



ROBERT R. UPDEGRAFF



Adams Óbvio



**A incrível história de um profissional
bem-sucedido**

Tradução
Eduardo Levy



COPYRIGHT © FARO EDITORIAL, 2015

Todos os direitos reservados.

Nenhuma parte deste livro pode ser reproduzida sob quaisquer meios existentes sem autorização por escrito do editor.

Diretor editorial **PEDRO ALMEIDA**

Tradução **EDUARDO LEVY**

Revisão **MÔNICA VIEIRA / PROJECT NINE E GABRIELA DE AVILA**

Projeto gráfico e diagramação **OSMANE GARCIA FILHO**

Capa **OSMANE GARCIA FILHO**

Imagens internas **EVERETT, DUCK UNIVERSITY, DOCTOR MACRO
E SHUTTERSTOCK**

Esta edição é baseada na versão publicada em 1916, que se encontra em domínio público. Notas, adaptação e acréscimos foram inseridos pela editora para melhor compreensão do texto.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Updegraff, Robert R., 1889-1977.

Adams Óbvio / Robert R. Updegraff ; [tradução de Eduardo Levy]. —
São Paulo : Faro Editorial, 2015.

11 Mb ; ePUB

Título original: Obvious Adam.

ISBN 978-85-62409-19-6

1. Marketing 2. Publicidade 3. Sucesso nos negócios I. Título.

Índice para catálogo sistemático:

1. Publicidade como negócio : Administração 659.1



1ª edição brasileira: 2015

Direitos desta edição, curadoria, compilação
e tradução em Língua Portuguesa, Faro Editorial

Alameda Madeira, 162 – Sala 1702

Alphaville – Barueri – SP – Brasil

CEP: 06454-010 – Tel.: +55 11 4196-6699

www.faroeditorial.com.br

Sumário



Apresentação

O óbvio

Como Adams cresceu rapidamente na empresa

O duro início de aprendizado

A nova campanha para o bolo

A revolução nos anúncios

Aprenda a enxergar o óbvio

Sobre o autor



Apresentação



Este pequeno livro foi publicado pela primeira vez, na forma de conto, no *Saturday Evening Post*, em abril de 1916.

Apesar de ser a história de um publicitário, foi logo considerado como ideia embrionária para se obter sucesso incomum no mundo dos negócios e das profissões.

E continua atual até hoje, quando o mercado consumidor passa por uma transformação, tanto em produtos quanto em serviços, que a OBJETIVIDADE se tornou palavra-chave para quem busca alçar voos maiores na vida profissional.

Muitas vezes, profissionais e empresas, na tentativa de se manterem na dianteira, imaginam que alcançarão o sucesso utilizando fórmulas de vendas e publicidade complexas, multifacetadas,

sofisticadas e multimídias, mas a única coisa que elas deveriam mesmo buscar é...



O Óbvio



Se você conseguir passar uma mensagem que lhe pareça óbvia, o mais provável é que ela também pareça óbvia para as outras pessoas — inclusive os clientes. E quando a mensagem é óbvia para os clientes, eles a entendem e compram o que você tem para oferecer. Ora, o seu objetivo não era conseguir exatamente isso?

Quando alguém sugere uma estratégia simples e óbvia, muitas pessoas torcem o nariz, pois o que querem mesmo são propostas engenhosas, que fujam do óbvio. O autor deste livro alertou contra os perigos desse comportamento: *O problema é que aquilo que é óbvio, normalmente, é tão simples e comum, que não exerce nenhum efeito sobre a imaginação nem oferece muito assunto para discussão, e todos nós gostamos de falar a respeito de ideias supercriativas, pirotécnicas e planos elaborados em jantares de negócios. Mas quase sempre essas ideias representam um gasto desnecessário e visam*

atender ao ego das pessoas, não ao objetivo real do plano, que é vender algo: ideia, produto ou serviço.

Infelizmente, quando se pensa em empreender, a maioria das pessoas confunde criatividade com algo sofisticado, diferente, inédito, nunca o que é óbvio. O óbvio é simples demais. E esse pensamento, com frequência, leva as pessoas a criar mensagens, propostas, produtos vagos, confusos e, muitas vezes, difíceis de entender, o que resulta em marketing ineficiente e dinheiro jogado fora.

Quem estudar atentamente as mensagens aqui contidas aprenderá lições testadas e comprovadas pelo tempo, e, assim, melhorará sua produtividade, seu marketing pessoal, e aproveitará todas as oportunidades em sua carreira.

À primeira vista, alguém pode considerá-la apenas um conto publicitário. Mas há uma ideia básica e simples nessa história, que é ao mesmo tempo universal e eterna.



