

THE GARY HALBERT LETTER

7510 SUNSET BLVD. #1020
LA, CA 90046

PHONE 323-851-8275

KevinHalbert@thegaryhalbertletter.com

De:

Sul de Jewfish Creek

Caro amigo e assinante,

No mês passado prometi que este mês lhe ensinaria a verdadeira arte de escrever textos.

Agora estou prestes a cumprir essa promessa.

Preste bastante atenção. A habilidade de escrever anúncios e/ou cartas que vendem é, de longe, a habilidade mais maravilhosa para ganhar dinheiro que você poderia desejar adquirir. Se você dominar essa habilidade, nunca mais precisará se preocupar com dinheiro. A habilidade de escrever textos que gerem pedidos de forma lucrativa é tão rara quanto dentes de galinha. E, se você conseguir, quero dizer, conseguir mesmo, você pode virtualmente escrever seu próprio bilhete.

Tome-me como exemplo. Recuso pelo menos 9 em cada 10 pessoas que querem trabalhar comigo, e meu escritório atualmente tem ordens permanentes de trabalho suficientes para manter a mim e minha equipe ocupados sem parar pelos próximos dois anos. Posso ganhar a vida praticamente em qualquer lugar, desde que eu possa colocar as mãos em um pedaço de papel e uma caneta esferográfica ou um lápis ou um giz de cera. Posso fazer minhas coisas em um barco, em uma cela de prisão, em um submarino e, provavelmente, até na lua. Se eu escolhesse trabalhar uma semana regular de 40 horas, provavelmente ganharia pelo menos 10 a 15 milhões de dólares por ano. Eu não escolho trabalhar tão duro. Passo muito mais horas no meu barco do que na minha mesa (eu nem tenho mais uma - geralmente trabalho na mesa da minha cozinha) e, no entanto, seria frustrante para mim se eu tivesse um mês em que ganhasse menos de US\$ 100.000,00.

Não tenho concorrência nenhuma. Não é que não existam outros bons redatores. Não, é que somos tão poucos que, na maioria das vezes, somos amigáveis e trocamos ideias e informações livremente.

O que me leva a um ponto crucial: se você precisa de um texto de qualidade verdadeiramente internacional...

**Você provavelmente terá que
aprender a fazer isso sozinho!**

Veja bem, os poucos de nós que realmente conseguimos fazer isso (escrever textos que vendem) somos tão requisitados que você nem pensa em nos contratar, a menos que esteja disposto a gastar uma fortuna. E, mesmo assim... você ainda terá que esperar na fila.

Além disso, somos um grupo arrogante e mal-humorado, muitas vezes mais interessados em refletir sobre nossa maravilha divina do que em trabalhar arduamente em seu humilde projeto.

Essa é a má notícia. A boa notícia é que... você realmente pode aprender a fazer isso sozinho se tiver (e tem) uma alma bondosa como a minha, disposta a desmistificar o assunto e desvendar o mistério para você.

Senhores... liguem os motores. Vocês estão, como prometido, prestes a aprender a verdadeira arte de escrever textos!

O primeiro passo é criar uma "FICHA TÉCNICA" sobre o que você deseja vender. Então, vamos escrever um texto de alta qualidade (neste caso, uma carta de vendas) sobre um produto com o qual você está muito familiarizado. Vamos escrever um anúncio sobre o seu carro. Ou talvez sobre a sua casa. Ou sobre o seu cônjuge. Ou sobre você. Não importa o que seja, o que importa é que, por enquanto, você escolha algo sobre o qual tenha bastante conhecimento. Agora, deixe-me dizer algo importante...

**Quando se trata de escrever textos, muita
atenção é dada à escrita em si e
muito pouca é dada à descoberta de fatos
sobre o que o redator está tentando vender!**

Se você fizer sua pesquisa corretamente e se preparar o suficiente, seus anúncios e cartas de vendas quase se escreverão sozinhos. É como pintar um barco. A pintura em si é fácil; a parte difícil é a preparação, ou seja, deixar o barco pronto para ser pintado.

OK, digamos que você decidiu escrever uma mensagem de vendas sobre seu carro. Vamos começar com essa Ficha Técnica. Faça-a longa. Faça-a detalhada. Faça-a completa. Qual a marca do seu carro? Qual o modelo? Qual a cor? Quanto ele pesa? Quantos quilômetros ele rodou? Que tipo de pneus? Qual o estado deles? Como está o interior? Quantos quilômetros por galão? Qual a potência? Quanto você pagou por ele? Quem o dirigiu? Que tipo de tratamento ele recebeu? Ele dormiu em uma garagem ou na rua? Onde ele foi dirigido? No Sul sem sal ou nas rodovias devoradoras de metal de Ohio?

E assim por diante.

Mais uma coisa: certifique-se de ter bem claro que o que você está criando é uma ficha informativa confidencial. Dessa forma, você terá menos probabilidade de esconder o que considera "coisas ruins", o que, como veremos mais adiante, pode ser muito útil.

Por favor, dedique bastante tempo a isso. A maioria dos "aspirantes" redatores amadores não faz essa etapa, e mesmo a maioria dos "profissionais" não dedica tempo suficiente a ela. Seja redundante. Inclua informações demais. Você deve literalmente saturar aquela FICHA DE DADOS CONFIDENCIAIS com todas as informações possíveis sobre o seu carro.

Agora, digamos que você concluiu esta etapa e sua Ficha Técnica está tão grande quanto possível... digamos, com 15 páginas. Agora estamos prontos para a Etapa Dois, que é a criação de...

Uma lista de benefícios

O que fazemos aqui é revisar nossa Ficha Técnica com muito cuidado e traduzir os fatos nela contidos em benefícios sempre que possível. A propósito, você tem clareza sobre a diferença entre um fato e um benefício? Um fato é simplesmente isso... um fato sobre seu

produto. Como o fato de seu carro ter 350 cavalos de potência ou o fato de ser pintado de vermelho brilhante. Um benefício é o que seu produto fará pelo comprador. Digamos que seu carro seja pesado, talvez pese 4.000 libras. Isso é um fato. Bem, parece-me que esse fato pode se traduzir em pelo menos dois benefícios: (1) segurança, um carro pesado oferecendo mais proteção em um acidente do que um mais leve; e (2) conforto, já que um carro pesado geralmente proporciona uma viagem mais suave.

O que é isso? Você disse que seu carro não é nada pesado? Na verdade, ele é bem leve? Ok, me parece que isso provavelmente se traduz em um motivo plausível para seu carro ter um ótimo consumo de combustível.

É um conversível vermelho estiloso ? Talvez isso se traduza no "benefício" de o dono receber muita atenção de moças ou outras pessoas que ele gostaria de impressionar.

É um sedã cinza discreto ? Talvez isso se traduza no "benefício" de dar ao comprador uma impressão digna e objetiva. Muito útil ao tentar impressionar clientes de fora da cidade com sua confiabilidade e respeitabilidade.

Aqui estão mais exemplos de como fatos podem se traduzir em benefícios:

FATO

▢ carro faz 40 milhas por galão

▢ carro foi revestido com um tratamento antiferrugem eficaz

▢ carro é pintado de um laranja vivo e brilhante

▢ carro tem 6.000 cavalos de potência

* e assim por diante

BENEFICIAR

◆ compro e economizo dinheiro, obtenho transporte muito barato

▢ carro durará mais; valerá mais dinheiro na hora da troca

• segurança; cor mais fácil de ver; muito improvável que alguém bata no dono porque não viu o carro dele.

• segurança; acelera como um louco e permite que você saia de situações difíceis e perigosas

* etc., etc.

Agora, gostaria de enfatizar algo aqui: a Ficha Técnica do seu carro deve conter dezenas e, de preferência, até centenas de informações sobre ele. É claro que, como se trata de uma Ficha Técnica confidencial, nem todos esses dados serão positivos e, portanto, nem todos os dados se traduzirão em benefícios. No entanto, se você fizer sua lição de casa... ou melhor, se fizer de verdade ... você deve, neste momento, ter uma Lista de Benefícios que contenha, pelo menos, algumas dezenas de benefícios.

Avançando para a Etapa Três: O próximo passo é começar a pensar na sua oferta. Sua oferta (pense nela como uma proposta de negócio) é de longe

o elemento mais importante em toda a mensagem de vendas que estamos construindo aqui. A oferta (proposta) mais comum de todas é mais ou menos assim...

**Se você me der X quantia de
dólares, eu lhe darei X produto
ou X serviço em troca.**

Dê-me US\$ 18.000 e eu te dou um Caddy novo. Dê-me US\$ 0,25 e eu te dou um exemplar do "Miami Herald". Dê-me US\$ 35.000 e 10% do seu faturamento bruto e eu escrevo um anúncio para você. Dê-me US\$ 7,50 e eu corto a grama do seu carro. Dê-me US\$ 30,00 por hora e eu trabalho no seu barco. Etc., etc.

Vamos voltar para "Se você me der US\$ 18.000, eu te dou um Caddy novo" e ver se conseguimos "adoçar" essa oferta. Que tal isto:

**Vou vender este novo Caddy por
US\$ 18.000 e deixar você dirigi-lo
por uma semana grátis antes de decidir
se quer comprá-lo ou não!**

Ou isto:

**Vou vender este novo Caddy por
US\$ 18.000 e deixarei você dirigi-lo
por uma semana grátis antes de decidir
comprá-lo... Além disso , você não precisa
me pagar tudo de uma vez; você pode me pagar
em um período de cinco anos!**

E assim por diante. Você deve pensar mais em como "adoçar" sua oferta do que em qualquer outro aspecto da redação. Pense no que você está vendendo. Como você gostaria de comprar? Gostaria de um teste gratuito? Um desconto enorme e legítimo? Pagamentos facilitados? Uma garantia de devolução do dinheiro? Gostaria de um brinde com sua compra, como uma TV colorida ou uma torradeira? Uma noite na cidade com Kim Bassinger ou Paul Newman? Férias grátis na Flórida?

Saiba disso: um texto forte não superará uma oferta fraca, mas...

**Em muitos casos, uma oferta forte terá
sucesso apesar de um texto fraco escrito
por idiotas do marketing!**

De qualquer forma, quero que você apresente a proposta mais poderosa possível e a ponha por escrito. Não deve ter mais do que algumas linhas (você deve conseguir colocar tudo no verso de um envelope) e não se preocupe em acertar (em termos de escrita), apenas coloque no papel. Provavelmente será algo assim...

***"Gary, vendo minha picape Dodge de 2 anos por apenas
US\$ 6.500,00 e deixo você dirigi-la por uma semana grátis
antes de decidir comprá-la. Também te dou 5 anos para me
pagar. Além disso, ofereço uma viagem de mergulho grátis
para as Bahamas para você e Paulette, e pago pessoalmente
cada gota de combustível que vocês usarem nos primeiros
16.000 km que dirigirem!"***

Ufa! Parece um ótimo negócio , não é? Escute, Buckwheat: escrever "textos" é menos de 1/10 tão importante quanto aprender a pensar em novas ofertas e colocá-las no papel, como eu acabei de fazer. Não consigo dizer isso com frequência ou intensidade suficientes...

**É o acordo... a oferta... a proposta que
você está fazendo que é o coração e a alma
de uma ótima redação!**

De qualquer forma, agora você deve ter três "ferramentas" diferentes que você criou com sua própria caligrafia:

1. Uma FICHA INFORMATIVA CONFIDENCIAL muito detalhada.
2. Uma LISTA de BENEFÍCIOS muito detalhada.
3. Uma FOLHA DE NEGÓCIOS que contém a proposta mais forte que você pode oferecer e que foi reduzida a escrito.

Agora, munidos dessas três ferramentas importantes, será que chegou a hora de finalmente começarmos a escrever textos? Não. Não. Não-não. Não! Olha aqui, amigo, nós só começamos nossa "preparação"! O que faremos a seguir é programar nossa infra-rede neural, cerebral (nossa escrita mental) com a sensação de escrever textos de alta qualidade. Certo, lembra como, em várias das minhas edições anteriores, eu insisti para que você criasse um "arquivo de recortes" com bons anúncios, cartas de vendas e assim por diante? Sem mencionar todos aqueles cartões de manchete? Lembra ? Ótimo! É aqui que começa a dar resultado. O que eu quero que você faça agora é abrir seu arquivo de recortes e selecionar os melhores anúncios e cartas de vendas da sua coleção que vendam automóveis. E o que você faz a seguir é...

ESPERA UM MINUTO! O que é que eu estou ouvindo? Você diz que não tem uma caixa de cartões de manchete? Você diz que não tem um arquivo com anúncios de carros ou qualquer outro tipo de anúncio ou carta de vendas? Você está tentando me dizer que achou que bastava ligar o processador de texto e, no meio da noite, a fada do dente viria e escreveria o texto para você?

Ah, pobre alma equivocada! Está começando a perceber que não é assim que funciona? Que a essência de escrever um bom texto é preparação cuidadosa e trabalho duro?

OK, OK, se você pelo menos aprendeu isso, então o bom e velho Guru Gary está disposto a te socorrer novamente. Mas, por favor, não vamos criar o hábito. Estou falando muito sério quando o incentivo a montar seu próprio "kit de ferramentas de copywriting", que deve consistir em uma coleção de cartões de título, bons anúncios, boas cartas de vendas, bons comerciais de TV, boas ideias, boas ofertas, etc.

**Faça isso! É a matéria-prima com
a qual se pode fazer Mucho Fungolas!***

Vamos prosseguir. Estou prestes a republicar aqui três dos melhores argumentos de vendas já escritos para vender automóveis. O primeiro é uma carta escrita por um profissional de marketing verdadeiramente lendário, de quem sinto muita falta. Estou falando do falecido Joe Karbo, e o que reproduzo aqui é um exemplo de carta que aparece em sua pequena obra-prima (que vendeu 3.000.000 de cópias) chamada "O Caminho do Preguiçoso para a Riqueza". A propósito, sua biblioteca pessoal definitivamente deve ter um exemplar deste incrível clássico de US\$ 10,00, e você pode obtê-lo ligando para Jay Flanagan no número (714) 897-7772. (Diga "olá" para ele por mim quando ligar.)

O segundo "discurso de vendas impresso" que reproduzo aqui foi escrito por outra lenda, um dos poucos publicitários vivos hoje que merece meu total respeito. Estou falando de David Ogilvy e do anúncio que reproduzo, que esgotou todo o estoque de automóveis Rolls Royce nos EUA quando foi veiculado.

A terceira pequena joia de um discurso de vendas de automóveis impresso foi escrita por outro cara que também é uma lenda. (Uma lenda em sua própria mente, claro.) Estou falando de mim e da carta que reproduzo aqui que teve uma vida muito curta porque...

Depois de enviar o produto uma vez, o cliente não conseguiu carros suficientes para vender!

Vamos lá. O que você precisa fazer agora não é apenas ler esses clássicos. Não, você precisa copiá -los palavra por palavra, com sua própria letra. Se você realmente quer se tornar um redator mestre , fará isso repetidamente. A ideia aqui não é roubar essas promoções, mas sim ser influenciado por elas. Você quer que a boa escrita se torne uma de suas habilidades automáticas , e reescrever anúncios e cartas de vendas excelentes com sua própria letra é a melhor maneira do mundo de fazer isso.

Certo, aqui estão. Agora, vamos lá !

CARTA "CADILLAC" DE JOE KARBO

Caro amigo,

Tenho um Cadillac novo que preciso vender porque vou para o Serviço Militar na semana que vem. Custou US\$ 14.000 e tem apenas 1.177 quilômetros rodados.

Em vez de vendê-lo para uma concessionária de carros ladra ou me dar ao trabalho de anunciar, deixo você ficar com ele por US\$ 7.000.

Se você não tiver dinheiro, não se preocupe, pois eu só devo US\$ 7.000 e você pode assumir meus pagamentos, que são cerca de US\$ 275 por mês.

Você sabe que dirijo com cuidado, mas me sentiria melhor se você pedisse ao seu mecânico para dar uma olhada antes de comprar. Aliás, se quiser dirigir por alguns dias, terei prazer em entregá-lo com o tanque cheio. E se não gostar do carro, eu o devolvo e você terá uma carona grátis. Sem compromisso.

Uma coisa: é uma cor verde horrível (mas você pode pintá-la).

Se você estiver interessado, ligue para mim no número (714) 826-1313 entre 19h e 21h hoje à noite.

Seu amigo,

Roger Atbury

ANÚNCIO DO "ROLLS ROYCE" DE DAVID OGILVY

*(o anúncio original
tinha uma foto
de um luxuoso
Rolls-Royce)*

“A 60 milhas por hora, o ruído mais alto neste novo Rolls-Royce vem do relógio elétrico”

O que torna o Rolls-Royce o melhor carro do mundo? "Não há mágica nisso -- "é apenas uma atenção paciente aos detalhes", diz um eminente engenheiro da Rolls-Royce.

1. "A 96 km/h, o ruído mais alto vem do relógio elétrico", relata o editor técnico do MOTOR. Três silenciadores amortecem as frequências sonoras — acusticamente.

2. Cada motor Rolls-Royce é operado por sete horas em aceleração máxima antes da instalação, e cada carro é testado por centenas de quilômetros em diferentes superfícies de estrada.

3. O Rolls-Royce foi projetado para ser um carro *dirigido pelo próprio proprietário*. Ele é 45 centímetros mais curto que os maiores carros nacionais.

4. O carro tem direção hidráulica, freios hidráulicos e câmbio automático. É muito fácil de dirigir e estacionar. Não requer motorista.

5. O carro finalizado passa uma semana na oficina de testes final, onde é submetido a 98 testes distintos. Por exemplo, os engenheiros usam um *estetoscópio* para ouvir o ruído do eixo.

6. O Rolls-Royce tem garantia de

Três anos. Com uma nova rede de concessionárias e depósitos de peças de costa a costa, a manutenção não é problema.

7. O radiador do Rolls-Royce nunca mudou, exceto que quando Sir Henry Royce morreu em 1933 o monograma RR foi alterado de vermelho para preto.

8. A carroceria recebe cinco demãos de tinta de fundo e é esfregada manualmente entre cada demão, antes de *nove* demãos de tinta de acabamento.

9. Movendo um interruptor na coluna de direção, você pode ajustar os amortecedores para adaptá-los às condições da estrada.

10. Uma mesa de piquenique, revestida em noqueira francesa, desliza para fora do painel. Outras duas se abrem atrás dos bancos dianteiros.

11. Você pode obter extras opcionais como uma máquina de café expresso, uma máquina de ditar, uma cama, água quente e fria para lavar roupa, um barbeador elétrico ou um telefone.

12. Existem três sistemas separados de freios hidráulicos, dois hidráulicos e um mecânico. Danos a um não afetarão os outros. O Rolls-Royce é um carro muito *seguro* — e também muito *ágil*. Ele navega tranquilamente a 24 km/h. A velocidade máxima é superior a 160 km/h.

13. O Bentley é fabricado pela Rolls-Royce. Com exceção dos radiadores, são carros idênticos, fabricados pelos mesmos engenheiros nas mesmas fábricas. Quem tiver receio de dirigir um Rolls-Royce pode comprar um Bentley.

PREÇO. O Rolls-Royce ilustrado neste anúncio - fob principais portos de entrada - custa **US\$ 13.995**.

Se você gostaria da experiência gratificante de dirigir um Rolls-Royce ou Bentley, escreva ou telefone para um dos revendedores listados na página oposta.

Rolls-Royce, Inc., 10 Rockefeller Plaza, Nova York 20, NY Circle 5-1144.

Carta do Guru Gary sobre o "Rolls Royce"

Caro amigo,

Por favor, dê uma olhada na fotografia que estou lhe enviando junto com esta carta.

O que você está vendo é uma foto de um Rolls Royce Silver Shadow que posso lhe vender tão barato que você vai achar difícil de acreditar!

Por que este carro é tão barato? Na verdade, há três razões, e cada uma delas é igualmente importante: primeiro, não sou um "revendedor de carros usados" no sentido usual da palavra. Não. O que eu faço é me especializar em absolutamente nada além de Rolls Royces seminovos e desenvolvi uma maneira incrível de trazer esses carros para o país a um custo tão baixo que vai tirar o fôlego!

E segundo, se você desejar, descobri uma maneira de financiar carros por um período de quatro a cinco anos a uma taxa de juros muito favorável.

E em terceiro lugar, não sou excessivamente ganancioso. Isso é importante. Veja bem, muitas pessoas no ramo automobilístico só estão interessadas em dinheiro, mas isso não é verdade para mim. E, aliás, não é verdade para ninguém que seja realmente apaixonado pelo Rolls Royce.

Um Rolls Royce é diferente. É mais do que um carro; é uma lenda. Quando você dirige um, todos sabem que você é especial. Você é admirado pelas mulheres e invejado pelos homens. Francamente, não há nada no mundo que lhe dê o status instantâneo de estar ao volante da sua própria "Rainha da Estrada".

Sejamos realistas. Como proprietário de um automóvel de modelo recente, você já sabe o valor de possuir e dirigir um bom carro, então minha pergunta para você é:

Por que não ir até o fim?

Com o preço incrivelmente baixo que posso oferecer, além do financiamento de 100% que posso conseguir, pode até ser mais barato dirigir um Rolls do que o carro que você tem agora!

Por favor, me ligue assim que ler esta carta. No momento, só tenho cinco dessas ofertas maravilhosas e elas não vão durar muito!

Meu número é 213/555-1234

Sinceramente,

Joe Schmidlapper

PS: Um Rolls Royce vive para sempre. O que você dirige hoje poderia ser dirigido pelos seus netos.

PPS: Há outro "motivo misterioso" pelo qual consigo vender esses Rolls Royces tão baratos, mas prefiro não revelá-lo até conversarmos por telefone. Obrigado.

Pronto? Nossa, cara, eu tô te matando de trabalhar, né? Olha só, eu nunca disse que era fácil, né? Mas vou te dizer uma coisa: ganhar milhões com nada além de alguns blocos de notas e canetas esferográficas entre pescarias e mergulhos em Florida Keys é muito melhor do que criar bobagens para alguma agência de publicidade idiota ou ficar lambendo botas na IBM!

E o que você deve fazer em seguida? Na verdade, este próximo passo é um dos mais importantes de todos e você vai adorar porque...

**O que você precisa fazer agora é
dar uma pausa!**

Estou falando sério. Criar uma ótima publicidade não é um processo linear. 99% é pura transpiração, mas o outro (e vital) 1% é inspiração e...

**A inspiração vem, na maioria das vezes,
quando você não está procurando por ela!**

Vamos ser sinceros. Até agora, você não fez nada do que recomendei porque, afinal, você acabou de terminar de ler esta newsletter.

Justo. Mas você tem algo que quer vender. Eu sei que tem, porque se não fosse assim, você não estaria tão concentrado no que estou escrevendo aqui.

Talvez não seja um carro. Mas, seja lá o que for, vou te fazer uma promessa: se você realmente fizer tudo o que escrevi nesta carta... em outras palavras... se você analisar atentamente o que quer vender... e... se você criar uma FICHA TÉCNICA CONFIDENCIAL abrangente e detalhada... e... se a partir dessa FICHA TÉCNICA você criar uma lista detalhada de BENEFÍCIOS... e... depois disso você se reduzir a escrever a OFERTA mais forte (e importantíssima) que puder fazer... e... depois disso, você copiar COM SUA PRÓPRIA CALÍGRAFA as três promoções que reproduzi aqui...

Então, tudo o que você precisa fazer (e lembre-se, esta é uma parte crucial do processo) é dar uma pausa e esperar pela minha edição do próximo mês, porque então eu vou lhe mostrar como pegar toda essa "munição" e juntá-la de uma forma tão poderosa que fará todos os seus potenciais compradores saírem da toca e quase implorarem para você pegar o dinheiro deles!

Não zombe. Eu faço isso todos os dias e melhor do que qualquer outra pessoa viva. Então, fique ligado no mês que vem e eu darei os "retoques finais" nesse processo para que você também possa fazer!

Sinceramente,



Gary C. Halbert

PS: Minha equipe vive me dizendo que eu deveria tirar a máscara e as nadadeiras e sair da água por tempo suficiente para dar uma " **Oficina de Redação** " para meus assinantes. Você acha que seria uma boa ideia? Se sim, mande um recado ou ligue para **(213) 273-7053** e nos avise. Não estou pedindo comprometimento, apenas um feedback.

[Clique aqui para ver
nosso arquivo de boletins
informativos](#)

[Clique aqui se você quiser
estar na minha
lista de anúncios do
boletim informativo](#)