

PARABÉNS!

Você acaba de acessar a amostra do Livro **Storyselling: A Arte das Narrativas Milionárias**

Esse é um projeto especial para nós dois, e com essa pequena amostra você verá como pode começar a utilizar o poder das Narrativas Milionárias no seu negócio.

Aproveite!

Paulo Maccedo e Gustavo Ferreira

Siga-nos no Instagram:

<https://www.instagram.com/sougustavoferreira/>

<https://www.instagram.com/paulo.maccedo/>

Story\$elling

A Arte das Narrativas Milionárias

**PAULO
MACCEDO**

**GUSTAVO
FERREIRA**

“

Você sabe qual é o ingrediente que
mais falta na mensagem de vendas?
Uma história interessante. Narrativa...
boa narrativa... é um componente vital
de uma campanha de marketing.

Gary Halbert, Lenda do Marketing Direto

DVS
EDITORA

Uma viagem pelo tempo

Paulo Macedo

“Há centenas de milhares de anos, quando o homo sapiens aprendeu a falar, começou a se reunir em volta das fogueiras para contar histórias. Há oitenta anos, quando o rádio era a maior novidade, homens e mulheres reuniam-se ao redor de grandes receptores de rádio para ouvir histórias. Há cinquenta anos, quando as televisões eram pequenas telinhas incrustadas em uma enorme caixa, os vizinhos se reuniam para ouvir histórias.” – Craig Davis, Chief Executive, JWT Worldwide

Peço que pegue em minha mão agora... Vamos fazer uma viagem no tempo!

Começamos indo diretamente a um período remoto, em que, reunido em volta do fogo, um grupo ouve atento uma história narrada por um líder tribal.

Visualize o narrador primitivo que segura uma arma feita de ossos enquanto conta uma história usando sons e expressões. Estamos escondidos atrás de uma pedra vendo-o gesticular para o grupo, você consegue ver?

Agora caminhamos e adentramos numa caverna vazia, onde podemos encontrar arte rupestre — a única forma de contar histórias para muitas culturas antigas.

Podemos ver nos desenhos um homem barbudo vestido com peles de animais registrando as aventuras vividas durante o dia.

Veja o que esta sequência nos mostra: na luta pela sobrevivência, esse homem correu de uma fera e se escondeu na caverna. Continuemos com a viagem imaginativa...

Story\$elling

É hora de visitarmos o Oriente Médio. Vemos os cinco livros de Moisés, que registram histórias antigas do começo do mundo, a origem de povos e o surgimento dos hebreus.

Podemos ver Moisés descendo do Monte Sinai com as tábuas dos *Dez Mandamentos* nas mãos e vendo o povo dançando em volta do Bezerro de Ouro. Ele quebra as tábuas e repreende as pessoas.

Observamos ainda os hebreus, o povo semítico da região do Levante — conhecidos como *povo do outro lado do rio* —, que desenvolveram uma cultura de contar e registrar histórias.

O Gênesis, Adão e Eva, A Mulher e a Serpente, Caim e Abel, o Dilúvio e a Arca de Noé, a Torre de Babel, Abraão, Sodoma e Gomorra, José e seus Irmãos, O Êxodo, Davi e Golias, O Rei Salomão... essas são histórias que até hoje moldam a civilização ocidental.

Damos um salto para a Grécia antiga e podemos ver Zeus vencendo Cronos, libertando seus irmãos devorados e dominando o mundo.

Ainda na Grécia, vemos o escravo gago Esopo expressando sua extraordinária sabedoria prática por meio de histórias. Podemos até vê-lo sendo liberto devido à sua habilidade em narrar.

Outro giro e contemplamos a divisão do mundo feita pelo nascimento de Jesus de Nazaré. Vemos passar diante dos nossos olhos todo o percurso feito pelo filho do carpinteiro José e da jovem Maria.

A fuga para o Egito, a Estrela de Belém, os três Reis Magos. Do parto na estrebaria até a fase adulta, onde temos a transformação da água em vinho, as curas, a escolha de doze homens e a tentação no deserto.

Temos ainda as famosas parábolas das ovelhas, dos lírios, das aves do céu. Vemos traição, morte na cruz e ressurreição — tudo isso será documentado nos Evangelhos.

A Arte das Narrativas Milionárias

Agora vamos até o momento histórico da queda do Império Romano. Ela está sendo documentada por meio da escrita!

Podemos ver, diante dos nossos olhos, os invasores “bárbaros” estabelecendo seu próprio domínio e enfraquecendo o poder do antigo império. Reconhecemos nessa queda parte dos nossos próprios medos.

Podemos visualizar agora o início e o curso da Idade Média: mascates, mercadores e ferreiros; reis, príncipes e donzelas; soldados, armas e carruagens; campos, agricultores e animais domésticos; guerras, pestes, ciência e religião.

Estacionamos no século XV, no qual o alemão Johannes Gutenberg provoca uma revolução na modernidade ao inventar o que conhecemos como imprensa.

Com isso, o processo de aceleração da produção de livros e a prática de contar histórias alcança outro patamar.

Dos livros à internet, chegamos na Era Pós-Digital, na qual podemos continuar a viagem, mas agora com outro rumo...

Este pequeno exercício de viajar na história do mundo nos colocou em contato com alguns pontos de origem do *StoryTelling* — em tradução livre, *narração de histórias*.

Trata-se, simplesmente, da atividade de transmitir eventos na forma de palavras, imagens e sons ou, num modo romântico de chamar, *da arte de contar histórias*.

Como pudemos ver na sequência de parágrafos anterior, os seres humanos contam histórias desde o começo do mundo — e é verdade que contamos histórias há tanto tempo, que isso se tornou parte do nosso DNA.

A evolução literalmente conectou nossos cérebros para contar histórias: a pessoa que está ouvindo uma narrativa pode realmente se sincronizar conosco.

Story\$elling

Os “efeitos mágicos” da narrativa podem ser conferidos num relato de Uri Hasson, professor de psicologia em Princeton, em um TED Talk:

“Quando a mulher falava inglês, os voluntários entendiam sua história e seus cérebros sincronizavam. Quando ela tinha atividade em sua ínsula, uma região emocional do cérebro, os ouvintes também tinham. Quando seu córtex frontal ascendia, o mesmo aconteceu com os deles. Simplesmente contando uma história, a mulher conseguia plantar ideias, pensamentos e emoções no cérebro dos ouvintes”.

Além da sincronização, as histórias se tornaram uma parte de nós. Contamos histórias para explicar como as coisas funcionam; contamos histórias para tomar decisões; contamos histórias para justificar as decisões que tomamos; contamos histórias para criar nossas próprias identidades. Histórias são responsáveis por moldar o nosso caráter e personalidade desde o nascimento.

Da historieta para dormir que os pais contavam, passando pelos livros didáticos, desenhos e filmes, aos romances, religião e ciência — tudo conta com algum tipo de história.

Voltando à parte científica, pesquisadores espanhóis descobriram que o cérebro humano cria uma reação fisiológica aos tipos de linguagem descritiva usados nas histórias.

Nossas mentes não compreendem histórias apenas usando nossas regiões de processamento de linguagem.

As histórias também envolvem nossos sentidos auditivos, olfativos, visuais, sensoriais e motores. Em outras palavras, sentimos histórias!

A Arte das Narrativas Milionárias

Nesse experimento espanhol, os participantes foram *escaneados* por uma máquina de ressonância magnética enquanto observavam as palavras “perfume” e “café”, para as quais seu córtex olfativo primário se iluminava. Em contrapartida, a região permaneceu sombria quando viram palavras como “cadeira” ou “chave”.

Outra descoberta: juntamente com sua equipe, o neuroeconomista Paul J. Zak testou se as narrativas gravadas em vídeo, em lugar de interações face a face, fariam o cérebro produzir ocitocina — hormônio responsável por promover as contrações musculares uterinas, estimular a liberação do leite materno, desenvolver apego e empatia entre pessoas, produzir parte do prazer do orgasmo e modular a sensibilidade ao medo (do desconhecido).

Ao coletar amostras de sangue antes e depois do experimento, ele descobriu que as histórias guiadas por personagens causam consistentemente a síntese de ocitocina.

Além disso, a quantidade de ocitocina liberada pelo cérebro previa o quanto os indivíduos estavam dispostos a ajudar outras pessoas – por exemplo, doar dinheiro para uma instituição de caridade retratada na narrativa.

Agora pense sobre como seria se pudéssemos usar todo esse poder nas vendas. Como seria se pudéssemos usar as narrativas como armas de persuasão? Como seria se pudéssemos vender ideias, produtos ou serviços usando histórias?

Isso é absolutamente possível, e já acontece com certa frequência!

No marketing, histórias ganham a função importante de penetrar na mente e no coração dos consumidores, conectando-os com a marca, o produto e a mensagem.

Story\$elling

Seth Godin, logo no início do livro “All Marketers Are Liars”, enfatiza:

“Todo profissional de marketing conta uma história. E, se ele faz direito, nós acreditamos. Nós acreditamos, por exemplo, que vinho é mais gostoso numa taça de \$20 do que numa taça de \$1 e, acreditando, isso se torna verdade. Profissionais de marketing bem-sucedidos não falam sobre vantagens, nem mesmo sobre benefícios. Em vez disso, eles contam uma história. Todas as empresas precisam fazer marketing para se manterem competitivas, e fazer marketing é, essencialmente, inventar histórias.”

Laura Holloway, fundadora e chefe da Storyteller Agency, complementa:

“Contar histórias é nossa obrigação para a próxima geração. Se tudo o que estamos fazendo é marketing, estamos fazendo um desserviço, e não apenas à nossa profissão, mas também a nossos filhos e a seus filhos. Dê algum significado ao seu público, inspirando-o, envolvendo-o e educando-o com a história. Pare de vender. Comece a contar histórias.”

Isso tudo soa como manifesto para o uso de histórias na hora de criar uma boa Comunicação de Marketing e Discursos de Vendas mais eficazes.

Portanto, reforço que não basta exaltar o produto e destacar vantagens, não basta soar persuasivo e enérgico, não basta forçar a venda. Você precisa aprender a penetrar na mente e no coração dos consumidores.

A Arte das Narrativas Milionárias

Só assim você pode envolvê-los emocionalmente, e só envolvendo-os emocionalmente é que você deixa de ser mais um “vendedor chato” para se transformar num *agente inspirador* a quem as pessoas dão atenção e de quem consideram os conselhos, tomando decisões com base no que você diz.

Chegou o momento de você aprender a usar esse poder!

Junto ao meu amigo e colega de profissão, Gustavo Ferreira, quero dar a você a oportunidade de experimentar isso na prática — e o melhor, usando um conceito ímpar que apresentamos neste livro: *StorySelling*.

Nas próximas lições vamos mostrar como desenvolver a força das boas histórias no processo de vendas — e a sua capacidade de influência nunca mais será a mesma!

Para fundamentar ainda mais seu conhecimento, e ao mesmo tempo inspirá-lo, começo trazendo um apanhado de citações que condensam o que pensam grandes homens e mulheres sobre a arte de contar histórias.

CAPÍTULO

23

Modelos de Histórias

Gustavo Ferreira

■ Modelo 1 - Mentor Secreto

Objetivo do Modelo:

- Reforçar sua expertise no assunto;
- Transformar o medíocre em interessante.

Perguntas para se fazer:

- Você precisa de credibilidade para transmitir seu assunto?
- É um mentor real, imaginário ou mix de influências?
- Se é um mentor vivo: quais as três dimensões, e por que e como ele ensinou?

Contexto para usar essa história:

- Aumentar sua credibilidade;
- Gerar relacionamento com sua lista;
- Relacionamento com público frio (que ainda não te conhece).

Template:

1. Dificuldade;
2. Encontro;
3. Expert concorda em ajudar;
4. Compartilhar legado.

Dando sequência aos principais roteiros que uso atualmente, este também é um que gosto muito. É chamado de “Mentor Secreto”.

Story\$elling

Por que valorizar esse modelo? Porque, com ele, você demonstra a sua expertise e domínio no tema em que você está se posicionando.

Em alguns nichos você precisa de uma prova de credibilidade muito grande, e esse modelo do Mentor Secreto é muito bacana nesse sentido.

Para você ter uma dimensão do poder dessa estrutura, acredito que você já ouviu falar do livro *Pai rico, Pai pobre*, em que Robert Kiyosaki aprendeu com o “Pai rico” toda a estratégia dele para riqueza.

Depois de muito tempo, Kiyosaki até admitiu que o “Pai rico” na verdade nunca existiu, mas ele colocou elementos de prova e credibilidade suficientes para que se tornasse o sucesso que se tornou. Esse livro é um modelo claro de “Mentor Secreto”.

Seria ainda mais interessante se o “Pai rico” fosse real, mas isso também mostra que você pode construir uma boa história com um mentor, mesmo que ele não exista “de fato”.

O objetivo desse modelo é reforçar a sua credibilidade em um nicho, ou seja, você está fazendo o que faz hoje por conta da pessoa com quem aprendeu, que é de alto respeito.

Isso torna uma história “mediocre” algo interessante — e esse é o maior segredo desse modelo.

Ainda usando o “pai rico”, de Kiyosaki, ele poderia falar que aprendeu tudo sozinho, mas ao criar um contraste entre seu “pai rico” e seu “pai pobre”, as pessoas se identificaram com essas realidades.

Você pode conseguir montar uma história como essa do pai rico e do pai pobre? Pode! Tudo depende da sua habilidade e prática em contar histórias. E até mentores “reais”, que não o ensinaram diretamente, também podem se transformar em um *mix* de influências.

Certa vez contei esta história para minha lista (adaptada):

“Noite e dia eu lia e copiava à mão as cartas de Gary Halbert. Estudei tanto o material dele que comecei a sonhar com ele me ensinando copywriting.

Essa época foi tão intensa que até hoje, quando estou em dúvida, pergunto para esta imagem que se fez presente no meu sonho: ‘Ei, Gary! O que você acha desse copy?’

E o mais legal é que ele responde.”

Agora, continuando no contexto dessa história, o seu mentor (real ou não) representa as influências que você teve, o que o ensinaram, e a sua missão é transmitir esse legado. Qual é o passo a passo?

1. Dificuldade: Nas histórias que vendem, boa parte das vezes você está passando por alguma dificuldade e então encontra seu mentor.

Essa dificuldade pode ser algo muito ruim na sua vida (como estar falido), ou uma “dificuldade relativa” (como estar faturando seis dígitos, e agora querer chegar aos sete).

Lembre-se de que você também pode “juntar” esses passos com o modelo “Não encontrei, então criei”, e o mentor secreto surge depois que você buscou várias soluções e não encontrou.

2. Encontro com o mentor: Já criei variações dessa história com ganchos inusitados, como uma pessoa que passou a noite na cadeia depois de uma briga de bar e encontrou um empresário (história real!)

Story\$elling

Ou um mendigo que estava gritando na rua e ninguém deu atenção, mas ele era um gênio do mundo dos negócios que decidiu largar tudo e viver na rua (história adaptada, mas real!).

Outra história real (adaptada para proteger a privacidade dos envolvidos) é esta:

“Chegou um momento em que percebi que, se eu não aprendesse com os melhores, nunca iria para o “próximo nível”.

Então decidi fazer uma pequena loucura.

Já fazia tempo que eu seguia o <expert>, e decidi que queria aprender tudo que poderia com ele.

Na verdade, não pedi para ele me ensinar.

Fiquei 6 meses enviando mensagens para ele, e com um único objetivo: eu queria trabalhar para ele. De graça.

Depois de 6 meses insistindo, ele finalmente concordou.”

3. Expert concorda em ajudar: você estava em uma situação e precisava encontrar um mentor. Agora que ele concorda em ensinar, você tem a opção de dar mais ou menos ênfase ao processo.

Pode ser algo mais simples e direto, por exemplo (história real!):

“Foi a hora mais intensa da minha vida. Ele literalmente pegou um guardanapo e começou a desenhar e explicar todos os passos da construção de um funil de vendas poderoso, que era o fundamento de todas as empresas de 7 e 08 dígitos que ele havia criado nos últimos anos.”

Você também pode dar mais detalhes de como foi a jornada de aprendizado, mas, na minha vivência, isso nunca realmente colaborou com o andar da história.

Porém, uma possibilidade que você tem à sua disposição é mostrar como o período de aprendizado com o mentor foi crucial para o que faz hoje. Por exemplo (história real!):

“Quando ele concordou em me ensinar, eu quase não acreditei. E foram 12 meses trabalhando lado a lado com ele, de forma intensa.

Mas ele me disse no mesmo dia em que começamos:

‘Eu só tenho uma condição para continuarmos trabalhando juntos. Vou te dar uma tarefa por mês para você aplicar no seu negócio. Se você não cumprir a tarefa, nem precisa voltar no dia seguinte. Sua primeira tarefa é: faça 30 mil dólares em vendas este mês.’

Não preciso dizer que quase fiquei paralisado, e pensei seriamente que não conseguiria.

Mas, seguindo as orientações dele, ao mesmo tempo em que trabalhávamos e ele me ensinava o dia a dia da empresa dele, eu também aplicava tudo em meu próprio negócio. E foi nesse ritmo, durante um ano inteiro, que realmente descobri como criar um negócio de sucesso.”

Você já percebeu que gosto de pontuar a realidade das histórias. Porque é importante ver como várias situações da vida podem ser transformadas em histórias. E, mesmo que não tenha um acontecimento como esse para contar, lembre-se: você pode juntar várias histórias separadas e criar como uma única história.

É o que chamo de “100% verdade, 90% do tempo”. O resto é licença poética.

Story\$elling

4. Compartilhar o legado: Agora que aprendeu com o mentor, sua missão é compartilhar o legado dele. E é exatamente esse gancho que você pode usar nessa parte.

Por exemplo, Scott Haines foi um grande copywriter que faleceu aos cinquenta anos. Para honrar o legado dele, “Big” Jason Handerson vendeu o curso com o método do Scott Haines.

Foi a última homenagem que decidiu fazer ao seu amigo. Você também pode criar ganchos como esse, que é um gancho muito forte. Sua missão é levar esse legado adiante.

É muito simples porque vai dar a você uma autoridade imediata. Novamente, isso aqui, de preferência, deve ser real, e também é possível ter várias influências.

Por exemplo, minha “formação” de *StorySelling* aprendi diretamente com Andre Chaperon, considerado um dos melhores copywriters de e-mail do mundo, e é um mestre das histórias.

Além disso, estudei com Michael Hauge, consultor de Hollywood, que também ensinou a dar vida e emoção às histórias. Boa parte dos modelos que apresento aqui vem de uma adaptação dos ensinamentos de Roy Furr, também considerado um dos melhores copywriters da atualidade (que inclusive foi o responsável por escrever a carta de vendas do maior evento de copywriters da última década, que contou com nomes como Dan Kennedy e Gary Bencivenga).

Apenas mencionar esses mentores já é uma forma indireta que você tem de construir sua credibilidade. Esse modelo de história de Mentor Secreto é ótimo para construir credibilidade, essa é a função dele.

E você também pode usar no relacionamento de longo prazo com a sua lista, com os seus clientes, porque você pode dar esse histórico de como se desenvolveu.

É possível usar isso como “coisas que nunca contei para ninguém de como cheguei nesse método que estou compartilhando com você”. Isso também pode gerar ganchos para atrair um público frio que ainda não conhece seu trabalho ou sua história.

Pegando um dos exemplos anteriores:

“O segredo que quase foi para o túmulo com esse copywriter.”

E aqui está outra vantagem desse modelo: o seu mentor é secreto. Ou seja, não necessariamente você precisa falar o nome dele. Você pode apenas criar uma história convincente de que aprendeu algo diferente com alguém.

Em uma das minhas próprias vivências, trabalhei um ano com um empresário que, na data em que escrevo este livro, tem 26 empresas, e o faturamento dele passa dos 100 milhões. E por um bom tempo continuei dando consultoria para ele.

Ou seja, ao mesmo tempo em que aprendi com ele, ele também buscava as minhas ideias e aplicava. É um posicionamento que ainda uso, e se eu quiser, inclusive posso comprovar.

Por último, lembre-se de que o objetivo desse modelo é transformar algo “normal” em algo “interessante”.

Exercício:

Crie uma história de mentor secreto. Pode ser um mentor real, imaginário ou um mix de influências.

Acesse também

- Grupo Storyselling no WhatsApp para ser avisado de todas as novidades:

Grupo no WhatsApp

- Marque no seu calendário: Aula ao vivo **Narrativas Milionárias, dia 18/03 às 20h!**

Marque no seu Calendário