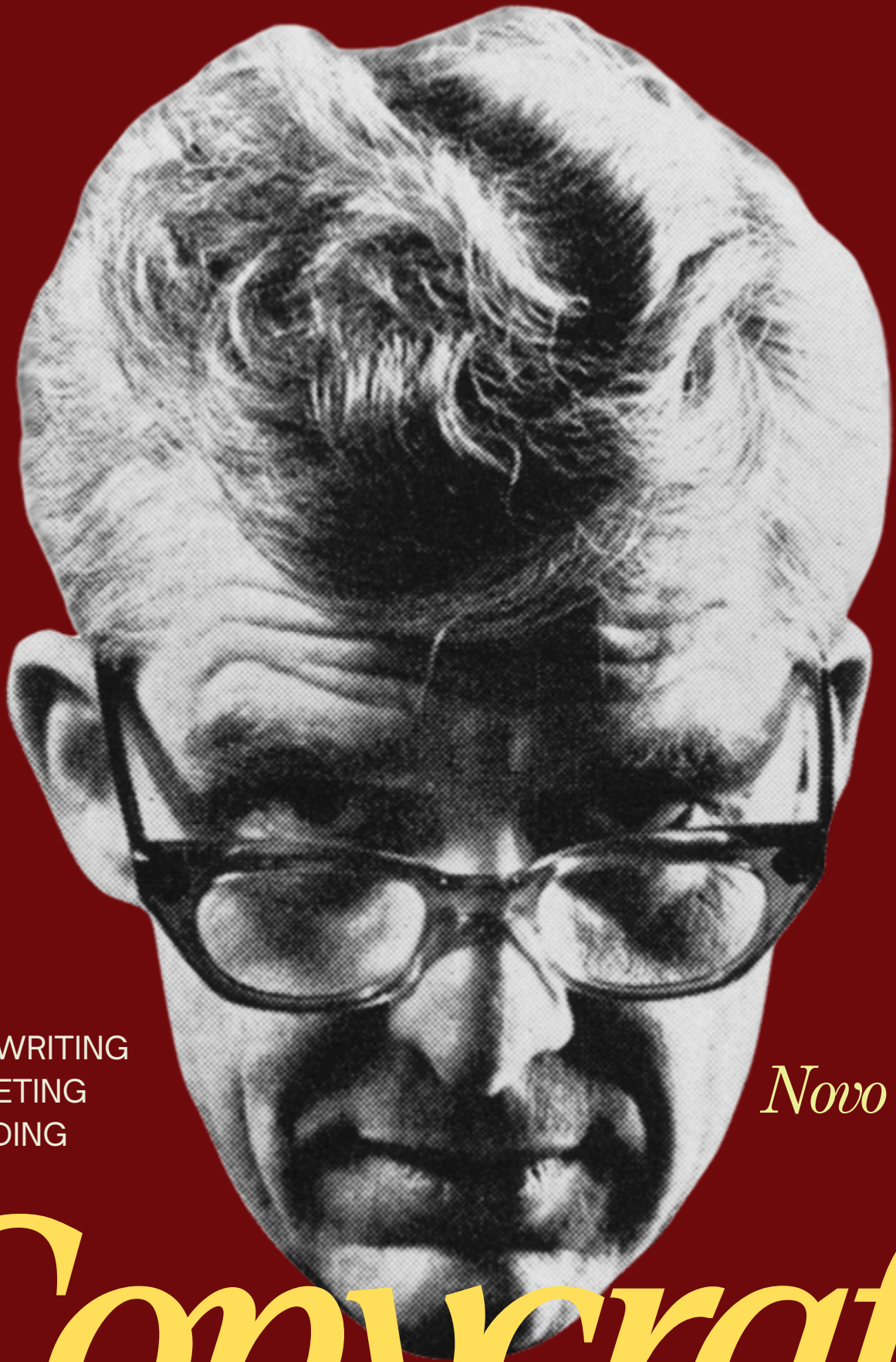


MENTORIA & FORMAÇÃO



COPYWRITING
MARKETING
BRANDING

Novo Ciclo

Copycraft

Quando você vai ao médico,
ele analisa o seu problema
e diz como você pode
se recuperar.

Você não aprende muito
sobre sua saúde e como
pode evitar esses problemas
no futuro, mas não reclama
se os resultados são
positivos.

Até o problema surgir de
novo. E de novo. E de novo.

No mercado digital chamam
isso de “mentoria”. Eu não.

POR QUE UMA MENTORIA COM FORMAÇÃO?



Uma mentoria deve sim ter esse momento de análise individual de cada mentorado e propor soluções criativas para os problemas dele.

Mas uma boa mentoria deve ser a transmissão da “mentalidade” do mentor. O modo de pensar e ver as coisas precisa ser incorporado no mentorado. O mentorado precisa ver o mentor pensando.

E como ele vai fazer isso sem adquirir os recursos intelectuais do mentor? De onde vêm as suas ideias? Onde ele pode aprender mais?

Por esse motivo, eu estou chamando o Copycraft de “mentoria e formação”.

Porque além desse contato individual, de olhar para o seu problema com atenção e dar soluções, eu vou dar aulas para formar a sua mentalidade.

COMO É DIVIDIDO O COPYCRAFT?

O Copycraft funciona com ciclos.

O primeiro ciclo é o **ciclo básico**. Não é "simples". É básico.

É a base para construir qualquer negócio no mundo digital, como empreendedor ou como profissional criativo.

O segundo ciclo é o **ciclo das emoções** onde você aprende a base da escrita emotiva.

Se você não compreende como as pessoas sentem, como quer que elas sintam alguma coisa com a sua escrita?

O terceiro ciclo trata de **habilidades avançadas**, como **narrativas**, **movimentos**, **branding** e **direção de arte**.

Ou seja, te torna parte do 1% do mercado digital.

Já o novo ciclo de 2025 é um ciclo tático e imersivo.

O objetivo é ter uma **simplicidade profunda**.

Teremos encontros semanais para resolução de problemas em projetos e uma imersão mensal de 4h a respeito de um tema (veja quais são eles no material).

É um ciclo para quem quer FAZER.

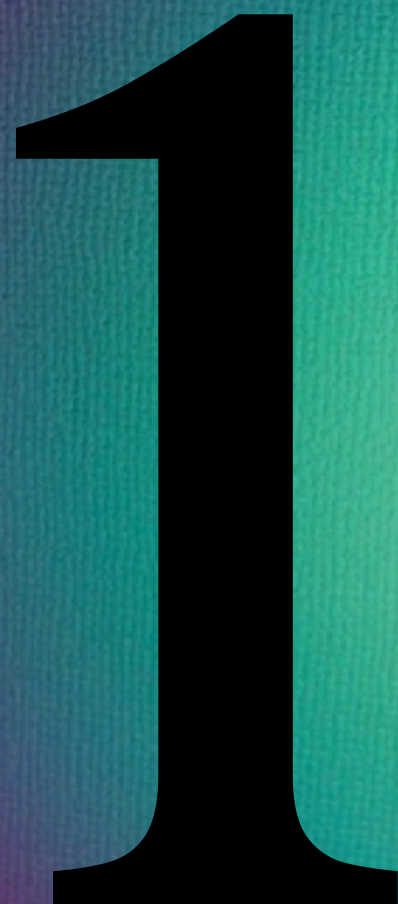
Conheça as suas aulas:

Ciclo Básico



CRIATIVIDADE PARA NEGÓCIOS CRIATIVOS

Como ser
mais criativo
te torna mais
lucrativo



COMO ESCREVER FRASES E HEADLINES

*Isto é, como escrever
o que as pessoas
não vão esquecer.*

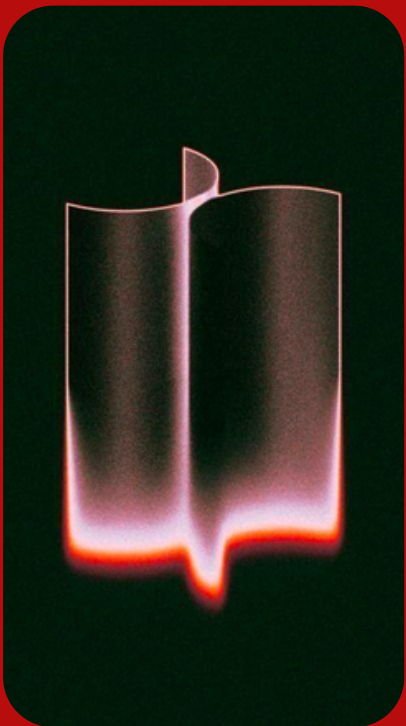
2

COMO CRIAR OFERTAS E LER O MERCADO

*Sem uma boa oferta
e sem uma boa leitura
de mercado, você vai só
poder contar com a sorte.*



456



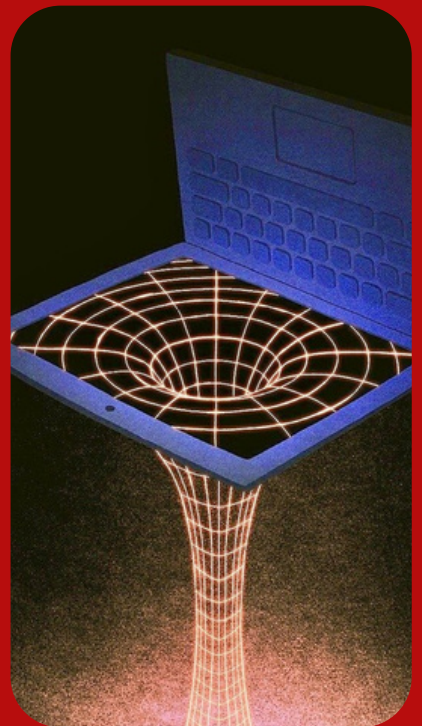
PÁGINAS DE VENDAS

Uma aula magna de 4h sobre tudo que realmente importa numa página de vendas com uma estrutura básica para você testar.



EMAILS

Sim. As pessoas leem emails. Elas talvez não leiam os SEUS emails. Mas essa aula te ajuda a resolver isso.



PESQUISA

Muita gente exagera a quantidade e detalhe em pesquisa necessários para fazer uma boa campanha. Eu sou uma dessas pessoas.

7



COMO PENSAR E ESCREVER ANÚNCIOS

GRANDES E PEQUENOS

Op
servation
of
the
Name
of
the
Lord



APRENDA A CRIAR O SEU POSICIONAMENTO

8

*E também o de outras
pessoas se você quiser.*

COMO CRIAR CONTEÚDO

*Como criar conteúdo
de uma forma que dê dinheiro
e não desgosto.*

9

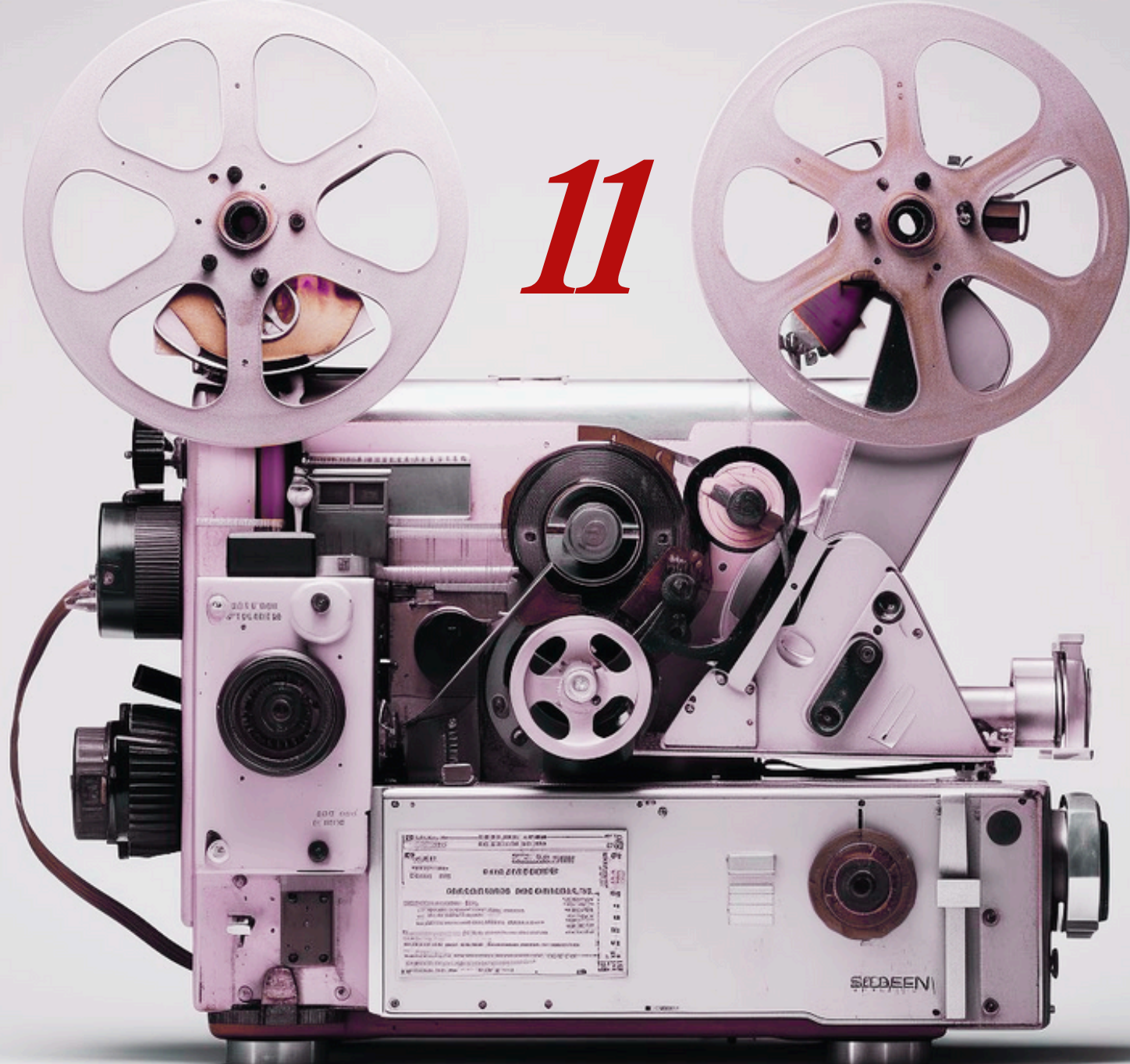
10

COMO LEVAR O SEU NEGÓCIO A SÉRIO

Você vai descobrir que ganhar o dinheiro
é mais fácil do que manter o dinheiro.

Essa aula te ensina como não ser mais um falido.

11



COMO ESCREVER UM *VÍDEO DE* *VENDAS*

Como escrever artigos e textos longos para newsletters

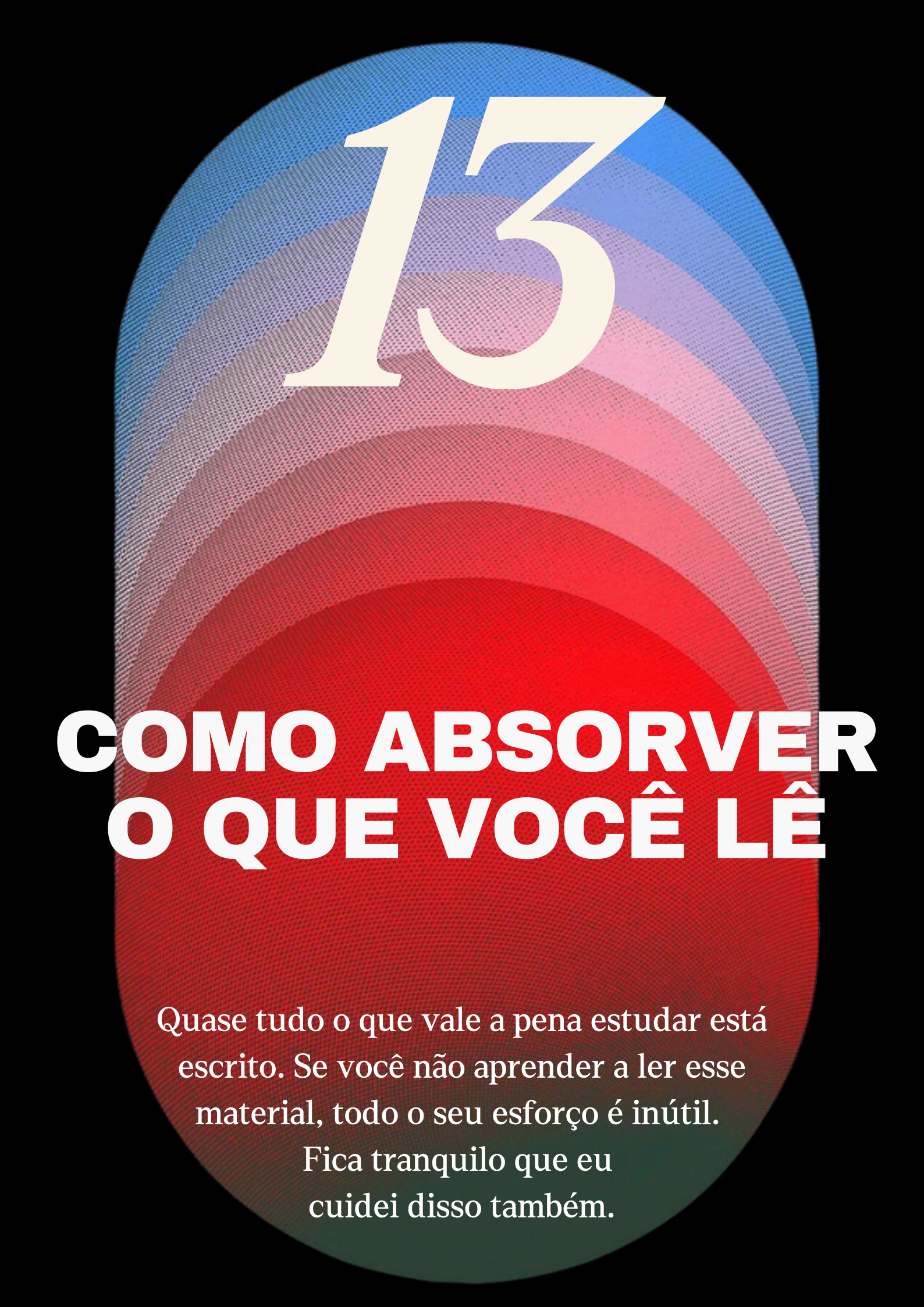


É simples: textos longos transformam.

Primeiro, transformam você em alguém confiável, que sabe do que está falando.

Segundo, transforma quem lê em um leitor fiel.

Se você não pode escrever 5 páginas sobre um assunto, você não sabe do que está falando e as pessoas em breve vão descobrir isso também.



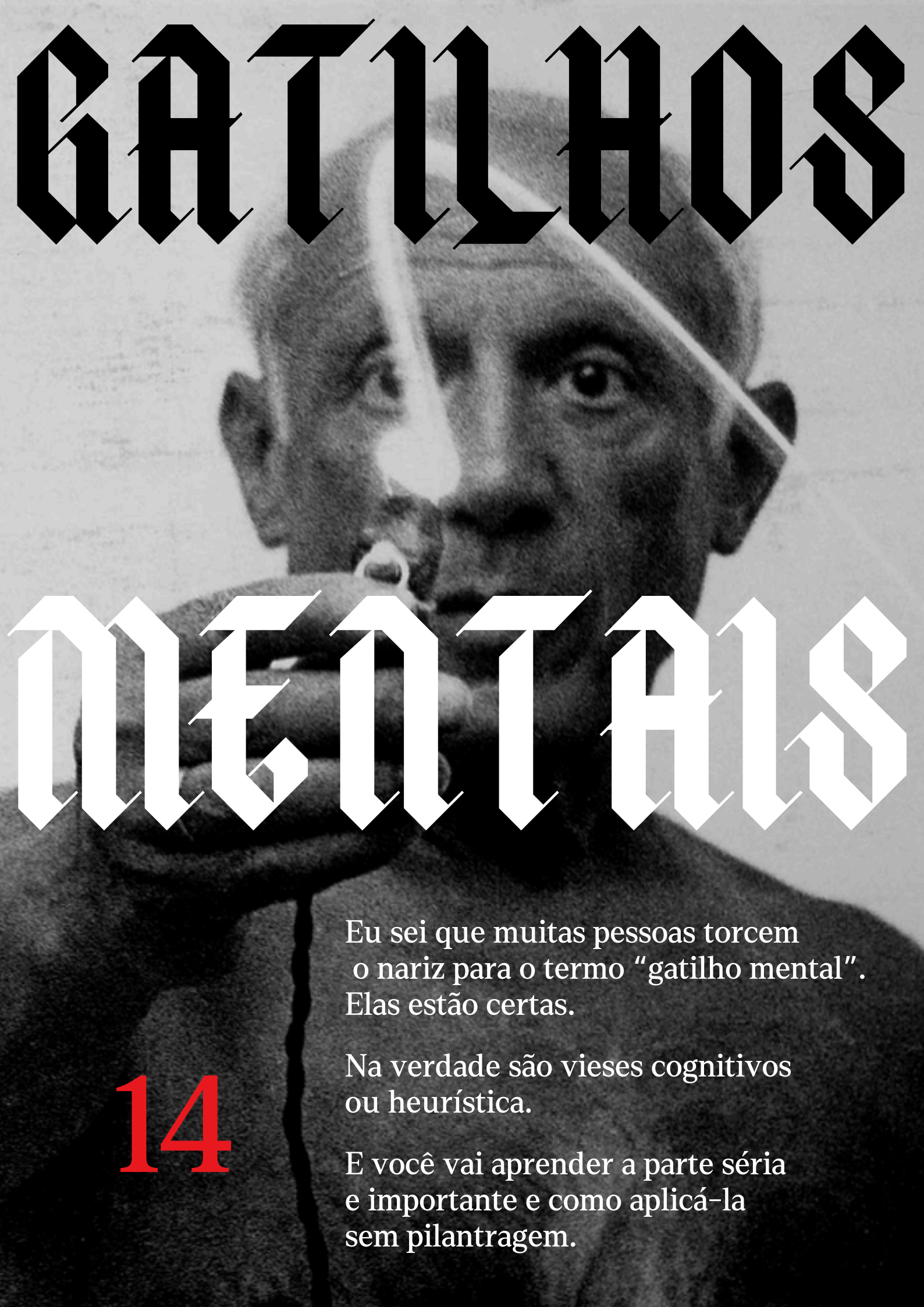
13

COMO ABSORVER O QUE VOCÊ LÊ

Quase tudo o que vale a pena estudar está escrito. Se você não aprender a ler esse material, todo o seu esforço é inútil.

Fica tranquilo que eu cuidei disso também.

GATILHOS



MENTAIS

14

Eu sei que muitas pessoas torcem o nariz para o termo “gatilho mental”. Elas estão certas.

Na verdade são vieses cognitivos ou heurística.

E você vai aprender a parte séria e importante e como aplicá-la sem pilantragem.

15

PROSPECCÃO

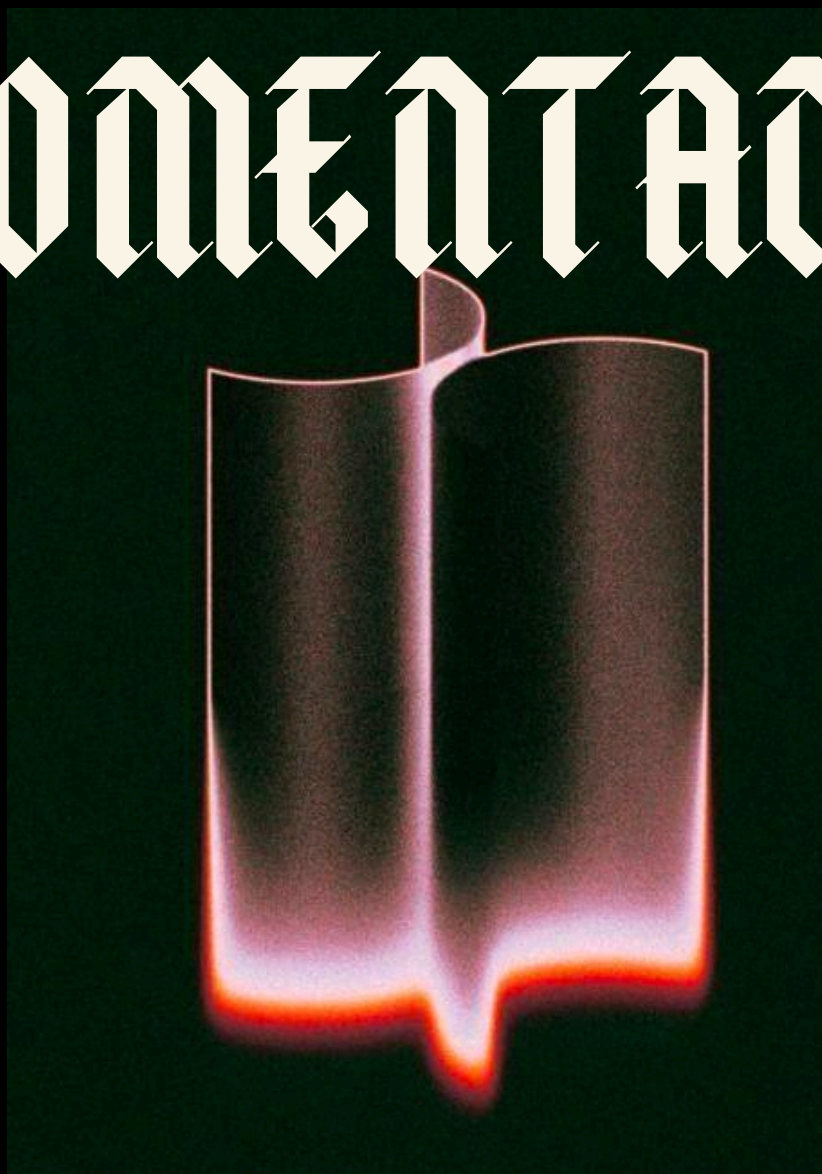


Há pelo menos 8 formas de prospectar na internet.

Não existe nenhuma melhor ou pior. Existem apenas aquelas que são mais adequadas para o seu tipo de negócio e personalidade.

Porque sem clientes não existe negócio e sem negócio você só tem um hobby.

BIBLIOGRAFIA COMENTADA



Mais de 100 livros
comentados porque eu
não tenho nenhum medo
de mostrar minhas fontes.

Eu indico em todas as
aulas materiais e recursos
importantes que me
ajudaram a construí-las.

Elas são frutos da minha
experiência e da experiência
de centenas de outras
pessoas.

Sei que parece mais simples
e menos sexy assim. Mas
eles sujam a água para ela
parecer mais profunda,
como dizia Nietzsche.

VOCÊ SERÁ CAPAZ DE FAZER E EXPLICAR:

- Se criatividade existe e se serve para alguma coisa para marqueteiro
- Como criar títulos e frases de efeito
- Como ler mercados e criar ofertas
- Como escrever emails e estratégias de email marketing
- O que é posicionamento e como fazer o seu e o dos outros
- Como fazer uma página de vendas e qual é o papel dela numa estratégia de vendas hoje.
- Como pensar e escrever anúncios
- Os vieses cognitivos básicos
- Como, onde e quando usar um vídeo de vendas
- Como pesquisar e fazer um bom brief
- Como escrever textos longos
- Como ler melhor o que você precisa estudar
- Como se organizar financeiramente
- Como produzir conteúdo para o Instagram
- E mais um monte de coisa (como eu poderia resumir mil páginas?)

E SE VOCÊ QUISE ENTENDER COMO AS EMOÇÕES HUMANAS FUNCIONAM

Você vai receber todas as aulas da primeira turma do Copycraft, que foram exclusivamente sobre as 7 emoções humanas, os tipos de discursos e como vemos e usamos isso no marketing.

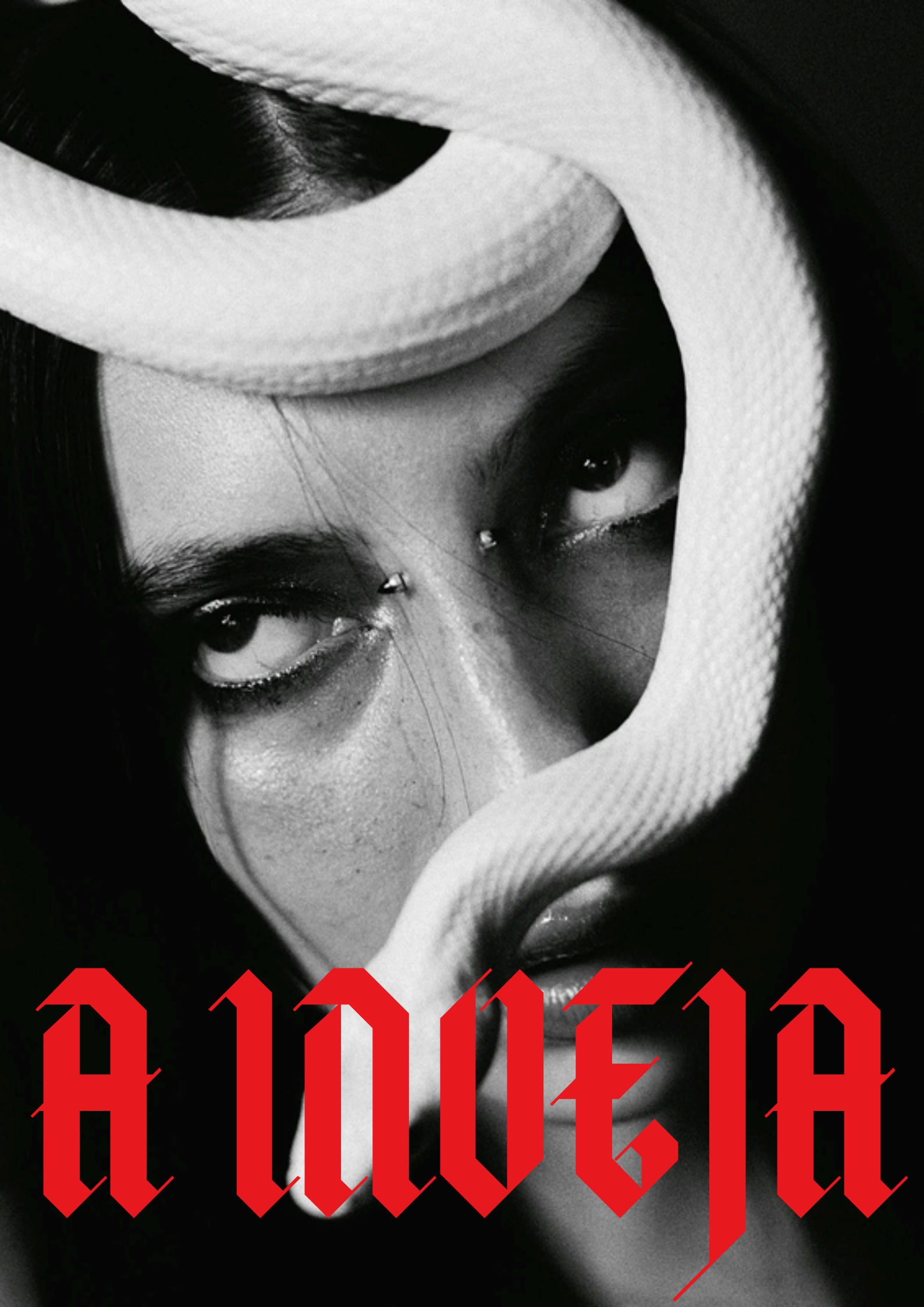
São 7 aulas de aproximadamente 4h em que analisamos como os seres humanos respondem aos estímulos emocionais, exemplos de textos que fazem isso, da literatura ao copywriting, e exercícios para você praticar.

Estas são as emoções:



2

Ciclo das Emoções



A 100€

0

0

DE

DE

SE

SE

10

10





0 ME00
0 ME00

A LUXÚRIA





HOLA





0 2010 ADO



Ciclo Avançado

Você tem razão.

Não é que as
habilidades sejam
avançadas.

É o mercado que está
atrasado.

Nós corrigimos isso.



A maior parte das mentorias
nem diz o que você vai aprender.

Você paga por um vago “acesso”.
É um tiro no escuro.

Eu deixo claro quais são as minhas
prioridades, pelo menos.

Quais são as suas?

DESEJO E MARKETING

E até mais importante: como elas querem obter o que elas querem?

O que as
pessoas
realmente
querem?

Há várias explicações para isso, indo da biologia evolucionista até o desejo mimético de René Girard.

É talvez o tema mais importante para quem trabalha com marketing.

Se você não sabe com quem está falando, é como usar um manual de geladeira para pilotar um avião. Há regras e instruções, mas você não vai sair do lugar. Você foi treinado para pilotar a coisa errada.

1

Por sorte, temos 10h de aula e 200 páginas para você entender como pilotar a coisa certa. Você não acha que a habilidade mais poderosa do planeta é fácil de obter, certo? Mas com um mapa fica menos difícil.

OS TEMAS DO DESEJO

Além dos encontros ao vivo para discutir os temas, haverá encontros para te ajudar a entender melhor como aplicar esse conhecimento no seu negócio ou carreira.



1. A HIERARQUIA DO DESEJO

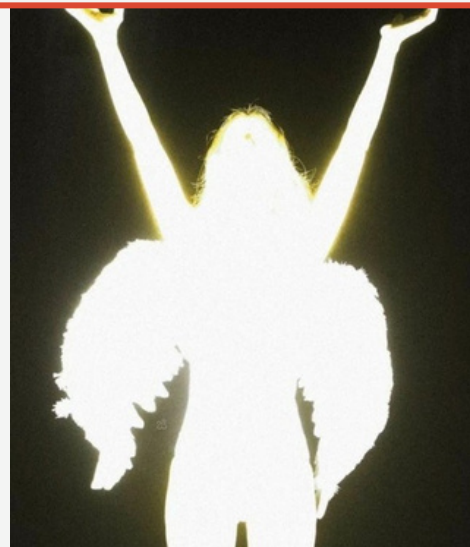
Vamos analisar como a pirâmide Maslow está errada (para falar a verdade, ele nunca desenhou essa pirâmide).



2. HOMENS E MULHERES DESEJAM A MESMA COISA?

Apesar de homens e mulheres dividirem a mesma estrutura do desejo, há diferenças no modo COMO os sexos desejam.

Vamos explorar de onde isso vem, quais são as diferenças significativas e as consequências disso para os produtos que vendemos.



3. DESEJO MIMÉTICO E IDOLATRIA DENTRO E FORA DO INSTAGRAM

Existem certas características que os ídolos compartilham. Muitas vezes a razão de tal influenciador não ir para frente é simplesmente porque ele não sabe quais são as suas vantagens. Você vai descobrir quais são e como usá-las.

COMO CRIAR MOVIMENTOS E INICIAR REVOLUÇÕES

2

Pacíficas ou não.

*SE VOCÊ QUER LEVANTAR BANDEIRAS OU PLACAS DA
HOTMART, É BOM SABER COMO CRIAR UM MOVIMENTO*

Uma das consequências da vida online é que a nossa identidade perdeu (bastante) a ligação com a comunidade local.

Apesar das inúmeras desvantagens, há uma oportunidade maravilhosa para quem quer espalhar novas ideias ou simplesmente aprender como criar e administrar comunidades. Talvez o maior ativo de qualquer produto digital hoje seja uma boa comunidade.

Por sorte há formas de criar uma. Vamos aprender como isso acontece e como os movimentos de massa do século XX deram as chaves para entender as comunidades online.



OS 3 PASSOS PARA CRIAR UM MOVIMENTO



1. LANÇAR A FAÍSCA

Vamos aprender com quem realmente estudou os principais movimentos de massa do último século como funciona um grupo de seres humanos que se esforçam e pagam para estar juntos de outros seres humanos.



2. ATIÇAR O FOGO

Os símbolos, a personalidade, as ações, tudo aquilo que envolve fazer parte de algo.



3. PASSAR A TOCHA

A parte que todo mundo esquece: a comunidade precisa durar e não pode depender do seu líder (foi mal, Russel Brunson está errado).

3



NARRATIVAS



Contar uma história para nós tem um objetivo bem diferente do que é contar uma história para um autor.

E acho que pela primeira vez na vida de muita gente vamos descobrir a diferença, porque eu sei e fiz as duas coisas.

Assim poderemos fazer melhor o nosso trabalho – o que significa fazer mais dinheiro também.

Eu espero que você saiba que há muito mais do que “A Jornada do Herói” e que vamos trabalhar juntos nas narrativas que você precisa construir para o seu cliente.

Vamos ver que no marketing há formas diferentes de “contar uma história” e que muitos marqueteiros contam apenas histórias para boi dormir.

NÃO HÁ NADA NO MUNDO MAIS
PODEROSO DO QUE UMA BOA HISTÓRIA.

NADA PODE DETÊ-LA.

NADA PODE DERROTÁ-LA.



1. O QUE É UMA NARRATIVA?

E por que elas são
mais eficazes do
que argumentos?



2. OS PADRÕES UNIVERSAIS DAS NARRATIVAS

Existe um padrão
de narrativa que NÃO
é o da Jornada
do Herói.

É um muito mais
verdadeiro e mais
eficaz. Um que
poucas pessoas
conhecem. E você
será uma delas.

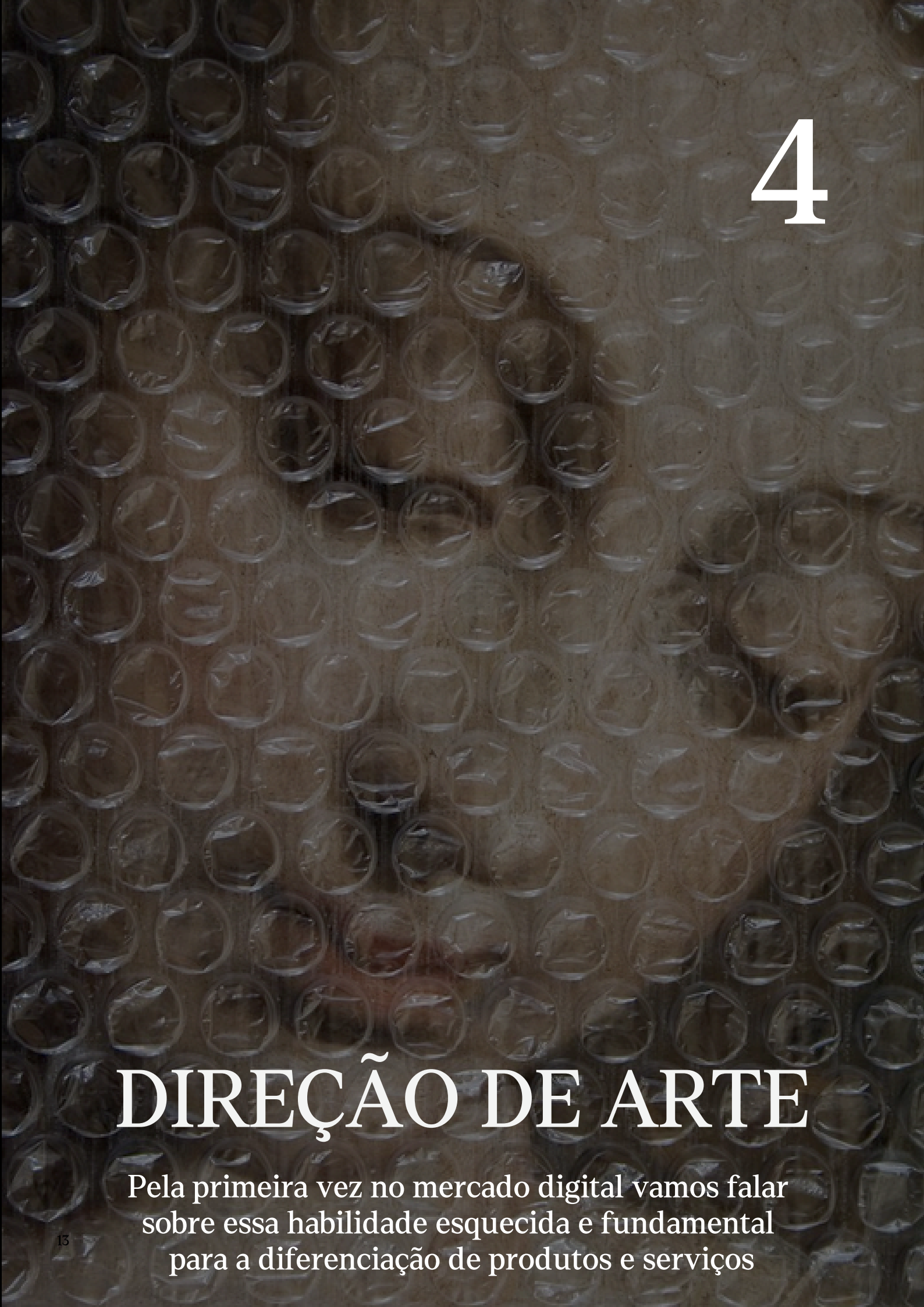


3. COMO UM MARQUETEIRO ESCREVE UMA NARRATIVA

Como aplicar essa
narrativa ao seu
trabalho?

Essa é uma dúvida
que você não vai
ter mais.

(E se tiver também,
a gente ajuda. É para
isso que você pagou).

The background of the entire page is a close-up, textured view of bubble wrap. The bubbles are arranged in a grid-like pattern, with each bubble showing some internal folds and reflections, giving it a three-dimensional appearance. The overall color is a muted, dark brown or taupe.

4

DIREÇÃO DE ARTE

Pela primeira vez no mercado digital vamos falar
sobre essa habilidade esquecida e fundamental
para a diferenciação de produtos e serviços

POR QUE APRENDER DIREÇÃO DE ARTE?



É inútil aprender como se posicionar se você não sabe como comunicar esse posicionamento com imagens.

Afinal, pessoas precisam ver o que você está dizendo antes de acreditarem no que você está dizendo.

No entanto, aqui tudo parece ser ao contrário.

A pessoa faz cursos e cursos para aprender algo que ela poderia fazer mais rápido e mais barato apenas comprando as roupas que parecem comunicar a autoridade que ela deseja expressar ou simular.

Fazem anúncios que comunicam o contrário do que gostariam.

A direção de arte é uma habilidade para:

1. Estabelecer uma identidade visual forte;
2. Transmitir a mensagem da marca;
3. Melhorar a usabilidade e a experiência do usuário;
4. Reforçar a confiança e a credibilidade;
5. Diferenciar-se da concorrência.

**Tudo isso sem esoterismo
ou pilantragem psicológica.**



Semiótica, Retórica Visual,
Fotografia e Design Gráfico.

Tudo isso para que você
consiga aplicar esses
conhecimentos a um projeto,
campanha ou negócio pessoal.

Nem posso dizer que esse
é o melhor conteúdo sobre
o assunto no marketing digital
porque simplesmente não há
mais ninguém fazendo isso.

Para mim soa como uma
oportunidade, e para você?





BRANDING

5

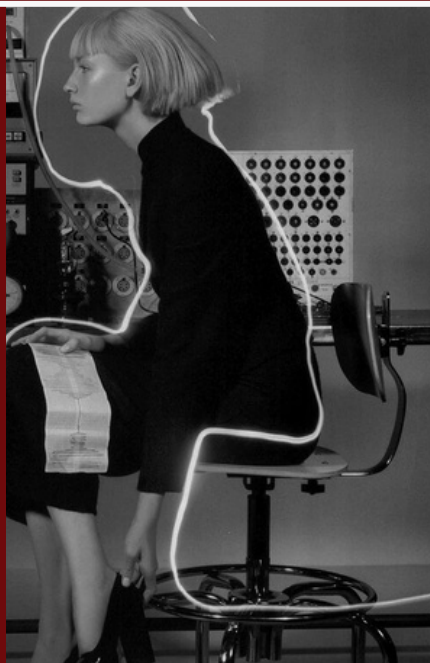
Os maiores negócios
do mundo são marcas.

É simples assim.

E os maiores
influenciadores também*



O que é de fato uma
marca?



Como combinar as
técnicas da resposta
direta e do mercado
digital com os
princípios das
grandes marcas?



Marcas de luxo
x
marcas populares



Vale a pena criar
uma marca em vez
de apenas fazer
ofertas?



Branding Pessoal



Como aplicar isso
tudo ao seu negócio



CIÊNCIA COMPORTAMENTAL APLICADA AO **MARKETING**

No marketing existe uma parte artística e criativa, que é o que chamamos de “comunicação”. Mas também existe uma parte científica, que é a que nos explica boa parte dos padrões do comportamento humano.

Ao sabermos como os seres humanos tendem a reagir, podemos criar comunicações mais eficazes, portanto, mais criativas.

Você precisa ser um artista e um cientista.
Não é uma escolha, é uma fusão.

6

VIESES COGNITIVOS HEURÍSTICA GATILHOS MENTAIS



1. PSICOLOGIA DA ATENÇÃO

Os princípios da atenção humana não mudaram muito ao longo dos últimos séculos.

O que mudou foi o novo contexto da internet.

Precisamos entender como lidar com isso.

Graças a Deus dezenas de cientistas e marqueteiros do passado já descobriram como para nós.



2. PSICOLOGIA DA COMPRA

Os vieses que realmente influenciam uma decisão de compra já foram mapeados e testados.

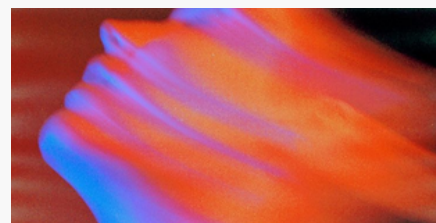
Você só não sabe quais são, onde estão e como aplicá-los. Ainda.



3. PSICOLOGIA DOS CONTEXTOS

Você vai aprender como criar contextos para o seu conteúdo, não conteúdo para o contexto dos outros.

COMO



CRIAR

PRODUTOS

Pode ser verdade que não é o melhor produto que vende mais.
Mas nunca é o pior.

Aprenda a criar um produto bom o bastante para vender bem.

Além de ter uma boa oferta e encontrar um bom mercado, você precisa ter um bom produto.

A não ser que você não se importe com o que você vende.

Aí não precisa mesmo.

As maiores empresas do planeta não começaram criando um bom marketing.

Elas começaram criando um bom produto.

É o exato oposto do que ensinam para você e talvez seja por isso que mudam de opinião a cada semestre para "se adaptarem" ao mercado.

Sim, nem sempre os melhores produtos são os que mais vendem. Mas você conhece alguma marca ou alguém que tenha obtido muito sucesso vendendo algo ruim?

Não diga "Coca-Cola", pelo amor de Deus.

Se você pensou nisso, não sabe o que "bom" e "ruim" querem dizer quando falamos de produtos e precisa passar este mês inteiro comigo criando produtos.

7

PELA PRIMEIRA VEZ EU VOU MOSTRAR COMO PENSO EM NOVOS PRODUTOS E COMO PRODUZO O MATERIAL PARA ELES.



1. QUAL PRODUTO DEVO CRIAR E QUANDO?

Sem um bom produto, há poucos motivos para as pessoas continuarem comprando de você.



2. COMO DEVO ESTRUTURÁ-LO E ENTREGÁ-LO?

É muito bom ganhar dinheiro, né? Mas uma hora você vai ter que entregar esse produto para quem comprou.

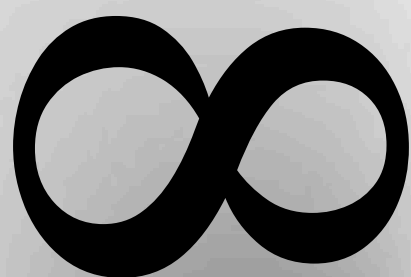
COMO você vai fazer isso faz toda a diferença.



3. COMO DEVO PLANEJAR AS AULAS E MATERIAIS?

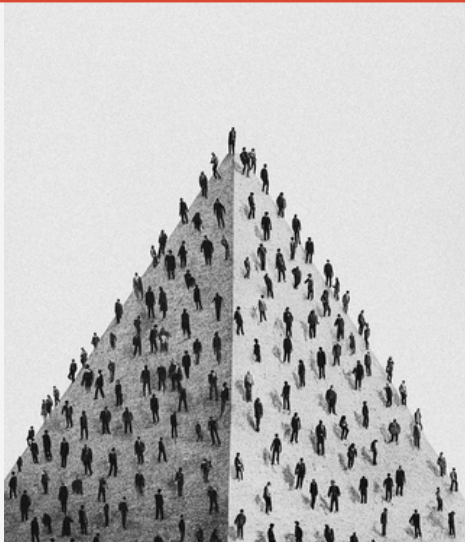
Como e POR QUE criar materiais.

funil de vendas



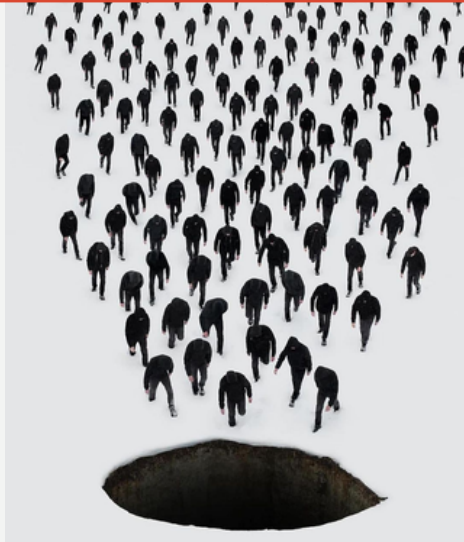
COMO VENDER SEUS PRODUTOS

Todo mundo tem um funil de vendas. Há funis melhores do que outros. Mas a maioria não sabe como aperfeiçoar um. Ainda bem que você não é a maioria. Não mais.



1. O ESSENCIAL EM QUALQUER FUNIL

Não é difícil entender como funis funcionam quando alguém te diz como afinal eles devem funcionar.



2. AS LEIS DA PRECIFICAÇÃO

Infelizmente é um péssimo conselho dizer que você já é bom e pode aumentar o seu preço.



3. LOW TICKET E HIGH TICKET

Existe um momento e um lugar para você criar produtos baratos num negócio.

Você vai saber quais são eles.

2025

O novo ciclo



4

MANEIRAS PARA VOCÊ
SABER SE 2025 É O SEU ANO
PARA ENTRAR NO
COPYCRAFT

Primeira:

Você quer vender sem se vender.

Ou devo dizer, você gostaria de vender produtos e serviços dos quais se orgulha, ganhar dinheiro e se divertir fazendo isso, e até alcançar certa satisfação estética (o mesmo sentimento que artistas experimentam quando veem outros apreciando seu trabalho).

Você quer vencer do seu jeito.

Segunda:

Você já leu alguma coisa sobre marketing e persuasão.

Mas continua sentindo que existe algum segredo oculto que ainda não descobriu.

Aquela chave que transforma ideias em dinheiro.

Bem, aqui está ela.

Terceira:

Você quer entender por que diabos as pessoas comprem o que comprem.

Por que alguns charlatões conseguem seguidores fanáticos enquanto os seus produtos apodrecem nas prateleiras.

Há uma quarta razão também. Mais importante que todas as outras. Mas você precisará ler a proposta para descobri-la.

Esta mentoria não é para todo mundo.

É para pessoas que realmente se importam em fazer algo melhor e ter orgulho de vendê-lo.

Você pode persuadir sem gritar ou enganar.

Basta entender como funciona o desejo e reconfigurá-lo a seu favor.

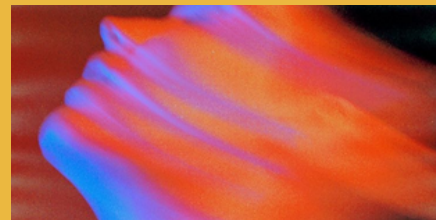
Você só não sabe como fazer isso. Mas nas páginas seguintes eu mostro como.

1

Bioenergética

Como ter energia para fazer
o que você quer fazer

O QUE



PODE

SER MAIS IMPORTANTE DO QUE TER ENERGIA?

Nenhum método de gestão, produtividade ou performance funciona se você não tiver energia.

É como ter o melhor carro do mundo sem gasolina na garagem.

Por muitos anos eu sofri com baixa confiança, medo de desafios e inconstância.

Como profissional criativo ou empresário, não ter energia para fazer o que você quer é uma droga.

Não seria bom ter energia para consumir o que você compra?

Você não consegue estudar direito, não consegue aplicar direito e passa de uma tarefa para outra na esperança de que você descubra o que há de errado.

Deixa eu te dizer o que há de errado: sua vitalidade.

Eu não sou médico, não sou nutricionista, não sou da área da saúde.

Mas só profissionais de saúde devem se importar com saúde?

O objetivo é compartilhar tudo o que eu aprendi em 8 anos em termos de rotina, suplementos e estilo de vida para profissionais criativos.

É simples: mais energia, mais constância, mais resultado.

Como ler pessoas

*Técnicas
avançadas
de copywriting*

2





QUAL É A RELAÇÃO

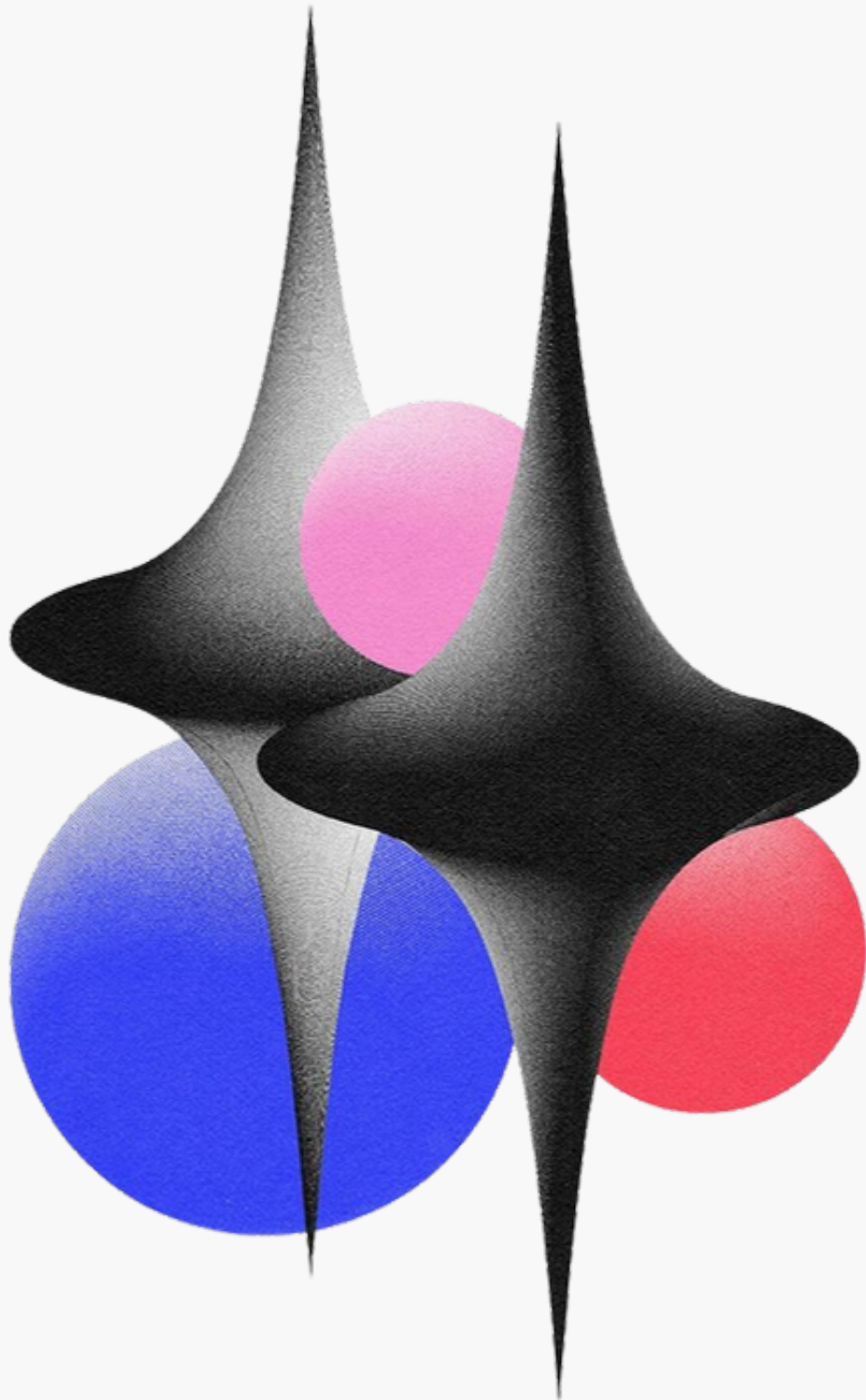
Entre copywriting, hipnotismo e leitura fria?

Todos eles funcionam gerando credibilidade, confiança e empatia de uma forma quase mágica e imediata.

Por isso são usados por charlatões para enganar os ingênuos. São ferramentas perigosas por causa do seu poder persuasivo e espero mostrar como usá-las para o bem. Vamos nivelar o jogo.

Será uma imersão revisando exemplos e expondo técnicas de escrita conhecidas por poucas pessoas neste país. Está tudo bem. Provavelmente continuarão pouco conhecidas.

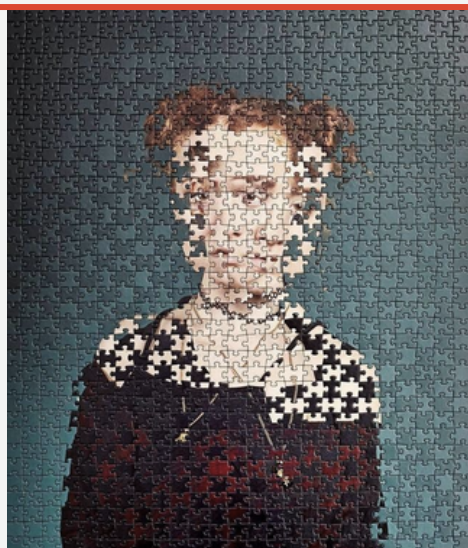
Worldbuilding 3



Como encontrar, organizar e julgar referências para a estratégia visual do seu perfil ou produto.

COMO CRIAR UM MUNDO ONDE SEU PRODUTO É A ÚNICA ESCOLHA

A imagem é uma forma de persuasão silenciosa e instantânea, porque diz tudo sem dizer nada de uma só vez. Mas você precisa aprender a separar as boas das ruins e onde elas estão.



1. REFERÊNCIAS

Você vai aprender a encontrar referências muito melhores do que as que o algoritmo te dá.

2. ANÁLISES

Como disciplinar o seu olhar para separar o que é bom do que é inadequado.

Tudo pode ser bom no contexto certo.

3. IMPLEMENTAÇÃO

Aqui vamos conhecer um conjunto de ferramentas para implementar as referências do seu próprio jeito.

2017

J F M A M J J A S O N D

				1							
				2			1				
	1	1		3			2			1	
2	2	2		4	1		3			2	
3	3	3		5	2		4	1		3	1
4	4	4	1	6	3	1	5	2		4	2
	5	5	2	7	4	2	6	3	1	5	3
2	6	6	3	8	5	3	7	4	2	6	4
3	7	7	4	9	6	4	8	5	3	7	5
4	8	8	5	10	7	5	9	6	4	8	6
5	9	9	6	11	8	6	10	7	5	9	7
6	10	10	7	12	9	7	11	8	6	10	8
7	11	11	8	13	10	8	12	9	7	11	9
8	12	12	9	14	11	9	13	10	8	12	10
9	13	13	10	15	12	10	14	11	9	13	11
10	14	14	11	16	13	11	15	12	10	14	12
11	15	15	12	17	14	12	16	13	11	15	13
12	16	16	13	18	15	13	17	14	12	16	14
13	17	17	14	19	16	14	18	15	13	17	15
14	18	18	15	20	17	15	19	16	14	18	16
15	19	19	16	21		16	20	17	15	19	17
16	20	20	17	22	19	17	21	18	16	20	18
17	21	21	18	23	20	18	22	19	17	21	19
18	22	22	19	24	21	19	23	20	18	22	20
19	23	23	20	25	22	20	24	21	19	23	21
20	24	24	21	26	23	21	25	22	20	24	22
21	25	25	22	27	24	22	26	23	21	25	23
22	26	26	23	28	25	23	27	24	22	26	24
23	27	27	24	29	26	24	28	25	23	27	25
24	28	28	25	30	27	25	29	26	24	28	26
25	29	29	26	31	28	26	30	27	25	29	27
26	30	30	27		29	27	31	28	26	30	28
27	31	31	28		30	28		29	27	31	29
28			29		31	29		30	28		30
29											
30											
31											

Inteligência Artificial
COMO USAR IA SEM
SER USADO POR ELA

É INEVITÁVEL

Como uma das primeiras pessoas a oferecerem cursos e formações sobre inteligência artificial para marqueteiros, acho que você precisa saber o mínimo para pelo menos se proteger e prosperar.



1. IMAGENS

Vamos focar em aprender a gerar imagens com o Midjourney.



2. ANÚNCIOS

Vou mostrar como uso imagens e referências na criação de anúncios.



3. PESQUISA

Como economizo tempo sem perder a criatividade com algumas ferramentas realmente úteis.

Mentalidade



5

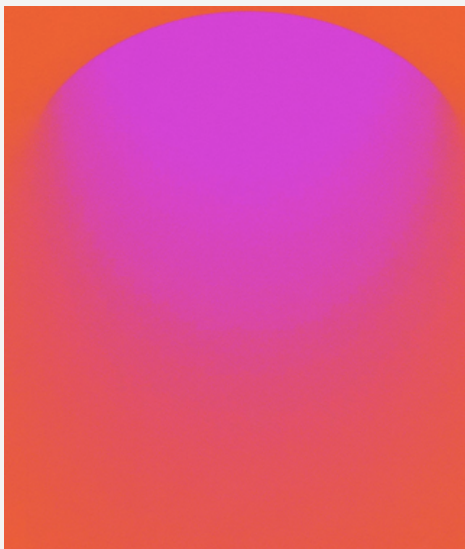
Técnicas de autopermissão para você
deixar de agir como um coitado
e vencer do seu jeito.

É UM SACO. MAS VOCÊ PRECISA.

Eu nunca toquei nesse assunto antes. Nunca nem gravei conteúdo gratuito. Não me vejo como coach.

Mas para ser honesto com você, eu vi mais gente ganhando dinheiro e perdendo a cabeça do que eu gostaria.

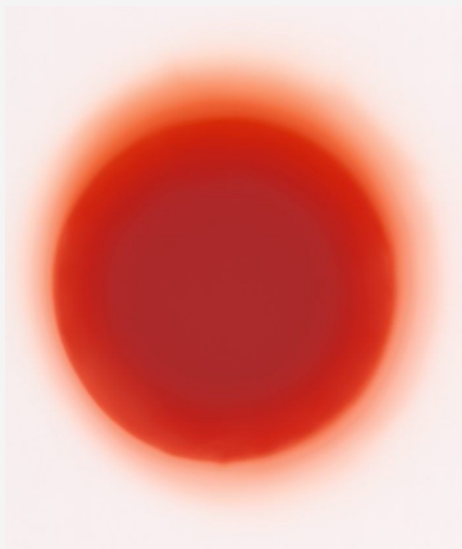
Como empreendedor ou freelancer, você precisa se manter são se quiser aproveitar os seus resultados.



1. RESPEITO POR SI

A maior parte das pessoas não vê nenhum valor em si mesmo para cobrar algo dos outros.

Você é a maioria?



2. MEDO DOS OUTROS

A maior parte das pessoas não têm a mentalidade necessária para prosperar na internet.

Você é a maioria?



3. VOCÊ NÃO ESTÁ CANSADO DE SER A MAIORIA?

Está tudo bem querer ser como a maioria se você quiser viver como a maioria.

6

Direção Criativa

Como pensar e estruturar campanhas
e lançamentos como um diretor criativo

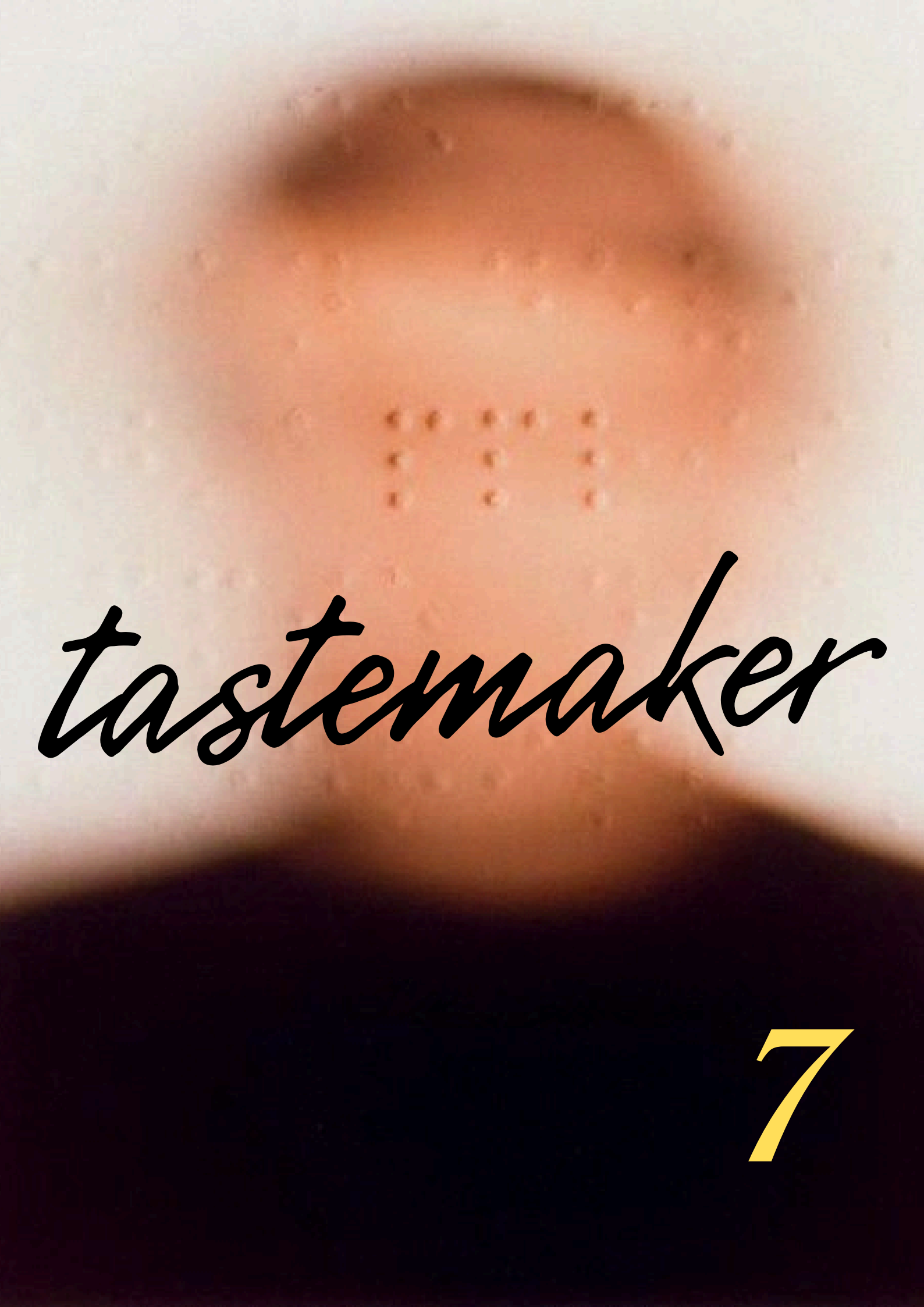


PARE DE INVENTAR HISTÓRIA E COMECE A ESCREVER A SUA

Era uma vez uma uma profissão que tinha como objetivo criar, avaliar e organizar toda a parte de criação de uma campanha. Fizeram até uma série cujo personagem principal era um **diretor criativo**.

Mas então veio o marketing digital de infoprodutos e colocou "estratégico" no final de todas as profissões que tinham que pensar e matou essa profissão sem querer.

É hora de ressuscitá-la.



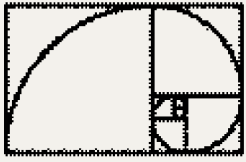
tastemaker

7

Uma imersão secreta sobre
imagem, desenvolvimento de
gosto e formação de
identidades.

Revelarei o conteúdo quando
for a hora.





O MATERIAL

1 / 1129 | — 100% + | [icon] [icon]

COPYCRAFT

Não são transcrições.

Não são slides.

Não são enchimento de linguagem.

São materiais que complementam a aula falada (e com mais de 100 indicações de livros para você se aprofundar).

Quase todas as aulas têm um material para você garantir que absorveu o conteúdo.

Cada aula tem um material escrito.

Mas você pode chamar de livros também.



Acesso por 1 ano ao grupo mais interessante e valioso do mercado:

O ouro desse grupo é aprendermos o que nossos colegas estão fazendo de bom, pedir opiniões de pessoas inteligentes, receber feedbacks de gente que pensa melhor que a gente.



É isso que eu espero de um grupo de gente foda igual esse.

11:15

~ Felipe Melo

+55 61 99302-3501

Para mim, o grupo do Copycraft é único por alguns motivos:

1. O Rafael realmente participa aqui e é muito acessível. Nos grupos de outros produtos digitais semelhantes, quem participava normalmente era alguém da equipe do expert (isso quando participava). Existe um interesse genuíno dele em ensinar e ter uma relação pessoal com os alunos, não só algo "profissional".
2. O grupo é muito bom. Esse foi um dos únicos lugares em que me senti realmente à vontade de fazer perguntas e opinar sem receio. Todo mundo aqui gosta de ajudar e está disposto a compartilhar seu conhecimento e experiência. Ninguém aqui enxerga o outro como concorrente, mas como companheiro de jornada.
3. As conversas são sempre de alto nível. Até as piadas e as figurinhas (sem querer puxar brasa para minha sardinha, hehe). Tem áudio e sequência de mensagem aqui que vale mais que muito curso por aí.



08:57

Eu me sinto privilegiado de fazer parte de um grupo com gente tão inteligente, bacana e prestativa — gente que sempre está disposta a dar uma ajuda, fazer piada ou levantar a bola de quem está aqui.

Eu me sinto honrado de poder estudar um assunto tão foda de um jeito tão diferente e incrível com um professor que realmente sabe o significado do magistério, e que se preocupa de verdade com a integridade e o sucesso de cada um de nós.

Eu me sinto muito feliz convivendo com vocês, mesmo que à distância, mesmo que às vezes eu não fale nem diga nada, porque eu sempre aprendo alguma coisa nova — e, de quebra, ainda dou umas boas risadas.

Raisanay

Acho que de cursos e mentorias que participei, poucos conseguiram construir uma comunidade legal é que se ajuda como essa. O do Elton é uma e outra mentoria que era também colegas tipo irmãos, era do Robert Amorim! Todas os outros que participei, além de ter essa questão de abandonar os alunos pós-lançamento, tem a questão de ficar cobrando os alunos de estar presente, de assistirem na plataforma, de fazerem o que o mentor propõe, mas parece que de alguma forma o negócio não é bem aquilo que você quer aplicar. Tem algo que está fora, o conteúdo parece raso demais ou fora de eixo... a comunidade não engana, as pessoas até conversam, mas aplicam pouco! 😊



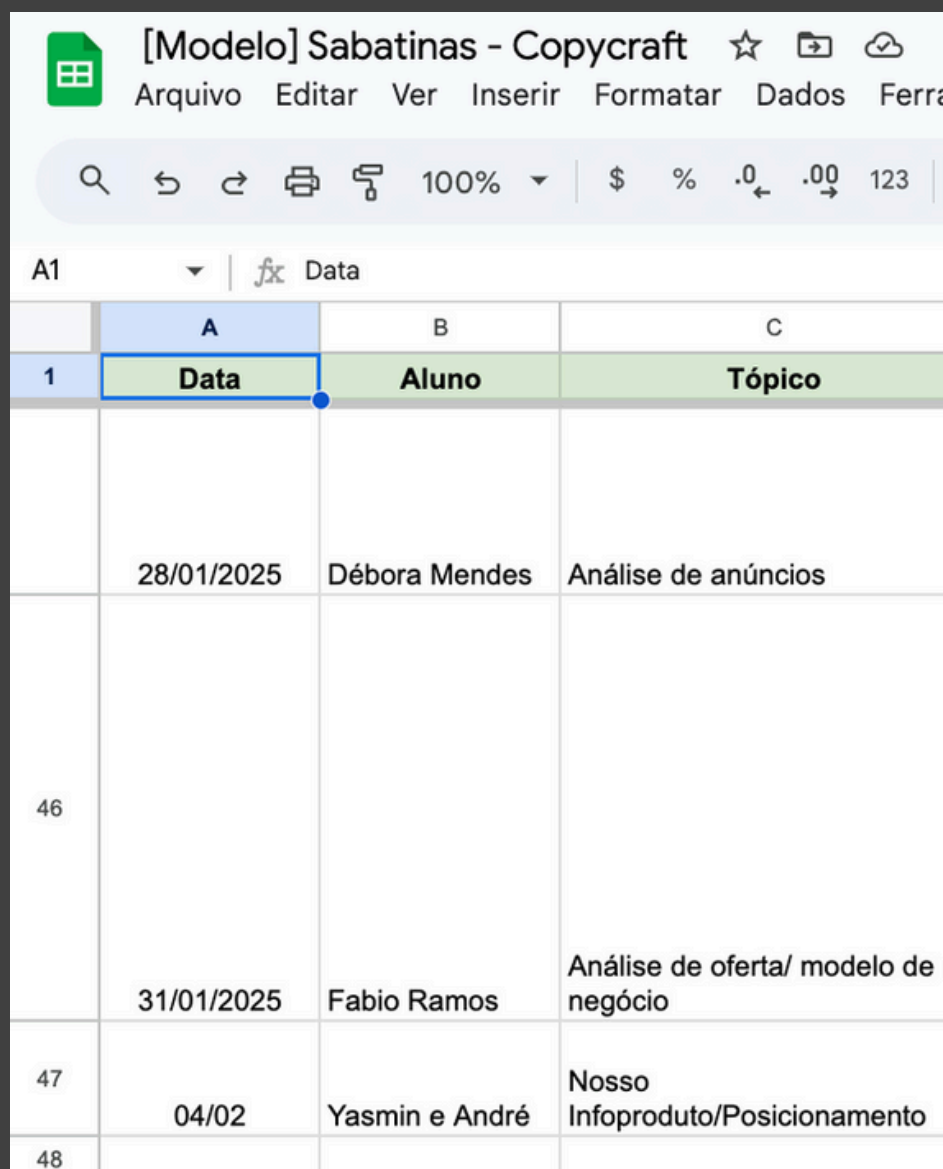
09:37

Sabatinas

As sabatinas são encontros para discutir especificamente um problema da sua carreira ou do seu negócio.

Em 2025 teremos sabatinas semanais.

Já analisamos e propomos soluções para mais de 100 casos. Todas ficam gravadas para você ver se um caso não é o mesmo que o seu e aprender da forma mais barata e sábia, que é com os erros dos outros.



The screenshot shows a Google Sheets spreadsheet with the following structure:

	A	B	C
1	Data	Aluno	Tópico
	28/01/2025	Débora Mendes	Análise de anúncios
46	31/01/2025	Fabio Ramos	Análise de oferta/ modelo de negócio
47	04/02	Yasmin e André	Nosso Infoproduto/Posicionamento
48			

O SWIPE FILE PREMIADO

Se você não sabe o que é “swipe file”, tudo bem. São referências e modelos para você se inspirar na hora de criar anúncios, campanhas, marcas. É só um nome esquisito que usam no mercado digital.

Para esta turma, eu vou liberar o meu swipe file pessoal, com mais de 30 anos de anúncios premiados em centenas de nichos diferentes e mais de 5000 referências de textos de copy dos mais diversos nichos caso você precise.

QUEM É COPY CRAFTER

Mais de 200 alunos já passaram pelo Copycraft e apesar de eu ficar muito feliz com os resultados de todos eles, não posso compartilhar 20 páginas de depoimentos.

Então vamos ficar com 6 páginas.

Espero que sejam o bastante para você.

Maiele Maia

Você

Fala, pessoal! Quando puderem, me digam o que acharam 😊

Professor querido, seu trabalho me faz querer ser uma pessoa melhor, me faz querer estudar mais, reclamar menos e viver melhor. Obrigada por isso, baita texto!

13:39



2

17:52 🌙



5

Team



Fala, pessoal! Sei que é sábado, mas gostaria aqui de validar a @Tayná Carvalho que entrou agora e já fez a gente ter a melhor semana de vendas em termos de fechamentos comerciais! 🌟🚀

Sensacional, parabéns pelos resultados dessa semana, Tay! São os melhores resultados que já tivemos com uma pessoa de comercial até então, parabéns mesmo! 🌟🌟

17:11



parabéns @Tayná Carvalho chegou chegando 🚀

17:16

Oi Rafael,



Queria dizer que vou fazer 1 mês de teste na Bouvie (aquela vaga de Copy que mandou no grupo do copycraft). Você tem uma parcela gigante nisso, obrigada por toda a entrega e dedicação.

Essa vaga é um grande desafio, mas espero enfrentar e conseguir a fixação.

O material da formação vai ser o meu melhor amigo nessa trajetória kkk por isso, já vou garantir a minha vaga pra nova turma do copycraft.

Tchênsen, você é foda!

21:56



Lucas Canhaci

Queria agradecer publicamente ao @Rafael Censon pela parte teórica da última aula.

Parece que você pegou uma lanterna e jogou a luz direto na minha cara kkkkkk

Justamente numa semana que eu estava pensando nessa reorganização geral da minha vida. Essa aula encaixou como uma luva. Antes eu nem sabia que nome eu dava pra algumas coisas que quero resolver e agora sei o nome, de onde vem, e tenho uma pista para seguir! haha

Valeu mesmo, professor!

10:42



2

a gente entra na oficina pra aprender a escrever e sai com lições para a vida

10:44

Cristian Urbaneja - Copywriter

Cristian, já um feedback para você. Seu trabalho é, realmente, excelente! Não só a sua organização, mas o domínio do assunto e a seriedade para a construção do processo de copy!

16:45

Tô animada hehehe 😊

16:45

Opa, pessoal, aplicando a lógica das aulas de oferta, posicionamento e estratégia, meu trabalho foi afetado positivamente.

Recebi esse feedback para um perpétuo. Começamos nesta semana com a fase de dar ordem às coisas (e nomes aos bois).

Antes, eu estava sempre sentindo que patinava e que meu trabalho não era valorizado.

Agora, não somente sinto confiança com deixar livre minha criatividade, também consigo comunicar isso aos clientes e eles percebem que minhas sugestões estão fundamentadas.

Obrigado, **Professor!** E à turma também 🙌

Editada 17:34



Além desse, estou em outros 3 lançamentos em espanhol, e ao ter uma noção mais completa do copywriting (pelo Copycraft e Arquitetura) também tenho recebido feedbacks positivos nesses projetos.

Galera, eu não apareço muito aqui. Mas quero contar uma parada que me deixou mega feliz...

Nessa última semana, eu recebi uma indicação de trabalho (de uma colega aqui do grupo) pra fazer um artigo. E com esse serviço, eu cobreí 1.500 pila. Já tenho 6 anos de mkt e, cara, as coisas não acontecem de uma hora pra outra...

Eu sou o mais ansioso do grupo kkkk
Mas digo: **NÃO desistam. Continuem pq copy dá dinheiro!**

Deu tudo certo e a cliente ficou super satisfeita.

(esses serviços não são minha fonte de renda principal)

21:29



Num mercado infestado de charlatões "ensinando" Copywriting, é um privilégio aprender com quem realmente domina o assunto. Já fiz vários cursos de copy caríssimos e nenhum prometeu tão pouco e entregou tanto quanto você. É nítida a sua preocupação com a entrega ao mesmo tempo em que se preocupa com a didática.

19:34



Sem sombra de dúvidas, eu não o recomendo a potenciais concorrentes.

19:35



Salve, Rafael!

Primeiro quero te agradecer de coração.

09:30

Quero te agradecer por sua generosidade e cuidado ao elaborar o COPYCRAFT, era nítido perceber alguém com boas intenções em ensinar - as aulas contribuíram bastante para ganhos que vão muito além da propaganda, do marketing, da escrita.

Com você pude aprender mais sobre a importância de se ter uma rotina para escrever e como adequar isso na minha realidade. Também pude perceber que um copywriter do nível que pretendo atingir não domina apenas o discurso retórico, há o discurso poético, analítico, dialético. Foi uma ótima experiência que recomendo a todos aqueles que desejam atingir novos patamares!

09:30



Fazer o Copycraft é como sair da caverna. Existe um Lucas pré-copycraft, que enxergava apenas as sombras de tudo que envolve a persuasão, o marketing, a linguagem. E existe um Lucas pós-copycraft, que saiu da caverna e, com os olhos doendo por causa da luz do mundo real, agora entende de fato "como a coisa toda é pensada e feita".

O meu conselho mais honesto pra qualquer profissional criativo é: faça o Copycraft.

É o melhor investimento que fiz na minha carreira.

E pra não ficar nessa "puxação de saco", saiba que ao entrar você vai ter que ter peito pra ler muito e escrever muito. Seu cérebro, que agora deve estar acostumado com promessas milagrosas, vai ter que passar por uma mudança completa.

Um abraço e boa oficina pra vocês.

10:24

Oi, professor! Estou aqui para agradecer pelo tempo dedicado e pelo material de alta qualidade fornecido no Copycraft. Espero que outros copywriters também tenham a chance de conhecer a arte e a ciência da persuasão em sua profundidade e ter os textos minuciosamente revisados por você. Hahaha...até mais! 🦊



Rafa, o CopyCraft me deu conhecimento, clareza e conexão.

Isso ficou evidente já na primeira aula quando fui apresentado aos 4 discursos que organizou a forma como eu vejo a escrita de forma simples, mas sem ser superficial.

A divisão em biologia, psicologia, linguagem e persuasão e não apenas uma dessas bases pra explicar os textos é uma abordagem muito interessante.

É bem denso, completo, mas sem dúvidas é uma excelente base para quem quer escrever melhor.

Independente se for um texto publicitário ou não.

A oficina me trouxe clareza, porque ajudou a conectar conhecimentos e ideias que ficavam soltas de forma mais clara e produtiva na hora de escrever.

E os vários exemplos das emoções além dos textos publicitários também foram muito importantes.

Eles me deixaram a teoria mais palpável e ampliaram a minha perspectiva, o que me ajudou a ter ideias "fora do comum" com mais facilidade.

Eu gostei muito do brief e do exercícios de cada aula.

Eles facilitaram aplicar as primeiras ideias e não te deixar travado sem saber o que fazer.

Isso fora a correção detalhada do seu texto que é sem dúvidas uma das melhores formas de aprender.

COMO VAI FUNCIONAR?

As aulas serão ao vivo a cada 15 dias, isto é, 2 encontros por mês.

Sim, elas ficam gravadas.

Além disso, teremos mais 2 encontros em grupo para discutirmos o seu negócio, como aplicar o que você está aprendendo ou tirar quaisquer outras dúvidas.

Ou seja, toda semana tem encontro ao vivo.

Serão as nossas SABATINAS ou mentorias em grupo para garantir que você saia do lugar e bote em prática o que tem aprendido.

Entrando agora você também terá acesso a todas as aulas anteriores e ao material completo.

Não se preocupe com o tempo.

Vou te orientar pessoalmente para descobrir quais são as melhores para você ver agora.

Você terá 5 anos para acessar isso tudo e um ano no grupo do Whatsapp, onde você recebe frequentemente propostas de trabalho, vagas e parcerias.

COMO VAI FUNCIONAR?

Eu fiz a matemática para você:

As formações mais vendidas do mercado nos últimos anos, como a da Empiricus (CopyCamp), a do ONM (TPD), a da Você Ligado (APL), o LightCopy do Ladeira, a do Marcelo Braggion e de outros players não custam menos do que 1.5k.

A média na verdade é 3k e a maioria nem está aberta. CopyCamp e TPD custam em torno de 6k.

E nem são mentorias.

São cursos.

Eu já fiz algumas e até dei aulas em outras. Elas cobrem parte da base, umas ensinam a escrever cartas de vendas, leads, headlines.

As melhores passam domínio da persuasão, como alguns gatilhos mentais e estruturas de comunicação, como o AIDA.

As piores dão vários templates para você copiar e colar – o que me leva pensar se vale a pena aprender qualquer coisa que possa ser ensinada dessa forma já que o ChatGPT daria conta.

Você mesmo pode ir até essas páginas e comparar se não acredita em mim. São muito boas no que elas se propõem.

COMO VAI FUNCIONAR?

Eu mesmo dei aulas em algumas formações. Estou apenas descrevendo como é o estado do mercado hoje.

Então, por uma mentoria, que envolve um grau de contato com o mentor muito mais próximo do que o de qualquer curso, devemos esperar um valor maior, certo?

Não seria nem um pouco arrogante pedir 10k em uma mentoria que oferece de cara mais de 1126 páginas de material, 50h de aula + 16 aulas e 16 encontros ao vivo para discutir seu negócio.

Isso naturalmente está além do orçamento de várias pessoas que querem entrar na minha mentoria, porque já gastaram um dinheiro que não tinham em outros cursos caros que prometeram mais do que podiam entregar.

Eu estou prometendo menos do que posso entregar porque entendo a sua mágoa e o seu ceticismo.

Só que isso não é minha culpa nem meu problema.

Para mim, é até melhor que entrem poucas pessoas porque são menos textos e alunos para acompanhar pelo mesmo valor.

COMO VAI FUNCIONAR?

Sob qualquer ponto de vista 2 pessoas pagando 10k é melhor do que 5 pagando 4k.

É exatamente o mesmo faturamento por uma fração do trabalho.

Qualquer mentor sábio diria isso para você. Eu diria isso para você.

Se eu quisesse só dinheiro.

Acontece que eu quero um pouco mais do que isso...

Eu quero saber se há espaço para um novo tipo de talento e relacionamento.

Se é possível ensinar e se é possível aprender como nos ateliês dos mestres.

Um jeito de viver da escrita que seja para quem não quer vender a alma por ebooks nem passar fome por se esquecer que o artista também precisa do pão.

Para isso, eu preciso de gente. Dois casos de sucesso não bastam.

Portanto, eu, contra meus próprios conselhos, pensei em algumas formas de você fazer parte disso.

É SÓ PARA COPYWRITERS?

Não, não é só para copywriters.

A não ser que você pense que criar ofertas, posicionamento, pesquisar ou criar movimentos seja só para copywriters. Aí tudo bem se você gosta de saber por 5 e ganhar por 1.

No **Copycraft** você vai ser amigo de psicólogos, terapeutas, social media, gestores de tráfego, heads de marketing, empresários, professores e, sim, copywriters.



COMO SER UM COPYCRAFTER

Para quem ainda **não é aluno** de nenhum curso meu.

Você terá acesso **IMEDIATO** a todas as aulas já gravadas e a todo o material. Além de acesso ao grupo do Whatsapp.

E

Fará parte do novo ciclo com as **8 imersões mensais e as sabatinas de mentoria até fevereiro de 2026.**

Ou seja, tudo isso para você deixar de ser mais um na equipe e passar a liderar equipes ou tocar o seu negócio se você quiser.

R12x de R\$ 555,40

ou

R\$5.555,00 à vista

Se você for rápido, ainda pode levar o Arquitetura dos Anúncios pela metade do valor.

É a única formação do mercado que de fato explica como os anúncios funcionam e como fazê-los.

Além de outras coisas que você achava que iria aprender quando começou a estudar marketing. É praticamente uma intervenção. É só clicar no botão abaixo:

Eu sou um botão de desconto.
Pode me apertar.



PARA QUEM JÁ É ALUNO

Para quem
é aluno de algum
curso meu,
você tem
10% de desconto.

Fale comigo
para resgatar
o seu desconto
de 555 reais.

PARA OS COPYCRAFTERS

Se você já fez algum Copycraft, eu tenho algumas propostas difíceis de recusar.

Digo “difíceis” e não “impossíveis” porque todo mundo é livre para agir como achar melhor. Ou pior.

A proposta sem esforço:

you receive 1.600 reais de desconto para renovar .

Você vai investir praticamente o mesmo que investiu até agora.

É um valor que sabemos que cabe no seu bolso porque é o que você investiu até aqui.

Or seja, you will renew for exactly R\$3.900.

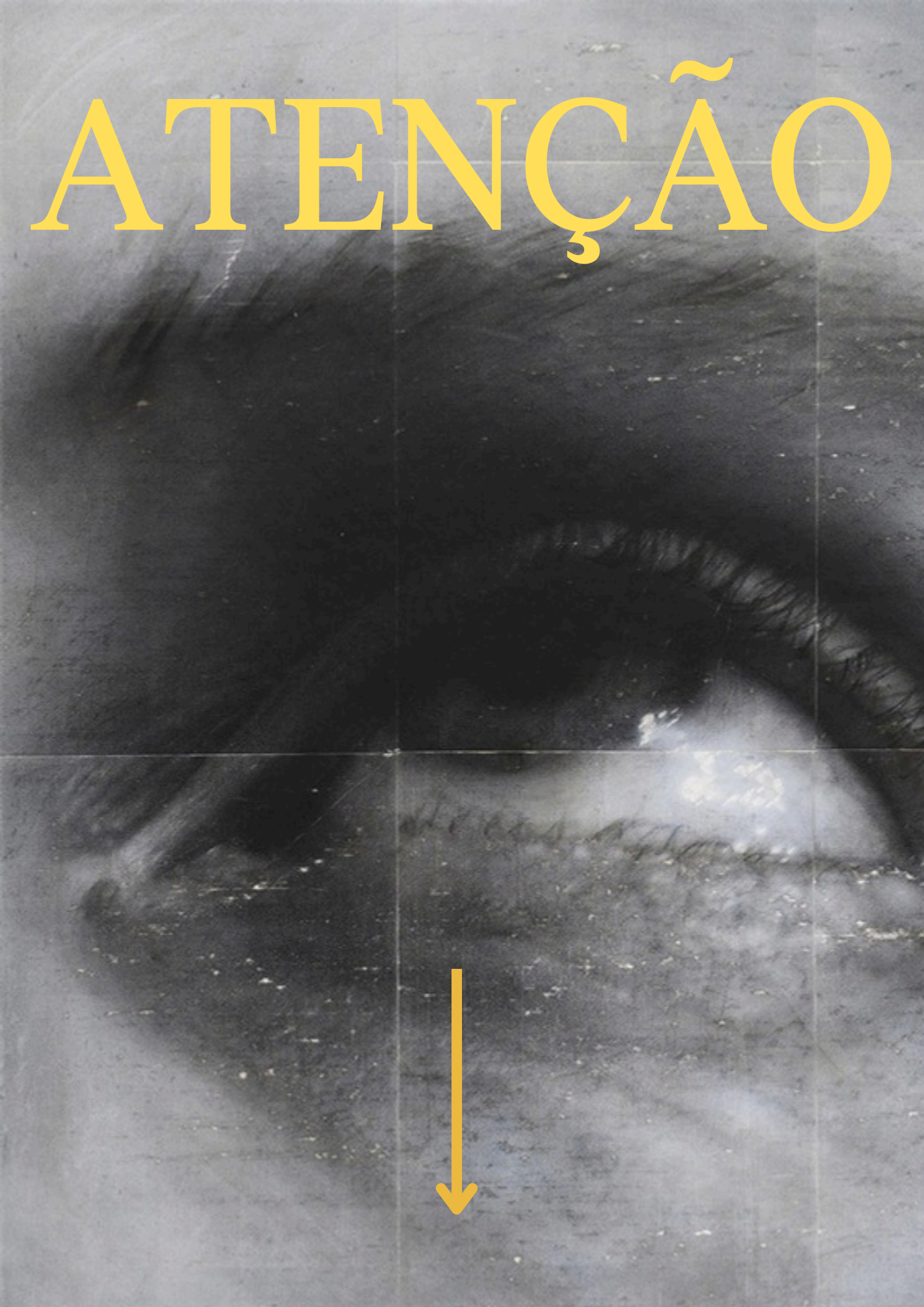
A proposta com pouco esforço:

Para cada aluno que você indicar e comprar o Copycraft, you will receive 500 reais de desconto.

“Se eu indicar 3 pessoas, então eu terei 1.500 reais de desconto?” Sim! (Parabéns, aliás).

Vale para alunos de qualquer turma passada.

Mas you cannot indicate people who are inside the Copycraft group.



ATENÇÃO

RESUMO:

1. Ciclo Básico de 16 aulas + material.
2. Ciclo da Escrita Emotiva de 7 aulas + material.
3. Ciclo Avançado de 50 aulas + material
4. Ciclo das Imersões (aulas semanais + 1 imersão por mês)
5. Acesso a todo o material até 2030.
6. Acesso ao grupo por 1 ano.
7. Desconto de 555 reais se for aluno de outro curso meu.
8. Vagas e oportunidades exclusivas, divulgadas apenas em círculos de confiança.
9. Apoio e suporte diário no grupo de Whatsapp.

Por 12X DE **R\$555,40**
ou **R\$5.555,00** à vista

QUANDO COMEÇA?

As primeiras aulas e todo o material já estão disponíveis, então você pode começar daqui a 5 minutos a recuperar o tempo perdido com formações infantis de marketing e começar do jeito certo.

O novo ciclo começa em abril, mas aproveitando a pré-venda, você tem 2 meses a mais de Copycraft ao vivo como bônus.

QUANDO ACABA?

Você tem CINCO anos de acesso a todas as aulas e UM ano de acesso ao grupo de alunos.

As sabatinas acontecerão às **quintas às 20h** e as imersões aos **sábados de manhã às 9h30** (uma vez por mês).

As nossas aulas vão até fevereiro de 2026.

QUERO ENTRAR AGORA.

O QUE EU FAÇO?

É simples. Se você não é aluno, clique na primeira opção.

Se você é aluno, clique na segunda opção e use o cupom **ALUNO** no checkout.

Se você for a primeira pessoa a tentar se passar por um aluno para ter desconto, eu vou te reembolsar e te bloquear pela eternidade.

Se você já é um **copycrafter**, fale diretamente comigo para ter acesso às condições especiais explicadas nessa proposta.



1. NÃO SOU ALUNO AINDA

2. JÁ SOU ALUNO

3. SOU COPYCRAFTER



Se por qualquer motivo, os botões aqui não funcionarem, no link da bio também deixarei disponível o acesso direto ao checkout.

Caso tenha qualquer dificuldade, fale comigo por direct.

O CHEFE:

Rafael Censon

Você sabe quem
eu sou.

Professor, escritor
e marqueteiro. Obras
premiadas tanto como
escritor e poeta quanto como
marqueteiro e vendedor.

Vamos parar por aqui porque
eu sou muito vaidoso e vou
só falar de mim. Vamos falar
do único resultado que pode
mudar a sua vida: o seu.



MENTORIA & FORMAÇÃO

RAFAEL CENSON



COPYWRITING
MARKETING
BRANDING

ARTE, CIÊNCIA E
TECNOLOGIA

Novo Ciclo

Copypcraft

As primeiras 15
pessoas terão
como bônus uma
consultoria comigo.

Da última vez
a oportunidade
se esgotou em
menos de 48h.

Boa sorte.

Eu te espero numa
call do Google Meet.