

Prefácio de Paulo Maccado  
autor do *best seller* A Arte Para Escrever Para a Web

**COPYWRITING**

**PALAVRAS QUE  
VENDÊM  
MILHÕES**

GUSTAVO FERREIRA



**DVS**  
EDITORA

# COPYWRITING

## PALAVRAS QUE VENDEM MILHÕES

Copyright© DVS Editora 2018

Todos os direitos para a território brasileiro reservados pela editora.

Nenhuma parte deste livro poderá ser reproduzida, armazenada em sistema de recuperação, ou transmitida por qualquer meio, seja na forma eletrônica, mecânica, fotocopiada, gravada ou qualquer outra, sem autorização por escrito do autor, nos termos da Lei nº 9.610/1998.

**Capa:** Felipe Cerqueira

**Diagramação e Produção do e-Book:** Schäffer Editorial

**Revisão:** Alessandra Angelo - Primavera Revisão de Textos

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Ferreira, Gustavo

Copywriting : palavras que vendem milhões : descubra os segredos das maiores cartas de vendas escritas pelos maiores copywriters do mundo--e entre na mente deles para criar as suas cartas multimilionárias / Gustavo Ferreira. -- São Paulo : DVS Editora, 2018.

"O segredo está na simplicidade".

ISBN 978-85-8289-189-6

1. Comunicação comercial 2. Comunicação escrita e impressa 3. Marketing 4. Marketing na Internet 5. Planejamento estratégico 6. Propaganda 7. Propaganda - Linguagem 8. Vendas I. Título.

18-20865

CDD-659.13

### Índices para catálogo sistemático:

1. Marketing : Comunicação : Propaganda 659.13

Iolanda Rodrigues Biode - Bibliotecária - CRB-8/10014



# Sumário

**Prefácio**

**Introdução: Como Usar Este Livro**

**Um Pouco de História**

**O que é Copywriting**

**Marketing e Resposta Direta**

**Definição do Seu Avatar: Conheça Seu Público**

**152 Headlines Altamente Persuasivas**

Bônus: +67 Headlines Altamente Persuasivas

**12 Cartas de Vendas Multimilionárias**

Brasão de Família – Coat-of-Arms – Gary Halbert

Wall Street Journal – Martin Conroy

Rolls Royce usados – Gary Halbert

Robert Allen – Gary Halbert

DollarShaveClub.com

Jay Abraham

Melhor Que Livre de Risco – Jornal Bicentenário

Robert Bartlett – Geração de Leads para Imóveis

Pesquisa de Mercado com Médicos

Cavalinha Salgada

Revista Reader's Digest

A História de Dois Homens que Lutaram na Guerra Civil

**Mais Recursos**

**A Grande Ideia**

**O Poder das 500 Palavras (mais 26 exemplos)**

**7 Passos Para Escrever Copys Vencedoras**

**Roteiro de 52 Passos**

**15 Lições de Gary Halbert**

**Anexo 1: Como Montar Uma Oferta Irresistível**

**Anexo 2: Jornada Do Herói**

**Anexo 3: Um Modelo de História que Funciona MELHOR Que a Jornada do Herói**

**Anexo 4: Preencha Os Espaços**

**Concluindo**



## Prefácio

“No mundo moderno dos negócios é inútil ser um pensador criativo e original, a menos que você também saiba vender o que cria”.

**David Ogilvy**

Se eu pudesse voltar no tempo – mais precisamente há 9 anos, quando comecei a pensar em fazer negócios – e dar um único conselho a mim mesmo, seria esse: “Aprenda Copywriting!” Isso mudaria a minha vida, com toda certeza.

Para você que ainda está se familiarizando com o termo, Copywriting tem a ver com “fazer uso das palavras corretas para se comunicar com um público e guiá-lo a uma tomada de decisão”.

Também gosto de dizer que Copywriting é “A Arte de Escrever Para Vender”, enquanto que o Gustavo Ferreira diz: “São Palavras Que Vendem Milhões”. Todas essas definições são válidas, mas essa última é decisiva.

No Século XX, campanhas de publicidade que fizeram milhões de dólares e levaram marcas à fama foram feitas com base nessa técnica...

David Ogilvy, o pai da propaganda moderna, criou a famosa campanha do carro Rolls-Royce com um título arrebatador e um texto de 607 palavras usando técnicas de Copywriting. Isso elevou o status da marca e fez com que o carro fosse visto como um produto altamente desejável.

Usando os mesmos fundamentos, outro gênio da comunicação, William “Bill” Bernbach fez o Fusca vender como água na época da “Segunda Guerra Mundial”. Criou uma peça que exibia uma imagem simples e um pequeno texto que fez milhares de pessoas escolherem o famoso carro como segundo veículo da família.

Poderia citar tantos outros casos, alguns mais recentes, como o do “Perfume Tova”, que teve um texto de vendas escrito pelo americano Gary Halbert. Aliás, o Gustavo fala disso num capítulo deste livro... Quando ler a respeito deste exemplo, procure captar a essência da campanha genial feita por Halbert. Você vai se surpreender!

Ainda hoje, em plena Era Pós-digital, o que faz negócios digitais faturarem alto é o Copywriting – por isso os maiores empreendedores e empresários do ramo fazem uso dele para ofertar os seus produtos.

Analise os famosos lançamentos de 7 dígitos, as estratégias de vendas perpétuas mais lucrativas, os afiliados profissionais que mais faturam, as páginas de vendas que mais convertem... Todos, sem exceção, contam com o poder do que será tratado nas páginas deste livro.

Especialistas em Internet Marketing americanos, como Ryan Deiss, Frank Kern, Brendon Burchard, Russell Brunson e Gary Vaynerchuk, por exemplo, construíram negócios multimilionários usando o poder do Copywriting. No Brasil, também há bons exemplos.

Talvez seja isso que falta para você crescer hoje...

Enquanto você continua procurando um novo curso de marketing, a última sacada matadora de algum guru, uma ferramenta mirabolante, a tática que fez um amigo da sua prima virar a chave e vender muito, empreendedores “expertos” estão fazendo uso do bom e velho copywriting com roupagens novas.

Muitos deles não vão falar isso para você, claro, porque não querem ter concorrentes. Logicamente, desejam ficar com todo o ouro. Você faria o mesmo no lugar deles...

Mas eu, francamente – assim como o autor deste livro – ganho mais apresentando o Copywriting ao maior número de pessoas. Pode acreditar, esse é o nosso trabalho como autores.

Antes de fechar o prefácio destaco que, para vender bem, você precisa gerar uma forte conexão com o seu potencial cliente. E nesse contexto, o entendimento da sua mensagem deve ser imediato e o interesse pela solução prontamente despertado. Só uma comunicação facilitada e persuasiva como o Copywriting pode proporcionar isso.

Estamos falando de um modelo de escrita que já acumula mais de um século de aperfeiçoamento e resultados indiscutíveis em vendas. Ao longo de todo esse tempo, muitos estudos foram realizados e a técnica foi melhorando cada vez mais. Todo esse avanço está ao seu alcance hoje.

Acredite, caro leitor, não existe outro jeito de obter resultados grandiosos nos negócios a não ser com o uso do Copywriting. Se você deseja continuar no mercado e não ser engolido pela concorrência, você precisa disso.

Aqui está a sua chance de embarcar numa jornada de conhecimento que fará toda a diferença. Ao virar a página, você aprenderá a escrever palavras que vendem milhões – e sua vida nunca mais será a mesma!

### **Paulo Macedo**

Escritor e profissional de Marketing. Atua com comunicação há quase uma década, sendo a metade disso dedicada ao mercado digital. Já teve mais de 2.000 artigos publicados e é autor dos livros de negócios, como *Eu, Vendedor* e *A Arte de Escrever para a Web*, lançados pela DVS Editora.

# Introdução: Como Usar Este Livro





**C**aro Amigo,

Parabéns! Você tem na sua mão um grande tesouro.

Sei que parece estranho começar um livro dizendo como “usá-lo”, mas acredite... esta seção é fundamental.

Na primeira edição digital desse livro (lançado em 2015), compilei 152 Headlines Altamente Persuasivas, 7 Cartas de Vendas (que somadas venderam mais de US\$ 1 bilhão), meu passo a passo para escrever cartas de vendas, e diversas outras informações para você se inspirar e aplicar em seu negócio.

Hoje, nessa edição física, revisei e ampliei o material original para você ter em suas mãos um livro de referência direta para aplicar em seu negócio.

Em inglês, este livro é conhecido como um grande *swipe file*, ou seja, um arquivo onde você sempre pode olhar para conseguir inspiração de outros grandes copywriters de todo o mundo.

E mais do que grandes copywriters. O que você tem em mãos foi criado pelos melhores copywriters do mundo.

Trouxe essas cartas de vendas, headlines, e tantos outros materiais por um único motivo.

Você precisa de inspiração e referências de estratégias que já funcionaram antes.

Apenas “copiar e colar” as cartas de vendas substituindo com o seu produto ou serviço, não surtirá o mesmo efeito.

Mesmo a maior parte das referências sendo dos Estados Unidos, as pessoas, o mercado como um todo, está ficando cada vez mais sofisticado.

Por exemplo: uma das cartas de vendas é do Wall Street Journal, que circulou praticamente a mesma mensagem durante 25 anos.

O começo dela é assim:

“Em uma bela tarde de primavera, 25 anos atrás, dois jovens se formaram na mesma escola. Esses jovens eram muito parecidos. Os dois foram estudantes melhores que a média, ambos eram bem apessoados e os dois –

como jovens colegas de graduação são – eram cheios de sonhos ambiciosos para o futuro.

Recentemente, esses dois homens retornaram para a faculdade para o 25º encontro.

Eles ainda eram muito parecidos. Ambos estavam felizes casados. Ambos tinham filhos. E os dois acabaram indo trabalhar para a mesma empresa de manufatura após a faculdade, e ainda estavam lá.

Mas havia uma diferença. Um dos homens era gerente de um pequeno departamento da empresa. O outro era o presidente.”

Veja, é uma carta fantástica. Mas se você tentar usá-la “como está”, temos algumas diferenças culturais grandes.

Aqui no Brasil, as pessoas também se encontram depois de vários anos que se formaram. Mas não é uma cultura nossa. É muito menos comum do que é lá.

Não surte o mesmo efeito.

Porque você precisa pensar com quem você está falando.

Se você está falando com mães solteiras que trabalham, você poderia iniciar sua carta dessa forma:

“Em mais um dia como aquele que você precisa passar a roupa do seu filho, deixá-lo na escola às 7h, na folga do almoço levá-lo ao médico, e ainda precisa encontrar tempo para fazer a janta, e pegá-lo exatamente às 18h – antes que a escolinha feche, você encontra uma outra mãe na mesma situação enquanto espera no consultório médico.

Com uma conversa informal você percebe que vocês são muito parecidas. Mães, solteiras, com seus trabalhos e agenda corrida.

Mas havia uma diferença. Você está estressada, preocupada com as contas, com a agenda, e mal consegue dormir à noite. Ela estava calma – e tinha acabado de fechar um negócio milionário para sua 3ª empresa.”

Uma carta de vendas 100% original. Inspirada pela carta do Wall Street.

Você pode usar o material que encontra aqui de duas formas.

A primeira, é ler e reler todos os materiais que você encontra aqui, e usar as estratégias e referências sempre que precisar.

A segunda é incorporar esse conhecimento dentro de você.

Se você está disposto a se tornar um copywriter, um dos seus melhores exercícios é copiar cartas de vendas à mão. Todos os copywriters de elite mundial recomendam isso.

Quanto mais você se envolve ao aprender algo, mais você incorpora isso dentro de você.

Ao copiar as cartas de vendas à mão, e enquanto fizer isso também falar cada uma das palavras copiadas, seu cérebro armazenará de forma muito mais profunda.

Você conseguirá acessar muito mais rápido em sua memória todas essas referências.

E com o tempo, pode conseguir criar cartas de vendas quase perfeitas até de improviso.

Há um preço para isso.

Mas apenas uma ideia, uma estratégia que você consiga aplicar em seus negócios, pode gerar frutos milionários.

Em 18 meses gerei mais de R\$ 1 milhão em faturamento para meus clientes. Pelo menos uma vez por ano, separo uma semana para fazer esse trabalho de copiar à mão dezenas de cartas de vendas. Em 4 anos gerei mais de R\$ 4 milhões de faturamento para meus clientes com minhas campanhas. Sempre que posso, para para copiar à mão dezenas de cartas de vendas.

Não posso garantir que você terá o mesmo resultado.

Mas posso garantir que já vi pessoas que pegaram exatamente essas referências e, em algumas horas de estudo e trabalho, criaram suas próprias cartas de vendas... e começaram a vender.

A grande pergunta é:

Que caminho você vai escolher para você?

Gary Halbert, minha maior inspiração no mundo do copywriting, dizia: “Você sempre encontrará mais respostas através da ação do que pela meditação.”

Medito todos os dias...

Mas meus resultados vêm da ação contínua, mesmo imperfeita.

E convido você a fazer o mesmo.

Porque o resultado vale a pena.

Aproveite a leitura!

À sua Riqueza e Felicidade!



Guto Ferreira  
Gustavo Ferreira

PS: Acesse <https://copycon.com.br/bonus-livro-palavras>  
para materiais e dicas exclusivas.

# Um Pouco de História





**C**aro Amigo,  
Este livro foi escrito em um momento especial.  
É uma ação que culmina com uma verdadeira realização pessoal que começou nos últimos anos.

Em quatro anos de trabalho como copywriter, gerei mais de R\$ 4 milhões de faturamento para clientes de diversos nichos. Motivação, gestão do tempo, fotografia, astrologia, vendas, B2B, medicina, medicina alternativa, saúde do homem e até próteses de silicone...

Apesar de hoje meus resultados falarem por mim – tenho duas empresas de sucesso, quatro anos de experiência direta com copywriting –, nem sempre foi assim.

Quando abri minha primeira empresa de consultoria em projetos de software, passei por companhias de vários portes e segmentos, e havia uma variável comum: a maioria delas não precisava de um sistema melhor. A maioria precisava de processos melhores.

Com toda a experiência que desenvolvi entregando sistemas e corrigindo processos, imaginei que já sabia o que uma empresa precisava para dar certo. Vendo tantas oportunidades surgindo na internet, e tantas pessoas tendo sucesso, também queria aproveitar essa onda.

Junto com um parceiro investi um ano de trabalho, R\$ 63 mil do meu próprio bolso, e o resultado não podia ser pior. Fiz parte das estatísticas e falimos rapidamente.

Estava acabado, perdido e em depressão.

Mas decidi que era hora de correr o mundo atrás dos maiores experts em marketing e negócios do mundo inteiro.

Fui atrás de Robert Kiyosaki, conheci diversos cursos aqui no Brasil (como Fórmula de Lançamento, Top Afiliado e meu primeiro professor “oficial” de copywriting foi o Rafael Albertoni). Esses nomes me ajudaram a direcionar a minha busca.

Encontrei Ryan Deiss, Andre Chaperon, Jon Benson, Jay Abraham, Daniel Levis, Ryan Levesque, Roy Furr, Gary Halbert, Brian Kurtz, e vários outros nomes que você provavelmente nunca ouviu falar.

A busca foi árdua, mas o resultado veio.

Toda empresa precisa de vendas.

Porém, apenas o uso do copywriting, das Palavras Que Vendem, sem uma visão estratégica do seu negócio, terá poucos resultados. Copywriting dá vida à sua estratégia.

São inseparáveis.

Esse livro surge exatamente neste contexto.

O objetivo deste livro é dar a você uma breve introdução do que é o copywriting, e como você pode aplicar isso no seu negócio.

Este livro é para você que faz parte do mundo de negócios de alguma forma, de empresário a profissional autônomo, gerentes e estudantes de marketing.

Este livro está recheado de informações que você pode usar como inspiração prática para atrair mais clientes.

E este livro também é para você que quer se tornar um copywriter. No livro não há o bê-á-bá detalhado de tudo que você precisa saber.

Isso deixarei para outro livro.

Você encontrará referências de cartas de vendas que venderam milhões...

Falarei de algumas das estratégias usadas e porque elas funcionaram.

E um dos ativos mais valiosos de todo copywriter é ter uma biblioteca de *swipe*.

E se você é empresário, um dos seus ativos mais valiosos também é ter uma biblioteca de *swipe*... de estratégias que funcionam.

Um recurso para que você pode sempre buscar inspiração quando estiver escrevendo ou preparando um novo posicionamento.

E este livro é apenas o primeiro passo.

Tenho um trabalho maior que é meu Programa Elite, com estratégias e práticas provadas de E-mail Marketing e como você cria um sistema de vendas poderoso (que fatura de R\$ 3,00 a R\$ 16,00 por lead).

Também tenho as Cartas de Ouro para Empresários, que são 52 lições onde ensino o passo a passo para você construir seu negócio de sucesso.

A passos rápidos.

Essa é minha missão. Ajudar a Construir um Brasil Mais Rico e Feliz.

Este livro, o Programa Elite e as Cartas de Ouro, são a minha forma de ajudar você a também Construir um Brasil Mais Rico e Feliz, e criar um negócio sólido, lucrativo e escalável.

Somente com pessoas como você, comprometidas realmente com o sucesso, construção de riqueza e valor real para seus clientes, é possível construir o mundo e a vida de paz e prosperidade que sonhamos.

Aproveite a leitura!

# O que é Copywriting





**A**gora que você já entendeu como “cheguei” neste mundo, Vamos ao que interessa...

## Afinal, o que é copywriting?

Vou deixar uma coisa bem clara desde agora: copywriting não é vender pela internet.

Gosto de “traduzir” copywriting como **Palavras Que Vendem**.

Hoje sou especialista em vendas através de campanhas de e-mail marketing, mas incluo no trabalho de vários clientes a criação de *scripts* de telefone.

Em alguns trabalhos específicos, até estudamos anúncios em rádio e minhas maiores conversões até hoje vieram de comunicações enviadas pelo correio.

Há cerca de 150 anos, um grupo de pesquisadores decidiu estudar porque alguns vendedores vendiam muito mais do que outros.

Sim, aqueles vendedores de porta em porta.

O que fizeram foi bem interessante. Eles transcreveram o discurso de vendas dos vendedores mais *tops*...

E perceberam algo em comum. Tirando todos os “hãs” e “huns”, cada um com suas próprias palavras seguia a mesma estrutura de comunicação.

E foi assim que começou o estudo científico da psicologia humana aplicada a vendas.

Durante a história surgiram vários estudos e o conhecimento começou a ser compilado.

Os “gatilhos mentais” foram descobertos.

As pessoas respondiam praticamente da mesma forma a determinadas palavras e frases.

Grandes nomes começaram a surgir.

*image  
not  
available*



**A** migo, entenda o seguinte: copywriting é comunicação persuasiva. Você influencia as pessoas positivamente para que elas tomem uma ação.

Que tipo de ação?

Pode ser ligar para você... preencher um cadastro... fazer uma doação... e sim, comprar seu produto ou serviço.

Se você tem uma empresa, ou é profissional autônomo, sabe muito bem que como empresário, você precisa vender, e que todas as empresas precisam de vendas para sobreviver.

Agora você precisa compreender que existem alguns princípios que fazem sua copy, sua comunicação de vendas, altamente eficaz.

E esse é o princípio da resposta direta.

Sua comunicação segue uma estrutura... que ao final pede uma ação clara e explícita do seu cliente.

Este modelo de resposta direta é muito usado em comunicações e cartas de vendas que chegam pelo correio, porém... isto continua funcionando (e muito bem) na internet.

A internet é apenas um canal diferente de comunicação. Mas continua sendo um canal como outro qualquer.

Você ainda está falando com pessoas. E são pessoas que compram os seus produtos.

Algumas pessoas perguntam: marketing e copywriting são a mesma coisa?

A resposta simples é: não.

Marketing é a estratégia. Copywriting é a técnica de comunicação (geralmente escrita).

Na minha opinião são inseparáveis. Sem uma estratégia bem definida, copywriting não serve para nada.

E sem copywriting... a estratégia nunca ganha vida de forma adequada.