

2023
•
r
a
i
s
c
r
i
t
o
r
i
o

Aula 244

**A estrutura mínima que você
precisa para crescer no digital**



Aula 244

ÍCARO DE CARVALHO

02 de junho de 2021

TRANSCRIÇÃO

Fala, meu amigo! Seja muito bem-vindo para mais uma aula aqui d'O Novo Mercado. Nossa aula de número 244. Se você está assistindo essa aula através de uma gravação – quanto tempo faz que vocês não ouvem esse jargão – não importa o dia, o horário ou a data estelar, o nosso tema de hoje é: a estrutura mínima que você precisa para crescer.

Quando é que eu decidi que eu faria essa aula, com esse tema específico? Se não me engano foi ontem e muito inspirado em uma sequência de conteúdos aqui que estou gravando para vocês. Para falar a verdade, eu nem sei se esses conteúdos já caíram no YouTube, não sei se vocês já estão assistindo, ou se eles ainda estão sendo editados, não é? Agora tem muita gente produzindo conteúdo aqui, eu não sei exatamente quais estão no ar e quais não estão. Eu lembro que eu fiz a relação entre no-brainer e produto exclusivo. E eu falei um pouquinho, quando o Sobral estava aqui, sobre isso, falei um pouquinho no podcast sobre isso. E eu lembro exatamente que eu havia dito que a forma mais fácil que eu enxergo hoje de alguém conseguir a primeira escala para fazer um investimento no seu produto é conseguir aquele público mínimo viável através de best comments, através de desafios, através de cheques em branco. Para que ele tenha a primeira leva de dinheiro. E essa primeira leva de dinheiro servirá como investimento inicial, o seed money, aquele dinheiro semente, aquele dinheiro de investimento puro que proporciona a primeira onda de crescimento do negócio do cara.

Eu quero dividir a aula de hoje em algumas verticais, eu vou tratando cada uma dessas verticais de um jeito. E aí, no final, a gente meio que consolida esse conhecimento todo. O Nelson até apontou muito bem: "Através da pesca em balde". Através de um monte de pesca em balde. Hoje em dia eu digo até mais, até mais. Eu sei que tem aluno aqui que está a mais tem-

po, não é? Através do Mercado de Trabalho. É ridículo que as pessoas não utilizem o Mercado de Trabalho hoje como forma de obtenção de cliente de primeiro grau de relacionamento. Porque não existe nada mais fácil do que chegar n'O Novo Mercado e falar: "Pessoal, eu faço texto para feed. Pessoal, eu ajudo a editar suas fotos de feed. Pessoal, eu faço atendimento de suporte". Como eu quero fazer aula... Não sei se eu vou fazer aula, se eu vou fazer curso ou uma masterclass fechada, não sei ainda. Mas como eu quero desenvolver a ideia do suporte ativo. Como eu quero desenvolver a ideia de pegar a grana que existe no direct, porque é a grana fácil.

A primeira inclinação que nós sentimos aqui no mercado digital é partir para os grandes projetos. Eu já contei para vocês quantos e quantos alunos meus não começaram e aí começaram a alugar estúdio, equipe de vídeo, editora para fazer um primeiro produto, para fazer um MVP, para fazer um lançamento semente que ele nem sabe se as pessoas vão comprar ou não. E aí você tem um monte de grana que você bota na frente, você tem um monte de custo que já está boletado; você tem uma tremenda ansiedade. Porque quando você coloca dois ou dois mil e quinhentos reais a diária do estúdio, mais os profissionais, mais o equipamento locado, mais a edição. Tudo bem, tem estúdios que fazem isso já com tudo isso, cidades menores, equipamentos não tão profissionais. Mas tudo bem, você começa já lá atrás. Isso é tudo refletido como? Em cobrança, em ansiedade, naquela ideia de que você precisa ter o produto perfeito, porque agora é o grande lançamento. Inclusive, eu sempre incentivo a vocês: coloquem uma deadline no lançamento de vocês. Qualquer ação comercial que vocês vão fazer, coloquem uma deadline porque senão se torna eterno.

Você fica postergando, postergando, pisco olho e é junho, e aí pisca o olho é julho, você já joga para o próximo semestre. E aí você vai chegando no final do ano e, cara, o tempo vai passando. Eu tenho certeza que tem gente aqui, se não tem aqui, na escola, nós temos dezenas ou talvez centenas, de pessoas que estão há mais de um ano, há mais de dois anos com projetos e produtos engatilhados e que não saem do ar. E agora eu vou fazer até um remember, vou fazer um retrospecto, uma retrospectiva – achei a palavra em português. Vou fazer até uma retrospectiva: quem aqui esteve na aula, agora não lembro qual era, você lembra qual foi a aula que eu falei do kettlebell? Que eu fiz aquele produto do kettlebell, que era voltado para o nosso aluno Diego? Cara, deve fazer o quê? Seis meses que eu fiz essa aula, ou cinco meses que eu fiz essa aula. O Diego ainda está desenhando o produto. Toda vez que eu vou para a academia, todo dia eu en-

contro o Diego lá, todo dia eu encontro o Diego lá. E eu penso: "Caramba, por que o Diego lançou de um jeito, cara? De qualquer jeito. Caramba, por que o Diego não fez um semente bom? Caramba, o Diego sabe que nós temos aqui na nossa equipe de audiovisual, nós temos o Vidoni, o Fabrício, o Simonsen. Por que o Diego não fala assim: 'Cara, eu quero uns vídeos mais ou menos desse. Façam para mim e me entreguem, rápido?'". Porque você nem sabe se o produto vai vender. Tudo bem que você tem o Ícaro falando que o produto vai vender e está lá uma...

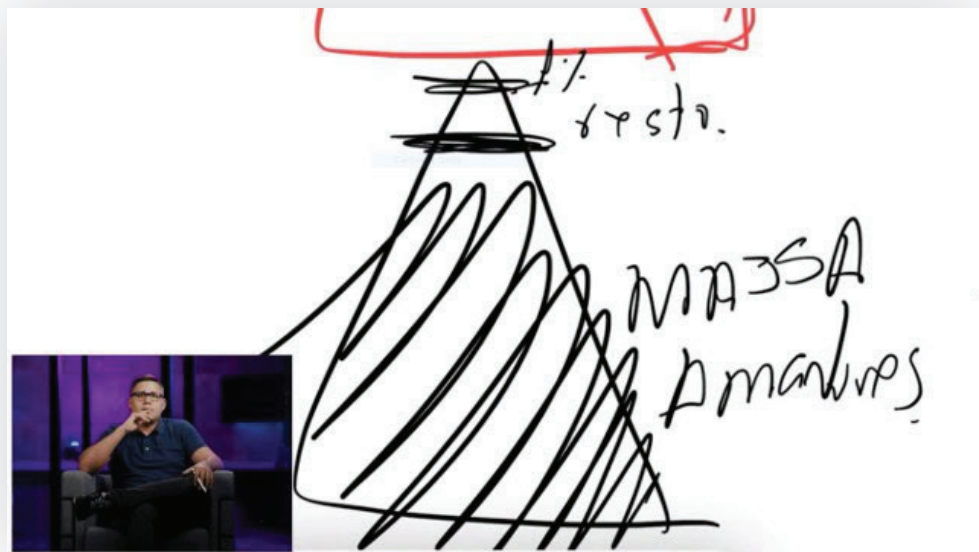
Olha lá, uma pessoa está falando da aula do kettlebell. Eu sei que quando eu falo que um produto tem grandes possibilidades de vender, é bem provável que ele venda mesmo. Aula 216. Aliás quem não viu essa aula, todo mundo aqui nessa sala, quem não viu a 216 assim que vocês saírem dessa vão ver, porque é uma aula muito complementar a isso que a gente vai falar agora, hoje. E eu fico pensando: por que ele não lança? E são vários motivos. A vida é corrida, tem muito cliente, muito estudo, tem a parte de treino dele mesmo, que não adianta também o cara não se manter em forma, e não se manter em dia. E o ciclo de atendimento de um personal é muito grande, o cara atende e é físico, você está treinando também um pouco a cada cliente que você atende. E as desculpas vão se acumulando, e você pisca, o tempo passa e você percebe que não lançou ainda. O que a gente vai falar hoje, é basicamente de um grande diferencial que existe entre o top 1% do mercado.

Olha que legal, a Ana está falando: "Essa aula mudou o meu jogo". O top 1% do mercado, quem é o top 1% do mercado? É o Ítalo, a Lara, o Cuenca, o Perini, o Joel, o Ícaro. Esses caras são top 1 do mercado. Esses caras aqui, todos eles, já faturam mais de 10 milhões por ano, muitos deles lucram mais de 10 milhões por ano. Alguns deles lucram mais de 40 milhões por ano. Se eu botar o Nigro aqui, eu posso botar a Empiricus aqui. A Empiricus fatura mais de 250 milhões por ano. Esses caras todos aqui têm grana para montar equipe, para ter edição, para ter roteirista, para ter essa estrutura que vocês estão vendo aqui colorida e tudo mais.

Fábio está falando: "Só? Eu esperava mais". Cara, na boa, eu nem acredito que alguém aqui fature 10 milhões por ano desses caras. Acho que todo mundo aqui parte de 20 milhões para cima, assim. E muitos deles com equipes mais enxutas. Mas cuidado para não descolar da realidade, cara. Cuidado para não descolar da realidade porque tem grupo educacional cotado na bolsa de valores que tem mais de 3 bilhões em receita que lucra

100 milhões, 95 milhões. Então, assim, fatura 3 bilhões, grupo com polo de desenvolvimento, com monte de campo, com monte de prédio. Lucro líquido de vinte, trinta, quarenta milhões eu aposto que o grupo hospitalar da tua cidade não tem. Então, cuidado aí para não dar uma descolada e fugir da realidade.

Esse top 1% é a galera que tem estrutura e que está jogando forte. Hoje, por exemplo, você quer fazer um lançamento com 1 milhão de tráfego, você tem o dinheiro ali. A questão é que as pessoas acham que a pirâmide é dividida assim: top 1%. Aí você tem os profissionais que estão começando a crescer, os profissionais que estão ascendendo. E quem está começando agora. Quem fatura, sei lá, até 100 mil por ano, que está começando agora. Mas a verdade, a verdade, é que a pirâmide... A gente vai começar a falar sobre isso agora. A pirâmide é assim: top 1%, o resto que está crescendo e profissionalizando, e isso daqui é uma imensa massa de amadores.



Quem são os amadores? Você pode ter um cara que produz conteúdo para caramba e ser amador. Eu conheço gente que produz conteúdo antes de eu ter chegado aqui e começado a produzir conteúdo e o cara ainda é um amador.

O amador não tem linha editorial definida. Aula 141, são as quatro camadas do conteúdo, 146, se não me engano é aula de linha editorial. 196, eu acho. Ele não tem linha editorial definida, ou seja, ele

não sabe exatamente sobre os temas que ele fala, quais são os temas que ele não fala. Esse cara não tem uma estrutura definida de responder direct, de post de feed. Esse cara só vai postando conteúdo infinitamente. 196, disseram aí. Esse cara não tem equipamento, ele não tem pessoas. Eu quero que vocês tragam para imaginação quem tem aqui parente comerciante, eu quero que vocês tragam para cabeça de vocês aquela ideia do antigo comerciante que fica atrás do balcão com os produtinhos dele pendurados na loja aqui atrás. Eu sei disso porque eu fui esse cara durante um tempo.

E aquele comerciante, e eu vi muitos passarem décadas assim, eu já usei esse exemplo várias vezes aqui: o comerciante que perde a vida dentro do comércio vendendo os produtinhos dele, esse cara quatro, seis mil líquido por mês. E esse cara não contrata balconista porque o balconista pode roubar ele. Esse cara cuida ele mesmo do estoque porque o estoquista pode roubar ele. Esse cara ele mesmo monta as gôndolas porque o vendedor, o representante comercial que monta a gôndola não vai saber montar a gôndola como ele monta. Ele sempre vai abrir e fechar a loja porque ele gosta de iniciar os sistemas, porque vai que alguém inicia o sistema errado. Ele mesmo gosta de fazer o trabalho de notas, ele gosta de fazer a substituição tributária, ele gosta de fazer o contato com o contador. Porque ninguém sabe fazer direito. E aí ele concentra tudo isso, e ele fala o quê? "Eu estou feliz porque eu tiro seis paus, ou às vezes oito paus, ou às vezes 10 paus por mês". E olha que ironia: quanto mais esse cara ganha, mais difícil é você mostrar que ele está errado, porque ele ganha. "Eu faço 10 paus por mês, a minha loja vira duzentos mil de produto/mês. Eu boto dez paus no bolso. Quanto advogados, quantos médicos põem esse dinheiro? Pagando apenas um vendedor".

Esse vendedor vai ser sempre um vendedor, esse vendedor até hoje é o cara que não tem autorização para trocar uma peça. O cara vem: "Troca esse chuveiro". "Não, eu vou ter que pedir, senhor, para o meu chefe, para o meu patrão para poder trocar esse chuveiro". E o cara não percebe que ele

tem dez mil reais no final do mês, que ele bate no bolso aqui, olha. Ele bate no bolso e fala: "É meu. Eu volto para casa com dinheiro". Esse cara até 2010 não aceitava cartão para não dizer para o governo quanto ele está fazendo. Só em dinheiro ou cheque. Dinheiro ou cheque. E esse cara acha que dez mil é um puta dinheiro. Só que ele é só um comerciante, ele não é um empresário. Por quê? Porque ele não enxerga o potencial que essa loja dele tem, ele não enxerga o potencial que essa loja tem, se for replicada em outros bairros. Esse cara não escala, e ele não escala por quê? Por ter medo de ser roubado.

Essa estrutura acontece idêntico aqui na internet. E você tem que vencer esse comportamento para crescer. Qual é a figura desse cara aqui na internet, eu tenho certeza que você vai se identificar com ele, ou conhecer alguém que se identifica com ele. Esse cara aqui posta todo dia. Ele passa o dia no celular. E está sempre trabalhando, está sempre irritado. Esse cara está sempre fazendo muita coisa. Esse cara está sempre produzindo muito conteúdo, e quando ele não está produzindo conteúdo ele está produzindo conteúdo, ele está consumindo o Ícaro, consumindo o Joel, consumindo o Erico Rocha, consumindo o Fabio Holder, o Tio Huli. Ele está estudando investindo, está estudando marketing, está estudando vendas, está estudando programação, ele está estudando. Esse cara está sempre postando o dia todo. Esse cara copia, e quando eu falo copia, copia no bom sentido. Esse cara copia os posts dos maiores do marketing. Então, ele está evoluindo. O post dele está evoluindo.

Só que qual é a principal característica desse cara que aproxima ele... Qual é a característica que aproxima esse cara desse vendedor aqui dentro do mercado? Esse cara faz um trabalho de marketing digital. Ele instala uma página, ele faz um funil de e-mails. Presta atenção nisso agora, eu demorei uma década para entender isso. Talvez mais, talvez 11 anos, 12 anos. Eu fui esse cara por muito tempo. Eu fui esse cara por pelo menos uns seis anos. E aí esse cara fez um trabalhinho, recebe três paus. Quantas vezes eu não fiz trabalhinhas por três paus, quatro paus, cinco paus? E aí o que ele faz? Ele embolsa tudo. Esse cara gasta, lógico, tem que gastar. Ele paga conta, ele junta um dinheirinho, ele faz tudo. "Não, eu sei fazer tudo! Eu sei instalar, fazer a página, colocar os plugins, botar o WordPress, botar o pixel". Digamos que ele faça 8 paus no serviço. Esse serviço, ele projetou para fazer em 15 dias. Mas ele também não sabe executar o contrato muito bem, o cliente enrola. Ao invés de 15 dias durou 30 dias. E é muito comum contratos dobrarem de tempo. Ele fez 8 paus.

Quando esse dinheiro entra na conta dele, ele já fica feliz porque ele estava, tipo, com mil reais na conta. Que já estava acabando, porque o dinheiro que ele recebeu há uns 40 dias atrás já estava acabando. E a conta dele, é mais ou menos assim a conta bancária dele. Perceba que ela está subindo, olha. Mas perceba que tudo isso é gasto para ele sobreviver. Então, a conta não está subindo assim. A conta está subindo aqui, olha. E no fim do ano ele tem 20 mil, 30 mil reais. E aí o que ele faz, ele gasta com o quê? Com cursos, ele quer ficar melhor, ele quer aprender mais. Isso é muito bom. Ele gasta com ele mesmo. Ele precisa comprar equipamento novo, ele precisa comprar um computador, ele precisa comprar uma cadeira.

Pessoal, a melhor coisa d'O Novo Mercado... Prestem atenção nisso. A melhor coisa d'O Novo Mercado é que eu não posso mentir aqui dentro. Se você está vendo essa aula através de uma gravação, se não é você que está vendo isso daqui ao vivo agora, é muito louco por que eu falo com o futuro, não é? Se você está vendo essa aula através de uma gravação, pause essa aula agora, e vá ver a aula um, vá ver a aula dois, vá ver a aula três. E vocês vão ver o Ícaro sentado na sala do apartamento dele, numa cadeirinha velha, atrás de uma mesa, que era onde a gente jantava, e Anna passava. E tinham meus livros ali empilhados porque eu ia lendo, eu virava e lia um pouco, virava e trabalhava, virava e lia um pouco, virava e trabalhava. Eu começava a trabalhar às nove, dez horas, eu ia até às três da manhã. "Eu estou trabalhando". Eu trabalhava, quando eu fazia cem mil por ano, sendo que eu tinha muita coisa para pagar, muita coisa, financiamento do meu apartamento. Quando eu fazia oitenta mil por ano, setenta mil por ano,

eu trabalhava muito mais do que eu trabalho hoje. Muito mais. Eu não tinha tempo de ir para academia e ficar dando banda e ficar não-sei-o-quê. Eu sentava, virava e trabalhava, virava e estudava, virava e comia trabalhando na mesa. Eu trabalhava muito mais.

Só que o que acontece? Você faz um dinheiro, já é um outro contrato, esse contrato venceu, caiu oito contos na tua conta. Aí você começa a pagar luz, água, gás, mercado, mercado, mercado, cerveja, condomínio... Faltando dois contos cai um contrato novo, sei lá, cai mais oito paus. Aí você fala: "Nossa, agora eu já estou com dez". Só que vai continuar caindo, caindo, caindo... E às vezes você compra um curso, às vezes você se atualiza. E qual é a característica que liga essas duas pessoas? Essas pessoas vão trabalhar até o último dia da vida delas. Porque eles não escalonam. Porque eles não terceirizam.

E agora eu vou falar para vocês com total conhecimento de causa. Total conhecimento de causa. Por que esse cara, por que o empreendedor digital paga oito mil em um computador, mas ele não contrata um designer? Por que esse cara paga oito mil em um computador, mais um conto em uma cadeira, por que esse cara não contrata um programador? Para poder, ao invés de dizer não para os clientes, esse cara ainda fica feliz quando ele não pode atender alguém. Eu me sentia feliz, cara, quando um cliente me ligava e eu não atendia. Porque eu tinha que falar: "Putá, cara, então nos três meses eu estou meio cheio". Eu ficava feliz. "Olha lá, eu estou com três meses de agenda fechada".

Eu recebi hoje um story de uma aluna, talvez ela esteja aqui, um story de uma aluna que falou... Não, na verdade, não. Na verdade, não. Ela postou no Twitter, se vocês procurarem meu nome lá, Ícaro de Carvalho, vocês vão encontrar, é uma moça. "Graças ao Ícaro, eu fechei um ano da minha agenda." E aí todo mundo pensa, acho que não tinham comentado ainda lá, mas as pessoas pensam: "Nossa, um ano de agenda fechada na crise!" Você sabe o que eu penso? Eu falo: "Caramba, você está totalmente gargalado. Você fechou um ano de entrega e você vai ficar um ano sem procurar mais ninguém? Você está gargalado para cacete!". E, olha, isso me doeu muito, cara. Isso foi um exercício de vencer a ansiedade. Eu sempre

fui muito ansioso com dinheiro, porque eu queria ter dinheiro. Eu não dormia direito, eu olhava meu saldo do banco, puta cara, mais de dez vezes por dia. Meu sogro ria de tanto que eu olhava o saldo. Eu ficava olhando, olhando, olhando, fazendo conta na cabeça. “Nossa, vou receber quatro, vou receber seis de não sei quem, depois eu vou receber dois de não sei quem. Daí eu pago essa e essa dívida, aí eu compro tal coisa. Nossa, vai sobrar mil e duzentos. Aí eu refazia a conta. Chegava lá, vai sobrar mil e duzentos. Aí a noite eu refazia a conta. Nossa, vai sobrar mil e duzentos. Aí eu refazia a conta de manhã, vai sobrar mil e duzentos”. Esse era o looping que existia na minha cabeça.

Quando vocês olham O Novo Mercado feito numa webcam. “Ah, nossa, que romântico! O Ícaro acreditou que a força do conteúdo dele era tão grande que bastava uma webcam da Microsoft barata, R\$ 69,90, alguma coisa assim na época, há 15 anos atrás, que já bastaria.” O cacete! É que eu não queria investir mesmo. Eu achava que meu conteúdo tinha que bastar, meu conteúdo tinha que bastar. E aí eu quero responder a pergunta: “Por que esse cara, esse cara eu até, por que eu comprava um computador de oito pau, por que eu comprava uma cadeira, mas eu não contratava um designer?”. Porque o designer atacava a minha ansiedade. Porque isso daqui eu encarava como investimento. Presta atenção nisso. Eu tenho certeza que tem muita gente aqui que nunca contratou alguém por causa disso que eu sofri muito tempo. Eu olhava aquilo e pensava assim: “Isso daqui é investimento. Eu olho para minha conta, eu tenho dez mil. Eu olho para o custo disso, oito mil e setecentos. Eu falo: Opa, dez mil”.

E era assim mesmo que acontecia na minha cabeça. Eu olhava, eu tenho dez mil na conta, porque eu recebi de um cliente. Isso daqui custa oito mil e setecentos. Mas, presta atenção, mas presta atenção. O meu computador, eu vou dividir em quatro vezes de dois mil, e a cadeira eu comprava no site do Extra, no site do Carrefour. Não tinha Magazine Luiza na época ainda, era Extra e Lojas Americanas. Eu ia no Extra ou nas Lojas Americanas porque eu podia dividir em 12 sem juros. Então, na verdade, era oito mil e setecentos, mas eu ia pagar dois mil e cem, eu vou arredondar. Eu ia pagar dois mil e cem porque tem o frete, vai. E aí o computador, eu comprava aqui na galeria Marcílio Dias em Santos que eu tenho um parceiro, o Ivo. Alguém vai falar isso para ele, eu tenho certeza. Até hoje eu faço as coisas lá. E a cadeira eu dividia, e na minha cabeça, eu evitava a ansiedade porque eu tinha dez, mas eu gastei só dois mil e cem, então eu ficava com sete mil e novecentos. Mesmo tendo comprado os equipamentos. E aí,

na minha cabeça: "Eu tenho tempo para me pagar". Então, eu comprava os equipamentos. E os equipamentos me serviam, os equipamentos me pagavam. Mas por que eu não conseguia contratar um funcionário, e por que eu demorei quase uma década para contratar um funcionário? Mesmo sabendo que tem trabalho para esse cara, é ridículo, não é lógico isso.

Não pode ser explicado isso, não tem nenhuma explicação real, plausível isso que eu estou falando para vocês. E cacete, isso me aprisionou por muito tempo. E é engraçado porque essa aula não poderia acontecer ano passado, mesmo eu já tendo aprendido. Mas é porque eu não tinha desenvolvido um processo na minha cabeça que permitisse que eu entendesse isso. É só o amadurecimento recente. Isso daqui é amadurecimento, de saber que a gente tem mais de um milhão de folha de pagamento aqui na empresa, anual, e falar: "Ah, ok, faz parte do processo de crescimento". Eu não conseguia assumir um funcionário de quatro mil reais. Porque acontecia o quê? Olha que loucura. Eu tinha aqui, estava eu, eu ia atender quatro clientes: um cliente de dez mil, um cliente de seis mil, um cliente de quatro mil e um cliente de oito mil. Eu sabia que eu ia passar o semestre inteiro atendendo esses caras. E aí, vinha na minha porta, presta atenção aqui. Vinha na minha porta um cliente de seis mil, eu negava. "Cara, eu não posso pegar porque eu estou cheio". Vinha outro cliente de sete mil. "Cara, eu não posso pegar porque eu estou cheio". "Quem são esses clientes, Ícaro?". Pessoas que faziam sites, campanhas, lançamentos, funis. Aí vinha outro cliente de quatro, de quatro, de quatro, vários clientes. Aí vai ter que editar se eu fizer alguma piada, então não vou fazer.

Vários clientes de quatro mil, de quatro mil, de quatro mil, de três mil. Para para pensar. E eu dizia "não" para todos. Não, não, não... Eu não sei se eu consigo ser tão claro para vocês, eu não sei se vocês viveram ou estão vivendo o mesmo momento que eu vivi. E é muito louco isso, porque isso é uma prisão mental que você vive é um looping de ansiedade muito maluco que vai te engolindo. Olha que loucura. Cada vez que eu dizia "não" para um cliente, eu me sentia melhor. Por que eu me sentia melhor? Tinha duas coisas acontecendo na minha cabeça. A primeira delas: quando eu dizia "não" para um cliente, eu falava: "Nunca vai faltar cliente". E eu falava para Anna: "Olha, Anna, hoje três pessoas me procuraram para fazer trabalho". Olha isso. "Anna, três pessoas me procuraram para fazer trabalho e eu disse "não" para as três. Está vendo como nunca vai faltar clientes para a gente?". Eu ficava feliz de perder um cliente. E ao mesmo tempo, eu relaxava com esses caras, porque eu sabia que tinha muito cliente. Então, eu nem ia atrás de mais.

Agora, presta atenção. Quantos clientes eu disse “não”? Isso era tipo em um mês, um mês e meio depois de pescar bastante em balde, eu poderia contratar um designer – é que não está pegando aqui por causa da figurinha. Eu poderia contratar um designer, presta atenção nisso que eu vou falar. Eu poderia contratar um designer e eu pagaria para ele três mil reais por mês, fixo. Naquela época, até hoje, se eu falar assim: “Pessoal, estou contratando um designer, três mil por mês, vamos fazer”. Principalmente quando a gente é pequeno, não é? Porque hoje em dia, quando é grande tem que colocar na CLT e pagar tudo, e contabilidade, tinha muita parceria antigamente. Se eu falasse para um designer, e muito designer júnior, eu olhava muito júnior porque eu era júnior também. Eu vou pagar essa cara três mil reais por mês. Eu poderia, só de trabalhos de design, fazer vários trabalhos de cinco, seis paus. Esse cara entregaria o trabalho de design em 10 dias. Ou seja, esse cara poderia fazer três trabalhos aqui dentro. Ele estaria feliz porque ele não tem o cliente e eu tenho cliente, eu tenho o cliente. E ele está feliz porque ele está ganhando o dinheiro dele.

Então, eu pagava três para o cara, fazia quinze. Pagava três para o cara, fazia doze. Pagava três para o cara, fazia nove. Só que isso, presta atenção, isso daqui é quase a mesma coisa que fazia na minha... Eu dobraria minha receita com três mil reais por mês. Por que eu não fazia isso? Alguém consegue me dizer por que eu não fazia isso? Por crise de ansiedade. Porque eu achava: se eu contratar esse designer, e colocar ele no CLT por três mil reais, eu vou pagar mais do que três mil, não é? Mas digamos que eu faça, não vou colocar ele no CLT porque senão a matemática não vai fechar, e nessa época, sinceramente, eu não ia colocar ninguém no CLT. Se eu fechasse esse cara com um pejotinha, desses PJ meio ruim, você sabe que é um problema, mas você faz quando você é pequeno. Você é pequeno, você fala: “Ah, depois a Receita vai me cobrar, um dia eu pago”. Quando você é pequeno, você faz muita coisa assim na loucura. Se eu fizesse um trabalhinho desse cara de três mil por mês, o que a minha cabeça me dizia? Minha cabeça me dizia: “Cara, vai dar tudo errado. Você não vai arranjar nenhum cliente para esse cara, e no final do mês você vai ter que pagar três contos para esse cara. E aí tu vai ter que pagar três contos e três contos é, às vezes, trinta ou vinte e cinco por cento do que você recebe. E esse cara vai ficar sem cliente”.

Enquanto eu falava isso, presta atenção, enquanto eu falava isso, um monte de cliente me mandava direct. Enquanto eu pensava nisso, as pessoas: “Ícaro, vamos fazer um site aí para mim de tal coisa. Ícaro, vamos fazer tal

coisa. Desenha um logo para mim. Ícaro, meu produto – esse era o que mais tinha – Ícaro, cria uma identidade para o meu infoproduto”. E os meus nomes eram incríveis, a minha história era incrível, o meu storytelling era incrível, mas eu só cobrava sobre isso. Aí eu criava um nome, aí era um infoproduto de treinamento. Aí eu criava o nome, a descrição, a oferta, o período do carrinho e cobrava seis paus por isso. Criava todo o copywriting do produto: nome, oferta, diferencial competitivo, pure winning, período da oferta. E aí o cara ia lá e pagava, mas 5k para fazer a identidade visual do produto, da página. E era direto isso, direto. Até o Pavani entrar, depois, lá em 2016, eu comecei a passar tudo para ele, passa tudo para ele. Mesmo o Pavani só foi contratado, não foi eu que contratei o Pavani, mesmo o Pavani foi contratado porque a verba vinha de um cliente. O Nigro disponibilizou uma verba para fazer o Código da Riqueza. Eu falava: “Beleza, eu tenho uma verba aqui, eu vou usar”.

E, depois, no lançamento, a gente pegava e abatia essa verba. Então, pega tudo que lançou, pega tudo que gastou, já abate, antes de dividir as comissões, não é? Não tinha sentido. Na minha cabeça todos os dias alguém bate na minha porta e me oferece dinheiro, que eu não precisaria trabalhar por esse dinheiro. Porque vocês sabem que quando a gente trabalha, a gente tem um coeficiente de energia que a gente pode usar. Eu não posso ficar dez horas por dia criando produto de copy. Na quarta ou na quinta hora eu não tenho mais inteligência criativa, daí eu tenho que ler, eu tenho que fumar um cigarro – na época era isso que eu fazia. Tomar mais café, na época era isso que eu fazia. Mesmo tendo um monte de cliente batendo na porta: “Cara, faz a identidade do meu produto. Cara, faz a identidade da minha página. Cara, eu vi que a página de vocês lá não-sei-o-quê está bonita, cara, faz para mim”. Mesmo assim, eu não tinha confiança de pagar 3k no mês para um cara, sabendo que eu tinha três, quatro clientes por mês que me batiam a porta fazendo isso. Eu não conseguia.

O primeiro medo, a primeira coisa que te impede de crescer é você ter um comportamento de comerciante. E aí o que acontece? Eu estou vendo gente, aluno aqui, viu? Eu estou vendo aluno que... Inclusive, eu dou um conselho para vocês, alunos, porque eu vou desligar essa aula e vou para

academia. Estou com a agenda tranquila aqui, eu não vou ficar pensando mais nessa aula quando eu acabar. Mas eu faço uma sugestão para vocês: quando essa aula acabar, alguém crie lá no grupo d'O Novo Mercado, alguém crie um tópico, um post, sobre isso. E que nesse post vocês tenham coragem e percam a vergonha de assumir essas questões de ansiedade e de crença limitante que vocês têm. Vocês vão se espantar com a quantidade de medo besta e injustificável que te impede de investir no seu negócio.

Vai lá no grupo e faz um post. "Cara, eu tenho crise de ansiedade toda vez que eu tenho que pagar um freela. E acontece isso, isso e isso". Eu não parava no final de semana, eu não parava no natal, não parava no ano novo, porque eu falava: "Meu, eu não posso parar, não posso parar. Se eu não estiver postando aqui, alguém vai estar postando". E se os membros do grupo forem sinceros e maduros o bastante, vocês vão ver a quantidade de depoimento que vocês vão encontrar lá. Porque eu fui consumido por esse negócio o tempo todo.

E aí vem outro ponto: "Ah, mas quem se preocupa com isso é perdedor". Eu cresci para cacete e isso não diminuiu. Só diminuiu quando, porra, dá trinta e tantos mil alunos, aí o bagulho diminui. Você não consegue gastar o dinheiro que entra. Mas enquanto o dinheiro não foi fartíssimo, cara, crise de ansiedade o tempo todo. E trabalhando, produzindo, indo para festa de familiar e continuando no celular trabalhando.

- E aí, Ícaro, quando você vai parar?
- Quando eu estiver rico para caralho.
- Mas se diverte, são 20:30h da noite.

Eu pensava: "Como me divertir? Você está louco que eu vou me divertir? Eu vou trabalhar, eu vou trabalhar, eu vou trabalhar".

"Ícaro, paga um jantar para tua mulher". Aí eu já começava a pensar: "Caramba, quanto eu vou gastar esse final de semana? Eu deveria ter salvo

uma mensagem que eu mandei no WhatsApp para Anna, sei lá, em 2015, assim: “Nega, estamos gastando demais de restaurante quando a gente sai com seu pai. Porque eles gastavam um pouco, a gente gastava um pouco, a gente dividia as contas. Eu pagava a minha conta e a da Anna, eles a deles. Mas eu falava: “Nega, duas vezes por semana está difícil”. E eu ficava pensando nisso, e já com dinheiro sobrando na conta. Então, enquanto você não pensar que o dinheiro vem, e a quantidade de clientes quase sempre será maior do que a quantidade de gastos que você tem. Você não consegue escalar.”

E aí esse é o último ponto da vertical “medo de gastar, medo de contratar”. Essa vertical que a gente está tratando aqui é o medo de contratar. E o último ponto é o seguinte: você tem medo de contratar um cara numa PJ fixa. Pessoal, se tem contador aqui, se tem advogado aqui, eu sei que é uma bizarrice jurídica, eu sei que vocês vão falar um monte de coisa. Eu sei que vocês vão falar que: “Ai, meu Deus, Ícaro, vocês e o Ministério do Trabalho”. Isso é uma realidade de quem está começando. PJ fixa nada mais é do que um aperto de mão e: “Cara, tu trabalha por tanto? Te pago no fim do mês. Está bom, obrigado”.

“Ah, se te colocarem no pau?”. Sei lá. Se te colocarem, tu vai cair, se não te colocarem, tu não vai cair. É assim, é a vida, é o risco. Mas digamos que você paga três mil mensal para um bom designer, ou para um bom copywriter. Bom assim, júnior, não é? Um copywriter junior bom trabalhar para você.

“Ah, Ícaro, e porque ele trabalharia?”. Pessoal, vocês se surpreendem com o quanto existem pessoas que preferem a tranquilidade. Não é todo mundo que quer ficar correndo atrás de cliente. Quem aqui gostaria de trabalhar, contrato fixo, com uma grande empresa da área, ganhando dez pau líquido para não precisar de cliente mais, só para executar. 5h, toca o alarme, você se levanta e vai embora. Muita gente, cara. Não é todo mundo que quer ser multimilionário, as pessoas só querem viver a própria vida, tomar uma cervejinha, comer um negocinho. Não é todo mundo que quer ficar faturando milhões e tendo reunião com advogados. Esse cara me custaria trinta e seis mil no final de um ano, e é ainda mais bizarro, é ainda mais bizarro quando você pensa no anual. Porque, pessoal, isso daqui são quatro ou cinco projetos no ano e esse cara se pagou.

O que você faz? Qual é a arma do ansioso? Chama: freelancer. Como eu demorei para descobrir isso. Freelancer custa para caramba quando você terceiriza, porque esse cara vem por projeto e por projeto ele sempre cobra mais. Então, um designer que custa trinta e seis mil por ano no pejotinha "todo mês te pago dia 5". Esse cara vai te cobrar seis paus para fazer um projeto de identidade de produto. Porque ele sabe que vale. Digamos que ele te cobre cinco paus para fazer uma identidade inteira de produto, página de vendas. Esse cara está te cobrando um mês e meio de trabalho. Um mês e meio de trabalho para você conseguir dois clientes e já se pagar. Esse cara está pagando um mês e meio de trabalho em um projetinho que ele vai fazer em dez dias. Olha a diferença!

PJ, dez dias de trabalho. Freela, 45 dias de trabalho. Só porque você não quer fazer um acordo de um ano com esse cara. Só porque você acha que pode acabar tudo, dar tudo errado, e você não ter mais nenhum cliente. E aí vem o ponto que é inacreditável. Você contrata um freelancer para ele atender os seus clientes, e ele também trabalha para você. Quando um PJ não está trabalhando para o cliente, ele está trabalhando para você. Então, digamos que eu contrato um designer por três mil por mês. É menino novo, menino júnior, mas que está começando, é capaz de fazer coisa boa. Você como copywriter vai dirigindo ele, entra lá no Behance, pega umas influências, ajuda o cara também. O designer vai ser tão bom quanto você for capaz de conduzir ele.

Se você não quer conduzir, você vai ter que contratar um sênior, que vai te custar quinze paus por mês e é outro jogo. Esse cara, por três paus por mês, ele vai trabalhar, tipo, 5h no projeto do cliente. Aí ele para. Presta atenção nisso aqui agora. Presta atenção nisso agora. É bizarro porque

depois que você passa por isso tudo, você sabe, eu fico lembrando: “Meu Deus, quanto me custou isso. Quanto me atrasou isso, quanto eu poderia estar mais na frente. Quanto eu poderia ter crescido antes”. E se eu tivesse vendo essa aula a seis anos atrás, eu ia olhar e falar: “Uma aula boa. O Ícaro está dando uma aula boa”. Mas essa aula é muito boa. É muito boa porque, talvez, vocês demorem anos para acordar para isso. Olha onde você começa a crescer. Esse cara trabalhou 5h para o seu cliente, esse cara trabalha uma hora para você. Esse cara está atendendo um cliente, te dando dinheiro e durante uma ou duas horinhas por dia, ele trabalha para você. O que é trabalhar para você? Vou dar um nome para esse designer aqui. Vou chamar ele de Pedro.

Imagine que eu diga assim:

— E aí, Pedrão, vamos fazer uma call todo fim de dia, 5h a gente faz uma call, fechado?

— Fechado.

Ok, você chega lá 5.

— Pedrão, no máximo 15 minutos de call para não atrapalhar muito a gente, beleza?

— Beleza.

Chega na call:

— E aí, Pedrão, me dá um parecer aí do cliente, cara, como estão os trabalhos?

— A página está indo bem, avançamos aqui na identidade. Não-sei-o-quê.

— Beleza, cara, está tudo tranquilo, então? Está tudo no prazo? Vamos entregar? Está precisando de alguma coisa?

— Não.

— Pedro, faz o seguinte, cara, amanhã, antes de você começar a pegar o trabalho do cliente, faz o seguinte: faz duas fotinhos para eu postar no feed do meu Instagram, beleza?

Ele é teu contratado.

E aí vem outra mágica. Esse cara está te custando três mil por mês para trabalhar no que você mandar. Se você encomendou duas fotos com ele, cada foto hoje, lá no Mercado de Trabalho, o cara vai cobrar, quê? Oitenta, cem paus para fazer. Digamos que um moleque muito, muito rampeiro, muito agressivo cobre cinquenta contos. Esse cara já te custou R\$ 2.900, porque já conseguiu duas fotos dentro do preço para ele, porque você

não precisou fazer lá fora. Quando você for criar a sua página de vendas: “Pedro, eu não vou te dar um cliente esse mês a mais, porque a gente vai fazer aquela página de vendas”. Você já não pagou a página de vendas. E o Pedro está feliz da vida, porque ele tem todo dia 5 três mil reais, enquanto os amigos dele da faculdade fazem seiscentos reais de bolsa-estágio, se fizer. E ele trabalha sentado em casa. E quando você cresce, você pega esses 3k e dá 4k para o cara, dá 5k para o cara. Deixa o cara feliz. Cresce, deixa o cara crescer junto.

E aí, sabe qual é a mágica da mágica da mágica de todas as mágicas? Vai chegar uma hora que o Pedrão vai estar tão bem, ganhando, tipo, oito, dez paus fixo que você vai falar: “Pedro, pega um júnior, cara. Pega um júnior, paga um conto e duzentos aí para ele fazer meio período. E manda ele fazer só o que você não quer fazer. Recortar imagem chata para cace-te, ficar trabalhando braçal mesmo. Ficar desenhando layout de site, você manda o visual, você desenha o visual assim: “Pedro, eu quero a página assim, cara. Imagem grande assim, texto, botão de vendas, aqui vem a garantia. Aí você põe mais texto aqui, cara, põe um bannerzinho aqui. Pedro, faz o footer aqui, entendeu? Entendeu. Então, passa para o júnior aí”.

E, de repente, você tem dois caras agora. E o júnior fazendo a maior parte do trabalho braçal, ele vai ficar lá suando, olha a aguinha aqui suando carregando um piano. O Pedro pode trabalhar ainda mais para a sua marca. É muito complicado você ter medo de contratar para crescer. E aí a mesma coisa, mesma coisa com as três profissões que você precisa ter para crescer. Todo mundo aqui que trabalha com digital deveria ter pelo menos esses, vai ter que começar por algum. Você tem que ter um desenvolvedor, você tem que ter um designer, você tem que ter um copy. Tem que ter, pessoal, tem que ter.

“Ah, mas eu não tenho salário fixo, eu não tenho receita fixa para conseguir contratar esses caras que vão dar, sei lá, dez paus/mês fixo para mim. E vai dar isso mesmo, assim. Os juniores e tudo mais, vai dar mais ou menos isso. Então, talvez você comece com um. Eu diria... É que eu gostava de design, eu já fiz minhas paginazinhas lá, então eu gostava. Então, comecei com um desenvolvedor, que foi o Eduardo. Para para pensar. Olha o que o pessoal está falando aí. É que, sabe qual é o problema? Eu acho que o Eduardo falou. Eu ia falar isso, Luísa. “O Ícaro está sendo muito generoso nesse valor de três mil reais”.

Sabe qual é o problema? O problema é que se eu for falar a realidade de verdade aqui, a realidade de quem faz as coisas na trincheirona mesmo assim. Sabe qual é o problema? Vão recortar esse pedaço e vão colocar em algum lugar e falar: "Olha o que o Ícaro fazia". Cara, três mil reais é muita grana no mercado. Se lá em 2015 eu oferecesse três mil reais para alguém trabalhar fixo, cara, lotava minha caixa de e-mail. Tinha cara que trabalhava por oitocentos reais. Porque oitocentos reais era o que o cara ganhava no comércio, pegando condução para ir, pegando condução para voltar, tendo desconto na folha. Trabalhando de sábado, de domingo, no natal. Aí o cara podia ter isso no computadorzinho dele, aprendendo ainda comprando curso.

Olha a Karina, exato: "Hoje dia um designer júnior trampa por R\$1.200". Trampa. O problema é que se eu falo isso, vão falar: "Nossa, olha o Ícaro! Pagava R\$ 1200 para fazer dez, quinze contos de clientes". Aí sabe qual é o problema? Vai na agência para ver o que eles fazem! Na agência, o cara te paga R\$ 1200 no júnior, o cara faz quarenta mil em cima do júnior. E é agência, não é? E está lá e paga hora-extra? Quem aqui trabalhou em agência e recebeu hora-extra? A hora-extra é o cara comprar ali umas pizzas da Domino's para você, botar em cima da mesa. "Pessoal, é isso aí, hein! Obrigado pela força". Esse é o mercado dos caras. Então, assim, se você for procurar mesmo quem esteja disposto a trabalhar e crescer, pega esses dez mil... Cara, a gente está falando aí de quatro, cinco contos para contratar juniores dessas três profissões.

O desenvolvedor vai te cobrar um pouco mais. Mas, de resto, cara, imagine cinco mil para você ter um desenvolvedor, um designer e um copy na sua marca. Para você ir lá no Mercado de Trabalho e oferecer o serviço e distribuir para essa estrutura que já está em baixo de você. Não é possível que a gente não consiga enxergar isso, cara, não é possível, assim, é bizarro, cara. É bizarro que com uma ferramenta como o Mercado de Trabalho, ninguém que seja copy queira contratar um designer para fazer uma duplinha e ir para cima pegando os trabalhos lá.

E aí me perguntaram aqui: "E quando terceirizar?". Quando você chegou aqui. Não, não, não, não. Quando você tem que expandir a equipe? Quando você não está conseguindo pegar os clientes que batem na tua porta. Não adianta você contratar uma equipe hoje, montar uma equipe hoje e não ter cliente nenhum. Não adianta. Os primeiros dois meses pagando fixo sem cliente, a tua cabeça explode. Agora, quando você começa a dizer:

“Não, estou cheio. Não, minha agenda está cheia. Não, eu tenho cliente”. Aí está na hora de expandir.

Agora, de resto, os outros profissionais, editores de vídeo, editores de imagem — o designer vai fazer edição de imagem. Editores de vídeo, tráfego, contrata como freela no começo. Você não vai ter tanta demanda de imagem assim. Você não vai ter tanta demanda de vídeo assim. Contrata pacotes de vídeo. Mas esses três, cara, primeira vendinha que você faz, está na hora. Eu estava andando pelo escritório ontem, eu acho, ou antes de ontem e aí eu perguntei para o Fabio, que é o nosso gerente de marketing: “Cara, como está a nossa política de newsletter?”. Ele falou: “A gente não está mandando, a gente manda de vez em quando”. Falei: “Cara, que loucura! Quantos leads quentes a gente tem? Leads bons, quentes, que respondem hoje?”. Ele falou: “Uns duzentos mil”. E olha como é louco, você chega numa empresa que está do tamanho d’O Novo Mercado e você ainda encontra muita coisa para fazer. Eu falei: “Fabio” — lá na sala de reunião — eu falei: “Fabio, a gente tem duzentos mil leads quentes e responsivos. Duzentos mil, não é duzentos mil que a gente comprou ao longo da empresa, não. E nós não estamos com uma puta estratégia de e-mail marketing para esses caras com conteúdo, história, com conteúdo exclusivo só para quem está na lista de e-mail. Com coisas que o Ícaro não pode falar porque senão derruba no Instagram. Só para quem está na lista. A gente não está com isso”.

Aí o Fabio me respondeu o óbvio e que eu sei também, e que é por isso que eu falo que os problemas de gestão nunca acabam. Ele virou e falou assim: “É, cara, mas está faltando braço. Você não tem ideia de quanto a gente está fazendo. Inclusive os canais do YouTube, e um monte de outras coisas”. E aí, cara, nessa hora, eu estava meio que quase decidindo falar sobre esse tema. Eu falei: “Fabio, se a gente pagar quatro contos para um belo copy, quatro contos para um cara de copy bom, bom. E por que bom? Porque ele vai fazer um trabalho que vai durar uma horinha ou duas por dia dele. Se a gente pagar quatro contos, esse cara cuida da lista, cara, sozinho, só para ele. Todo dia ele dispara e-mail, todo dia ele segue o protocolo que a gente manda! Cara, quatro mil, são quarenta e oito mil por ano. Quarenta e oito mil por ano, eu vou tirar, pelo menos, uns quatro milhões dessa lista. Não tem sentido nenhum eu não fazer isso”. E é por isso que as empresas vão de três funcionários para quatrocentos. Porque elas continuam pensando assim, continuam pensando assim.

Então, até aqui a gente está com isso. Qual é o remédio? Contratar o cara pensando em quanto você paga por ano para ele, e ver quanto de grana a gente consegue extrair do que a gente está se propondo a fazer. Hoje eu não tenho cabeça. Eu poderia uma hora por dia sentar e fazer o mailing, ficaria até bem legal porque eu escreveria do meu jeito, e usaria as minhas frases. É difícil alguém escrever como eu, então a pessoa escreveria com a assinatura d'O Novo Mercado. Mas na boa, eu não tenho mais espírito para fazer isso. Sei lá, não quero fazer. E vocês vão ver que tem várias coisas que vocês não querem fazer. Eu não quero sentar hoje para ficar fazendo mailing, então porque não contratar alguém que vai querer? E vai trabalhar bem por isso e vai curtir fazer isso, e vai ser remunerado, inclusive, por performance por isso.

Então, desenvolvam o pensamento de contratar pessoas e parem com esse medo que me aprisionou por tanto tempo, que é o medo de contratar. E aí todos os clientes sumirem e você não ter dinheiro para pagar esse cara. Cara, na pior das hipóteses você não vai pagar ele por um mês e daqui a um mês você paga ele e fala: "Cara, desculpa, não está dando para a gente seguir porque você está vendo que a gente está sem cliente". E esse cara não vai te odiar. Você vai pagar tudo que deve para ele e acabou. Qual é a pior das hipóteses? Qual é worst case scenario? Qual é o pior de todos? É você falar: "Put a cara, então, a gente virou o mês e não tem nenhum cliente. Então, está aqui o teu dinheiro, do jeito que a gente combinou, vamos suspender um pouquinho? Se vierem outros clientes a gente volta". Só isso. Onde está o grande problema?

Hoje, para você expandir, você precisa investir. E aí vem o ponto, a última verticalzinha da noite: tem 1%, tem um pedacinho aqui que está crescendo, que já fatura uma grana, mas que ainda não cresceu. E tem um grande horizonte de amadores completos. Pessoal, com o mínimo de estrutura você já sai daqui para cá. Antes de faturar... Presta atenção, com três pessoas trabalhando com você. Presta atenção nisso. Com três pessoas trabalhando com você, você sai do amadorismo. Por quê? Porque o cara que trabalha sozinho ele jura que está bem para caramba. Mas ele está fazendo um monte de coisas mal feitas. Porque não dá para uma pessoa sozinha fazer. Eu lembro que quando eu visitei o Felipe Miranda pela primeira vez, eu visitei o Felipe Miranda ele falou assim: "Ícaro, eu tenho... (Agora vou ser enganado pelo número) Eu tenho 34 copywriters, ou eu tenho 64 copywriters". Agora eu não lembro se era um ou se era outro. Eu estava sentado aqui, de frente para o Felipe Miranda. 250 mil assinantes na época

ca. “Ícaro, eu tenho 34 copys ou 64 copys – não lembro – e se eu pudesse, eu dobraria”. Eu voltei para Santos, falei com o Eduardo o seguinte – acho que o Jonatas estava aqui na época – falei: “Pessoal, os caras da Empiricus são muito otários. Os caras têm 34 copys e não escrevem como eu escrevo”.

Eu era o otário. Eu não enxergava, porque a Empiricus fazia 40 produtos, mandava 20 funis, tinha trinta negos fazendo e-mail todo dia. E eu sozinho, na minha página, que realmente é grande, na minha página que realmente prospera. “Eu, eu que sou bom porque eu não contrato ninguém.” Então, eu te garanto que com três pessoas você faz essa transição. Por quê? Você vai fazer uma coisa que ninguém sozinho faz: você vai ser constante em diversas áreas. Quem aqui tem grupo do Telegram e não posta todo dia várias vezes por dia? Quem aqui tem grupo do Telegram e não posta várias vezes por dia? Quem aqui tem e-mail marketing e não manda várias vezes por dia? Quem aqui não posta todos os dias no feed? Quem aqui não posta todos os dias nos stories? Não dá para você fazer tudo isso sozinho. E aí você esquece. “Esqueci do Telegram, mas não tem problema. Amanhã eu posto. Nossa, o feed hoje eu não fiz, mas tudo bem porque eu estou muito atarefado”.

Então, você tem Telegram, feed, caixa do Instagram, você tem e-mail marketing. Agora, agora vem mais um, coisa que eu não faço ainda, que eu não faço ainda: cold call. Quem aqui já recebeu uma ligação d’O Novo Mercado? Quem aqui recebeu um WhatsApp d’O Novo Mercado? Simplesmente para perguntar como é que vocês estão. Se vocês estão com alguma dúvida no produto, se vocês querem comprar alguma outra coisa. Vocês querem alguma outra solução. Que solução? Eu só tenho a minha assinatura. Vamos além, suporte. Vamos além, prospectar. Vamos além, parcerias e collabs. Qual foi o último podcast que vocês me viram? Qual foi a última entrevista que vocês me viram? Qual foi a última? Não dá tempo! Deveria estar com tudo isso.

Agora, só um idiota, só um idiota... e eu fui esse idiota por muito tempo, só um idiota acha que ele pode fazer tudo isso daqui sozinho. O Nelson lembrou: YouTube. SEO, artigos para ser ranqueado no Google. Agora eu vou para as outras habilidades que não são comerciais: tráfego, RH, contabilidade. Quem acha que faz tudo isso só? Eu achei que eu fazia tudo isso só. E o que eu fazia? Eu corria que nem um idiota entre um incêndio e outro, entre um incêndio e outro. “Eu estou há cinco dias sem postar. Vou lá e pos-

to. Estou há cinco dias sem fazer Telegram". Quem aqui pegou o Telegram d'O Novo Mercado? Tem alguém aqui da idade da pedra que pegou o Telegram d'O Novo Mercado? Nós tivemos um Telegram, nós tivemos um canal de Telegram, quem aqui pegou? Cadê o Telegram d'O Novo Mercado? Não existe. Lá atrás, há quase dois anos atrás, a gente meteu milhares e milhares de pessoas no nosso Telegram. Cadê o Telegram? Não continuou fazendo. "Porque, porque eu tenho coisa para fazer, eu coisa para fazer".

Se eu tenho duzentos mil leads quentes hoje, quantos leads eu não teria no Telegram? Quantos leads eu não teria no Telegram? É engraçado porque às vezes eu faço story para mim mesmo e hoje eu estou fazendo uma aula para mim mesmo. Vocês estão só acompanhando uma live que eu estou fazendo para mim mesmo. Se eu tenho duzentos mil leads quentes, quanto que eu teria no Telegram se eu tivesse falado: "Pessoal, Mente Blindada – que é um produto que a gente tem represado aqui há mais de um ano – Mente Blindada eu só vou vender para quem estiver no grupo do Telegram. Eu teria mais de 100k de pessoas no Telegram. E aí quanto eu pagaria para alguém ficar no meu Telegram mandando as mensagens, aquecendo a galera, três contos, quatro contos? Quarenta e oito mil por ano. Quanto eu tiraria de grana com 100k pessoas no Telegram? Um milhão, dois milhões e eu pago quarenta e oito para o cara.

Esse pensamento tem que te ocupar em todos os sentidos. E aí o que eu fazia: "Estou sem postar no Telegram". Que hoje em dia eu nem posto mais. Eu ia lá e fazia um check, voltava só semana que vem. "Putá, cara, caixinha". Caixinha eu faço todo dia. Então, está sempre check. E-mail marketing. "Putá, cara, faz meses que eu não faço e-mail marketing de conteúdo. Meses que eu não faço e-mail marketing de conteúdo". Eu ia lá e fazia um check. Aí aqui já não tinha mais check porque já passou, aí eu corria para cá. O YouTube, minha conta do YouTube é de 2010. 2010. Quando eu conheci o Nigro, ele tinha cem mil seguidores, ele estava comemoran-

do cem mil seguidores, a minha conta já existia. O Nigro tem uma conta de cinco milhões de pessoas, eu comecei agora no YouTube, é ridículo. As pessoas olham e falam: “Nossa, O Novo Mercado, cara, gigante, bombando”. Cara, O Novo Mercado poderia estar muito maior. Porque eu demorei muitos e muitos anos para pensar na terceirização.

Hoje em dia nós temos um contrato alto com um executivo só para fazer YouTube que é o Coutinho, do Play de Prata. Sentamos com ele, eu falei: “Coutinho, resolve YouTube”. Vou para o próximo problema. Vocês nunca vão se enriquecer enquanto vocês não terceirizarem. E isso daqui não é uma equipe de vinte pessoas como eu estou falando, não. No começo isso daqui consegue ser feito com três pessoas, quatro pessoas. Mas imagine onde estará a sua concorrência se você tiver post de feed todo dia, todo dia mesmo. Se você tiver Telegram todo dia, todo dia mesmo. Se você tiver e-mail marketing, mesmo que você tenha mil leads, trezentos leads, mas é e-mail marketing todo dia mesmo. Que você tenha um produto com página bonita, com pixel funcionando. Que você tenha verba de tráfego de dez reais por dia, que seja, para imprimir banner para quem visita e engaja com você. Bannerzinho ali, “promoção, promoção”. Você faça live toda semana. Que você tenha desafio toda semana. Que você tenha masterclass toda semana.

Pega o cara que tem produto maduro aqui, por exemplo, o Nelson, que está aqui. Nelson, qual foi a última live que você fez? Qual foi a última masterclass que você fez? Qual foi o último desafio que você fez? A gente vai só sendo engolido, cara, engolido, engolido. E é lógico que você não vai fazer, porque você está pensando em tantas outras coisas. “Ah, Ícaro, mas se eu fizer isso e não tiver muitas vendas, eu vou começar a perder dinheiro”. Cara, tu investiu duzentos mil numa faculdade sem ver nenhum dinheiro por cinco anos. Será que você não pode montar uma equipe de quarenta mil em um ano e passar um ano trabalhando? E mesmo assim depois de um ano fazer uma venda da porcaria de um produto de mil reais, vender quarenta unidades e recuperar tudo? E teve um ano de gente trabalhando com você. Só que isso só é óbvio agora. Isso só é óbvio agora. Montar uma equipe de cinquenta mil por ano, que vai deixar o meu perfil funcionando.

Entra na OLX, entra aí nessas porcarias desses sites e veja quanto custa uma banca de jornal, quanto custa um ponto de uma banca de jornal. Quanto custa o ponto de uma cafeteria. Você não pode pegar cinquenta mil, pegar um copy, um tráfego, ou um desenvolvedor e um designer. Cinquenta mil de contrato anual, com os três. Você não pode passar um ano, um ano, todo dia, todo dia, todo dia. Chegou em dezembro, cara, eu estou considerando que você não vai fazer nenhuma promoção, que você não vai vender nada, nada, nada mesmo. Em dezembro, teu perfil chapado, teus stories chapados, caixinha todo dia, e-mail marketing todo dia, teu canal de Telegram chapado, você fazendo live, chamando gente, comprando trafegozinho, dez, vinte reais para botar gente, engajar com elas. Não é possível que em dezembro você não venda um produto de R\$ 997 para cinquenta pessoas, cara. Sendo que a Casa do Pão de Queijo, você vai demorar trinta e seis meses para reaver.

E aí vem a pergunta, sempre tem um hater, sempre tem um negativo: "Mas se você gastou cinquenta, e você ganhou cinquenta, mas tem taxa do Hotmart, tem imposto, tem inflação, tem não-sei-o-quê, na verdade isso daqui é uns quarenta e dois. Então, você ainda ficou menos oito". Cara, mas olha o capital não-financeiro que você adicionou. Você agora tem lista, você tem audiência, você tem seguidor, você tem perfil montado, você tem lista de Telegram, você tem feed bonito. Considerando que você não vai vender nada, daqui a dois meses, você faz um outro flash opening e vende mais trinta e cinco, ótimo. Agora você está no verde. Não é possível que vocês não entendam isso. Espero que vocês tenham gostado da aula de hoje. Estava ligado, hein, diretor? E até a próxima aula!

Aulas indicadas

Aula 216: Big Picture: Potencialize o poder da sua mensagem

OBRIGADO!

