

COMO TRANSFORMAR

SEU CONHECIMENTO

NUMA MÁQUINA

DE FAZER DINHEIRO!

**O CÍRCULO DE
CRIAÇÃO DO
INFOPRODUTO
PERFEITO**

Gustavo Freitas

Copyright© Profissional EAD 2019 - Todos direitos reservados.

Nenhuma parte dessa publicação poderá ser reproduzida, guardada ou transmitida de qualquer modo ou por qualquer outro meio, seja esse eletrônico, mecânico, de fotocópia, de gravação, ou outros, sem prévia autorização, por escrito, da Profissional EAD.

Arte de Capa: Leonardo Machado

Revisão Gramatical: Maria Lucia Dermargos Campos

Pré-edição e Consultoria de Storytelling: Paulo Maccedo

Impressão: Koloro Indústria Gráfica - 1ª Tiragem (1.000 livros)



@koloroindustria grafica



www.koloro.com.br

Ronymarco Lemos
Diretor Comercial
+55 31 99176-9568

Rua Viana do Castelo, 275
Bairro São Francisco
BH / MG - CEP 31.255-160
+55 (31) 3492-1011
Ramal 1160



A mais premiada de Minas Gerais

Evite desperdícios, mas se precisar, imprima tranquilo! O papel é biodegradável, renovável e provém de florestas plantadas. Estas florestas são lavours que dão emprego a milhares de brasileiros e as árvores plantadas combatem o efeito estufa, pois absorvem gás carbônico durante o seu crescimento. Imprimir é dar vida! Saiba mais: www.imprimiredarvida.org.br

Apoio

MONETIZZE

NUTRHCAPS

“Eu não sabia que podia transmitir minha mensagem para o mundo, ajudar tantas pessoas e, ao mesmo tempo, ser remunerado por isso. Francamente, não teria acreditado se alguém tivesse me contado” (Brendon Burchard).

Dedico este livro às pessoas que me ajudaram a chegar até aqui.

Especialmente a minha esposa Penha Pauli, minhas filhas Débora e Ana Clara e a meu pai, o seu Moacyr. Todo meu esforço e dedicação no trabalho é para lhes dar motivos de se orgulharem de mim.

DEPOIMENTOS

Eu conheço o Gustavo Freitas há uns bons anos. Quando o conheci ele já vinha atuando na indústria de Marketing de Afiliados de forma primorosa, tanto como afiliado de diversos produtos, como produtor, organizando eventos do segmento e palestrante no Afiliados Brasil. Isso tudo lhe gerou um conhecimento ímpar como poucos profissionais do mercado e resultados concretos. Além de ser um profissional que tem contribuído de forma efetiva para o desenvolvimento da indústria de Marketing de Afiliados no Brasil. (Flávio Raimundo – Co-fundador do Afiliados Brasil, o maior evento de marketing de afiliados da América Latina).

Se você quer ir para o próximo nível com conteúdo verdadeiramente transformador, este é o livro certo. Afirmo isso porque conheço profissionalmente e pessoalmente o Gustavo Freitas a mais de uma década, e ele é uma das maiores referências de marketing digital da atualidade. Ao ler “O círculo de criação do infoproduto perfeito” vi o quanto da vocação de professor do Gustavo vem à tona: seu nível de detalhamento em cada capítulo e as instruções “mão na massa” não deixam de lado nenhum quesito importante para quem quer aprender e ter resultados efetivos. Gustavo entrega nestas páginas todos os segredos que perfazem o mundo dos Afiliados. Só um profissional visionário por desbravar o mercado de infoprodutos numa época que para muitos era impossível vender assim na internet, que coleciona premiações por superar suas metas de vendas e que foi um dos primeiros parceiros das atividades da Monetizze (melhor plataforma de infoprodutos do Brasil), pode levar o leitor a gerar lucro de verdade. Posso dizer que este é um livro escrito por um mestre que realmente tem o compromisso de entregar conteúdo rico capaz de fazer seus discípulos o superarem. Garanto que aqui em suas mãos está o verdadeiro “pulo do gato” para ganhar dinheiro no mercado de Afiliados. Leia e transforme-se! (Fernanda Campos, diretora de Relacionamento e Administração da Monetizze).

O Gustavo Freitas é uma referência no mercado de afiliados. Conheço o trabalho dele desde 2013 e assino embaixo da qualidade e da ética do seu trabalho. Este livro com certeza abrirá novos caminhos para

quem quer ser um afiliado de verdade. (Rafael Rez - Autor do best-seller Marketing de Conteúdo: A moeda do Século XXI).

O que destaca o Gustavo Freitas frente a tantos profissionais é sua persistência ao longo de todos esses anos. Ele é um estudioso e, ao mesmo tempo, alguém que vive na prática tudo o que ensina. O Gustavo conquistou sua credibilidade com muito trabalho e é um privilégio poder aprender com ele. (Marcos Lemos – Editor do blog Ferramentas Blog).

Conheço o Gustavo Freitas a alguns anos e o que mais me impressiona é que ele sempre seguiu seus valores. Um cara humilde, honesto e trabalhador, que se dedica a família e sempre está disponível para os amigos. Admiro pessoas assim. O Gustavo é um cara ímpar, uma pessoa que tenho orgulho de dizer que é meu amigo. Quando a Monetizze era somente uma ideia ele foi um dos primeiros a me apoiar. Ele está no marketing digital a um bom tempo, sempre dedicado a ensinar o que sabe a pessoas que estão começando. Ele tem no sangue a arte de ser professor. Um profissional exemplar. Que tenho orgulho de indicar quando me procuram querendo aprender sobre marketing digital. (Márcio Motta – Fundador e CEO da Monetizze).

SUMÁRIO

Prefácio	13
Não fui um aluno brilhante, pelo contrário... Erro! Indicador não definido.	
Que tipo de homem das cavernas é você?	19
Gazela ou leão?	Erro! Indicador não definido.
Círculo de Criação do Infoproduto Perfeito	28
Como o infoproduto será criado	30
Definição do problema que será resolvido	Erro! Indicador não definido.
USP (Unique Selling Proposition)	Erro! Indicador não definido.
Oferta Mike Tyson	Erro! Indicador não definido.
Criação do escopo	Erro! Indicador não definido.
Produção do conteúdo	Erro! Indicador não definido.
Definição do nome	Erro! Indicador não definido.
Definição do preço	Erro! Indicador não definido.
Finalizando a criação do infoproduto	Erro! Indicador não definido.
O mercado de infoprodutos está saturado?	Erro! Indicador não definido.
Como vender seu infoproduto	Erro! Indicador não definido.
Página de vendas	Erro! Indicador não definido.
Estratégia ONRD	Erro! Indicador não definido.
Cadastrando o infoproduto	Erro! Indicador não definido.
Como conseguir afiliados	Erro! Indicador não definido.
Uma última palavra	Erro! Indicador não definido.
Bibliografia	30
Qual o próximo passo?	Erro! Indicador não definido.

PREFÁCIO

Que a Força esteja com você.

"[...] Aliada minha é a Força, e poderosa aliada é;
a vida cria, crescer ela faz, é a energia que cerca
nós e liga nós..." — Mestre Yoda

No distante planeta de Dagobah, o jovem Luke Skywalker precisava retirar a sua nave que estava atolada em um nebuloso pântano. Ele deveria fazer isso apenas com o poder da mente — ou melhor: a “Força”. Diante do desafio, Luke suspirou: “Certo, eu vou tentar!”. No mesmo instante, o sábio e poderoso Mestre Yoda esbravejou: “Não! Tentar não. Faça ou não faça. Tentativa não há”.

Luke, resignado, esforçou-se muito, mas conseguiu apenas produzir alguns movimentos na nave e acabou desistindo. O pequenino Yoda concentrou-se e, para espanto do jovem discípulo, retirou totalmente a pesada nave do pântano usando a Força. “Eu não acredito!”, exclamou Luke. “É por isso que você não consegue”, completou Mestre Yoda.

Há alguns anos, ainda diretor de uma pequena empresa de comunicação, comecei a interessar-me pelo marketing digital. Enquanto mantinha o meu emprego na empresa durante o dia, lia posts e assistia vídeos sobre empreendedorismo à noite e nas horas vagas.

Devidamente motivado, a fim de dar o primeiro passo na indústria promissora da informação, mudei a abordagem de um site que administrava e comecei a escrever sobre o tema empreendedorismo. Como que tateando no escuro, não gerei resultados financeiros por

longos meses, até que descobri como “entrar com os dois pés” no mercado digital.

O “estalo” se deu quando me deparei com a informação de que poderia trabalhar na internet usando minha habilidade em escrita e, assim, ganhar dinheiro com o que mais gostava de fazer. Foram suficientes três ou quatro meses para que eu abandonasse meu cargo de diretor e começasse a redigir textos para blogs em tempo integral.

Tornei-me um redator freelancer escrevendo para agências e donos de sites. Todo o meu planejamento de negócio teve como base estratégias de marketing digital: conteúdo, blogs e mídias sociais. Foi nesse contexto que eu consegui me consolidar nesse mercado que atrai uma multidão de novos empreendedores todos os dias.

O meu objetivo era apenas conseguir dinheiro suficiente para viver bem, sem precisar estar num escritório, cumprir escala, ter carteira assinada e, o melhor, viver daquilo que amo fazer. Com apenas um notebook e uma conexão banda larga, passei a escrever de cinco a dez artigos por dia atendendo pessoas de todo o Brasil e de outras partes do mundo.

Tudo parecia correr bem quando me deparei com o grande problema que os prestadores de serviços costumam enfrentar: tornei-me o gargalo de mim mesmo. Usando o jargão corporativo, cheguei ao “ponto de estrangulamento”. Essa é uma designação do componente que limita o desempenho ou a capacidade de todo um sistema. Trata-se de uma derivação metafórica do gargalo de uma garrafa, na qual a velocidade de saída do líquido é limitada pela dimensão do gargalo.

Eu tinha mais clientes do que podia atender, e estava vendo se esvaír o nosso maior ativo: tempo. Tudo bem que ter um negócio do jeito que eu planejei era uma vantagem, mas essa vantagem foi ofuscada

quando passei a não ter tempo para a família e nem podia tirar bons períodos de descanso. Para cumprir prazos, precisei sacrificar fins de semana, varar madrugadas e dizer *não* para quase todo convite de diversão.

Essa definitivamente não era a vida com que eu sonhava. Decidi então sair em busca de uma solução. Comecei a pesquisar por métodos que me ajudassem a resolver o problema. Como lia muito sobre empreendedorismo, uma palavra-chave surgiu do meu algoritmo mental: *escala*. Claro, eu precisava escalar o meu serviço. Precisava ter um sistema de produção que não dependesse completamente de mim.

“Que tal treinar uma equipe de outros redatores?”, pensei eu. Sim, uma opção viável. Eu posso ter um time para executar os projetos sobressalentes. Mas com isso eu esbarraria em outras questões complexas para um mero freelancer: delegação, treinamento, ampliação da operação, mais impostos pagos ao governo... Além do mais, o risco de a operação parar se eu ficasse doente, por exemplo, continuava. Ainda não era o que buscava.

Com o termo *escala* ainda voando na mente como uma borboleta colorida, finalmente cheguei ao conceito ideal: infoprodução. “Por que em vez de depender apenas de escrita de artigos, eu não escrevo livros, materiais e treinamentos que possam ser produzidos uma vez e vendidos inúmeras vezes — sem que eu precise trabalhar 48 horas por dia? Bingo! Por que não pensei nisso antes?!”

Passei a ler tudo o que pude sobre o assunto, descobri o que precisava fazer, mas a nave continuou presa no pântano. Fiquei um tempo dando desculpas de que me faltava tempo e capacidade para criar um produto de informação. “Eu não posso parar a produção de serviços para lançar um infoproduto... Eu construí autoridade e obtive reconhecimento com serviços, e acho que devo continuar... E se eu

acabar perdendo dinheiro investindo em algo que pode ficar encalhado?”. Essas eram as desculpas que eu dava a mim mesmo e que evitaram que eu evoluísse o meu negócio.

Como Luke Skywalker, eu não acreditava. Faltava-me a “Força”. Isso só foi resolvido quando me deparei com Mestres Yodas que me disseram coisas que eu precisava ouvir. “Você vai continuar no ponto de estrangulamento se não tomar uma atitude.”, disse-me um deles. “Uma coisa não anula a outra, crie uma ramificação em sua empresa para produzir infoprodutos.”, disse-me outro. Então, tomei vergonha na cara e criei meu primeiro produto, um curso, que continua até hoje sendo vendido e gerando receita.

Depois vieram outros e outros...

Hoje eu vejo que era simples, eu só precisava planejar e criar, empacotar meu conhecimento em vez de ficar me matando atrás de uma tela de computador — e correr o risco de ter minhas mãos definhadas por uma tendinite, ou quem sabe até ter um infarto. Para resumir, entrei de vez no mercado de infoprodução e descobri fortunas escondidas na minha cabeça. Descobri definitivamente como ser pago várias vezes por algo que criei em uma única vez.

É assim que funciona: um infoproduto exige dedicação de tempo única, ou seja, você vai se dedicar apenas uma vez para elaborar e criar, e depois de pronto, vai apenas se dedicar aos processos de marketing e vendas. Simples assim. Dependendo do tipo de negócio, da solução e do público, as vendas são “ilimitadas”. Isso porque a internet quebra as barreiras do tempo e do espaço. Você pode vender o seu produto para pessoas do mundo todo a qualquer hora do dia. Basta fazer sua oferta chegar às pessoas certas, ou seja, a quem precisa da solução que você oferece.

Narrei minha história para contextualizar, mas o foco aqui é o seguinte: o setor de infoprodução está no topo dos modelos de negócios online, e é um dos sistemas mais promissores de ganhos diretos e indiretos na internet, bastando o empreendedor ter criatividade e disciplina para fomentar ideias, validá-las e vender em canais digitais.

Independente se a sua busca hoje é criar um negócio como uma *startup*, ou formar um sistema de trabalho baseado no seu estilo de vida, criar um produto digital é uma escolha inteligente, com baixos riscos e com grande potencial de lucro e, adivinhe só, escala.

Um produto digital geralmente é desenvolvido a partir do compartilhamento de informações. A idealização, venda e entrega são totalmente digitais, ou seja, tudo é feito na internet. O principal objetivo é proporcionar algum tipo de aprendizado ao consumidor final, que não precisa ir a um local físico para consumir o conteúdo e aprender.

Qualquer área de conhecimento pode dar base para um produto digital: música, culinária, esportes, animais de estimação, informática, casamento, planejamento financeiro e outros. Isto significa que se você tem algum conhecimento para compartilhar, você está pronto para ser um infoprodutor.

E a melhor maneira de fazer isso é aprendendo com quem já percorreu uma maratona na criação de inúmeros infoprodutos de sucesso. Apesar de eu estar escrevendo estas linhas, essa pessoa não sou eu, é o Gustavo Freitas, o autor deste livro que você tem em mãos. Tenho o prazer e a honra de ser amigo e aluno do Gustavo. Costumo brincar dizendo que ele é o tipo de professor que eu gostaria de ter tido no Ensino Médio. Sua didática é incrível e sua forma de passar

conhecimento é indiscutivelmente enriquecedora. Gustavo é o Mestre Yoda de que empreendedores como você e eu precisamos.

Talvez o que falte para você avançar hoje, não é tempo, é “Força”. A “Força” é um poder metafísico e onipresente que faz parte do universo ficcional de Star Wars, criado por George Lucas. Ela é mencionada já no primeiro filme da série (Star Wars), de 1977, e é parte integrante de todas as encarnações subsequentes de Star Wars.

A “Força” é descrita por Obi Wan Kenobi como “um campo de energia criado por todas as coisas vivas: ela nos cerca, nos penetra; mantém a galáxia unida”. Trazendo para o mundo real, considero o conhecimento a “Grande Força” que mantém as coisas vivas. Foi a “Força” que me ajudou a tirar a nave do pântano. E é a mesma força que pode ajudá-lo hoje a mover objetos em busca dos seus objetivos pessoais e profissionais.

Este livro é agora o seu “Manual de Força”. Ao virar as páginas, você terá a oportunidade de descobrir todo o poder do conhecimento organizado, direcionado a um campo específico dos negócios da Era Pós-Digital: a infoprodução. Nada do que se faz hoje na internet, se faz sem informação. E se você souber empacotar isso, jamais ficará perdido no espaço. Se eu puder dar um último conselho, é este: ouça tudo o que o Mestre Yoda disser.

Que a Força esteja com você!

Paulo Maccedo - Analista de Marketing pela Universidade Metodista de São Paulo, empreendedor e copywriter de resposta direta. É autor dos best-sellers “A Arte de Escrever Para A Web” e “Copywriting: O Método Centenário de Escrita Mais Cobiçado do Mercado Americano”.

QUE TIPO DE HOMEM DAS CAVERNAS É VOCÊ?

“Lar doce lar. Quando saímos é para lutar para conseguir comida em um mundo duro e hostil. E eu luto para sobreviver à minha família”.

(Eep)

Grug cheira a sua volta e, após não perceber perigo algum, retira com muito cuidado a grande pedra redonda que obstrui a entrada da caverna. A luz do sol entra na caverna, despertando Uggá, que prontamente se levanta junto com o restante da família.

Grug sabe que o perigo está à espreita. Sabe também que Eep, a filha mais velha, não entende os perigos do mundo fora da caverna, por isso é preciso ficar de olho nela. Eles precisam sair, se alimentar, não serem pegos por nenhum predador e voltar em segurança para a caverna antes que a escuridão os engula.

Esse é um pequeno relato do filme *Os Croods* (Dreamworks, 2013) que conta a história de uma família pré-histórica que precisa sobreviver às mudanças climáticas que estão acontecendo no mundo.

Durante todo o filme Grug é o típico “homem das cavernas”, enquanto o garoto órfão Guy é inteligente e tem “ideias” para não apenas sobreviver, mas também viver naquele mundo em evolução.

Adoro desenhos animados, super-heróis e todo esse universo Geek. Por isso preciso fazer aqui uma analogia para explicar a era da informação. O ser humano Grug está perdendo seu espaço. Força

física e resposta agressiva e rápida foram úteis no passado, mas hoje Guy pede passagem com suas ideias e vontade de viver mais e sobreviver menos.

Na minha trajetória como profissional de Tecnologia da Informação presenciei o início da internet e tive a oportunidade de trabalhar lado a lado com vários Grug's e vários Guy's.

Se você ainda não percebeu, eu e você somos Guy's.

Estamos aqui para ter ideias, fazer acontecer e não somente para sobreviver.

A Internet nos deu a condição necessária para impulsionar nossas ideias, mudando assim drasticamente o cenário social, econômico e tecnológico.

Assim surgiu a Era da Informação, tendo a internet se tornado canal de criação, armazenamento e difusão do ativo mais importante dessa e de outras gerações vindouras.

Sem informação você não pode tomar qualquer decisão dentro do seu negócio, seja ele qual for. E você verá isso na prática nesse livro.

Durante todo o processo de criação de seu infoproduto, a informação será seu ativo mais importante. Negligenciar dados, estatísticas e pesquisas pode ser desastroso no momento em que lançar seu infoproduto no mercado.

O certo é que, em tempos do movimento chamado de globalização, a informação deixou de ser apenas um componente para ser a ferramenta de ação.

Com tanta informação à disposição, foi necessária uma nova revolução, para que esse ativo realmente traga resultados aos negócios. Assim surge a Era do Conhecimento.

Nessa era, Grug está completamente perdido. Ele não tem chance! O mundo mudou e ele está sendo tragado. Guy, por outro lado, consegue absorver as mudanças, se concentra nas informações que são importantes para ele e seu negócio e os busca maneiras de transformar essa informação em conhecimento.

Antes o importante para o negócio era:

- Capital;
- Recursos naturais e
- Mão de obra.

Na Era do Conhecimento o importante para o negócio é:

- Conhecimento;
- Relacionamentos internos e
- Relacionamentos externos.

Ou você aprende a transformar informação em conhecimento ou o mercado de infoprodutos não é para você!

Ao sair da caverna, e receber o calor do sol, ela abriu um sorriso...

No filme Os Croods, Eep, a filha mais velha de Grug, estava na era das cavernas, mas ansiava por liberdade, por mais escolhas. Ela se recusava a se esconder e apenas tentar sobreviver.

A internet no Brasil começou a chegar em meados da década de 1990. Em 1996, pouco mais de 28 mil brasileiros tinham acesso à internet. Eu não era um deles. Estava ainda na caverna, enquanto a era da informação surgia. Mas assim como Eep, eu queria mais! Não queira apenas sobreviver. Então fui buscar mais para mim e minha família.

No ano de 1999, consegui comprar meu primeiro computador, usado, e parcelado em dez vezes. Eu e a Penha Pauli trabalhamos muito para adquirir esse computador e foi ele que me ajudou a retirar a grande pedra da porta da caverna e explorar o mundo lá fora. Sem medo? Claro que não! Mas fui em frente.

O último levantamento do IBGE revelou que 126 milhões de brasileiros têm acesso à internet, o que representa 69,8% da população do país. O acesso móvel, através de smartphones, é apontado como o principal meio de acesso, com incríveis 98,7%.

Não é difícil entender o motivo do acesso por smartphones ser tão alto. Se em 1999 os celulares tivessem acesso à internet, eu não teria comprado um computador. Muitas famílias não possuem um único computador em casa, mas possuem diversos smartphones, que se tornam um computador móvel, que pode ser levado no bolso para qualquer lugar.

No âmbito mundial, mais da metade da população já conta com acesso à internet, aponta o último relatório Digital in 2018, divulgado pelos serviços online Hootsuite e We Are Social. De acordo com as duas companhias, começamos 2018 com 4,021 bilhões de pessoas online (53% de todas as pessoas do planeta), um aumento de 7% em relação ao ano anterior. As redes sociais são utilizadas por cerca de 3,2 bilhões de pessoas (42% de todo o mundo). Ter acesso à Internet não é mais uma questão de aumentar a capacidade de raciocínio. Passou a ser vital. É como saber ler e escrever nos anos 50. É básico.

Não basta querer sair da caverna, é preciso ter acesso à informação e aprender a transformar isso em conhecimento. A internet lhe dá essa condição.

“O medo nos mantém vivos. Nunca deixe de ter medo” (Grug).

Logo no início do filme, tudo que Grug tinha como conhecimento começou a ruir. O mundo estava mudando e, durante um terremoto, a caverna dos Croods é destruída. O que ele considerava o local seguro para onde deveriam correr quando estivessem em perigo não existia

mais. E agora? Como será o dia de amanhã? Como dar segurança a sua família num mundo hostil e mortífero?

Num país em que a taxa de desemprego, segundo o IBGE, está em 11,7% (outubro de 2018), como não se sentir inseguro? Mais de 12 milhões de brasileiros estão desempregados e sem condições de suprir as necessidades básicas de suas famílias.

Apesar dos números alarmantes, o estudo do IBGE mostra uma luz no fim do túnel. O número de brasileiros que está trabalhando de maneira informal ou por conta própria vem batendo recordes. Segundo o IBGE são mais de 23 milhões de brasileiros lutando para não depender mais de um emprego formal e de um patrão.

Grug tinha medo de sair da caverna, mas um dia a caverna deixou de existir e ele teve que sair e explorar o mundo lá fora. Ainda sentia muito medo, mas não tinha mais opção. Era necessário ir atrás de outra fonte de segurança para sua família.

Talvez seja esse o seu caso. Ou talvez você não queira ter que passar pela perda de sua segurança para sair da sua zona de conforto.

Não importa em qual situação você está.

O que importa é que escrevi este livro para ajudar pessoas a sair da caverna e abraçar uma nova vida como empreendedor do seu próprio caminho. Será fácil? Certamente não, mas posso lhe garantir que é muito melhor que ficar esperando sua caverna ser destruída.

Novas oportunidades e novos desafios

Eep e seu pai estão sempre em conflito. Ela quer mais liberdade, quer explorar o mundo e descobrir novas oportunidades. Grug só pensa em achar outra “caverna” para dar segurança a sua família.

Ele entende que é necessário ter segurança, para viver. Eep então diz... “Sobreviver não é viver”.

Você quer apenas sobreviver? Então não saia da caverna. Se sua caverna for destruída, procure outra e se agarre a ela. Você quer viver? Então é preciso sair da zona de conforto. Arriscar-se mais.

Novas oportunidades vão surgir e, com elas, novos desafios.

O Brasil sempre foi hostil para com os empreendedores. Aprendemos desde cedo que é necessário conseguir um emprego no Governo ou numa grande empresa e dar o nosso melhor para ficar ali até a aposentadoria. Parece demais o Grug, não é?

Nada contra ter um emprego, se é isso que lhe deixa feliz, siga em frente.

Eu já fui funcionário do Governo e já trabalhei numa grande empresa como professor universitário. Mas não estava feliz. Queria ver mais a luz do sol, explorar possibilidades, correr riscos. Por isso pedi demissão dos dois.

Na sala de aula, ao perguntar aos alunos quem pensava em trabalhar numa grande empresa ou passar num concurso público, 90% levantava a mão. Ao perguntar quem pensava em pegar o conhecimento e abrir um negócio próprio, 10% levantava a mão. E todos olhavam desconfiados para eles. Essa é a nossa cultura. É o que aprendemos por aqui.

Mas isso vem mudando nos últimos anos. Segundo o relatório executivo Empreendedorismo no Brasil (2017) da Global Entrepreneurship Monitor, realizado no Brasil pelo Sebrae em parceria com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP).

A pesquisa mostra que um em cada três adultos brasileiros, entre 18 e 64 anos, é empreendedor ou está envolvido na abertura do próprio negócio. Em 2017, no Brasil, a taxa total de empreendedorismo (TTE) foi de 36,4%, o que significa que de cada 100 brasileiros e brasileiras adultos (18-64 anos), 36 deles estavam conduzindo alguma atividade empreendedora, quer seja na criação ou aperfeiçoamento de um novo negócio, ou na manutenção de um negócio já estabelecido.

A mentalidade está mudando no Brasil, mas muitos desses empreendedores estão sendo forçados, pela necessidade, a ir para a luta. É o caso do Grug, que não queria sair da caverna, mas agora ela não existe mais.

O caso da Eep é um ambiente mais favorável, você quer sair da caverna, mesmo que sua família, para protegê-lo, queira impedir isso.

O mundo não para, então segure o enjoo

Agora Grug e sua família estão em mundo em transformação e precisam ir de encontro ao desconhecido. Guy é o único que pode guiá-los nessa jornada. Há muito para aprender e pouco tempo para ensinar.

Os Croods não têm informação e nem conhecimento e a função de Guy é ajudá-los. Num diálogo com Gran, a sogra de Grug, que pensa em devorar seu animal de estimação, Guy dá a informação de que é um animal de estimação. Gran pergunta “o que é um animal de estimação?”. E Guy gera o conhecimento respondendo “é um animal que você não come”. Gran então retruca “chamamos estes de crianças”.

Os Croods tinham pouca informação do mundo lá fora, pois viviam a maior parte do tempo na caverna. Agora precisam consumir o maior número de informação possível e transformá-la em conhecimento. O mundo não para e não lhe dá um tempo para se recuperar. Você precisa seguir em frente, com medo mesmo.

CÍRCULO DE CRIAÇÃO DO INFOPRODUTO PERFEITO

“Com a ideia sedutora de trabalhar em qualquer lugar, muitos aspirantes a empreendedores se concentram mais na parte do "qualquer lugar" do que na parte do "trabalho". Como a parte do trabalho é a que sustenta todo o resto, é melhor se concentrar nela desde o começo.” (Chris Guillebeau - A Startup de \$100).

Em outubro de 2018 promovi, pela primeira vez, a Imersão Método CLI. Eu e vários alunos ficamos imersos numa casa em São Paulo estudando como criar e lançar infoprodutos com sucesso. Nesse evento falei, pela primeira vez, sobre o Círculo de Criação do Infoproduto Perfeito.

Ele consiste num método passo a passo que já utilizei para criação de dezenas de infoprodutos de sucesso.

Ele é formado por:

- Escolha da maneira como o infoproduto será criado
- Definição do problema que será resolvido
- USP (Unique Selling Proposition)
- Oferta Mike Tyson
- Criação do escopo
- Produção do conteúdo

- Definição do nome
- Definição do preço

Acredito que, quando você cria um método, repetir uma ação se torna muito mais fácil e prático. Como não tenho equipe, trabalho praticamente sozinho, contratando um ou outro freelancer, criar métodos sempre foi o caminho que encontrei para agilizar o trabalho e conseguir fazer muito mais em menos tempo.

Nesse livro vou conduzir você pelo método que utilizo para criar novos infoprodutos e fazer meu negócio online funcionar.

Como o infoproduto será criado

“Um sonho pelo qual você não precisa lutar não é um sonho - é um cochilo. E apesar de os cochilos serem deliciosos, especialmente nas tardes de domingo, eles não o ajudam muito a deixar você mais perto da grandeza” (Jon Acuff).

Conheço três maneiras de criar um infoproduto e quero que você também conheça as três, para que possa escolher a que mais se encaixa a seu perfil.

BIBLIOGRAFIA

MACCEDO, Paulo. **Copywriting: o método centenário de escrita mais cobiçado do mercado americano**. São Paulo: DVS Editora, 2019.

GUILLEBEAU, Chris. **A startup de \$100**. São Paulo: Editora Saraiva, 2013.

CIALDINI, Robert B. **As armas da persuasão**. Rio de Janeiro: Sextante, 2012.

MACCEDO, Paulo. **A arte de escrever para web e produzir conteúdos poderosos**. São Paulo: DVS Editora, 2017.

TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Anthony D. **Wikinomics: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

BURCHARD, Brendon. **O mensageiro milionário: faça a diferença e enriqueça ao compartilhar seus conhecimentos.** Tradução Celso Roberto Paschoa. Ribeirão Preto, SP: Novo Conceito Editora, 2012.

OGILVY, David. **Confissões de um publicitário.** Tradução Luiz Augusto Cama. 9ª ed. revista. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2015.

ACUFF, Jon. **Start: dê um soco na cara do medo: fuja da média: trabalhe no que interessa.** Tradução Carina Matos Martins. Barueri, SP: Novo Século Editora, 2013.

RACKHAM, Neil. **Alcançando excelência em vendas: SPIN Selling. Construindo relacionamentos de alto valor para seus clientes.** São Paulo: M. Books do Brasil Editora, 2009.