ser legal para a galera ver um pouquinho também. Mas é isso. Então, na próxima live, semana que vem, espero que vocês estejam com a gente aqui também, beleza? Um abraço e até mais.