

DES. 9014
— D I A S —

Aula 009

Porque você deveria esquecer o seu site

Data: 15.08.2019

Sejam bem-vindos!

Como é que vocês estão?

Papel e caneta nas mãos! Hoje eu tenho uma **surpresa para vocês!**

Teve um pessoal que ficou meio pirado porque eu falei de **TPD** num stories passado e acabei não explicando. TPD é um programa de treinamento intensivo que nós tínhamos. O meu conhecimento é muito vasto, no sentido de volume de conhecimento, então eu falo demais, as aulas demoram, porque é assim que se aprende, é assim que eu acredito que se aprende.

Acho que se você aprende as coisas em dois minutos, você não tem tempo de aprender, você se torna um macaquinho que aprende a apertar um botão.

Então eu sempre tento trazer o conhecimento e, depois, o fundamento desse conhecimento e o porquê, o que eu vivi e a minha experiência desse conhecimento.

O **TPD** é o nosso curso "*Transformando Palavras em Dinheiro*". Ele foi em março, quando eu tinha 23 mil seguidores. Ele é um treinamento intensivo, bem objetivo, para quem precisa se posicionar ou criar uma marca, um produto, uma oferta muito rápido.

O TPD tinha aulas de copywriting, lives, e dentro dele tinha uma aula 4, que é uma aula enorme na qual eu ensino a usar os grupos do Facebook. Essa aula foi muito boa, eu vou ver se coloco ela no Novo Mercado. Eu ensinava a usar os grupos do Facebook para adiantar o número de seguidores que você tinha.

Sobre o que nós vamos falar hoje?

Nós vamos falar sobre um erro que eu tenho certeza que, pelo menos, 1.500 pessoas cometem. Eu sei disso porque em todo treinamento presencial que eu faço, onde eu interajo mais com as pessoas, a maioria fala que não tem.

Nós estamos evoluindo no desafio. Chegou, então, a hora de falarmos de aspectos mais técnicos. Hoje, além dessa aula, temos uma surpresa: o Sr. Victor Moretti dará mais uma aula de 40 minutos para vocês. Vocês vão ter vídeo, livro... **TEM QUE ESTUDAR para NÃO RECLAMAR DEPOIS!**

Hoje vamos falar sobre a importância de ter uma landing page. Por que as pessoas focam tanto em ter um site e por que elas não deveriam pensar tanto em site?

Para já começar colocando algo na sua cabeça: **SITE NÃO É TÃO IMPORTANTE!**

Nós temos algumas convenções sociais. Faculdade é uma delas. Pessoas que nunca se viram se encontram e uma pergunta para outra: - *"Qual faculdade você fez?"*. Quando eu respondo, por exemplo, que não fiz nenhuma faculdade, as pessoas dizem que é por eu ser muito inteligente, como querendo justificar o fato de eu ser bem sucedido sem ter feito uma faculdade. Mas, como é isso? Um cara que fez USP é muito inteligente assim como um cara que não fez nenhuma faculdade também é considerado muito inteligente?

Quando você não faz uma faculdade e, mesmo assim, ganha muita grana, visita o mundo, tem gente trabalhando para você, as pessoas ressignificam isso, porque, em geral, esperam que **apenas pessoas mal sucedidas não tenham feito uma faculdade.**

Um casal que está junto há 5, 6 anos, as pessoas perguntam: - "E aí, quando vem o filho?"; quando nasce o filho, passam a perguntar: - "E aí, quando vem o outro?"; quando já vieram os dois, então dizem: - "Olha, agora já chega, né?". São convenções sociais.

Então, na internet, nós também temos nossas convenções sociais. E são duas dessas convenções que eu quero falar hoje aqui para vocês. A primeira delas, uma das mais fortes, é:

"Você tem que estar em todas as redes sociais."



As pessoas realmente acham que você precisa ter um perfil em todas as redes sociais. Mas você **não precisa ter perfis em todas as redes sociais, você precisa ter um perfil bem feito, um perfil que se comunique!**

Então, se você é daqueles que acha que precisa ter um perfil no Twitter, um perfil no Linkedin, um no Facebook, no Instagram, mas todos eles ficam **ABANDONADOS**, esse é o caminho mais rápido para você não ter sucesso.

O caminho mais rápido para você ter sucesso é abrir o teu perfil numa única rede social, entender profundamente como ela funciona.



Por exemplo, a Malu está lá com o perfil imenso dela no Instagram. Tenho certeza que, se eu sentasse agora com ela e falasse: "Malu, você conseguiria produzir o mesmo engajamento do seu Instagram no Twitter?". Eu tenho certeza que ela sentiria dificuldades, porque as redes sociais são diferentes, as suas dinâmicas são diferentes.

Qual a dinâmica do Instagram? É uma rede social, de fato **SOCIAL**, envolve aspectos de fotografia, Life Style, a galera que está bem, a turma que quer se ajudar, que quer usar isso aqui como ferramenta de trabalho, principalmente pelo caráter 1 para 1.

Quem é aluno do Novo Mercado sabe que eu repito isso o tempo inteiro: Facebook, Twitter, são ferramentas GREGÁRIAS! Você vai lá, faz um post, o que acontece? As pessoas comentam. Aí vem um hater e comenta, e o comentário dele chama mais a atenção que a postagem, e aí as pessoas ficam ali discutindo o comentário. A postagem fica para depois.

O hater (antigamente chamávamos de TROLL) quer atenção, quer espelho. Por exemplo: o cara lá da Cidade Tiradentes, que trabalha no supermercado, está devendo para o tráfico, pega o celular dele que ele comprou roubado na Feira do Rolo, olha um post da Bruna Marquezine e comenta: – “Sua bunda está caída”. É só isso que ele quer. E, na maioria das vezes, é só o que ele pode fazer para gritar: – “Putz, minha vida está uma merda, queria estar fazendo outra coisa”.

No Instagram é diferente! **No Instagram, quando você responde um stories, ele vai pro inbox, ele vai pro Direct Message.** Qual a felicidade do Hater? Alguém posta um stories de uma criança e o hater vai lá, comenta e a mensagem vai pro inbox daquela pessoa. Ou seja, o hater não ganha nada com aquilo.

Então, pelo simples fato de o Instagram ser uma ferramenta de 1 para 1, uma ferramenta que acontece de forma gregária só aqui no chat da live, o Instagram não é feito para o hater. E mesmo que uma pessoa dê um hate no chat, vem 3, 4 comentários em sequência e ele passou. O Instagram não é feito pro Hater.

O Twitter é uma ferramenta política, de piadas, você não precisa pôr a cara... você vê que os perfis tops do Twitter são de personagens, nem são pessoas.

Então, o primeiro ponto é saber: **Diante dos teus pontos fortes e pontos fracos, diante do exercício de aumentar e tornar mais fortes os seus pontos fortes, você vai descobrir qual a rede social na qual você quer trabalhar.**

De que adianta eu ter um perfil no Linkedin se eu não me encaixo e não defendo essa cultura organizacional?

No Linkedin, ninguém nunca está desempregado, mas está sempre *"procurando recolocação profissional"*; no Linkedin todo mundo é CEO de alguma coisa.



Então, você precisa entender qual a rede social que funciona para você.

Cara, pega tua rede social, abraça ela e ignora todas as outras! Masterize ela! Pega tua rede social e entende como ela funciona!

Por exemplo, quem aqui está no Instagram e não sabe a diferença entre uma conta pessoal, uma conta comercial e uma conta de content creator, **já está errado!**

Se você está aqui e não sabe como o jogo funciona, não sabe as regras mínimas do jogo, você já está errado! **Então, pega uma rede social e masterize ela!**

Pega uma conta, uma rede social, e entenda ela: por que fazer live, quando fazer live, por que fazer story, quando os stories são feitos...

Pega uma rede social, abaixa a cabeça e vai! Ninguém faz Direito e Medicina ao mesmo tempo! Ninguém faz duas coisas ao mesmo tempo tão bem feitas! Ninguém pode querer chegar à seleção sendo goleiro e centroavante!

Outra das convenções sociais da internet é:

"Você precisa ter um site."

O que é o site? É uma extensão da sua empresa! Mas, se você parar para pensar, vai ver: Isso daqui já o seu site! Isso daqui te dá informações, comunicação constante, acesso a você numa live... isso aqui já é um site!

O que você precisa ter é uma Página de Vendas! O que você precisa ter é uma **Landing Page!** Por quê? Porque em momentos que você precisar vender algo, juntar lista, você precisa ter uma página simples e eficiente, **COM UM ÚNICO OBJETIVO!**

Vocês lembram que eu falei logo nas primeiras aulas que cada um de nós está exposto a mais de 800 estímulos de compras todos os dias. Outdoors, propaganda na rádio...

Quando aparece um anúncio teu, ele já está rivalizando com muitos outros posts. O cara tem 2, 3 segundos para decidir se clica ou não. Se ele clica e cai num site, a possibilidade maior é que ele abandone. Um site tem muita coisa, muita informação, é mais pesado, tem um cabeçalho enorme cheio de informações que, na real, não importam.

Naquele momento, o cara quer saber: como você pode ajudá-lo, quanto vai custar e quando você vai começar.

Quem se inscreveu no Pancadão, o que tinha na página do Ítalo? Tinha a cara dele, com aquela cara de maldoso, e um botão "PARTICIPE DO PANCADÃO".

A Carol vai fazer um evento chamado "CAROL ME TREINA". Entra no site e olha o que tem. Não tem "A minha vida", "Meus projetos", "O que eu fiz", "Minha história". Tem lá: O que é o evento, quem são os palestrantes, custa tanto, é nesse endereço. Isso é uma página de vendas.

Quando vocês entram no onovomercado.com.br/desafio, o que tem lá?

Tem uma foto do Ícaro e tem lá "se inscreva".



Uma landing page é melhor do que um site porque, nela, você pode oferecer só uma coisa de cada vez. .

Eu não estou defendendo aqui que você acabe com o site da sua empresa. Os sites continuam existindo.

O que eu estou defendendo é que, quando você for fazer propaganda, um "arrasta para cima", usa uma landing page, usa uma página de vendas, usa uma página de encapsulamento. **Não usa um site!**

Pensa na experiência mobile!

A minha esposa usa um planner e, todo dia de manhã, quando ela chega e fala: - "Ícaro, hoje você tem que..." e fala várias informações, eu só me lembro da primeira. As demais nem escuto. Eu só falo assim: - "Nega, me lembra cinco minutos antes...", e não sou só eu, um monte de gente é assim.

Um monte de gente está sempre esquecendo das coisas, perdendo prazo, porque é muita coisa. Eu respondo quase mil directs todos os dias, eu fico 4 horas e 5 minutos olhando para essa tela, respondendo gente, fazendo post... É muita coisa!

Agora, imagina se a Carol me falasse: - “Ícaro, se inscreve no meu evento”, aí eu vou lá, legal, arrasto para cima e vou para um site carregando, com um menu.

Agora, imagina se eu estou na estrada, num túnel, com um 3g ruim. O que você faz? **Você sai do site.**

Por que a minha filosofia é largar 99% das coisas! Porque é muito difícil lidar com muita coisa! Teu filho vai chorar, você tem que olhar teu filho... é muita coisa...

Eu nunca vou me esquecer de quando eu fui a um encontro de empreendedores e encontrei com um garoto de 18 anos e ele me disse que queria desenvolver o primeiro projeto dele, que era um ketchup totalmente orgânico. - “Como é esse negócio aí?” Ele deu inúmeras informações, de que ia fazer ketchup como os americanos fazem, uma marca premium, engarrafar de tal modo, distribuir começando por São Paulo....

Eu perguntei se o pai dele ou o sócio dele tinham experiência com aquilo. Pode ser que eu estivesse desestimulando o surgimento do novo Jorge Paulo Lemann do Brasil. Eu falei para ele:

Cara, por que você, aos 18 anos, está perdendo tempo e energia pensando num projeto que vai exigir, pelo menos, milhões de reais para funcionar, e um monte de sócios, um monte de gente dividindo risco, um pátio produtivo, e uma questão logística imensa... Por que você não começa um pouco mais simples? Por que você não começa procurando uma marca que já vende ketchup propondo alguma coisa para eles?

Sabe o que é engraçado? Aos meus 18 anos, os meus sonhos eram maiores que meus sonhos aos 32..

Porque aos 18 anos eu queria tudo! Eu quis ser escritor, copywriter, publicitário... mas eu também pensei em ter um escritório de investimentos, eu pensei em ser Trader. Aos 18 você está cheio de coisas na sua cabeça para fazer.

Aos 32, eu quero pegar o Novo Mercado e transformá-lo na maior escola de Marketing Digital e de comunicação do país!

Quem concorre comigo? A Udemy, com uns cursos de R\$ 40,00 que você não conhece o cara, mas que dá certo; o "Meu Sucesso", com aqueles bilionários, mas que também não é muito prático...

Eu quero olhar só para O Novo Mercado. Quero só melhorar ele.

Há dois anos, antes da Avenue, eu tinha 47 clientes. Quando eu vim para Avenue, eu demiti 43, na cara! Ano passado eu demiti meu último cliente que não era Avenue! Eu fiquei apenas com a Avenue Securities e com o Novo Mercado. Eu fui de 47 clientes para 2.

**Aos 30 anos, teus sonhos têm
que ser menores do que aos 18!**



Aos 18, você tem tempo! Você pode viver mais 18 que você ainda vai estar jovem. **Agora, aos 32... você precisa saber o que fazer; pelo menos, saber para onde está indo. Precisa ter largado 90% dos teus pensamentos.**

A live de hoje é sobre como nós estamos abarrotados de informação, como as coisas são decididas rapidamente, como você precisa ter uma única proposta, uma única oferta.

A primeira coisa que você precisa parar de pensar é em oferecer muita coisa para o seu cliente, ou que o seu produto serve para qualquer pessoa.

– "Ah, qualquer pessoa pode comprar o meu produto". – **ERRADO!**

Aos 32, a quantidade de sonhos que você tem precisa ser menor do que a quantidade de sonhos que você tinha aos 18.

Na verdade, o grande exercício da vida dos 18 aos 30 anos é ir largando mochila. As pessoas acham que dos 18 aos 30, eu vou só adicionar peso. Na verdade, você vai adicionar peso, mas você também precisa largar mochilas.

Quando você vai chegando perto dos 30, seu grande exercício é soltar pedra, soltar mochila, para focar numa coisa só.

Então, quando você faz uma landing page, uma página de vendas em vez de um site, você parte do pressuposto que:

- **o tempo do cara é escasso;**
- **que a conexão dele é escassa – não é todo mundo que tem internet rápida o tempo todo –;**
- **a experiência do cara vai ser mobile – esquece a ideia de que a regra é desktop. 95% do faturamento de anúncio do Facebook vem de mobile.**
- **Ele tem que ser rápido.**

A Malu está falando: – “Fui eu que não deixei o Perini sair do foco”. Essa é a função da mulher. Quando as pessoas escutam aquela frase: “Atrás de um grande homem há sempre uma grande mulher” e acham que é machista, não! A mulher empurra o cara, porque, se ele não tiver uma mulher empurrando ele, ele fica lá, fumando maconha e comendo comida da panela pelo resto da vida.

Um livro que mudou a minha vida quando eu penso em layout. Eu não queria falar UX porque tem gente que ainda não domina, mas **UX é a experiência do usuário.**

Imagina que tudo tem uma experiência. Imagina uma arquiteta. Ela sabe que a função dela é dar função e beleza a um ambiente. O Chuck, meu produtor executivo, a função dele é fazer os eventos acontecerem, fazer as coisas darem certo.

Uma arquiteta, então, dá função e beleza a um ambiente; um produtor executivo garante que os cabos não estarão trocados quando ele ligar a mesa de som e tudo vá para o espaço.

O que um UX representa num site? Assim como um consultório de um dentista, assim como o teu apartamento, um site é um ambiente. E um ambiente é um lugar que pode ser melhor ou pior organizado.

Um site bem organizado é um site que tem uma função do inicio ao fim.

A primeira coisa que você pensa é: Qual a função da sua página? Ela é encapsular alguém? Vender algo? Contar uma história?

Um livro que mudou a minha história, eu vou passá-lo para vocês aqui porque eu não tenho tempo para falar de UX, e mesmo que você não trabalhe com site, com internet, isso aqui vai arejar sua cabeça. Isso vai te fazer entender melhor como as coisas funcionam na internet.



Livro: "Não Me Faça Pensar", de Steve Krug.

O que esse livro faz? Ajustar sua cabeça à ideia de que hoje a sua comunicação, o seu layout precisam estar ajustados para pessoas que NÃO TÊM TEMPO! Como é que eu faço um site, uma landing page, que não faça meu cliente pensar! Ele não quer pensar! Ele quer só resolver o problema!

Quem não quer ler livro porque está cansado, esse vídeo resume o livro, pelo menos, em 4min57s.



Video: The Secret to a High Converting Landing Page

E aí, o que vai acontecer? Ao final dessa aula, eu vou subir uma aula do Vitor, sentado num desktop, compartilhando a tela com vocês, usando a ferramenta para ensinar você a criar uma landing page.

Eu escolhi como ferramenta o MailChimp, que tem o melhor custo benefício – que é de graça – e o Vitor vai ensinar vocês a criar um landing page. Vai ensinar a criar os textos, colocar as imagens, a publicar o site. Todo o processo, bonitinho!

Assistam ao vídeo! Comprem o livro! Assistam à aula do Vitor!

Até amanhã, pessoal! Até a próxima!

**Clique abaixo e conheça
mais do nosso trabalho**



@icaro.decarvalho



facebook.com/onovomercadoo



onovomercado.com.br