

THE GARY HALBERT LETTER

7510 SUNSET BLVD. #1020
LA, CA 90046

PHONE 323-851-8275

KevinHalbert@thegaryhalbertletter.com

De:

Ao norte de Jewfish Creek

Caro amigo e assinante

Aqui está, finalmente, a história completa do "anúncio da água". Acho que você vai perceber que valeu a pena esperar.

Tudo começou quando um amigo meu do Colorado me ligou. Ele me contou sobre uma nova invenção extraordinária (a garrafa d'água apresentada no anúncio) e como uma empresa chamada "Seychelle Technologies" iria "abrir o capital" para arrecadar muito dinheiro e vender essa invenção extraordinária para o mundo todo. Ele disse que a Seychelle Technologies estava em fase de formação e que precisava de alguém para ajudá-los com publicidade e marketing.

Então, um amigo marcou uma reunião por telefone entre o CEO (DuSean Berkich) e eu. Nos demos bem por telefone e concordei em ir para Irvine, Califórnia, e assumir a tarefa de promover este produto. Eles me pagaram um salário semanal muito generoso, um carro novo para dirigir e um apartamento mobiliado para morar enquanto eu estivesse na Califórnia.

Há muito mais nessa história do que apenas a escrita do anúncio. Mas vou começar por essa parte (a escrita).

Primeiro, você precisa saber o que eu estava tentando alcançar com aquele anúncio.

Como você pode ou não saber, quando uma empresa deseja "abrir o capital", há um "período de silêncio" de 45 dias que ela deve obedecer após a apresentação do pedido inicial de abertura de capital à Comissão de Valores Mobiliários (SEC). Em outras palavras, ela não pode enviar comunicados à imprensa ou promover sua empresa de forma alguma durante esse "período de silêncio" de 45 dias. Acredito que as regras relativas ao período de silêncio podem ter mudado ao longo dos anos. Não sei exatamente quais são agora, pois não me mantive atualizado sobre elas.

No entanto, naquela época, a Seychelle Technologies ainda não havia registrado o pedido na SEC. E, de acordo com o advogado deles, era legalmente aceitável que eu escrevesse um anúncio falando sobre a empresa. Portanto, o objetivo do anúncio era gerar um enorme interesse de pessoas que quisessem investir na empresa depois que ela tivesse registrado o pedido na SEC e as ações estivessem disponíveis para negociação. Em outras palavras, fui contratado para fazer desta empresa uma sensação entre os investidores pouco antes de ela decolar.

Fiz uma pesquisa enorme antes de começar a escrever o anúncio. Apreendi tanto sobre a água com o cientista Carl Palmer que fiquei literalmente pasmo.

Você também deve saber que o advogado de Seychelle examinou e aprovou cada palavra do anúncio.

Aqui está o primeiro grande segredo do anúncio:

Quero que você imagine que está em um coquetel de luxo em Nova York. E lá está uma jovem deslumbrante, cortejada por quase todos os homens presentes. Cada um deles a paquera da melhor maneira possível. Todos tentam descobrir que tipo de apelo usar para atraí-la e estabelecer um relacionamento com ela.

Um cara fala sobre suas conexões no show business e como ele conseguiu trabalhos para ela como atriz em vários filmes diferentes.

Outro cara diz a ela que ele representa modelos e que ela é tão bonita que, se eles trabalhassem juntos, ele quase poderia garantir que ela estaria na capa de quase todas as revistas populares dos Estados Unidos.

Vários outros caras tentam impressioná-la com a quantidade de dinheiro que têm. Eles falam sobre as empresas que possuem, os iates que usam como brinquedos, as Ferraris, Lamborghinis e Rolls Royces que dirigem, e como sua riqueza é tão obscena que eles e qualquer pessoa ligada a eles nunca mais terão que se preocupar com dinheiro.

Dois caras são incrivelmente bonitos e tentam atraí-la com sua inteligência, boa aparência e magnetismo animal.

Nada disso parece funcionar muito bem com ela.

Então, um homem jovem e nada atraente se aproxima dela e sussurra algumas palavras em seu ouvido. Seu rosto se ilumina com um sorriso de mil megawatts e ela diz: *"É isso aí! Vamos lá!"*. Ela se levanta e sai da festa de braços dados com aquele homem de sorte.

Qual foi a diferença que o fez ter sucesso enquanto todos os outros fracassaram? É muito simples: veja bem...

Ele sabia um segredo sobre ela...

Ele sabia que ela tinha um desejo secreto!

E quando você está tentando vender alguma coisa, não há munição mais poderosa do que saber os desejos reais e profundos de alguém.

Neste caso, a jovem era viciada em heroína. E este homem a reconheceu como tal.

O que ele sussurrou em seu ouvido foi simplesmente: *"Ei, olha aqui na minha mão. Acabei de comprar uma das melhores heroínas de Nova York. Quer ficar chapada comigo?"*

E, claro, ela se levanta e sai da sala como um foguete.

Vale a pena repetir: não há vantagem maior no marketing (e na vida) do que... conhecer os desejos ocultos das pessoas para quem você está tentando vender.

Cada grupo de pessoas... médicos, psiquiatras, policiais, mães, encanadores, etc. têm certos desejos e conhecimentos que não são compartilhados por outros grupos de pessoas.

Há alguns livros que eu gostaria de recomendar. O primeiro se chama "O que os Policiais Sabem". Foi escrito por uma mulher chamada Connie Fletcher e acho que você pode encontrá-lo na Amazon. Essa mulher entrevistou 200 policiais de Chicago e descobriu muitos dos segredos que os policiais sabem sobre as pessoas, que não são de conhecimento comum. Por exemplo, a polícia sabe que, quando alguém é assassinado, mais da metade das vezes a pessoa que cometeu o assassinato é a mesma que denunciou o assassinato à polícia. Quando policiais visitam uma cena de crime, se a cena do crime for especialmente sangrenta e abranger grande parte do apartamento ou casa onde o assassinato ocorreu, e houver sangue e sangue coagulado não apenas no quarto, mas também na sala de estar, cozinha, escritório, etc., eles sabem que o assassinato provavelmente foi cometido por um homossexual. Isso porque, quando um homossexual mata outro, geralmente é por causa de uma enorme dose de ciúme e raiva, e o objetivo não é apenas matar a outra pessoa, mas causar-lhe o máximo de dor e sofrimento humanamente possível.

Os policiais também sabem que, se olharem no seu armário de remédios e encontrarem um produto comum, como o Dermaplast, você provavelmente é um homem que abusa da esposa e dos filhos. Isso porque este é o produto cosmético mais útil para esconder hematomas causados por agressões físicas.

Se eu tivesse que vender algo para policiais, eu leria este livro antes de escrever uma única palavra, porque eu gostaria de saber o máximo possível sobre eles antes de tentar vender algo para eles.

O segundo livro que eu gostaria de recomendar é o "Relatório da Dieta do Arroz", escrito por Judy Moscovitz. Este livro foi escrito em 1986 e acredito que ele traz mais insights sobre os

problemas emocionais e a "estrutura" das pessoas com sobrepeso do que qualquer outro livro já escrito.

Por que estou trabalhando nisso há tanto tempo?

Tem a ver com o fato de eu saber muito sobre as pessoas que leem o "Investors Business Daily".

Você tem lido o "Wall Street Journal" ultimamente? Virou uma publicação "gorda", com todo tipo de artigo que não tem nada a ver com investimentos. Está quase chegando ao ponto em que a publicação deveria mudar o nome para "Main Street Journal".

"Investors Business Daily", por outro lado, é uma publicação "enxuta" que se concentra apenas em artigos de interesse dos investidores.

Aliás, em quase todos os casos, uma publicação "fina" sempre terá mais circulação do que uma "gorda". Veja qualquer jornal dominical de uma cidade grande. Eles contêm centenas de páginas e dezenas de seções. Sempre que compro um jornal dominical, levo cerca de 10 minutos só para separar as seções entre as que quero ler e as que quero jogar fora. No entanto, em muitos jornais dominicais, há uma revista destacável chamada "Parade". "Parade" é uma das revistas mais caras e lucrativas para anunciar em todo o mundo. Muitas vezes, quando compro o jornal dominical, fico tão impressionado que simplesmente o vasculho até encontrar "Parade" e então o retiro do jornal e jogo o resto fora. Milhões de pessoas fazem a mesma coisa. É quase impossível escrever um anúncio e publicá-lo na revista "Parade" e não ter lucro.

A propósito, só para sua informação, se você tiver um anúncio relacionado a algo financeiro e o publicar no "Wall Street Journal" e depois publicar o mesmo anúncio no "Investors Business Daily"... aposto que você lucrará pelo menos 700% mais com o anúncio do "IBD" do que com o "WSJ". Há alguns anos, eu costumava publicar um anúncio a cada dois meses no "IBD". Era um anúncio de uma coluna que me custava cerca de US\$ 700, e era comum que esse anúncio de US\$ 700 rendesse de US\$ 40.000 a US\$ 50.000 em vendas.

Muitos de vocês que deram palpites disseram que achavam que um dos segredos do sucesso do anúncio sobre água era o fato de eu tê-lo publicado na "IBD" e os leitores daquela publicação serem extremamente gananciosos. Isso é meio verdade, mas não é exatamente verdade.

O que os leitores do "Investors Business Daily" querem mais do que tudo é...

Eles querem uma vantagem!

Eles buscam uma "vantagem" que lhes dê uma vantagem sobre o restante da comunidade de investidores. Eles lutam para ser os primeiros a descobrir fatos novos e relevantes que tornem seus investimentos mais rentáveis. Você pode pensar que o fato de ser mais preciso dizer que esses investidores buscam uma vantagem em vez de simplesmente serem gananciosos não é muito importante. Você pode pensar (erroneamente) que é praticamente a mesma coisa. Não é. É uma distinção sutil... mas muito, muito importante.

Então, comecei com uma vantagem enorme. Decidi publicar o anúncio no "IBD" e conhecia o verdadeiro segredo dos leitores deles.

Lembre-se de que o verdadeiro objetivo do anúncio era despertar o interesse dos investidores em investir na Seychelle Technologies. O verdadeiro objetivo do anúncio NÃO era vender garrafas de água. Mas o truque era fazer isso de uma forma maquiavélica, o que deixava os leitores ávidos por investir em uma empresa cuja existência desconheciam até chegarem ao final do anúncio.

Agora, vamos analisar esse anúncio parte por parte e vou permitir que você veja o que eu estava pensando enquanto escrevia cada parte do anúncio.

AVISO: Não leia isto A menos que você já seja rico!

Como este anúncio foi publicado no "IBD", não há um leitor daquela publicação que não fosse cativado tão rapidamente, faria até um aspirador de pó avançado passar vergonha. Acredito que, de todas as manchetes que já escrevi, esta é a mais impossível de ignorar. Aliás, acredito sinceramente que se esta manchete fosse publicada em QUALQUER publicação, teria um número enorme de leitores. Se você quer saber como alguém pode começar com uma ideia simples... e então... *gerar mais de US\$ 51 milhões em vendas em apenas um ano...* esta será a mensagem mais interessante que você já leu.

Esta é uma abertura essencial para mim. Eu a uso repetidamente porque é uma aposta segura. Que leitor de "IBD" não gostaria de saber como faturar US\$ 51 milhões em vendas em apenas um ano? Já os coleí na minha mensagem.

Eis o porquê: há um cara na Califórnia chamado Carl Palmer que, até recentemente, era muito rico e muito entediado. Ele enriqueceu (pela primeira vez) abrindo uma empresa em 1970, que vendeu para a Coca-Cola apenas três anos depois, em 1973. Como parte do acordo, ele teve que assinar um acordo de "não concorrência" com duração de cinco anos.

Após o término desses cinco anos, ele retornou aos negócios e fundou outra empresa, que logo foi adquirida pela gigante AMF Corporation. Depois disso, Carl desenvolveu o sistema de filtragem de água residencial por osmose reversa da Shaklee... e... *no primeiro ano...* eles faturaram US\$ 51 milhões com esse produto.

Carl Palmer é agora a "estrela" desta história. Ele é alguém com quem todos os leitores podem se identificar. Alguém que "humaniza" este texto.

E assim por diante.

Você entendeu a ideia. O que esse cara faz é inventar invenções extremamente valiosas, abrir uma empresa para vendê-las... e logo... ele enlouquece com todos os aborrecimentos de administrar um negócio... e então... ele vende tudo (com um lucro enorme) para alguma corporação gigante que tem os recursos e a influência para explorar ao máximo o que quer que ele tenha inventado.

Mas agora, ele se superou. Agora, a pedido da Seychelle Technologies, Inc., ele inventou algo que é necessário para todos os seres humanos do mundo... e...

**Esta invenção está quase
Certeza de gerar bilhões em vendas!**

<

Este é um subtítulo que chama MUITO a atenção. Ele começa a levá-los ao "caminho da dupla leitura".

Foi assim que ele criou sua mais recente invenção. Ele tem um rancho de cavalos perto de Pomona, Califórnia, e um dia estava cavalgando um de seus cavalos... e... *estava morrendo de tédio!* Veja bem, esse cara tem uma mente que *não desiste* .

Então, ele começa a se perguntar: "*Qual seria o melhor produto do mundo para ser desenvolvido? Existe algo que todo ser humano na Terra precisa ter?*"

Sim, existe. Chama-se *água* . É insípida, inodora, incolor e sem calorias... mas... é *vital* para *toda a vida* na Terra. Não importa se você é um cachorro, um gato, um ser humano, um elefante ou um mero micróbio, a água é *essencial* . E não há substituto. Há mais de cinco bilhões de pessoas neste planeta e cada uma delas precisa de cerca de 2,5 litros de água... *todos os dias* ... para se manter saudável e viva.

Agora temos uma dobradiça lógica. Afinal, qual é o bem mais precioso do mundo? Fora o ar, tem que ser a água. Qual é a ÚNICA coisa de que todo ser humano precisa? É água. Isso é lógico. Isso faz a mente do cliente em potencial dizer "SIM!". Eu fiz os leitores balançarem a cabeça dizendo "SIM!" logo no início deste artigo. Como tenho certeza de que você sabe, isso é muito, muito importante. Eu tenho a atenção total deles... além disso... eu confirmei a enorme afirmação no subtítulo acima sobre gerar bilhões em vendas.

Sem água, não há vida.

Mas e daí? Tem mais água na Terra do que Terra, certo? Sim, é verdade.

Estou respondendo a uma enorme objeção/pergunta na mente do cliente em potencial agora. Estou lendo a mente dele e, portanto, construindo um relacionamento sólido.

No entanto, 97% de toda essa água é água do mar. E a água do mar, claro, é simplesmente repleta de sal. Qualquer pessoa que beba apenas água do mar logo morrerá de sede e desidratação, enquanto o corpo tenta desesperadamente eliminar todo esse excesso de sal. É claro que nós, humanos, podemos usar água do mar... se... removermos o sal. Mas *isso é muito caro!*

Estou expondo um problema... e... também estou *agravando* esse problema.

A água do mar também não é uma boa opção para a agricultura ou a indústria. Ela mata a maioria das plantações e literalmente (e muito rapidamente) enferruja a maioria das máquinas.

Sim, acabei de esclarecer outro problema.

Na verdade, apenas 3% da água do mundo é doce, não salgada. Mas quase toda essa água doce está retida em geleiras e calotas polares ou em águas subterrâneas profundas. O que significa...

**Apenas um miserável 1% de toda a água
Neste planeta é facilmente acessível à humanidade!**

E grande parte dessa água está tão poluída que mata milhares e milhares de pessoas *todos os dias* ... além disso... está deixando *milhões* de nós *horivelmente* doentes.

Isso é realmente péssimo, não é? Agora estou irritando os leitores. Estou iluminando uma situação que está piorando cada vez mais... e... os deixei preocupados com a PRÓPRIA saúde.

Você tem casa? Se sim, desça até o porão com uma serra e corte cerca de 2,5 cm de um dos seus canos de água. Depois, pegue uma lanterna potente e observe atentamente o interior desse cano. Adivinhe? É provável que o que você esteja vendo **NÃO** seja bonito. Ferrugem... Sedimento... Chumbo... Sujeira... Pequenos grãos de matéria animada, como fezes de roedores... Cloro... Mercúrio... e... *todo tipo* de lixo que é realmente ruim quando ingerido.

Quer dizer que o leitor está bebendo fezes de roedor? Isso é realmente horrível, não é? Tornei esse problema real para todos com a pergunta "Você tem uma casa?". Quem diabos não tem uma casa, ou mora em uma casa, certo? Então, aqui está todo mundo... e... com total precisão, descrevi a escória tóxica que os leitores encontrarão em seus encanamentos. Então, o que eu fiz foi esclarecer por que cada pessoa no mundo civilizado tem um suprimento de água incrivelmente tóxico. Eu disse a eles por que... quando se trata de água... todos os outros estão completamente ferrados. Não me esquivei de nada. Abordei o problema de forma soberba.

Pense no que isso significa: mesmo que a cidade onde você mora faça um trabalho perfeito (não faz; nem chega perto) de purificar seu abastecimento de água...

Sua água, depois de viajar por vários quilômetros de canos,
Ainda é provável que tenha muitas coisas horríveis nele
Quando sai da sua torneira!

Estou repetindo a mesma mensagem acima... mas... de um ângulo diferente. Estou construindo imagens diferentes na mente do cliente em potencial. Isso aumenta a intensidade emocional do cliente em potencial.

Mas, muito provavelmente, sua cidade simplesmente *não consegue* fazer um trabalho perfeito de limpeza do seu abastecimento de água. O problema é simplesmente avassalador. Então, o que eles fazem é *despejar cloro na água!* O que, de certa forma, é bom... porque... o cloro mata muitos daqueles micróbios nocivos e causadores de doenças na água. Mas, ei, você sabe por que ele consegue matar todos esses micróbios? É muito simples...

Estou lendo a mente do cliente em potencial. Ele não sabe, mas estou construindo um relacionamento enorme com ele? Ora, porque entrei na linha de pensamento dele. Levantei objeções exatamente ao mesmo tempo em que ele levantou essas mesmas objeções em sua própria mente. E abordei essas questões exatamente ao mesmo tempo em que o fiz pensar sobre elas.

Além disso, o que estou fazendo com todos esses problemas sobre os quais escrevo é eliminar a concorrência. Este é um ponto crucial na vida de um bom redator. Isso rende dividendos enormes mais tarde, quando você oferece a solução. O efeito que isso terá na mente do cliente em potencial é que a MINHA solução é a ÚNICA solução.

É porque o cloro é veneno!

É por isso que a maioria dos cidadãos americanos tem menos cáries hoje em dia: porque o cloro na água que bebemos mata aqueles pequenos micróbios orgânicos que corroem o esmalte dos nossos dentes. No entanto, usar um veneno como o cloro para matar os micróbios "maus" é como fazer quimioterapia quando se tem câncer. Em outras palavras, não apenas as células cancerígenas são eliminadas; muitas das suas células não cancerígenas também são eliminadas... e, frequentemente... seu cabelo cai, você fica extremamente cansado e sua alegria de viver diminui consideravelmente.

Estou criando ainda mais problemas. Problemas terríveis. O estado interno do meu leitor está uma merda agora. A essa altura, ele já está se perguntando se há alguma esperança para ele. Ele está morrendo mentalmente por uma solução.

Falando em câncer, há cinco artigos diferentes em publicações certificadas da EPA, do Hospital Geral de Massachusetts, da Universidade do Alabama, da Universidade da Geórgia e da Universidade da Flórida que comprovam...

**Água potável clorada
Aumenta suas chances de
Morrendo de câncer em 44%!**

Além disso, tem todos os tipos de outros efeitos ruins (*terrivelmente* ruins) para sua saúde.

Você não adorou aquela parte sobre o cloro? E essa analogia que fiz sobre câncer e quimioterapia não é pura genialidade? Já tenho uma imagem na cabeça do cliente em potencial: perder cabelo, perder peso e ficar com uma aparência doentia por causa da quimioterapia. Não é uma visão bonita. Que brutal!

Além disso, apresentei estatísticas! Mas não quaisquer estatísticas... estatísticas respeitáveis da EPA e de universidades respeitáveis. Isso agora é "gospel".

Mas espere! Não fique bravo com a sua empresa municipal de água. É bem provável que eles estejam fazendo o melhor trabalho possível, considerando os enormes problemas que estão tentando resolver. Sim, é verdade: o cloro faz mal. Mas os "vilões" que, de outra forma, ainda estariam vivos em nosso abastecimento de água... se... ela não fosse clorada... são *realmente* a matéria-prima dos pesadelos.

Quando você começa a falar sobre E. coli, cistos omebianos, cryptosporidium, giordia e assim por diante, você está falando sobre "vilões biológicos" que causam...

Problemas de saúde que você nem quer saber!

Grandes palavras científicas e tecnológicas que esbanjam credibilidade. Estou me consolidando como especialista neste assunto. Ao longo de todo este anúncio, pareço ser "A" autoridade no assunto.

Mais uma vez, o cloro é como a quimioterapia: é o menor de dois males. Na verdade, de qualquer forma que se olhe, ainda é uma situação terrível.

Estou respondendo à pergunta que sem dúvida o cliente em potencial tem em mente: "Por que usar cloro?". Isso é bastante inteligente da minha parte. Por quê? Porque eu certamente NÃO quero que o leitor chegue ao final deste anúncio com perguntas sem resposta em mente. Isso reduziria drasticamente a resposta.

Então, qual é a resposta? Bem, milhões de americanos agora têm dispositivos de filtragem de água em suas casas... e... isso resolve *parte* do problema. No entanto, quando Carl Palmer estava fazendo sua pesquisa, ele descobriu que 50% a 60% de toda a água que bebemos ao longo da vida...

É água que bebemos fora de casa!

Acabei de eliminar outro concorrente: sistemas de filtragem de água. Como? Ao informar ao leitor a estatística importantíssima de que a maior parte da água que bebemos, na verdade, vem de longe de casa. Imagino que, a esta altura do anúncio, o leitor esteja pensando em filtros. Mas meu texto os critica! Eu estava lendo a mente deles com a precisão de um relógio suíço.

Não é de se admirar que a indústria de água engarrafada seja um negócio tão grande. Qual o tamanho? Que bom que você perguntou. Só nos Estados Unidos, o volume anual de vendas de água engarrafada... *é de mais... de... 4,2 bilhões de dólares!*

Estou contextualizando aqui. Estou aguçando o apetite do cliente em potencial com números tão expressivos. Isso renderá dividendos enormes mais tarde, quando eu apresentar a oportunidade de investimento.

Além disso, isso reforça minha afirmação anterior sobre o potencial de bilhões em vendas com esta invenção.

Mas há alguns problemas com a água engarrafada: (1) Primeiro, existem cerca de 350 marcas diferentes e nem todas vendem água de boa qualidade. Algumas são tão ruins quanto a água da torneira comum. Algumas são *piores*. Aliás, algumas são água da torneira comum. Que barganha: encher uma garrafa de plástico com água da torneira... e depois... vendê-la com uma margem de lucro de 2.000% ! (2) Segundo, seja boa ou ruim, toda água engarrafada é cara.

Por exemplo, em Miami Beach, em uma loja de conveniência local, uma garrafa de 325 ml de Perrier é vendida por US\$ 1,40. Se você se der ao trabalho de fazer as contas, descobrirá que isso equivale a US\$ 16,29 por galão. Na verdade, como Miami Beach é uma área de resorts e a Perrier é uma das marcas mais caras de água engarrafada, esse preço por galão é mais alto do que a média. No entanto, mesmo em áreas sem resorts, o preço médio *usual* da água engarrafada ainda é muito alto, talvez US\$ 7,00 ou US\$ 8,00 por galão.

E agora derrotei o último concorrente: água engarrafada. Mas continuei apresentando os problemas. A essa altura, meu leitor está morrendo de vontade de ouvir uma solução para tudo isso.

Além disso, quase todos os americanos que compram água engarrafada compram muita água. *Realmente muita mesmo!* Vamos ser sinceros: você precisa de água todos os dias . E, se você se exercita, precisa de ainda mais do que outras pessoas. É por isso que muitos americanos preocupados com a saúde ...

**Gaste mais de US\$ 1.600 por ano
Apenas água engarrafada!**

Meu objetivo aqui é irritar o leitor e dar a ele a primeira pista de que talvez haja uma grande oportunidade de ganhar dinheiro aqui. Estou dizendo a eles como estão sendo enganados sempre que compram água engarrafada. Em essência, estou expondo mais um problema! A essa altura, eles não só estão bastante irritados... como também estabeleci o tamanho do mercado para o cliente em potencial. Provei que os americanos gastam muito com água! Finalmente, induzi uma estatística interessante. Puta merda! Agora eu consegui prender meu leitor a este anúncio como Bill Clinton ficava sempre que olhava para uma mulher atraente e disponível.

Na verdade, até agora, eu já coloquei muitas informações factuais neste anúncio, coisas que as pessoas NÃO sabiam antes... isso agora é algo sobre o qual todos os leitores estarão falando com seus amigos e parentes perto do bebedouro e em outros ambientes sociais.

Mas agora, vamos falar de algo realmente emocionante. Imagine que você vai a uma loja e compra uma garrafa de água engarrafada Avian, Perrier, Arrowhead ou qualquer outra marca. Então, você bebe a água daquela garrafa... mas... em vez de jogar a garrafa fora e ir à loja comprar outra... você enche aquela garrafa vazia com água da sua torneira... ou... de um lago... ou... de um rio... ou... *até mesmo de uma piscina pública!* Em seguida, você recoloca a tampa na garrafa... e... como essa tampa tem um *filtro incrivelmente eficaz* no fundo, a água que sai da garrafa será igual... *ou melhor* (em sabor e pureza) do que a água que você comprou originalmente.

Só que... você não precisava comprar de novo!

O que significa que, em vez de pagar US\$ 7,00 ou US\$ 8,00 por galão de água engarrafada (que NÃO tem garantia de pureza), você acaba comprando água com pureza garantida por meros centavos por galão.

Além disso, você não precisa voltar correndo para a loja sempre que precisar de mais água.

Além disso, você pode levar sua garrafa com sua nova tampa com filtro mágico da era espacial... para qualquer lugar... até mesmo para o México ... e você sempre terá um suprimento infinito da água mais pura que pode beber.

Ah, graças a Deus! Eu ofereci uma solução! Dei a eles a "pílula mágica". Do jeito que eu descrevi, a tampa é a solução definitiva para esse problema da água. Pense nisso: agora eles sabem que podem usar quase qualquer fonte de água e obter água limpa, cristalina e saudável. Aliás, as palavras "até o México" não foram um toque de genialidade à la Halbert?

Parece um sonho, não é? Bem, graças ao que Carl Palmer desenvolveu para a Seychelle Technologies, agora é um sonho tornado realidade. Veja bem, Carl é o inventor do sistema de filtragem de água por osmose reversa, que ele vendeu para a Coca-Cola, AMF e Shaklee. Mas foi isso que Carl inventou há 27 anos. Ainda é um sistema de filtragem de água muito eficaz e ainda é amplamente utilizado. No entanto, o sistema de filtragem de água que Carl agora inventou exclusivamente para a Seychelle Technologies... está... anos à frente... de qualquer outro sistema no mercado... incluindo... aquele que ele inventou pessoalmente há 27 anos.

Em primeiro lugar, Carl tem credibilidade por associação porque vendeu tudo para a Coca-Cola. No entanto, isso foi há 27 anos. Por implicação, porém, se a Coca-Cola comprou o produto original, você tem que presumir que era de última geração. Um produto maravilhoso. Afinal, a Coca-Cola não é um negócio familiar. Este novo produto, então, deve ser absolutamente de primeira qualidade. Mas eu não digo nada disso diretamente. Eu simplesmente IMPLICO isso de forma tão vívida que eles não conseguem deixar de imaginar a verdade disso em suas próprias mentes. Eu seduzi o leitor com muita delicadeza e o deixei formar a conexão lógica em sua própria mente. Isso é MUITO mais poderoso do que eu dizer diretamente.

Uma das razões pelas quais Carl conseguiu criar este novo filtro incrível é que ele detém os direitos de distribuição mundial de algo chamado "meio absorvente"... que... ao que parece... é muito provavelmente o melhor material de filtragem de água do planeta. Um dos motivos é que ele tem um "tamanho de poro" de apenas dois microns (muitos filtros de água têm um tamanho de poro de 50 a 100 microns), o que significa que uma porcentagem muito maior de "vilões" tóxicos não consegue passar pelo filtro.

Mais um "motivo para". Fundamental quando você está tentando escrever um texto impactante.

Além disso, esse material é tão fino que, se você descobrisse a quantidade dele comprimida nesse pequeno, novo e supereficaz filtro...

**Cobriria uma área de superfície
De 15.000 pés quadrados!**

Que número impressionante! Um verdadeiro fator "UAU!"! Mantém-nos presos ao meu anúncio. Passaram de interessados... a absolutamente fascinados.

Este filtro também possui propriedades iônicas... o que significa... que ele tem a capacidade de se ligar quimicamente a compostos orgânicos voláteis frequentemente encontrados em água poluída. Em outras palavras, ele simplesmente os alcança e os agarra (eles são outra espécie de "vilões tóxicos")

repugnantes) e os mantém presos à superfície do filtro.

Putá merda! Estamos falando de uma invenção milagrosa!

Resumindo: a água que passa por esse filtro é igual... *ou até melhor...* do que a água encontrada em qualquer garrafa de água que você possa comprar em qualquer lugar do mundo.

Declaração de grande benefício.

A segunda conclusão: graças aos materiais exclusivos usados na criação deste filtro, ele pode ser miniaturizado para o tamanho de uma noz e ainda assim purificar uma quantidade *enorme* de água. Portanto, o que a Seychelle Technologies agora tem pronto para o mercado *não* é água, mas uma *garrafa* de água que *purifica* água. É de plástico. Mais ou menos do mesmo tamanho de uma garrafa de Avian, Perrier, Arrowhead ou qualquer outra... mas... a diferença é que... a tampa da garrafa tem um incrível dispositivo de microfiltração iônica (um *grande segredo industrial*) preso à parte inferior... e... um pequeno canudo de plástico que sobe pela parte superior da tampa.

Agora estou romantizando esta tampa. Não deixei nenhuma dúvida na mente do leitor de que estamos falando de um *grande segredo comercial*.

Encha a garrafa com água (de quase *qualquer* fonte), rosqueie a tampa... e então... você pode beber pelo canudo... e *beber água potável de qualquer lugar do planeta!*

A pílula mágica definitiva.

Esta garrafa de água da era espacial é vendida por US\$ 29,95 e purifica muita água...

**Você pode recarregá-lo
Mais de 1.000 vezes!**

Para obter a mesma quantidade de água pura (supondo que seja pura) comprando água engarrafada, você teria que gastar aproximadamente US\$ 1.700,00!

Além disso, você teria que voltar à loja várias vezes.

O leitor agora está pensando: "*Eu quero isso! Eu quero isso! Eu quero isso!*"

Esta invenção salva vidas! Ela tem o potencial de erradicar uma porcentagem significativa dos problemas de saúde humana. Ela está sendo introduzida em caráter emergencial no México, Argentina, China, Malásia, Coreia, Índia e outros 11 países... e... algumas pesquisas de mercado muito particulares indicam que, em 1998...

**Este produto é literalmente
Indo inundar o mercado dos EUA!**

Muitos leitores devem estar salivando agora. Não só apelei para o lado altruísta da personalidade deles, como também lhes dei números e descrevi o potencial de lucro que eles podem obter... enquanto, ao mesmo tempo, ... salvam vidas. O que você acabou de ler causou um GRANDE impacto neste anúncio. Só por causa daquele parágrafo acima.

Carl Palmer é extremamente apaixonado por esta invenção... porque... como mencionado anteriormente... ela pode salvar vidas e evitar uma enorme

quantidade de sofrimento humano. É por isso que ele escolheu trabalhar *exclusivamente* com a Seychelle Technologies, que... por sua vez... concordou em *não se envolver em nenhum outro projeto... para que... possam se concentrar 100% na produção e no marketing deste item!*

Isso dá a Carl integridade e ainda mais credibilidade.

A Seychelle Technologies (localizada na Rua Principal, 1920, Sala 1020, Irvine, Califórnia 92614) tem um enorme potencial de crescimento. Eles estão apaixonadamente comprometidos em produzir e comercializar a incrível nova invenção de Carl Palmer... *tão rápido... quanto seu financiamento permitir a expansão!* Se você quiser mais informações sobre esta empresa incrível, fique à vontade para ligar e deixar seu nome e endereço com uma das secretárias da Seychelle Technologies.

Ao fazer isso, você receberá imediatamente (e gratuitamente) um vídeo com Carl Palmer explicando sua invenção... e... outro homem, DuSean Berkich (CEO da Seychelle Technologies), apresentando uma visão geral da empresa e seus planos de expansão. Aqui está o número:

1-800-000-0000

Agora eu os fiz discar o número 800 o mais rápido que seus dedinhos gordinhos conseguem mover.

-----FIM DO ANÚNCIO-----

Recebemos centenas e centenas de telefonemas de pessoas querendo as duas fitas de vídeo. Eu mesmo atendi muitas dessas ligações. As pessoas estavam quase histéricas para aproveitar a oportunidade. Elas praticamente gritavam ao telefone: *"Escutem. Sou um investidor credenciado. Posso investir de 10 a 15 milhões de dólares neste negócio sem esforço algum."* Ligações e mais ligações desse tipo chegaram.

Infelizmente, o CEO da Seychelle Technologies não fazia ideia de que estava lidando com o "Garoto Prodígio do Marketing", Sir Gary, da Halbert, que consegue gerar respostas como ninguém no mundo. Apenas uma fração das ligações foi atendida. Eles não tinham os vídeos prontos para enviar. Não tinham uma resposta de acompanhamento pronta. Basicamente, quando os telefones começaram a tocar sem parar, todos na Seychelle Technologies... exceto eu, é claro... ficaram perplexos.

Eles tentaram se preparar (de forma muito desajeitada, devo acrescentar) para o que aconteceria se exibissemos o anúncio uma segunda vez.

Eles veicularam o anúncio uma segunda vez... com aproximadamente os mesmos resultados. E Seychelle ainda não estava pronta. Eles ainda não conseguiam atender a todos os telefonemas. Eles ainda não tinham os vídeos para enviar aos clientes em potencial.

A essa altura, eu já estava enjoado. Não sei ao certo, mas um palpite bem fundamentado que tirei, trabalhando por telefone, foi que esse anúncio poderia ter gerado quatrocentos milhões de dólares em financiamento de investidores. Ali estava eu, com um produto para promover que era necessário para todos os seres humanos na Terra e poderia salvar milhões de vidas. E eu tinha me esforçado muito para criar um anúncio-obra-prima para promover esse produto. Para um grupo de executivos da Seychelle Technologies que, como se viu, não conseguiam atravessar a sala sem pisar no próprio pênis.

Mas há muito mais nessa história.

Acontece que o CEO da Seychelle (DuSean Berkich) era um grande vigarista.

Mais tarde, quando foi investigado por uma agência de detetives, descobriu-se que ele havia deixado um rastro de

pessoas financeiramente devastadas por todos os Estados Unidos. Ele vinha fazendo isso continuamente pelos últimos 30 anos.

Ele NÃO estava interessado em promover esta invenção milagrosa. Não mesmo. Ele só estava interessado na "morte rápida".

Ele enganou todo mundo com quem lidou. Ele enganou as pessoas que lhe trouxeram essa ideia. Ele enganou Carl Palmer. Ele enganou o MUNDO INTEIRO ao não organizar tudo para que este produto se tornasse um sucesso. Tudo o que ele queria era abrir o capital da empresa e, em seguida, abocanhar os lucros das ações o mais rápido possível. Ele está muito perto de **ser o ser humano mais desprezível que já conheci**.

Contei a ele que estava saindo do projeto. Àquela altura, ele sabia que eu era tão valioso para a operação que me ofereceu, de verdade, um milhão de dólares para ficar com Seychelle. Recusei. Mas aí ele cometeu um erro enorme.

Veja bem, DuSean Berkich era um sociopata de sangue frio. Ele não tinha compaixão alguma pelos outros. E sem saber como eu reagiria, ele transou com dois dos meus melhores amigos de uma forma excepcionalmente cruel.

Uma delas era uma garota que conheci em Miami Beach. O nome dela era Kari Cherine, e eu tinha conseguido um emprego para ela, trabalhando com DuSean como secretária. Então, um dia, quase uma semana antes do Natal, ele a demitiu sem cerimônia, sem nenhum motivo válido. Sinceramente, suspeito que o homem fosse um homossexual enrustido e que mulheres excepcionalmente bonitas tinham uma tendência a enfurecê-lo.

Outro dos meus melhores amigos foi um dos caras que fecharam esse negócio. DuSean o excluiu de qualquer parte dos lucros potenciais.

DuSean também prejudicou Carl Palmer, o inventor da tampa d'água.

Então, fui ao escritório uma última vez e disse ao DuSean que queria ter uma conversa particular com ele. O que eu disse foi que eu iria destruir ele e a empresa dele, e faria isso imediatamente, e ele nunca saberia como isso aconteceu .

Quatro dias depois, a Seychelle Technologies faliu.

Se você entende bastante de investimentos, sabe que, ao abrir um IPO, você faz uma viagem de carro para levantar capital para uma startup. DuSean já tinha seus colaboradores na Suíça, França, por toda a Europa e Estados Unidos. Eles foram enviados para lá para conversar com potenciais investidores. Adivinhem?

Sempre que entravam em um prédio para conversar com um potencial investidor, um dos assistentes do prédio os encontrava e dizia: *"O Sr. Fulano de Tal não vai se encontrar com vocês. Ele nunca vai se encontrar com vocês. E eu lhes digo que vocês nunca são bem-vindos nestas instalações. Não deve haver mais discussão."* Em seguida, o representante da viagem foi conduzido sem cerimônia para fora do prédio.

E por algum motivo, todos os grandes varejistas como K-Mart, Wal-Mart, etc. não estavam mais interessados em fazer qualquer tipo de negócio com a Seychelle Technologies.

Eu também disse a DuSean naquela reunião privada que não só iria destruí-lo, a ele e à sua empresa, mas que iria assombrá-lo pelo resto de seus dias e que ele nunca mais conseguiria enganar ninguém.

À medida que a situação se desenrolava, DuSean continuou tentando aplicar pequenos golpes nos Estados Unidos. Por "razões misteriosas", nada parecia dar certo para ele.

Finalmente, ele se mudou para um local no exterior. Consegui o número de telefone dele e liguei para ele. Verifiquei a diferença de fuso horário entre os Estados Unidos e o local onde ele estava e me certifiquei de que a ligação chegaria à noite, quando ele estivesse dormindo, para ser atendida pela secretária eletrônica. Depois, falei por alguns minutos na secretária eletrônica e desliguei, rindo.

Não vou contar o que eu disse. Mas garanto que DuSean nunca mais teve 10 minutos de paz de espírito desde aquele telefonema.

Há cerca de um ano e meio, recebi um telefonema de alguém que conhecia DuSean Berkich. Trocamos histórias sobre como ele era um ser maligno e desprezível. O motivo pelo qual esse homem me ligou foi para me dizer que DuSean havia cometido suicídio. Mas havia algo estranho. Parece que seu corpo foi cremado quase imediatamente após sua morte, e seu advogado, e ninguém mais, conseguiu apresentar uma certidão de óbito.

Não sei se DuSean Berkich morreu ou não. Não sou de me alegrar com a morte de ninguém... por mais malvada que seja. Mas devo admitir que, se eu tivesse certeza de que DuSean Berkich realmente morreu, não derramaria uma lágrima sequer.

Será que ele fez cirurgia plástica para mudar a aparência e anda por aí prejudicando mais pessoas? Se sim, eu adoraria saber. Acho que se o Sr. Berkich ainda estiver vivo... e você providenciar para que ele fique num quarto comigo... eu não precisaria dizer uma única palavra para você ver todo o sangue sumir do rosto dele e vê-lo entrar em convulsões.

Uma coisa sobre DuSean Berkich: ele tem um traço de personalidade muito típico de vigaristas. Acredite ou não, a maioria dos vigaristas anda por aí com honestidade, cem milhões de dólares, para enganar alguém desonestamente, roubando-lhe uma quantia muito menor. O "golpe" é muito mais importante para eles do que o dinheiro. Eles se safam destruindo pessoas muito mais do que obtendo lucro legítimo.

Caso você pense que estou sendo duro, acho que você deveria saber que ele não apenas extorquiu milhões de dólares das pessoas, como também abusou da esposa e dos filhos (que, aliás, tentaram suicídio enquanto eu estava na Califórnia) e que ele era de fato um "câncer" para as pessoas da Terra.

E o Carl Palmer? Passei muito tempo com ele. Ele é brilhante. Ele é um gênio. Acho que ele sabe mais sobre filtragem de água do que qualquer outra pessoa na Terra. Ele também tinha (na época... e talvez ainda tenha) uma esposa jovem e muito atraente. Ele tinha a arrogância que muitas vezes acompanha a genialidade. Às vezes acho que ele era bobo o suficiente para achar que era mais elegante do que eu.

Acredito que Carl Palmer, por padrão, herdou a administração da Seychelle Technologies.

Você deveria investir nesta empresa? O símbolo dela é SYEV. Você NÃO deve, de jeito nenhum!

A SYEV agora dificilmente se qualifica para ser uma ação de baixo valor. Ela agora é vendida através do que é chamado de "folhas rosa". Em alguns dias, ela quase não é negociada. Tecnicamente, embora a Seychelle seja uma empresa de capital aberto, existem 22.541.406 ações em circulação. O "float" é de apenas 2.979.820 ações. O restante das ações, acredito, pertence a alguns golpistas da região de Aspen, Colorado, que provavelmente despejariam todas as ações no mercado no instante em que comesçassem a subir.

Tenho enorme respeito por Carl Palmer. Acredito que ele é um homem cujo trabalho traz enormes benefícios para a humanidade. No entanto, suspeito que ele tenha algumas falhas fatais que o levam a se envolver em negócios com pessoas desagradáveis e desonestas.

A primeira falha, pelo menos na minha opinião, é que ele não tem a mínima noção de negócios. Ele é meio que como eu. O que quero dizer é que ele é tão brilhante no que faz... que consegue se virar financeiramente... apesar de tomar decisões de negócios horríveis e cometer erros.

A segunda coisa que acredito é que, por causa de sua experiência comercial com a Shaklee, ele foi infectado pelo "vírus do marketing multinível". Hoje em dia, quando descubro que alguém contraiu o "vírus do marketing multinível", nem tento conversar ou argumentar com a pessoa. É como tentar convencer um judeu a se converter ao cristianismo, ou vice-versa. É como tentar convencer um pró-vida a ser pró-escolha, ou vice-versa.

Tenho uma imagem do Carl na cabeça. É bastante triste. Imagino-o em casa, na Califórnia, com sua linda esposa, comandando uma pequena empresa do Mickey Mouse, lucrando com as vendas de suas invenções milagrosas. E tentando lidar com as responsabilidades

de ser o principal executivo de uma empresa de capital aberto pateticamente debilitada.

E pense nisso: pense na invenção que esse homem criou. Pense em quão valiosa essa invenção teria sido para as vítimas do furacão Katrina. Pense em quão valiosa essa invenção seria para todas as pessoas que vivem na África. Você sabia que a água de má qualidade é responsável pela morte de mais seres humanos do que qualquer outra coisa no mundo?

Para contextualizar, outra coisa que você precisa saber é que escrevi este anúncio em 1997. Isso foi no auge da bolha das pontocom e dos IPOs. Todo mundo estava frenético para participar do próximo IPO da moda. O pensamento das pessoas estava completamente invertido. Elas acreditavam que quanto mais dívidas uma empresa tivesse, melhor ela seria. Investiram milhões de dólares em empresas que nem existiam... exceto talvez por um escritório minúsculo. Investiram milhões de dólares em empresas que existiam apenas com base em uma ideia, como uma invenção imaginária que triplicaria o consumo de combustível dos veículos.

O que Carl Palmer provavelmente nunca percebeu é que, com sua invenção, ele realmente não precisava de uma organização de marketing multinível para vender um zilhão delas. Ele também não precisava de uma empresa de capital aberto como a Seychelle Technologies. Tudo o que Carl realmente precisava era de uma quantia bem modesta de dinheiro e de um gênio do marketing para promover seu produto.

Bem, Carl tinha o gênio do marketing e poderia facilmente ter conseguido o dinheiro. Mas, como milhões de outras pessoas em 1997, acho que ele estava um pouco "louco" com a possibilidade de participar de um IPO quente.

Sua mente já havia (na minha opinião) sido irreparavelmente danificada por sua experiência com uma organização de marketing multinível.

Sabe, eu realmente não sei como terminar esta newsletter. Sei que é uma pena que ninguém no mundo tenha a invenção extraordinária do Carl. Cada palavra que escrevi sobre ela era verdade. Mas suspeito que nunca vá acontecer. Posso estar errado, mas na minha opinião, Carl Palmer está muito danificado para lidar com ele de forma sensata e profissional. Também acho que DuSean Berkich perturbou a vida do Carl de tal forma que é possível que nunca seja desvendado.

Talvez eu esteja errado sobre tudo isso. Talvez, de alguma forma, haja um final feliz.

Sinceramente,



Gary C. Halbert

PS: Mais uma coisa: recebi uma excelente análise do anúncio de água feita por um cara chamado Alexi. Não sei o sobrenome dele, mas quero reconhecer que usei muito do que ele escreveu em sua explicação de por que o anúncio funcionava. E usei muito disso palavra por palavra. Não sei quem é esse cara, mas ele é um cara muito esperto.

PS#2 Aqui está algo que me confunde: sabe, quando alguém com dinheiro lê um anúncio como este escrito por mim ou alguns dos outros anúncios que escrevi e publiquei no meu site, eu absolutamente não consigo entender por que não me ligam primeiro se precisarem de um texto. Quer dizer, honestamente, você acha que algum outro redator (vivo ou morto) poderia sequer se aproximar da minha genialidade? Com toda a modéstia, eu simplesmente não consigo entender como alguém pode escapar do fato de que eu sou realmente o melhor que já existiu.

PS #3 No mínimo, você não acha que deveria [me enviar um e-mail](#) e me dizer o quanto você é grato por eu ter lhe dado uma educação de marketing incrível como essa... que... você não conseguiria de mais ninguém no planeta?!

[CLIQUE AQUI PARA DESCOBRIR
AINDA MAIS SEGREDOS DO "ANÚNCIO DA ÁGUA"](#)

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

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

Copyright © 2005 Halbert Publishing Inc. Todos os direitos reservados.

