

Aula 014

O que eu aprendi de mais valioso em doze anos de marketing digital

Data: 19.08.2019



onovo
mercado

Fala, pessoal! Sejam bem-vindos!

Como é que vocês estão?

Preparados para o último dia?

Vamos começar pela pergunta que vocês mais me fazem aqui. Deixei para o último dia, ela dá aquela última ajustada no laço.

Estamos chegando ao fim do nosso desafio!

Pega papel e caneta! Vamos falar hoje sobre preço!

Quando nós começamos a jornada, quando começamos este desafio, nós tínhamos uma proposta muito simples: de que eu queria mostrar para vocês que era possível transformar isso aqui numa máquina de fazer dinheiro, numa máquina de fazer negócio, numa ferramenta de desenvolvimento e não de entretenimento.

E quando eu falo isso, eu sempre tomo muito cuidado porque as pessoas sempre encaram isso de maneira não muito fácil. – “Ah, Ícaro, mas eu quero me entreter, nem tudo é dinheiro”. Eu não estou dizendo que você não deve se entreter, nem que você deva só pensar em dinheiro.

Cara, isso aqui coloca você em contato com o mundo! Com os melhores professores, com os melhores profissionais... com os melhores cérebros que existem. Então, já que você gosta disso, já que você usa tanto isso, por que não transformar isso numa forma de monetizar os seus conhecimentos e habilidades?

Então, nós começamos com uma proposta muito simples: dá para ganhar dinheiro nisso aqui, e dá para **ganhar dinheiro** nisso aqui ainda que você não tenha produto nem tempo nem conhecimento.



Ao longo desse desafio, eu comecei lá na aula 01 como a escola te preparou para ser um empregado, para depender dos outros. E eu lembro que, no meio desse desafio, eu estava no metrô com o Victor e, cara, o metrô estava lotado – fazia tempo que eu não entrava no metrô – e cara, eu olhei aquela fila de pessoas esperando para pegar aquela escada rolante do Jabaquara, e era um bolo de gente parada, todo mundo com cara cansada, exausta, todo mundo fodido. Eu falei para o Victor: – *“Olha que loucura, todas as pessoas aqui, ou a maioria delas, só concebem a ideia de ganharem algum dinheiro se outra pessoa der para elas. E se elas perderem esse emprego, elas procuram outro lugar onde vão falar para elas: ‘Trabalhe aqui por tantas horas e eu te pago, ao final de 30 dias, um valor X’”*.

Então a gente começou desinfetando mesmo a cabeça, batendo na maior crença limitante que existe nesse país, de que ter sucesso é uma vergonha, de que ter sucesso é um crime, que **as pessoas querem te ver bem, mas não querem te ver melhor do que elas**, falei que ninguém tem inveja da riqueza do Bill Gates...

Você me pergunta se eu já comi dobradinha! Cara, eu já comi em todos os botecos podres da cidade de São Paulo. Então, assim, eu não esqueço nem por um segundo de onde eu vim, nem eu e nem a minha esposa.

E aí você se lembra de que não se esquecer onde você veio é muito mais importante do que olhar o tempo todo para onde você quer chegar. **Não se esqueça de onde você veio!**

A gente começa desinfetando a cabeça, a gente começa a entender por que, muitas vezes, você começa a compartilhar seus planos, seus sonhos, as pessoas começam a não gostar. Eu uso muito o exemplo de quando eu chamei um Uber e o cara do Uber falou: - *"Tá vendo essa loja de carros?"*, só tinham carros importados. E o cara falou: - *"Esse cara estudou comigo. Ele deve estar lavando dinheiro"*. Até o Ítalo comentou nessa época. É isso que as pessoas pensam.

Aí nós avançamos um pouco mais. **Eu precisei esvaziar sua cabeça para, depois, a gente começar a colocar conteúdo dentro.**

Aí depois eu comecei a falar sobre como as pessoas perdem tempo nisso daqui. Vocês ficavam falando que a TV, a Rede Globo alienava vocês, que a TV alienava vocês, que a TV aliena a sociedade. E agora vocês têm a internet e para que vocês usam? para compartilhar meme e para curtir foto das mesmas pessoas, curtir foto do Fabinho Vascaíno, da Força Jovem... para perda de tempo e para ficar dando aqueles scroll em 7 mil pessoas que você segue, que você jura que faz sentido seguir-las. Há quanto tempo você não vê todos os stories das pessoas que você segue?

Eu vejo quase todo dia! E quando eu não consigo, eu começo a ficar com a mão coçando, pensando que eu preciso seguir menos gente, porque eu não consigo acompanhar.

**Quando você tem ruído,
você está perdendo o foco.**



Presta atenção nisso: as pessoas falam que o bem mais precioso que você tem é o tempo! Tempo o cacete! O bem mais precioso que você tem é o **foco!** Porque tempo, você tem 24 horas de tempo num dia! Mas você tem, no máximo, 1 hora ou 2 de foco!

Eles estão sempre dormindo e acordando, dormindo e acordando... a pessoa pisca, já passou o dia, já passou a semana, ele chega ao final do ano, começa a fazer promessa, ele pisca, já é meio do ano de novo.

Que merda de vida, mano! Que merda de sensação é essa? Acordar todo dia, piscou, já é hora do almoço, aí você fala: - *"Talvez eu não almoce agora..."*.

Para de jogar fora o teu foco!

E aí nós continuamos evoluindo, passamos para a parte técnica. Aí falamos sobre produto, lançamento, as aulas de preço, produto, garantia, escassez, que é a promoção... a aula 7, marcada em vermelho, a aula mais importante.

Aí, de repente, vêm aquelas duas aulas, as duas últimas. A que eu estava sangrando e a anterior, que a gente falou sobre como você monetiza influenciadores. Vocês não têm ideia de quantas pessoas me mandaram print chegando em pessoas com 100 mil, 200 mil, 300 mil seguidores e conseguiram negociar pacote de stories. Gente que nunca teve audiência deu o passo 1. **Gente que nunca deu o passo 1, deu essa semana.**

Então, porra, foram 14 dias muito fodidos! Já teve gente mostrando faturamento, mostrando vendas.... eu falei que quero sair desse desafio com pelo menos 100 pessoas indo do 0 aos R\$ 10 mil nesse desafio.

Já tem gente que fez 70, mas já tinha feito o outro desafio, então eu não estou contando. **Eu quero gente nova.**

E o que está faltando hoje? Está faltando a gente falar de preço, que é a última coisa que está faltando nesses 14 dias.

Como é que a gente vai acertar o preço? O primeiro ponto é: esquece a ideia de que você vai acertar preço. Tem gente que fica travada durante semanas em preço. *"Ah, qual preço eu coloco? R\$ 19, R\$ 99..."*

A primeira coisa que você precisa saber é que errar preço não vai te matar. E, muitas vezes, você vai errar mesmo o preço, porque você chuta um preço e o mercado vai corrigindo ele. Primeira dica para quem não tem ideia de qual preço colocar: procura um concorrente seu que venda algo semelhante ao que você quer vender e ajusta o seu preço.

- *"Ah, Ícaro, eu não tenho noção nenhuma de quanto vale o meu curso".* Pega um curso próximo, se não tiver, se o seu produto é muito exclusivo, pega uma carga horária próxima. Aquela frase que eu disse lá no início do desafio, que o grande problema que paralisa vocês é vocês acharem que qualquer erro é fatal.

O que afasta vocês de entrarem no jogo é achar que qualquer errinho – errei o preço, errei o público, comprei 5 stories mas deveria ter comprado mais – vocês acham que é suficiente para denunciar ou fechar o negócio de vocês. **Não é assim!** É plenamente possível errar muito e fazer uma estratégia, uma campanha, uma oferta muito bem sucedida. É possível a sua página cair. Quem aqui não viu no Pancadão? O checkout do Pancadão caiu. E aí, estava lá aquele esforço inteiro, e o checkout instável. São coisas que acontecem.

Eu já abri lançamento em que eu trabalhei durante 6 meses e, na hora do lançamento, a loja web entrou em manutenção, o servidor. E foi aí que eu descobri que nunca deveria confiar neles.



Então, assim, se você achar que qualquer erro já é suficiente para acabar com o seu negócio, então o seu negócio é ruim.

Ontem eu fiz uma sequência de vídeos sobre startups e marketing digital e veio uma galera falar: - *"Ah, Ícaro, sempre essa mesma treta, o que você tem contra startups?"*. E eu tenho um amigo chamado Abelardo, ele disse que vai fazer uma apresentação, que disse: - *"Se a sua empresa precisa de milhões em investimento para começar, a sua empresa está errada, cara"*.

E aí, ao longo desse desafio, nós começamos a retirar essas pedras da nossa mochila, porque a gente carrega uma mochila na vida na qual a gente fica colocando pedra o tempo todo quando, na verdade, a gente deveria retirar as pedras. E as pedras são: eu preciso de um áudio foda, eu preciso de uma puta câmera, eu preciso ter milhões de seguidores, eu preciso ser famoso, olha o meu cenário... olha o meu cenário aqui. Aqui tem meu filho chorando, inclusive. E vocês ficam: *"Ai, meu Deus, mas se eu errar o preço? Meu Deus, se meu filho chorar? Eu preciso isolar acusticamente isso aqui"*. Se meu filho chorar, vocês sabem que eu tenho dois filhos. E se errar o preço, erra para cima, porque depois abaixa e faz uma promoção. É melhor você setar o preço aqui em cima e depois ajustar para baixo se houver algum problema e você perceber que foi muito para cima do que, simplesmente, você não fazer nada. Do que você ficar vendo a vida passar, olhando e pensando: *"Quando é que eu começo? Quando é que vai ficar perfeito?"*. Nunca vai estar perfeito! E esse é o negócio disso aqui! É isso que diferencia a rede social da Rede Globo: gente! Ser humano! Esses erros, esses bipes, essas crianças, esses vídeos.

Então, quando a gente fala sobre preço, eu já quero tirar isso da sua cabeça: *você errar preço não vai te matar.*

Segunda coisa: o teu produto mais barato é uma carta de vendas para o teu produto mais caro. Se vocês entenderem isso, vocês vão colocar na cabeça uma coisa que levou 12 anos para chegar na minha. Então, quando você pega e faz um produto de R\$ 19,00 para alguém, pense que esse produto de R\$ 19,00 é uma oportunidade de você vender o seu conhecimento, o seu serviço, vender sua tese, o que você sabe, para que esse produto seja sua carta de vendas para o seu produto mais caro.

Presta atenção aqui, eu preciso que vocês fiquem nesse raciocínio comigo. Quem vende produto aqui de 500, de R\$ 1.000? Que força você tem para vender esse produto de R\$ 1.000? - *"Ah, Ícaro, eu vou fazer anúncio, eu vou ficar fazendo propaganda, vou pedir bastante para arrastar para cima..."*.

Quanta atenção você tem? Você tem 3 segundos antes do anúncio? Você tem 15 segundos antes do cara pular teu anúncio? Você tem 4, 5 stories antes do cara encher o saco, "meu, para de colocar esse 'arrasta para cima'?".

Então, o que você precisa, qual a melhor forma de você vender um produto de R\$ 1.000? O que você precisa para vender um produto de R\$ 1.000? Você precisa de tempo para vender esse produto! Porque não é simplesmente: "Arrasta para cima! Paga 500!" e as pessoas vão dizer: "Hoje eu vou pagar 500 porque ele cortou o cabelo". Você precisa de tempo! Porque é nesse tempo que você vai mostrar quais são suas vantagens, suas teses, quais são suas Pure Winnings – lembra das suas vantagens competitivas? – , no que você é melhor do que os outros, por que sua alternativa é melhor do que a que existe no mercado. E aí, quando você tem que falar isso para as pessoas, falta tempo.

Lembra das propagandas de remédio em que, no final aparece aquele aviso do Ministério da Saúde em que o cara fala rapidíssimo? O cara resume um texto imenso em 1 segundo. E você diz: meu Deus, o que esse cara falou?

Você não consegue vender assim.



Presta atenção: toda propaganda não é um esforço de venda! Uma propaganda é um esforço de **relacionamento.**

Marketing é transformar segundos em minutos; minutos em horas; horas em vendas.

Então, quando você quer vender um produto ou serviço de R\$500,00 de R\$ 1.000,00, qual a melhor forma de fazer isso? Vender algo muito bom por R\$990, por R\$1990, por R\$4990 e usar esse produto como carta de vendas para o produto mais caro.

A recomendação do livro de hoje, eu já vou dar agora.



É o livro do David Ogilvy, Confissões de um publicitário

O David Ogilvy escreve no próprio livro que a obra é uma tremenda carta de vendas da agência dele.

Presta atenção: qual a melhor forma de você vender o seu serviço do que você fazer um cara ler um livro inteiro seu sobre isso?

Quanto tempo vocês prestariam atenção a um anúncio do Ícaro? Alguns segundos. Quanto tempo vocês dedicaram ao desafio do Ícaro? 10 horas, 11 horas, quase 14 horas de conteúdo.

O que é mais eficiente: eu ficar anunciando ou eu fazer um desafio? E vocês estão aqui comigo por 15 dias inteiros.

Por que eu coloco livro para vocês lerem, vídeo para vocês verem? Porque quando você está vendo o vídeo, e você aprende algo nesse vídeo, você lembra: foi o Ícaro que me indicou.

E presta atenção: quando eu ensino algo para alguém e essa pessoa aprende, sempre que ela usar esse recurso, esse aprendizado, ela vai se lembrar de que aprendeu comigo.

Ensinar algo à sua audiência é como se você estivesse falando com ela para sempre.

Tem gente que fala: - *"Nossa, Ícaro, eu decidi ter um filho porque eu vi como você cria seus filhos, como você fala da sua família..."*. Cara, o cara, para o resto da vida, ele vai lembrar do Ícaro porque em algum momento... PORRA, o filho do cara nasceu porque ele começou a ver alguma coisa comigo falando. Então, eu continuo vivo no cara.

Quando eu ensino qualquer coisa a um cidadão – o que quer que seja, por menor que seja – é como se eu ficasse para sempre dentro do cara. Que propaganda faz isso?

Você quer confundir isso com ficar fazendo vídeo no YouTube do tipo: “Para, para, para! Fica comigo por alguns minutos”. Foda-se alguns minutos, cara! Não quero saber de alguns minutos! Se você ensinar algo para alguém, esse cara lembra de você enquanto aquele conteúdo for útil. É a propaganda que funciona para sempre.

Aí a galera fala: *“Ícaro, não pare de produzir conteúdo, não pare de fazer desafio...”*.



Cara, conteúdo é a única propaganda que o teu cliente pede mais.

Então, se você tem que vender algo caro, qual a melhor forma de vender algo caro? Não é fazendo propaganda para caralho, não é fazendo promessas surreais... Quem faz promessa estilo Betina está optando pelo caminho mais curto. Quem faz esses anúncios tipo Betina? *“Faça um milhão de reais ainda que você nem saiba ligar o computador, ainda que você não saiba o que é Marketing Digital, ainda que você não saiba nada de internet...”*

Quem faz propaganda assim, mentirosinha, agressivinha, e fala: – *“Não, eu não minto, não; eu só sou agressivo para ficar no jogo”*. Quem faz essas merdas está optando pelo caminho mais curto. E vai virar chacota, vai perder a credibilidade e vai sumir.

Quem aqui não lembra de uns 2, 3, 4, 10 nomes que eram gurus do mercado e que agora ninguém sabe onde anda? Acabou, sumiu. **Porque a única coisa que o cara sabia fazer era prometer mais do que entregar.**

Presta atenção: quando você promete mais do que entrega, você some! Novamente, para o cara que reclama que eu repito demais: quando você promete mais do que entrega, você some! E quando você entrega mais do que promete, você perde dinheiro.

Tem um monte de gente aqui que é boa para caralho, mas não faz propaganda. Vira e mexe alguém aparece: – *"Nossa, Ícaro, eu conheço uma pessoa que tem um talento incrível, que faz um trabalho fantástico, mas ela não sabe se vender"*. Também é um erro. Você não tem que ser tímido diante da vida, diante do mercado. As pessoas falam: – *"Ícaro, viajar ou ganhar dinheiro? Fazer o que gosta ou ganhar dinheiro?"* Os dois, porra! Para de ser tímido diante da vida, de achar que é isso ou aquilo.

Hoje eu estou um Cid Moreira, um Chico Xavier, eu vou soltar todas as frases que existem na minha cabeça:

**Mais importante do que a faca
ou o queijo na mão é a fome!**



Então para de ficar tímido diante da vida.

Então, se você promete mais do que entrega, você some; se você entrega mais do que promete, você está deixando dinheiro na mesa. Qual a correta medida? Tão simples: venda bem e entregue de maneira justa. Cobre bem, mas entregue algo bom; venda algo bom que funcione; não minta, não engane... Tudo o que seu pai sempre falou, a sua avó sempre falou, tudo que os antigos sempre falaram e que agora as pessoas relativizam. Não foda ninguém! Não seja pau no cu! Colocaria assim: – *"Ícaro, qual é a dica que você daria para você continuar nesse mercado?"*. **Não seja pau no cu!** Prometeu? Entregou. Gravou um curso que não existe? Entregue o vídeo.

Então, assim, quando você precisa vender algo, o que você faz? Você entrega algo de graça que é uma carta de vendas para isso que você quer cobrar. Quando você quer vender algo caro, você vende algo barato – e algo bom, não é tranqueira, não é porcaria –, você pega algo bom, que o mercado venderia... – isso que eu chamo de No Brain – você pega um produto, um serviço, você pega conhecimento que o mercado vende a 200, 300, R\$ 400,00 e você vende por 19,00!

Os caras vão falar: – *“Caralho! Esse cara está louco! Como é que ele está vendendo por esse preço? Ele não vai ganhar dinheiro”*. Porque toda propaganda não é um esforço de vendas; a propaganda deve ser um esforço desesperado – no bom sentido –, obstinado de relacionamento.

Porque é no relacionamento que você faz a venda.

Então, o marketing nunca é de apenas um passo. O marketing é sempre um esforço de muitos passos. Quando você encontra alguém e pergunta: – *“Cara, você quer comprar o que eu tenho?”*, é a mesma coisa que você encontrar uma moça e falar: – *“você quer casar comigo?”*. Se você fizer isso para 40, 100 malucas, talvez uma diga sim. Ou homem também. Mas, no geral, você vai levar um monte de não.

Então, primeiro você vende relacionamento, você fala com as pessoas... quem aqui não sabe o que é copywriting? Se você chegar para alguém que não sabe o que é copywriting e disser: – *“Cara, quer comprar o meu curso de R\$ 6 mil de copywriting ? É o melhor curso que existe. É um treinamento, uma imersão foda, sobre copywriting, R\$ 6 mil, você quer?”*, O cara vai falar: *“Não”*. Ele não sabe o que é copywriting. Não adianta eu falar que o é bom, que o preço é bom, que a condição é única, que ele vai estar comigo... ele não sabe o que é copywriting.

Então, o que eu faço: – “Olha, cara, eu estou aqui com uma formação chamada Copywriting Academy. Ela é de graça, se inscreve aí, cara, faz ela, tem 3 horinhas aí de conteúdo que vai te dizer o básico sobre copywriting. Vai te ensinar que copywriting te permite trabalhar fazendo discurso de vendas, site, blog, gerenciando social media; que você vai fazer roteiro para vídeo de YouTube, você vai fazer cartas de vendas, página de vendas, promoções; é um mercado enorme e que dá dinheiro. Aqui estão os exemplos de trabalhos bem feitos, aqui estão exemplos de valores a serem cobrados de negócios que eu já fechei...”

O cara fala: – “Nossa, legal”. E não pagou nada por isso! É uma propaganda de 3 horas.

Ao invés de gritar para ele, rápido: – “Compra o meu curso, é barato”, eu falo: – “Cara, assiste isso daqui”. **É um marketing de N passos.** Aí o cara assiste. – “Nossa, Ícaro, legal, cara, eu entendi para que serve o copywriting”. Legal, né? – “Então, o melhor treinamento que tem no mercado é o meu, olha ele aqui.” Agora ele está pronto! Agora esse cara está pronto!

Então, sempre que você for vender um produto caro, produza um produto mais barato e transforme ele numa carta de vendas do produto mais caro. Além do quê, ainda ativa aquele gatilho da reciprocidade. Ainda faz a pessoa falar: – “Nossa, esse cara me deu um conteúdo. Eu estou em dívida com ele”.

– “Ah, R\$ 99,00 é caro?” – **Depende!** 99 por um Uno Mille é caro? Por um Gol, é caro? Por um bolo de casamento, é caro? Depende do bolo. Depende do que você está entregando para o cara. Se forem 5 horas de conteúdo, não é caro; se é um e-book de 5 página em que você usou fonte Arial 60 para parecer maior, é caro.

Não é o preço que define o teu produto! É o produto! Não é o preço que define o caro, é o produto! Vocês não têm que ter medo de cobrar algo caro, vocês têm que ter medo de entregar pouca coisa. Vocês não têm que ter medo de entregar algo barato, vocês têm que ter medo de não ter uma régua de relacionamento. Porque é plenamente possível vender um produto de R\$ 9,00 e ganhar muita grana. É só esse produto de R\$ 9,00 ser a porta de entrada para os produtos mais caros.

Quando eu vendo o *"Transformando Palavras em Dinheiro"*, qual é a maior parte das pessoas que entram no TPD? Pessoas que já estão no Novo Mercado. 100% das pessoas me acompanham aqui no Instagram, porque elas já foram qualificadas, elas já entenderam a minha filosofia e por que ela é diferente das outras, por que eu não vendo abobrinha, por que eu defendo uma forma completamente diferente de trabalhar e ganhar dinheiro nisso aqui. Então, quando eu abro as portas: - *"Olha, pessoal, TPD, portas abertas"*, as pessoas entram porque elas já estão esperando. Não adianta você abrir as portas e falar: - *"Portas abertas"* se você nunca qualificou teu público.

E por isso é importante negociar com emissor de tráfego, com influenciadores, por isso é importante fazer gente que produz conteúdo mandar arrastar para cima, porque você está transferindo a confiança dessas pessoas para o seu produto também

Marketing é transformar segundos em minutos! OK?

Vamos falar de produto, então?

Tinha muita gente me perguntando se, ao final desse desafio, eu faria vendas. Eu sempre vou fazer vendas! Vendas é a minha forma de continuar falando para quem quer continuar ouvindo.



Hoje, agora, abrem as inscrições para o *"Transformando Palavras em Dinheiro"*! Hoje abrem as inscrições para o TPD!

Só vocês entrarem no onovomercado.com.br/tpd2, *"Transformando Palavras em Dinheiro 2.0"*. **Por que o 2.0?** Porque eu tive uma conversa com o Pedro Sobral lá em Madrid que mudou minha cabeça.

Eu conversava com o Pedro e ele me falava sobre o Mairo Vergara, o cara do inglês, conhecem? O Pedro é irmão do Mairo! Eu perguntei por que o Mairo fica fazendo curso de inglês 1.0, 2.0, 3.0, 4.0... Ele me disse: - *"Cara, porque é do caralho o pensamento!"*.

Quem aqui fez o TPD 1? Teve o curso de copywriting, são mais de 100 aulas de copywriting, tiveram 4 Master Classes ao vivo, teve o desafio de 21 dias, o manual do desafio de 21 dias em que eu detalho, 60 páginas – e 60 páginas de verdade, fonte pequena – e eu falo tudo: por que fazer desafio, por que fazer live em sequência, por que você faz **DESSE JEITO** uma oferta, porque você cria esse ambiente...

Só que imagina: aí passa um tempo, eu quero abrir de novo o TPD. Eu pego todo o conteúdo que eu fiz – isso é importante até para você que está pensando em fazer treinamentos regulares, até para você que pensa em criar um produto que você venda todo ano. Eu sou um cara que dá o braço a torcer muito rápido. Quando eu ouço alguma coisa que faz sentido, eu logo dou o braço a torcer.

Aí, eu vou lá fazer um novo TPD. Eu pego todo o conteúdo que eu produzi no início do ano e jogo fora. Qual o sentido disso? Qual o sentido de pegar um monte de coisa que foi boa e jogar fora? **Quando você cria o 2.0, você pega as coisas novas e coloca por cima das antigas.**

Então, o TPD 2, o *"Transformando Palavras em Dinheiro 2"* ele tem tudo que foi bom no 1, mais o que vocês pediram para o 2. Porque quando eu fiz o TPD 1, o que as pessoas pediram? Olha como o seu produto evolui junto com você e vai ficando melhor junto com a audiência. É por isso que é importante vocês lançarem. É importante vocês lançarem para vocês aprenderem.

Quando eu fiz o TPD 1, o que as pessoas falaram? - *"Ah, eu quero saber mais de tráfego, mais de Google, mais de produto físico..."* Putz, mas não tem nesse. Então, o que eu fiz? Eu coloquei nesse.

Então, no TPD 2, o que a gente tem?

A gente tem 6 produtos só para quem trabalha com produto físico. A gente tem curso de Google, tem display, curso de tráfego dentro do TPD 2.

Então, a gente tem copywriting, estratégia, venda, aí a gente começa com tráfego... a gente tem modulo de e-commerce. Quer transformar o Instagram numa loja e aprender a vender coisa aqui dentro? Tem.

Então, o seu produto começa a se adaptar às necessidades do cliente.



Outra coisa que eu nunca tinha percebido e foram vocês que me contaram isso...

Quem aqui gostou da aula em que eu falei sobre influenciadores, como conseguir, como trabalhar com eles, para negociar com eles.

Eu sei que esse conteúdo é bom! Só que quando eu falei, vocês ficaram loucos! Um monte de gente falou que não conseguiu dormir, que ficou pensando nisso, que falou com uns 5 influenciadores...

Então, o que eu fiz? Hoje, eu acordei às 6 da manhã e coloquei um módulo a mais sem mexer no preço, que é um módulo onde a gente vai fazer uma Master Class de 3h inteiras só olhando o passo a passo disso. Eu vou pegar os meus textos e vou dar a vocês os modelos: manda a mensagem assim, negocia desse jeito, vamos fazer um contratinho, faz o download do contrato que você queira. Não precisa pagar 400 paus para o advogado fazer isso.

Então faltava uma hora para eu entrar no ar e eu estava colocando mais coisas.

Então o produto se adapta ao cliente também. E é por isso que vocês precisam lançar. Porque, cacete, quem está aqui há mais de 3 meses para lançar produto? Tem gente aqui há mais de 1 ano para lançar o produto.

Lança porque, quando você lança, primeiro: as pessoas dizem o que você precisa melhorar; segundo, as pessoas dizem o que está faltando, e aí você coloca; terceiro, as pessoas dizem o que não está legal.

As pessoas vão melhorando o seu produto.

Presta atenção nisso: as pessoas acham que as empresas precisam do cliente só por causa de grana. As empresas precisam do cliente para os seus produtos ficarem melhores. As pessoas precisam do cliente porque o cliente melhora o produto, a experiência de uso, diz o que está faltando, diz o que pode ser melhor, o que está barato, o que está caro...

Se você não lança, como é que o cliente vai te dizer algo.?

Aí sabe o que você faz, e por que é o seu principal erro e por que você perde grana? Porque você não quer lançar, você não quer ouvir o feedback do cliente. Aí sabe o que você faz? Você pede feedback para amigo, para primo, para coleguinha o Instagram, para amiguinha...

Pessoal, quem é aluno já sabe. Isso foi uma das bases do TPD 1 e no TPD 2 nós vamos expandir. Eu estou de olho no tempo, sei que faltam uns 5 minutinhos. Mas eu vou salvar essa aula e abrir outra, e a gente continua.

Por quê? Não só porque é aula de vendas, e quem estiver no TPD vai aprender por que essa aula é diferente de todas as outras.

Olha a polícia chegando. É isso! Se você tiver medo disso, medo do cachorro latindo, medo do seu filho chorando, se você tiver medo porque o áudio não está bom... se você tiver medo do imprevisto, você não vai fazer nada.

**Se você tiver medo do imprevisto,
você não vai fazer porra nenhuma,
porque a vida só tem imprevisto**

Se você não põe o carro na rua, como é que você sabe que vai funcionar? Entendeu?

E qual é o erro? E eu vou te dizer: esse erro quebra gente. Eu tive familiar meu – perto – que quebrou por causa desse erro. Que erro? Isso se chama gancho! Eu vou encerrar essa live, a gente volta por causa do tempo.

Voltamos!

Todo mundo voltando só para saber como o meu parente quebrou! Eu nem vou falar se é tio, primo, porque depois vão falar: – “Olha, o Ícaro tava falando de você na live”; – “Ai, agora que o Ícaro tá famoso, ele fica jogando os podres da família na live”. Se eu não for fazer isso, eu vou aprender com quem? Ah, eu vou contar história lá do Bill Gates. Isso é outra coisa que eu não gosto desse “empreendedorismo perfumado”.

– “Ah, Ícaro, eu vou ver a história de vida do Bill Gates, para eu aprender...”. Não, eu vou aprender com a porra do meu parente, que fez merda, e eu estava vendo, e eu falei: – “Nossa, fez merda, né?”. Eu não vou falar quem é porque, senão, meu filho, o telefone toca: – “Você está jogando os podres da família na live para vender curso, né, seu safado?”. Deixa para lá.

Qual é o erro que o meu parente cometeu e muita gente comete?
A pessoa não quer botar um produto na rua e ouvir **feedback dos clientes.**



Pensa agora: por que você ainda não foi para a rua? Você vai perceber que você não tem um motivo muito bom. A sua mente fica encontrando um monte de motivos bons, ainda. Mas por que você ainda não foi para a rua? Porque a hora que você vai para a rua, deixa de ser sonho. Na hora que você vai para a rua, deixa de ser plano, deixa de ser projetinho. Deixa de ser delírio, de você dormir com aquela ideia, de você falar para as pessoas: – “Nossa, meu projeto é tão legal, o que eu estou querendo fazer é tão diferente”. Deixa de ser isso e vira o quê? Mundo real. E quando vira mundo real, o que acontece? Ou você acha que todo mundo vai viver de sonho?

O mundo real é o quê? Cara, eu me lembro da primeira vez que eu vi uma dessas meninas se maquiando. Eu nunca tinha visto mulher se maquiar assim, a minha esposa usa só um negócio no olho. **Mulher se maquiando é estelionato, é falsidade ideológica.** Elas passam um monte de coisas, nas bochechas, no queixo, pegam dois negócios que parecem um poodle e começam a bater no rosto. Aí eu falei: - *"Nossa, cara, que maquiagem pesada! Como é que alguém faz isso todo dia?"*. Aí ela vira e fala assim: - *"Bom, pessoal, nós preparamos a pele. Agora a gente vai COMEÇAR"*. O vídeo já tem 10 minutos e agora é que ela vai começar. Elas fazem o vídeo colocando no time lapse. Acho que é mais rápido construir uma muralha do que ela se maquiar.

O que é essa menina? É você e os seus sonhos.

Você vai lá, na balada, bota aquela camisa mais apertadinha, fica segurando o Red Bull que você pagou R\$ 17,00, que fica para sempre na sua mão, você não quer trocar, e já está quente... e você fica lá, na balada...

Aí chega a menina, você chega nela, ela chega em você, todo mundo feliz vão para o bem bom... e aí, depois, no outro dia, quando a menina tira a argamassa do rosto, aí virou o mundo real.

Quando ela come aquele sushi, aquele hot roll que vem couve em cima -- e o brasileiro chama de comida japonesa --, ela come, sorri e você vê tudo grudado...

Então, quando você fica pensando em lançar, quando você fica: - *"Nossa, meu produto vai ser legal, as pessoas vão gostar..."* cara.... é só isso. É só a menina de maquiagem, é só a menina antes do Hot Roll, comendo sashimizinho. O que é o mundo real? **O mundo real é Hot Roll de couve!**

Então, você tem que pegar o seu produto e pôr na rua, porque, se você não puser, você sofre a pior de todas as punições: você vai preparar o produto que não interessa a ninguém. Quando você prepara um produto que não interessa a ninguém, é uma merda. Eu sei disso porque eu já fiz isso.

Quando você faz um produto que não serve para ninguém, você percebe que você perdeu meses se preparando; você ficou meses atrasando, retardando uma coisa que poderiam ter começado e identificado logo no início.

No TPD 1, eu falo sobre um caso que fez eu mudar. Eu falo na primeira live, que são os *"Princípios Fundamentais do Marketing Digital"*, onde eu falo sobre meus princípios, por que eu trabalho desse jeito, por que eu foco dessa forma, por que eu faço um monte de descontração entre um pitch de vendas e outro...

Tudo isso começou em 2012, quando eu fiz um produto chamado TV INVEST. O produto era bem simples: eu identifiquei que as pessoas queriam ver cotações da bolsa de valores, e era só eu colocar essas cotações num ambiente fechado. Eu ia pagar para um desses traders ficar falando sobre o mercado ao vivo. Pronto, o produto era esse. Em 15 dias eu teria colocado e vendido.

O que aconteceu? Eu comecei a adicionar vários features, vários serviços ao produto. Eu criei negociação online, um sistema de sorteios... o que aconteceu? **8 meses de trabalho!** Um produto que poderia ser lançado em 15 dias, demorei 8 meses. O produto teria custado 5, R\$ 6 mil. E custou 80 mil. E porque a gente fez tudo na mão.

E porque a gente fez tudo na mão. Não contratávamos ninguém. Nós escrevíamos, desenvolvíamos, fazíamos tudo na mão. E quando eu coloquei no ar, as pessoas foram comprando, eu fiz uma pesquisa no Google Forms. Se você quer entender o que o seu público quer, faz um Google Forms.

E aí eu perguntei à galera: – “Pô, pessoal, legal que vocês curtiram meu produto. Obrigado pela confiança, por ter comprado. Você comprou ele por quê?”

**Presta atenção: você comprou ele pelo quê?
E as pessoas responderam, quase 85% das
pessoas responderam: eu estou aqui pelo
analista.**

E aí o que eu fiz? Passei 8 meses e gastei muita grana, tempo, um monte de emocional para algo que ninguém queria. Então, quando você não lança seu produto logo, é isso que acontece.


Qual foi o erro da minha família, aliás, que eu acabei esquecendo. Foi isso. Ele trabalhava com um tipo de serviço e ele decidiu mudar totalmente o ramo. Decidiu sair de fazendas e decidiu abrir uma loja de móveis.

Ser rico é assim: **rico nunca começa negócio pequeno não**. Rico nunca começa vendendo salgado. Rico não começa vendendo curso de Marketing Digital, começa abrindo loja grande.

E o que ele fez? Por que ele queria fazer isso? Porque ele tinha um amigo que fez isso e ficou rico.

E tem um negócio também: Rico nem se dá conta de que é rico. E quer sempre ficar mais rico, rico não se liga que é rico. E, com ele não sabe direito, porque nem é todo rico que sabe fazer dinheiro, rico vai tentando fazer dinheiro e vai ficando pobre.

Eu vi um piloto de Fórmula 1, brasileiro, o cara disse: - *"Eu tentei fazer um investimento, tentei criar um autódromo e fiquei pobre"*. Porra, você já era rico, cara, para que você vai fazer coisa que não sabe? Por que fazer autódromo? Você já sabia dirigir o carro, você já está rico, cara! Aí ele foi lá e quis abrir a loja de moto. Agora ele está tentando vender a casa! Meu, você já é rico! Meu, fica lá naquela cidade de rico assistindo corrida! Para quê fazer essas coisas? Rico tem isso, quer fazer coisas que não entende porque esquece que ele já ficou rico fazendo alguma coisa. Só porque ele é bom em uma coisa, ele é bom em todas as outras.

 **Rico vai tentando fazer dinheiro e vai ficando *pobre*.
Porra, vocês têm que salvar essas frases.
"A vida é como um hot roll de couve". É isso.**

E aí, meu parente foi lá, ele quis sair; ele quis sair da fazenda, quis fazer loja de móveis. Ele viu um amigo que fez isso e ficou bem sucedido, aquele negócio...

Então, o que ele fez: ele perguntou a todos os amigos o que eles achavam sobre ele abrir uma loja de móveis.

Presta atenção. Ele sentava com um amigo para tomar uma Heineken e falava: Pô, eu estou pensando em abrir uma loja de móveis ali na entrada da cidade, grandona. O amigo falava - *"Nossa, que legal"*. Sentava com outro amigo, falava que ia abrir uma loja de móveis, que ia ser assim, ser assim, o amigo falava: - *"Nossa, muito legal! Vai para cima"*. Sentava com parentes, falava da loja...

Ninguém vai falar para você que o seu produto é uma merda. Só o seu cliente.



Seus amigos não vão falar, nem seus primos, seus tios, seus amigos do trabalho não vão falar que seu produto é uma merda. Só o seu cliente vai falar que o produto é uma merda. É por isso que você precisa colocar o seu cliente rápido dentro do processo de confecção do produto, dentro do negócio, porque se você fica construindo o negócio e o cliente não entra, você não sabe onde está errado.

Então, você vive essa fantasia e essa fantasia acaba te engolindo. E aí chega uma hora que é mais gostoso sonhar, imaginar o novo projeto.

E aí você vira um sonhador e não põe na rua.

Por isso é importante! Eu não sei se você está retardando algum processo de lançamento de produto ou serviço, mas põe no ar. Eu sei que você vai achar que tem um monte de erros, de problemas, de defeitos, mas, primeiro: boa parte dos defeitos que nós achamos, nós achamos demais, porque a gente tem muita síndrome de perfeição.

Você pega essas meninas, a Kim, por exemplo. É uma Barbie, mas eu tenho certeza que ela se olha no espelho e fala: - *"Ai, eu poderia melhorar isso aqui"*. É assim! Eu olho para o site de vendas do TPD e falo: - *"Nossa, cara, que merda! Tem que mudar isso daqui, tem que pôr negrito"*. **Ninguém liga!**

Então, metade dos defeitos que nós achamos que nossos produtos têm só existem na nossa cabeça. Metade, de cara! E a outra metade, você só vai descobrir quando seus clientes começarem a comprar, porque seus amigos não vão dizer.

Vocês acham que a Lara vai virar para mim e falar: – “Nossa, Ícaro, seu curso é uma merda, como é que você tem coragem de vender isso, pelo amor de Deus, que vergonha”.

Mas, depois que ela compra, depois que ela vira cliente, ela vem: – “Olha, Ícaro, comprei, mas queria te dar um toque, pode mudar aqui, aqui, e tal...”. **Porque as pessoas só começam a dizer a real depois que elas pagam pelo seu produto.** Então, quando fica retardando, você nunca ouve o feedback real.

E aí vem o último ponto e encerramos a aula de hoje. Se você não põe o produto na rua, você não cria relacionamento para o seu próximo produto.

Nós falamos aqui no Desafio de “Lifetime Value”, essas palavras em inglês que a gente usa para poder cobrar mais. Quando você cria um produto como, por exemplo, o Novo Mercado, quanto mais aulas elas assistem, mais propensas elas ficam a consumir os seus próximos produtos.

Então, o cara compra o Novo Mercado, tem uma aula sobre copywriting. Ele assiste, acha legal, começa a ler um livro, ver um vídeo... Quanto o mais cliente te consome, mais preparado ou melhor preparado ele está para consumir o seu próximo produto.

Então, você tem dúvida, vergonha, não se sente preparado para vender algo de R\$ 1.000? Você não precisa vender, vende um de 20 e, ao final desse produto de 20, você faz uma oferta para um produto de 1.000. Porque agora você teve horas de conteúdo com esse cara para poder vender algo mais caro.



Eu sei que sentir vergonha **ancora,
deixa você parado. Eu sei disso porque
já me ancorou demais também.
Se você não se sente pronto para fazer
uma oferta pública...**

Vídeo de vendas é como fugir do casamento, você vai até o último momento que o seu corpo tem energia. Outra frase boa: vídeo de vendas é igual a fugir de casamento. Você continua enquanto você tem energia. Enquanto você está vivo, você foge desse diabo, porque, quando você casar, acabou. Você vai achar que as músicas do momento, que tal música saiu agora, e já saiu há 4 anos.

Então, sentir vergonha, não se sentir pronto, é uma realidade. Não é fácil você blindar a cabeça, desligar a vergonha, não tem um botãozinho para desligar a vergonha, para ficar maduro igual ao Ícaro. Mas são 12 anos fazendo isso.

Então, uma última dica para vocês. Vocês gostam da palavra **HACK**—Hack, para mim, é sinônimo de atalho que não leva a lugar nenhum. Eu acredito em trabalho duro, dedicação, esforço. Pergunta a um comerciante se ele acredita em hack.

Então, se você não se sente emocionalmente pronto para vender um produto caro, porque você não sabe como as pessoas vão reagir quando você colocar um produto de R\$ 1.000,00 na tela, bota R\$ 1.000,00 na tela para quem comprou algo mais barato.

Não fala publicamente. Não manda arrastar no stories. Arrasta para cima algo baratinho, e aí lá na audiência, só para os seus alunos, você faz a propaganda para o mais caro. Você dá um desconto a eles, porque eles compraram o outro...

Mas, o mais importante é: FAZ! Porque, senão, o seu cérebro fala: *"Não, você não está pronto para lançar um produto de R\$ 1.000"* e você não lança nunca. Então lança para um número menor de pessoas. Faz uma live fechada, pequena, para os close friends, mas faz.

Quem aqui lembra do BV? Lembra como era uma merda para perder o BV? O Christopher nem sabe o que era BV. Quanto mais o tempo passava, você achava que nunca ia sair disso. Você via seus amigos dizendo que já tinham perdido o BV e ficava só você, o BV eterno. Daí você ficava procurando na internet *"Como é a sensação de beijar"*, e treinava no azulejo do banheiro...

Cara, não lançar é isso! **Não lançar é ser BV com 30 anos!** Fica lá, naquele negócio, e aí finalmente você desencanta! E aí começa: *"Agora eu preciso dar uma petecada"*.

Então, assim, o BV é o seu produtinho mais barato; a petecada, o seu produtinho mais caro. Então você acha que o BV é o maior problema da sua vida, porque você nunca lançou nem o baratinho. E aí, quando você lança o baratinho, você fala: *"Nossa, foi isso? Nossa, perdi o BV, foi isso?"*. *"Eu estava tão nervoso por causa disso?"*

Então é isso, pessoal!

Combati o bom combate! Durante 14 dias, eu dei tudo o que eu tinha para vocês! Durante 14 dias usei todas as minhas energias, dei todos os conhecimentos, tentei dar o máximo de dicas! Inclusive, todas as lives gravadas estarão no TPD! As 14 lives! Não só isso, porque vai ter alguém que vai dizer: - *"Eu fui esperto e gravei a tela do meu computador"*. Nós também estamos mandando as lives transcritas para você que não pode ver, para você que gosta de anotar... eu gosto muito de anotar, eu transcrevo muita coisa, eu pego muito material e transcrevo.

Então, assim, vai lá no site do Novo Mercado, **TPD 2!**

Estão lá todas as lives transcritas e mais uma porrada de conteúdo. Tráfego, que vocês falam toda hora que não sabem fazer! Aula de tráfego, Google, E-commerce, aula de negociação, negociação, contrato com o influenciador. Tudo o que você precisa para desenvolver o seu negócio, o seu perfil, para desenvolver a sua empresa, está no TPD 2.

Agora eu quero fazer um negócio importante: eu quero **agradecer** a todas as pessoas que participaram do desafio. E quero agradecer de verdade. O primeiro desafio, quem aqui estava no desafio de Março? Tinham 280 pessoas no desafio. Eu me lembro de quando eu bati 500 pessoas na sala, eu liguei para o Joel e falei: - *"Cara, 500 pessoas!"*. Eu não acreditei!

Eu lembro que via as lives do Joel e via 6 mil, 7 mil pessoas. Eu lembro que a minha esposa olhou para mim e falou: - *"Foram só 500 pessoas?"*. Eu falei: - *"NÃO, FORAM 500!"* Empolgado! E eu estava mesmo animado! Então, assim, a gente botou 5 mil na primeira aula. E vocês viram a minha frase do Feed, *"O sucesso do outro, ele te constrói ou te destrói?"*. Eu poderia olhar para o Guerrilha, com 60 mil pessoas, e falar: *"Nossa, esses caras têm muita gente, eu sou tão bom quanto eles..."*. Não, eu tenho que olhar e falar que no próximo lançamento, eu quero 10 mil.

E cara, foram 3 mil pessoas todos os dias! Tem 2.040 pessoas aqui, depois de ter cancelado a live e começado outra.

Então eu quero agradecer a vocês. Eu fui dar uma palestra em São Paulo, no domingo, na embaixada da GV, e tinha uma fila de pessoas querendo tirar foto comigo. Eu lembro que quando eu saí do evento, eu liguei para a minha esposa e falei que estava voltando para casa.

Ela perguntou como foi o evento e eu falei: - *"Nega, sei lá, é bizarro. Tinha uma fila de pessoas querendo tirar foto comigo"*. Eu não sei por quê. Que loucura! Quando é que, na minha vida, eu pensei... quando eu entrei num estágio em que eu só entrei porque a minha esposa, que era boa, me colocou lá, e a chefe dela olhou e falou assim: - *"Putz, meu, por que você está com esse cara? Esse cara é um merda, arranja um cara melhor"*. **E aí, eu estou num evento, e tem gente querendo tirar foto comigo, querendo me dar um presente.**

Então, eu quero agradecer a todos que estiveram aqui. A quem viu uma aula só, quem viu as 14 aulas, quem chegou agora para ver só o pitch de vendas. Porque eu sou a **prova viva de que, se você se esforça, você chega.**

São muitos anos, são 12 anos ouvindo: - *"Não vai dar, não vai dar, não vai chegar..."*. *"Ícaro, começa a fazer propaganda enganosa, a vender capsula de farinha, começa a prometer qualquer coisa, começa a prometer 1 milhão em uma semana"*. E eu não, eu não acredito nisso, eu acredito em marketing de qualidade. - *"Ícaro, para que tanto stories? Para que tanto conteúdo? O Novo Mercado é muito barato! O TPD é muito barato!"*. Não, eu acredito em conteúdo de qualidade, eu acredito no preço baixo!

Cara, 12 anos sendo chamado de trouxa! E por que eu deixei de ser trouxa? Porque vocês estão aqui assistindo ao que eu faço. E porque, ao final das contas, de todas elas, quem vendia marketing errado sumiu! E quem vende coisa sólida, quem não vende mentira, enganação, riqueza do dia para a noite, perdurou, permaneceu.

Eu divido as pessoas da minha vida entre as que me chamam de Ícaro e as que me chamam de Ícaro de Carvalho. A pessoas da minha família, minha esposa, meus amigos mais antigos chamam de Ícaro. E as pessoas que me conhecem agora me chamam de Ícaro de Carvalho. **E só existe o Ícaro de Carvalho porque, porra, vocês estão aqui há 14 dias, entendeu? Então eu quero agradecer demais a vocês.**

Vocês acham que eu faço coisas demais para vocês, quando eu respondo stories, quando eu faço consultoria grátis, quando eu faço esse tipo de coisa. Na verdade, vocês é que fazem coisas demais para mim.

E o TPD é a minha maneira de agradecer a vocês por tudo o que vocês fazem por mim, pela minha família, pelos meus filhos. Meu, uma moça me mandou um presente para os meus filhos no evento. É muito louco isso.

Eu queria agradecer demais a vocês. Desafio é sempre uma loucura, é muita energia, 14 dias dedicados só a isso. Vocês não veem o trabalho, mas depois da live, a gente vai transcrever coisa, subir o vídeo, fazer as página, todo mundo trabalha só nisso. Muito direct, mais de 200, 300 respondidos todos os dias, só que eu respondo 1.000.

Eu acabo esse desafio com a sensação de que eu amadureci muito. Quem entrar no TPD, vai ver o desafio passado, as 21 aulas do desafio passado, vai ver que a gente mudou bastante, a gente evoluiu muito, mas, principalmente, com a sensação de que eu fiz as melhores aulas que eu podia. Eu separei 14 livros, 30 vídeos, é a bibliografia que eu usei para me desenvolver, para chegar onde eu cheguei, não existe segredo. Tudo que eu fiz eu ensino no TPD. Tudo que deu certo, eu ensino, tudo que deu errado, eu ensino.

Quem participar, vai ver que eu digo que quero fazer, que eu trago umas teses e falo: - *"Fulano fez e deu certo, fulano fez e deu certo, eu ainda não fiz, mas eu vou fazer"*. Então, o que eu não fiz, eu digo. O Joel mandou uma mensagem aqui. Eu vi que o Joel fez um desafio de 4 dias. EU já estou louco para conversar com ele e saber de onde vieram os 4 dias, qual o objetivo dos 4 dias, eu quero testar também.

Foi um prazer estar com vocês. Quem não vai comprar o TPD, não tem problema nenhum. **Só nessas lives aqui, vocês já tiveram mais conteúdo do que os caras cobram 3, 4, R\$ 5 mil para vocês.** Então, se você não comprou o TPD, eu já te dei o caminho das pedras, você vai fazer, ganhar grana, vai estar comigo na próxima.

Se você comprou o TPD, a gente continua! Já tem live! Eu já estou pensando em fazer Masterclass com os alunos, para das boas-vindas, para entender a necessidade de cada um, só para dar o play mesmo.

Então, se você comprou o TPD, a nossa conversa continua, a gente continua aprendendo! Temos aí dois meses intensos de aulas! E vocês vão ver que vai acontecer muitas coisas! Começa agora!

Se você não está TPD, a gente também continua!

Consultoria grátis continua!

Agora, pela primeira vez, eu estou tirando a cortina, agora é o Ícaro falando e não o Ícaro de Carvalho.

Essa live foi programada para acabar às 9:30h. Eu programei meu script todinho para desligar às 9:30h! Porque também não é bom fazer uma live tão longa, porque enjoa as pessoas... então, eu me programei para, às 9:30h, desligar a live.

Eu, Ícaro, estou demorando porque, às vezes , eu não quero que acabe. Porque foi um momento tão importante, que eu senti que dei o troco em muita gente que desacreditava de mim, que não achava que eu ia chegar a lugar nenhum.

É isso!

Muito obrigado a todos que estiveram aqui!

A quem está no TPD, a gente continua!

Até o próximo desafio, que deve ser em dezembro!

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



@icaro.decarvalho



facebook.com/onovomercadoo



onovomercado.com.br



**onovo
mercado**